

Le imprese salmone



di Alfredo Somoza

Ogni primavera alle latitudini settentrionali si ripete la risalita dei fiumi da parte dei salmoni che sono cresciuti a valle. Un percorso guidato dalla natura, perché in quello specifico momento le condizioni migliori per la riproduzione si trovano proprio laddove i pesci sono nati.

Anche in economia esistono flussi periodici simili, determinati dal mercato. Il cosiddetto *reshoring*, cioè la rilocalizzazione produttiva negli Stati d'origine, è infatti una tendenza ormai visibile in quasi tutti i Paesi di vecchia industrializzazione. Le prime imprese a risalire virtualmente il fiume sono state quelle statunitensi, richiamate in patria dal basso costo dell'energia e dal pacchetto di incentivi fiscali e di servizi all'impresa varato dall'amministrazione Obama. Molte altre aziende non sono tornate esattamente a casa ma si sono stabilite "nei dintorni", trasferendo in Messico gli impianti produttivi fino a ieri localizzati in Cina: nel Paese asiatico, infatti, il costo del lavoro è triplicato rispetto a 10 anni fa.

Anche in Germania e in Italia si verificano casi di ritorno di imprese che avevano delocalizzato nell'Europa orientale. In Italia oltre un centinaio di imprenditori sono tornati soprattutto dalla Romania, dove oggi i costi sono aumentati ed è difficile reperire manodopera qualificata, perché l'emigrazione l'ha portata altrove. L'ultimo Paese che registra ritorni di imprese è il Giappone: qui colossi come Panasonic e Honda stanno riportando a casa intere linee produttive dalla Corea del Sud e dal Vietnam. Parallelamente, l'industria cinese sta cominciando a delocalizzare in Cambogia o Vietnam inseguendo il costo della manodopera inferiore. Una parabola fulminea, quella della Cina: da Paese meta della delocalizzazione degli anni '90, quando ospitava le imprese in fuga dall'Occidente, a Paese che delocalizza anch'esso per motivi di costo del lavoro. Lo stesso vale per l'India, che ha delocalizzato una parte della sua industria tessile in Bangladesh.

Questo capitolo della globalizzazione segna un cambiamento notevole rispetto a quello precedente. Se, fino a 10 anni fa, i Paesi "centrali" producevano in quelli emergenti per poi vendere i prodotti sui propri mercati, ora chi

investe in Cina o in Indonesia lo fa per vendere proprio in questi Stati. Diventa cioè “produttore locale”, anche se con una un’identità e una presenza globale. Nel frattempo, infatti, il mercato mondiale è diventato più vasto, perché gli operai dei Paesi emergenti sono diventati anche consumatori. Cina, India, Corea o Brasile investono (e a volte producono) negli Stati dai quali, fino a poco tempo fa, partivano i capitali per industrializzarli.

In questo scenario radicalmente mutato, l’unico soggetto economico che non registra scossoni sono le multinazionali: imprese che erano globali ancor prima che ci fossero le condizioni per operare a pieno regime sull’intero pianeta. Le aziende che impongono brand mondiali, gusti e modalità di consumi, producono ovunque ci sia un mercato consumatore promettente.

Le nostre imprese salmone, che tornano a casa dopo l’ubriacatura della manodopera a costo quasi zero, non sono però al sicuro: come lungo i torrenti del Canada o dell’Alaska, sono in agguato gli orsi, pronti a catturare i pesci mentre risalgono il fiume. Il mercato che le aziende avevano abbandonato è stato nel frattempo colonizzato dai grandi gruppi multinazionali, e addirittura a fare concorrenza compaiono operatori provenienti dai Paesi nei quali avevamo delocalizzato. Insomma, il ritorno in uno scenario radicalmente cambiato non garantisce il futuro: la vacanza all’estero, costata agli Stati milioni di posti di lavoro e miliardi di euro in welfare, ha lasciato tracce profondissime, che soltanto il tempo potrà cancellare.

Alfredo Somoza