

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.



Se il Doha Round fa flop esportare sarà più difficile

Mentre i prezzi dei beni agricoli e alimentari destano crescenti preoccupazioni inflazionistiche, il Doha Development Round dell'Organizzazione mondiale del commercio (Wto) pare giunto al capolinea. Le riunioni delle ultime settimane hanno infatti sancito la distanza tra le posizioni dei Paesi emergenti e le richieste di Unione Europea e Stati Uniti sulle questioni relative alla liberalizzazione del commercio nei settori non agricoli. Per una volta, l'agricoltura non appare svolgere il ruolo di principale imputato dell'impasse del negoziato, anche se potrebbe diventare una preziosa merce di scambio per convincere i Paesi emergenti ad accettare le richieste del mondo sviluppato.

Lo stallo del negoziato è così grave che, forse per la prima volta negli ultimi dieci anni, si inizia a ragionare seriamente sulle possibili implicazioni di un ordine mondiale, dove l'istituzione che ha maggiormente contribuito allo sviluppo economico degli ultimi quarant'anni possa perdere rapidamente il suo ruolo propulsore.

La situazione di stallo, come sempre, è puramente politica. I leader dell'Unione Europea e degli Stati Uniti, con in prima fila Barack Obama, non possono vincere le rispettive battaglie interne contro il protezionismo, necessarie per ratificare l'accordo, senza il supporto dei settori esportatori. Tale supporto potrebbe infatti materializzarsi di fronte a una richiesta di maggiori tagli delle tariffe a carico delle economie emergenti, in particolare Cina, India e Brasile.

Tuttavia, questi stessi Paesi non sono in grado di offrire ulteriori tagli nel settore manifatturiero, per cui, a meno di clamorose iniziative che potrebbero sacrificare il settore agricolo, la probabilità di un fallimento è ormai molto elevata.

Ragionando in termini puramente domestici, chi potrebbe guadagnare o perdere da tutto ciò? Un probabile fallimento del Doha Round sarebbe certamente salutato con entusiasmo dal mondo agricolo nostrano, e più in generale europeo, ma molto meno da tutte quelle imprese del settore agroalimentare orientate all'export che hanno fatto la fortuna del made in Italy nel mondo.

Export sempre più importante

Il nostro Paese, è bene ricordarlo, produce una miriade di prodotti alimentari dalla qualità ineguagliabile e apprezzati ovunque. Se vuole avere delle prospettive di crescita futura non può e non deve essere orientato al mercato domestico, perché la crescita economica è, e sarà, altrove. L'Italia dovrebbe puntare con forza proprio verso i nuovi mercati dei Paesi emergenti, dove milioni di nuovi consumatori stanno rapidamente aumentando il loro reddito, e non sono affatto «sazi» di nutrirsi con beni di qualità crescente.

Giusto quei mercati che in assenza di un accordo all'interno del Doha Round rimarranno certamente più difficili da penetrare, per effetto dell'incertezza sulle regole commerciali.

Per capire il potenziale impatto di un mondo in cui la Wto perda centralità, bisogna avere ben chiaro il ruolo svolto da questa istituzione multilaterale. Un recente contributo di tre autorevoli studiosi ha dimostrato come il vantaggio di essere membri della Wto si sarebbe tradotto in un incredibile aumento del «numero», e non tanto del «volume», dei beni esportati.

La ragione di ciò è semplice: la Wto, oltre a ridurre i costi commerciali, avrebbe soprattutto ridotto l'incertezza dei potenziali esportatori sull'evoluzione delle regole del commercio mondiale. Questo, di converso, ha contribuito ad aumentare la propensione delle imprese a sostenere i costi fissi di esportazione di nuovi prodotti all'interno di nuovi mercati: proprio quello di cui oggi hanno bisogno le piccole imprese agroalimentari italiane per aumentare la loro presenza nei mercati emergenti. ●