



La Nutella globale e il libero mercato

La Nutella, caro Nanni Moretti, non è necessariamente di sinistra. Anzi, è un totem dell'economia globale: spiega come funziona. E non è un modello di difesa dei marchi d'origine e del chilometro zero. «La Nutella è rappresentativa della catena del valore nel settore agro-alimentare», è scritto in un noto studio pubblicato di recente dall'Ocse. La cosa poco notata è che il prodotto-bandiera della Ferrero è una finestra aperta su una delle novità più dirompenti nell'economia mondiale da un paio di decenni: sulle catene internazionali del valore, cioè sulle filiere produttive che stanno dietro un prodotto finale.

La Ferrero produce ogni anno 250 tonnellate della sua famosa crema al cioccolato e nocciole e le vende in 75 Paesi. Produce in nove fabbriche: quattro in Europa, una in Russia, una in Canada, due in Sud America, una in Australia. Alcuni componenti della Nutella sono prodotti locali, di dove sta la fabbrica, come il latte. Altri sono acquistati su scala globale: nocciole dalla Turchia, olio di palma dalla Malaysia, cacao dalla Nigeria, zucchero dal Brasile, vaniglia dalla Cina.

La produzione e il commercio mondiali sono sempre più strutturati secondo il modello Nutella, sulla base cioè di catene di valore che non conoscono confini. A seconda di dove si colloca in questa catena, l'economia di un Paese riesce a produrre più o me-

no valore. Lo studio dell'Ocse rivela che, Nutella a parte, l'Italia ha dei limiti da questo punto di vista. L'Indice di partecipazione italiano alle catene — cioè la quota di prodotti o servizi importati che entrano in una esportazione italiana più la quota di esportazioni italiane che entrano nelle esportazioni di altri Paesi — è del 45%, tra i più bassi dei Paesi Ocse: la Corea del Sud è al 69%, il Portogallo al 57%, la Germania al 50%, ad esempio.

Anche in un settore come l'alimentare, il peso dell'Italia sulle filiere globali è inferiore all'1%. Nel settore auto è del 3,8%. Nella chimica del 3,2%. Nell'elettronica del 2,9%.

L'economia italiana è poco brillante anche per quanto riguarda la posizione nelle catene del valore. Nell'alimentare, nell'indice Ocse della distanza dalla domanda finale, è a livello 1,60, che si confronta — per dire — con un 1,35 della Germania e un 2,8 della Corea. Significa che occupa una posizione intermedia, fatto non positivo: la maggior parte del valore — dice lo studio — viene creata nella parte alta della catena (innovazione, ricerca, design) e in quella bassa (marketing, branding, logistica) mentre «si crea valore solo limitato nelle fasi di pura manifattura/assemblaggio».

In un'economia in cui le imprese spostano le produzioni da un Paese all'altro diventa ancora più importante la libertà di commercio, dal momento che per esportare un'azienda deve prima potere importare componenti e semilavorati. «Strumenti di politica commerciale come tariffe all'importazione, regole d'origine, antidumping possono quindi colpire direttamente le industrie domestiche», dice l'Ocse. Nocciola libera, insegna la Nutella.

“

Nelle catene internazionali del valore la nostra economia è male integrata