

Airbus nasce 47 anni fa, quando le classi dirigenti erano lungimiranti
Nella seconda ondata di merger nel continente fu invece il mercato a decidere
Oggi dopo il caso Fincantieri Stx, si può dire che l'unica grandeur è a Pechino

CON LA PICCOLA PARIGI ADDIO CAMPIONI EUROPEI?

di Dario Di Vico

Da Pechino stanno lanciando il programma China 2025 per conquistare la supremazia in 10 settori-chiave dell'industria e noi europei non riusciamo a mettere insieme due aziende della cantieristica, business fino a qualche anno fa considerato residuale e novecentesco e assurto invece nell'anno di grazia 2017 a test di europeismo mancato. Da anni nel Vecchio Continente si discute della necessità di avere dei campioni europei, delle grandissime aziende dotate della taglia necessaria per farsi largo a gomitate nell'economia globale. Il merger Fincantieri-Stx non a caso è stato paragonato al progetto Airbus che, vale la pena ricordarlo, è addirittura del 1970, ben 47 anni fa. Quando le classi dirigenti europee erano ancora lungimiranti. È del 1987 un'altra operazione italo-francese che ricorda le vicende di oggi: la fusione tra l'italiana Sgs e la transalpina Thomson che nel campo dei semiconduttori diede vita alla Sbm Microelectronics. In quello stesso anno gli europei vararono il Gsm, lo standard comune per le comunicazioni mobili ed è del 1999 il progetto Galileo per la radionavigazione via satellite. «Tutte queste operazioni portano a creare campioni nazionali di primo tipo — commenta Franco Mosconi, docente di economia a Parma e autore di studi/libri sulla politica industriale europea —. In quei casi il ruolo proattivo della Ue o di singoli Stati è decisivo e caratterizza una lunga fase in cui il sogno europeista era quello di creare soggetti competitivi anche nelle aree a maggiore innovazione. E possiamo tranquillamente dire che sono stati tutti casi di successo». La seconda ondata di creazione di campioni europei è derivata, invece, totalmente da operazioni di mercato.

Ricordiamo Vodafone che compra Mannesmann, Nokia che prende Alcatel Lucent, Enel che acquisisce la spagnola Endesa e più recentemente Psa che fa sua Opel. Anche il merger of equals stipulato quest'anno dall'italiana Luxottica e la francese Essilor fa parte di questa tela. Sono tutte scelte fatte in base a convenienze di business anche se ognuna di esse ha seguito percorsi differenti e ha utilizzato modalità di negoziato ad hoc. La prevalenza degli interessi di mercato sui progetti a valore europeista trova una dimostrazione nei merger che non si sono fatti, nelle scelte che sono state evitate. Quando l'Alitalia ha dovuto scegliere alla fine ha preferito gli arabi di Etihad ad Air France perché si disse allora che i primi avrebbero avuto tutto l'interesse

a valorizzare il marchio italiano e a farlo volare nei Paesi emergenti mentre i nostri cugini avrebbero ammazzato il brand Alitalia senza versare nemmeno una lacrima. Anche quando la Merloni Elettrodomestici, grosso modo nello stesso periodo, doveva scegliere il proprio acquirente le valutazioni che si fecero in azienda e dentro il governo italiano erano che gli americani della Whirlpool avrebbero valorizzato la tradizione marchigiana mentre i tedeschi della Bosch l'avrebbero immediatamente cannibalizzata. La dimostrazione che non sempre il cugino va chiamato in casa l'abbiamo avuta con Parmalat diventata preda del gruppo francese Lactalis, che non ha mostrato particolare interesse a sviluppare le potenzialità del marchio e delle tecnologie del gruppo fondato da Calisto Tanzi. Nei rari casi in cui tra italiani e francesi le parti si sono scambiate è intervenuta però la politica parigina.

Racconta un particolare inedito il docente della Sda-Bocconi Severino Salvemini: dopo aver acquisito Carte Noire il gruppo Lavazza per motivi di razionalizzazione produttiva avrebbe voluto chiudere uno stabilimento francese e invece l'azione combinata di governo e sindacato transalpini ha costretto gli italiani a tenerlo aperto.

In chiusura torno a China 2025 perché come sempre è l'iniziativa cinese a scandire le diverse fasi della globalizzazione. Il programma di politica industriale varato da Xi Jinping introduce una forte novità. Nonostante i discorsi liberali fatti a Davos il numero uno di Pechino ha intenzione di rafforzare l'industria cinese che da «fabbrica low cost del mondo» deve diventare protagonista nei settori a maggiore valore aggiunto e vuole farlo anche con scelte protezionistiche utilizzando in chiave aggressiva le grandi aziende di Stato. Il governo ha in testa, infatti, di creare un gruppo nutrito di campioni nazionali ricorrendo a una spregiudicata politica dei sussidi e al trasferimento forzato di tecnologia e tutto ciò dovrebbe portare gioco forza gli europei a ripensare le proprie mosse. Ad essere più cauti sugli investimenti cinesi e alle acquisizioni in settori strategici ma anche a mettere in campo una politica di incentivazione dei merger intraeuropei. L'Eliseo un giorno o l'altro dovrà capire cosa sta succedendo nel mondo e realizzare che la parola grandeur oggi evoca più Pechino che Parigi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Forse tutti, a cominciare dall'Eliseo, dovrebbero darsi da fare per incentivare matrimoni domestici