

Libero scambio – Pacifico



Il Partenariato Economico Globale Regionale (Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP) – del quale anche l'Indonesia fa parte – ha permesso la nascita del più grande blocco commerciale esistente al mondo.

L'accordo si struttura in venti capitoli che racchiudono i punti nevralgici, tra cui ricordiamo: il commercio di beni, le regole di origine (ROO), le facilitazioni commerciali e doganali e, tra le altre, anche le misure sanitarie.

Il 7 marzo scorso l'accordo di libero scambio fra la Svizzera e l'Indonesia è stato approvato alle urne in votazione federale. Con questo recente risultato, la Svizzera è la Nazione che, in Europa, ha siglato il maggior numero di accordi di libero scambio (ALS).

Il Partenariato Economico Globale Regionale (RCEP) è un accordo di libero scambio nella regione dell'Asia Pacifica tra i dieci stati dell'ASEAN (nello specifico: Brunei, Cambogia, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filippine, Singapore, Thailandia e Vietnam) e cinque dei loro partner di libero scambio: Australia, Cina, Giappone, Nuova Zelanda e Corea del Sud.

Negoziato per 8 anni, questo nuovo grande partenariato è stato siglato il 15 novembre 2020, in occasione del 37° vertice annuale dell'ASEAN. Nei prossimi due anni saranno possibili le rispettive ratifiche nazionali. Di fatto, la più grande zona di libero scambio al mondo è ora una realtà.

La Svizzera è relativamente già ben posizionata nell'area asiatica grazie all'accordo di libero scambio con la Cina, il Giappone, le Filippine, Singapore, la Corea del Sud.

La più grande zona di libero scambio

Il prodotto interno lordo totale dei 15 Paesi membri del RCEP raggiunge circa il 30% del valore aggiunto mondiale. Un dato rilevan-



L'approccio liberale e pragmatico della Svizzera verso l'export va condiviso

te e significativo dell'importanza riciperta da questo Partenariato, è il valore aggiunto mondiale, se comparato ad esempio con la zona di libero scambio del Nord America al 28% e quella dell'Unione Europea al 18%.

L'India si è ritirata dall'accordo nel novembre 2019, principalmente a causa delle preoccupazioni relative al dumping di prodotti manifatturieri dalla Cina e di prodotti agricoli e lattiero-caseari dall'Australia e dalla Nuova Zelanda, che potrebbero colpire i propri settori industriali e agricoli nazionali. A causa del ritiro dell'India, si teme che la Cina possa dominare l'RCEP. Se l'India dovesse riprendere in considerazione di aderire nuovamente al RCEP, ipotesi non in atto ma tuttavia possibile in un futuro, oltre il 40% della popolazione

mondiale vivrebbe nella stessa zona di libero scambio.

La zona di libero scambio creata si presenta con circa il 30% della produzione economica mondiale, il 28% del volume degli scambi mondiali e circa 2,2 miliardi di persone.

La sua struttura

L'Associazione delle Nazioni del Sud-est Asiatico afferma che gli obiettivi principali dell'accordo siano quelli di stabilire un partenariato moderno, completo, di alta qualità e reciprocamente vantaggioso che faciliterà l'espansione del commercio e degli investimenti regionali e che contribuirà allo stesso modo alla crescita e allo sviluppo economici e globali dell'area.

Di conseguenza, si creerà op-

portunità di mercato, d'occupazione per le imprese e per la popolazione indigena delle regioni.

Gli accordi commerciali rappresentano la maggioranza del contenuto. Sono state inserite numerose concessioni per i diversi gruppi merceologici e Paesi (come per il pesce per il Giappone, i prodotti in plastica per il Laos, ecc.). In ogni caso circa il 92% dei dazi doganali saranno ridotti o eliminati (non immediatamente).

Indipendentemente dalle tasse doganali, altre misure importanti sono previste per ridurre i costi del commercio estero. Queste spese restano piuttosto alte in Asia. È prevista una regolamentazione per la protezione dei contratti, dei diritti di proprietà intellettuale e degli investimenti; anche voci "sensibili" come i servizi finanziari e le teleco-

municazioni verranno parzialmente liberalizzati.

Questi accordi hanno effetti a diversi livelli, ma primo tra tutti, quello economico. Gli economisti stimano che il PIL dei Paesi membri aumenterà costantemente di circa lo 0,2% (74 miliardi di dollari/anno).

Nel merito questo partenariato mira a ridurre le tasse doganali e le formalità burocratiche, permettendo di eliminare le "barriere doganali" sul 91% dei beni in transito.

In breve, il RCEP si compone nel modo seguente (il testo dell'accordo è accessibile al pubblico e si trova facilmente sul web): commercio di beni; servizi; e-commerce, divieto di richieste di localizzazione dati; investimenti; proprietà intellettuale e politica della concorrenza.

Non vi rientrano invece: sostenibilità e diritto del lavoro.

La Svizzera in questo contesto

Con questo accordo l'Europa perderà d'attrattività per la Cina (pre-supposto sul lungo termine), e in futuro la Repubblica Popolare Cinese dipenderà sempre meno dal commercio con Germania e Francia. Inversamente, i vantaggi per le aziende europee che vorranno insediarsi o vendere in Cina, saranno miseri. Questa situazione non bilanciata è dovuta al fatto che la maggioranza dei Paesi europei non hanno accesso al "libero scambio" con i Paesi membri del RCEP.

La Svizzera, fortunatamente, si può distinguere da questo meccanismo, essendo un Paese che ha concluso il più alto numero di accordi di libero scambio con i Paesi membri del RCEP. Ad eccezione di Laos, Cambogia, Australia e Nuova Zelanda, la Svizzera – quale Paese o quale membro del gruppo di Paesi AELS – ha già concluso o negozia questo tipo di accordi, concretizzando i propri risultati nel mercato.

La Svizzera produce prodotti di nicchia di elevata qualità e li esporta in tutto il mondo. Le aziende svizzere, piccole o grandi che siano, necessitano quindi di un accesso affidabile a un numero il più elevato possibile di mercati esteri. Il recente accordo con l'Indonesia rientra nella politica di libero scambio del nostro Paese, che vanta già oltre 30 accordi con più di 40 Paesi al di fuori dell'UE e dell'AELS.

La nuova normalità nelle attività internazionali



La nuova normalità è digitale, ma non solo.

La pandemia ha dato una forte spinta alla digitalizzazione: clienti e partner si contattano e si incontrano sempre di più tramite i canali digitali e persino le fiere si tengono in formato virtuale. Le PMI che non hanno ancora fatto il passo nel digitale sono costrette a recuperare. I viaggi resteranno ancora a lungo limitati e le PMI senza una presenza locale dovranno continuare a fare i conti con spese aggiuntive, incertezza nella pianificazione e, nel



Monica Zurfluh
Responsabile S-GE per la Svizzera italiana

peggiore dei casi, anche con la perdita di clienti o partner. Un motivo in più per sondare, per quanto possibile, le opzioni di comunicazione, acquisizione e gestione dei clienti in modalità digitale.

La volatilità e l'incertezza saranno presenti nel commercio internazionale ancora per molto tempo: nelle aree soggette a nuove restrizioni o lockdown si registrano cali nella domanda di determinati beni e servizi e gli investimenti vengono messi in discussione, le tensioni internazionali persistono o addirittura si inaspriscono. Molti Paesi sono stati colpiti duramente. Innumerevoli programmi congiunturali sono stati lanciati, in alcuni casi anche di proporzioni mai viste. I cambiamenti strutturali restano

però problematici dal punto di vista della domanda e molti mercati non hanno mezzi a sufficienza per programmi di ampia portata. Come se non bastasse, sta aumentando il protezionismo e molti governi intendono favorire apertamente aziende locali. Nella fase di ripresa molte aziende punteranno quindi su una strategia aggressiva per conquistare il prima possibile nuove commesse e rilanciarsi dal punto di vista economico o recuperare terreno sui competitor. La concorrenza si intensificherà.

Anche la mappa della domanda globale è in fase di cambiamento: la grande sfida, soprattutto per le PMI che necessitano di semilavorati speciali e di alta qualità, non consiste tanto nell'identificare buoni for-

nitrici, quanto nelle limitate capacità produttive di questi ultimi, spesso già contattati da aziende concorrenti. Laddove i fornitori di qualità sono corteggiati al pari dei clienti, sarà necessario curare queste relazioni esattamente come avviene per quelle con i clienti: bisogna tornare ad essere consapevoli del fatto che il rapporto con i fornitori si costruisce nel tempo e va gestito molto attentamente, esattamente come accade con i clienti. Cosa muoversi allora? Pianificare diversi scenari, diversificare i mercati di vendita e di acquisto, talvolta anche "glocalizzare". Vi sono aree economiche ancora poco esplorate dalle aziende svizzere e con grandi opportunità per le esportazioni? Dipende molto dal settore, dall'oriz-

zonte temporale, dalla propensione al rischio e dall'esperienza. Attualmente Switzerland Global Enterprise, l'organizzazione ufficiale svizzera per la promozione delle esportazioni e della piazza economica, intravede potenziale per le PMI in Asia (Indonesia e Vietnam primis) o in America Latina, ancor di più alla luce del possibile accordo tra l'AELS e gli Stati del Mercosur. Anche in Africa vi sono molti Paesi con un grande potenziale sul lungo periodo, vedasi la Nigeria. Certo, oltre al potenziale, questi Paesi celano anche molti rischi, che vanno pertanto chiariti e valutati. Chi però vuole beneficiare del "first-mover advantage" può sicuramente prendere in considerazione questi mercati.