

I nuovi mercati sono le città

Pubblicato: Lunedì 29 Maggio 2017



«I megatrend influenzano il nostro modo di guardare le cose». il giornalista **Gianfranco Fabi** raccoglie subito uno stimolo **dalla relazione di Riccardo Comerio**, presidente di Univa, relativo all'evoluzione demografica dei prossimi trent'anni e l'aumento esponenziale della popolazione anziana, per girarlo a **Paolo Magri**, vicepresidente esecutivo e direttore dell'**Istituto per gli Studi di Politica Internazionale**. «All'inizio del secolo scorso – spiega Magri – c'erano meno di due miliardi di persone nel 2015 sono diventate 7 miliardi, di cui pochi bianchi e quei pochi saranno nel gabinetto di Trump». Per dare un termine di paragone, lo studioso fa l'esempio della Nigeria che tra pochi anni avrà una popolazione quanto l'intera Europa, ovvero **500 milioni** di persone. «Questo cambiamento – continua Magri – si accompagna allo spostamento del grande baricentro economico verso **sud-est che oggi produce il 50% dei beni**, il doppio rispetto a 15 anni fa. Questi Paesi vogliono contare di più, persino il Qatar, grande come la Basilicata conterà di più».

Leggi anche

- **Economia** – Boccia insiste: zero tasse sui giovani assunti
- **Busto Arsizio** – Riccardo Comerio: “L'impresa deve scegliere la modernità”
- **Malpensafiere** – Assemblea Univa, i commenti

IL MONDO È UN CONDOMINIO RISSOSO

«Tanti galli nel pollaio, non si erano mai visti fino ad ora». La metafora di Magri riguarda paesi emergenti come **Cina, Russia**, tutti forti allo stesso modo. Una concentrazione mai vista, dove prevalgono i regimi autoritari. «Il condominio del mondo ha i due condomini più importanti, Usa e Europa, che vivono nell'incertezza – spiega lo studioso -. Trump continua a dire che i pilastri del palazzo non sono più validi, l'Europa per i prossimi due o tre anni si guarderà l'ombelico per far transitare l'Inghilterra verso la Brexit. Diciamo che sposarsi è sempre più facile che divorziare».

I NUOVI MERCATI SONO LE CITTA'

Claudio Marenzi, presidente e amministratore delegato di **Herno spa**, non parla di nuovi mercati ma di «**città che vanno bene**». Ragionare per macroaree non funziona perché, secondo l'imprenditore, **Pechino** è diversa da **Shanghai** e il mercato coreano non esiste, mentre quello di Seul sì. Parlare di mercato asiatico, dunque, avrebbe poco senso. Con la Cina poi le cose si complicano perché «**sono senza regole e non c'è reciprocità**». Una parte di questa situazione dipende anche dai paesi del Nord Europa che non avendo una produzione propria si fanno andar bene questa disparità di trattamento. «L'Europa – sottolinea Marenzi – cresce, come l'America, e Germania, Spagna e la stessa Inghilterra sono per noi un nuovo mercato».

CONTINUARE AD INNOVARE

«Il consumatore ha tutto- continua il presidente di **Herno** – quindi l'innovazione di prodotto e di processo serve sempre. Bisogna innovare indipendentemente dall'iperammortamento, **industria 4.0** serve per cambiare completamente l'approccio dell'azienda sui mercati. Per esempio, la nostra filiera del tessile abbigliamento non ha eguali al mondo per qualità, quantità e profondità ma è profondamente scollegata. Dobbiamo imparare ad aver meno bisogno della politica e di quello che la politica ci può dare in termini di vantaggi economici».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it