

La competitività del Paese dipende ancora prevalentemente dal basso costo del lavoro e dalla vicinanza geografica. Ma nel lungo periodo sarà fondamentale la capacità del governo rumeno di mettere in atto politi-

Perché molti scommettono oggi sulla Romania

NUOVI MERCATI

di Carmelina Carluzzo, Stefano Chiarlone, Debora Revoltella

che che guardino anche ad altri fattori strategici quali la flessibilità strutturale, la qualità della manodopera, le potenzialità del mercato di sbocco. E in questa prospettiva...

Molti Paesi in transizione ed emergenti hanno potuto beneficiare di ingenti investimenti diretti dall'estero nel corso del loro processo di crescita economica. La Romania non fa eccezione. Alla fine del 2003 lo stock di investimenti diretti attratti dall'estero raggiungeva un valore ragguardevole, secondo l'UNCTAD (l'organismo Onu che si occupa degli investimenti diretti esteri) pari a circa il 23,4% del suo PIL. Si tratta di una percentuale in linea con quella polacca (24,9%) e bulgara (29,1%), sebbene inferiore a quella registrata in Repubblica Ceca e Ungheria. Rispetto agli altri Paesi della Nuova Europa, la Romania si caratterizza soprattutto per il basso costo del lavoro, ma anche per un mercato di sbocco potenzialmente importante (con una popolazione di quasi 22 milioni di abitanti, seppur con un reddito annuo pro capite ancora inferiore ai 3.000 euro), nonché per una antica tradizione industriale in taluni settori, nonostante manchi spesso una rete produttiva integrata. Queste specifiche caratteristiche hanno fatto sì che il Paese divenisse prevalentemente meta di imprese che operano in settori con un'elevata incidenza del costo della mano d'opera sui costi finali e che molte imprese operino, come fornitori o come committenti,



in un sistema di produzione per conto terzi, mentre sono ancora pochi – ma crescenti – gli investimenti con finalità commerciale. Nel corso dell'ultimo anno, tuttavia, a fronte della liberalizzazione del commercio internazionale nei settori più tradizionali e della crescente penetrazione nel mercato di prodotti cinesi e con le prospettive di un rapido ingresso nell'UE, che suggerisce una convergenza nei livelli del costo del lavoro, si è iniziato a dubitare della sostenibilità nel medio-lungo periodo dei vantaggi competitivi del sistema produttivo rumeno che si basano tuttora, prevalentemente, sulla disponibilità di forza lavoro a basso costo. Mantenersi attrattivi per gli investitori esteri riveste però una particolare rilevanza per ogni economia. È un dato noto che l'attrazione di investimenti diretti dall'estero ha un impatto positivo sulla produttività, poiché le multinazionali importano tecnologie e modelli organizzativi più avanzati. In molti casi, questi investimenti attivano effetti di

learning by doing per la forza lavoro locale, che crea condizioni di competitività in settori a maggior contenuto tecnologico, come è avvenuto per i Paesi del cosiddetto miracolo del Sud-Est asiatico. Talora spingono verso un miglioramento delle norme legislative e della infrastrutture materiali e immateriali e favoriscono la nascita di un settore imprenditoriale privato dotato di modelli di business di livello internazionale.

Fra gli investitori diretti in Romania hanno un peso significativo quelli italiani. L'Italia è il primo investitore nella regione per numero di iniziative, seppure solo il quinto per ammontare investito (409 milioni di euro tra il 1995 e il 2004). La discrepanza fra questi due dati dipende dall'ampio numero di piccole e medie imprese che hanno investito in Romania. Nel complesso, poco meno del 50% degli investimenti italiani in Romania è concentrato nel settore dei servizi. Circa il 30% è localizzato nel settore manifatturiero, con una netta prevalenza per i comparti più tradizionali. Nel corso dell'ultimo decennio, infatti, la Romania ha assunto un ruolo importante come area di delocalizzazione e approvvigionamento per le imprese italiane. Alcune migliaia hanno strutturato una presenza diretta nel territorio, mentre dirigono verso la Romania una quota rilevante dei loro ordinativi in conto terzi, avvantaggiandosi della forte competitività di costo del Paese, caratteristica molto importante in alcuni dei settori che caratterizzano il modello di specializzazione italiano. Particolarmente significativo è il caso del settore tessile, dove operano numerose imprese italiane, che hanno delocalizzato la fase di produzione e di confezione (su proprio marchio o per conto terzi), mantenendo però la base commerciale e di sviluppo in Italia.

Per comprendere meglio le potenzialità future dell'economia rumena come oggetto di delocalizzazioni produttive, abbiamo svolto una serie di interviste a imprenditori italiani che hanno effettuato investimenti diretti all'estero in Romania. Abbiamo selezionato imprese appartenenti a diversi settori, privilegiando l'area produttiva, ma valutando anche esempi di delocalizzazione nei servizi e a fini commerciali. Abbiamo considerato sia imprese che operano in settori tradizionali, che in settori tecnologicamente più avanzati. L'analisi è focalizzata soprattutto



Contrasto, Reuters

su imprese di dimensioni medio-piccole, con alcuni casi di controllo/confronto, basati sull'esperienza di grandi imprese. Infine, tutte le imprese considerate rappresentano esempi di successo. Il campione di imprese italiane che abbiamo intervistato (15 in tutto) non è ovviamente rappresentativo della popolazione, ma ci sembra adeguato per fornire interessanti spunti di riflessione in merito all'attività futura del mercato rumeno per gli investitori diretti esteri.

La principale motivazione degli investitori italiani è stata quella di ridurre i costi di produzione. Gli imprenditori, tuttavia, sottolineano l'importanza della flessibilità delle condizioni contrattuali e della qualità della forza lavoro, che può essere influenzata positivamente dall'eventuale tradizione industriale nel settore di specifico interesse. Si tratta di fattori che possono consentire alla Romania di salvaguardare un vantaggio competitivo anche nel medio periodo, nonostante la crescente rilevanza delle delocalizzazioni verso l'Asia. La produzione sta, infatti, gradualmente riconvertendosi verso prodotti a maggior valore aggiunto/qualità (seppur in settori tradizionali), mentre gli imprenditori indicano specificatamente come vantaggio competitivo del mercato, rispetto ai Paesi asiatici, la vicinanza geografica, che consente di ridurre tempi e costi di trasporto. Per esempio, una grande impresa del settore tessile/abbigliamento, che nel corso del tempo ha trasferito in Romania un'ampia quota di approvvigionamento produttivo, sta spostando il grosso della produzione verso altre aree. Essa, tuttavia, continua a prediligere il mercato rumeno, attraverso una società per la gestione di contratti di produzione per conto terzi, per prodotti di qualità medio-alta e per tutti quelli infra-collezione, per i quali è necessaria una particolare velocità di esecuzione e consegna.

Diversamente da quanto avviene in altri Paesi della regione, non si osservano per ora rilevanti fenomeni di delocalizzazione dell'indotto. Molte delle imprese straniere che operano nel Paese sono infatti piccole unità produttive che producono su commessa per marchi noti italiani o internazionali, ed è proprio l'impresa committente, spesso uno dei principali clienti, a suggerire una delocalizzazione per favorire una riduzione dei costi.

Fino a oggi, solo poche imprese sono entrate

IDE* ITALIANI IN ROMANIA
(1995 - OTTOBRE 2004)

Servizi	46%
Manufatturiero - "tradizionali"	22%
Energia	14%
Manufatturiero - "non tradizionali"	12%
Agricoltura, Silvicultura, Pesca	3%
Altro	3%
Costruzioni	0%

*investimenti diretti esteri

in Romania attratte dal mercato locale, sebbene le potenzialità inizino a emergere. La stessa impresa del settore tessile/abbigliamento nei primi anni '90 è entrata nel mercato rumeno con l'apertura di negozi nei quali mette in vendita il suo catalogo internazionale. Interessante l'esperienza di una impresa, che ha assunto un ruolo di leadership nel mercato locale per la cartoleria, offrendo sia un prodotto qualitativamente inferiore ed estremamente competitivo rispetto alla sua produzione internazionale, sia per la sua gamma di più alto livello, sfruttando un marchio noto e riconosciuto. Inoltre, nel settore alimentare, un'impresa leader nel settore del riso, ha visto nel mercato rumeno le condizioni ottimali per un'espansione internazionale, grazie alle potenzialità agricole/produttive del Paese e al bacino di consumatori potenziali. Al mercato dei consumatori rumeni si rivolge, inoltre, un'impresa che opera nel campo della produzione di materiali per la casa e nella gestione integrale di cantieri edili residenziali. Infine, la geografia conta anche per quello che riguarda la vicinanza geografica ai mercati di sbocco. Ciò vale soprattutto per quelle produzioni dove i costi di trasporto incidono sul prezzo finale in maniera consistente. In quest'ottica, la Romania risulta avvantaggiata dalla sua vicinanza alla Russia.

La seconda informazione rilevante è quella relativa alle strategie di delocalizzazione per comprendere se la localizzazione è di tipo transitorio (l'impresa di tipo *footloose* si sposta non appena scompare il vantaggio del costo del lavoro) o dovuta a una scommessa sul futuro del Paese. Molte delle imprese intervistate hanno dichiarato di non aver attrezzato il nuovo sito produttivo spostando i macchinari dall'Italia, ma di avere investito in nuove attrezzature. Esse dichiarano anche che in futuro investiranno in nuova capacità



produttiva solo in Romania o nei Paesi limitrofi caratterizzati da minore costo del lavoro. Qui vale una precisazione rilevante. Alcune produzioni standardizzate e caratterizzate da un peso elevatissimo della componente forza lavoro, come la confezione tessile, sono probabilmente destinate a spostarsi rapidamente più a Est, in Europa (Moldavia o Ucraina) o altrove (Cina, per esempio). In altri settori, gli imprenditori hanno una chiara intenzione di rimanere in Romania capitalizzando sugli investimenti in macchinari e in formazione della forza lavoro, oppure integrando il Paese in una filiera integrata internazionale, come nel caso di un produttore di piccoli elettrodomestici. Sta al governo rumeno far sì che il sistema economico e produttivo cresca rapidamente per garantire che anche altre imprese trovino convenienza a rimanere nel Paese, non più soltanto per il basso costo del lavoro. Questa dinamica e la ricerca di nuovi siti produttivi meno costosi è già in atto soprattutto per le piccole imprese che, in assenza di un marchio proprio, riescono a competere soltanto utilizzando la leva del prezzo.

Nel complesso, è evidente che per la Romania il vantaggio competitivo basato solo sul costo del lavoro è destinato a ridursi.

Nel breve, permangono alcune potenzialità, soprattutto se si considerano alcune aree lontane dai principali centri abitati e caratterizzate da elevata disoccupazione, ma nel lungo periodo fattori quali la flessibilità strutturale, la qualità della mano d'opera, le potenzialità come ampio mercato di sbocco e in termini di vicinanza sia ai mercati occidentali sia a quelli, meno saturi, orientali, saranno alla base della scelta degli imprenditori stranieri di restare e/o venire a investire in Romania. Fondamentale è la capacità di mettere in atto politiche che attraggano produzioni con connotazioni particolari (come un *lead time* molto stretto) a maggior valore aggiunto e a più alto contenuto tecnologico (dove fa premio il rapporto produttività/costi) rispetto a quelle più tradizionali anche per favorire l'ulteriore crescita della capacità produttiva dell'industria rumena. Allo stesso modo, man mano che la crescita economica proseguirà, è evidente che il prossimo passaggio dell'internazionalizzazione passiva stabile dell'economia rumena sarà fortemente condizionato dalla sua trasformazione in un mercato di sbocco rilevante. ■