

Commenti

Perché i dazi sono sempre un gioco a somma negativa

Teoria economica e realtà

Mario Baldassarri

I dazi di Donald Trump fanno tremare interi comparti, interi Paesi e tutte le grandi aree del mondo, Europa compresa. Ma vediamo cosa vuol dire imporre un dazio? La teoria economica, da quasi un secolo, ha dimostrato che i dazi sono un «gioco a somma negativa» che riduce la torta del commercio e del Pil mondiale. Poi si può discutere chi subisce di più o di meno, sapendo però che penalizzano sia chi li subisce, sia chi li impone. Sono quindi un danno per tutti.

Facciamo l'esempio dei rapporti commerciali tra Stati Uniti ed Europa. Il dazio significa che i prodotti europei (ed italiani) esportati negli Stati Uniti costano di più al compratore americano. L'intento è quello di spingere gli americani a comprarne di meno. La realtà però non è così semplicistica.

In prima battuta, occorre vedere cosa succede al cambio tra dollaro ed euro. Se si mette un dazio del 10% ma il dollaro si apprezza sull'euro del 10%, la competitività dei prodotti europei (e italiani) negli Stati Uniti è la stessa di prima.

Per contro, a parità di cambio dollaro-euro, il prodotto europeo-italiano costa di più al consumatore americano. Qui l'effetto vero dipende da come reagisce il consumatore americano. Se continua a comprare quel prodotto nelle stesse quantità di prima, semplicemente paga un prezzo più alto e questo determina una spinta all'inflazione negli Stati Uniti d'America. Questo effetto però non dipende solo dal

prezzo ma anche dalla qualità del prodotto, dal suo contenuto tecnologico, dalla sua spinta innovativa ecc. Se i prodotti si collocano su fasce di qualità medio-bassa, sono altamente sostituibili e, in questo caso, il dazio penalizza molto e fa perdere mercato a chi vende. Se si tratta però di prodotti di alta fascia e di alta qualità, e quindi meno sostituibili, sia il consumatore finale, sia l'industria americana continueranno a comprarlo. In questo caso il dazio colpisce, ma molto meno chi vende e aumenta l'inflazione per chi compra.

Veniamo ora ai «numeri» di Trump che guarda «soltanto» al deficit commerciale.

Il disavanzo commerciale degli Stati Uniti verso l'Europa è di circa 150 miliardi di euro all'anno, verso l'Italia è un po' sopra i 40 miliardi. Nel deficit verso l'Italia ci sono voci importanti che tutti conosciamo, dall'agroalimentare alle varie filiere della moda e del Made in Italy. Bisognerà allora vedere se gli americani ne compreranno meno «solo» perché costano di più oppure continueranno a comprarle «anche» se costano di più. Inoltre, la voce più importante sono le macchine utensili dove l'Italia ha un primato mondiale che dipende dalla qualità, dalla tecnologia e dalla produttività di queste macchine. Se quella specifica macchina non può essere sostituita con una analoga macchina americana, l'impresa americana continuerà a comprarla, la pagherà di più e magari aumenterà un po' il prezzo dei propri prodotti. Ecco allora il boomerang in termini di spinta inflazionistica all'interno degli Stati Uniti. Qui la storia insegna. Basta guardare, come caso estremo, all'Argentina. All'inizio degli anni 50 era un Paese tra i più ricchi del mondo con un Pil pro-capite quasi uguale a quello degli Stati Uniti. Poi, regimi protezionistici e populistici hanno introdotto forti dazi ed enormi protezioni creando rendite di posizione ai produttori nazionali che così, al riparo dalla concorrenza internazionale, hanno smesso di innovare le tecnologie e di migliorare la qualità dei prodotti. La iperinflazione ha fatto il resto con enormi ondate di svalutazione della moneta. Nel giro di tre decenni l'Argentina è «riuscita» a diventare un Paese povero. Va poi chiarito che quando si guarda agli squilibri verso il resto del mondo occorre fare i conti «complessivi».

È vero che gli Stati Uniti hanno un deficit commerciale verso l'Europa. Ma oltre allo scambio di merci si deve considerare anche quello dei servizi, cioè la Bilancia delle partite correnti. Si vede allora che il deficit commerciale americano è in gran parte ridotto e quasi completamente controbilanciato da un avanzo americano nel settore dei servizi. Infine, l'equilibrio complessivo di un Paese verso il resto del Mondo è dato dalla Bilancia dei pagamenti, che include la bilancia commerciale, la bilancia dei servizi ed i movimenti di capitale.

Da quasi vent'anni, circa 300-350 miliardi di euro all'anno di risparmio

europeo si muovono verso il mercato dei capitali americani. Su questo la colpa principale è dell'Europa che ha ancora ventisette mercati dei capitali frammentati e non offre progetti integrati europei capaci di attrarre il risparmio europeo. Sta di fatto però che i risparmiatori europei finanziano l'economia americana.

Allora, se si fanno i conti completi, la situazione appare ben più complessa del semplice disavanzo commerciale. Certo è, comunque, che, se l'Europa rispondesse con altrettanti dazi, sarebbe una strategia miope ed avrebbe come risultato quello di aggravare la riduzione della torta globale.

Tra le righe Trump potrebbe anche dire che, se l'Europa comprasse più gas e più armi dagli Stati Uniti, il tema potrebbe avere una diversa soluzione. Ma per l'Europa è necessario avere una strategia politica «federale» sull'energia e non semplicisticamente... comprare più gas dagli Stati Uniti. Ed anche comprando più armi americane non significherebbe avere una politica di difesa «europea» con una coerente strategia industriale e produttiva europea.

La risposta europea non può quindi essere quella di imporre contro-dazi. Deve essere politica-istituzionale, rendendo permanente il Ngeu, raddoppiandolo e gestendolo come embrione di un bilancio federale con debito comune. Su questo, al prossimo Consiglio europeo, quattro o cinque grandi Paesi (Germania, Francia, Italia, Spagna, Polonia), cioè l'85% della Ue, dovrebbero partire subito. E porte aperte a tutti gli altri. Al contrario dei dazi, la liberalizzazione dei commerci degli ultimi settanta anni ha dato una forte spinta alla crescita del mondo ed anche alla riduzione dell'inflazione. Negli ultimi venti anni, quando proprio gli Stati Uniti (nel supino silenzio europeo) hanno fatto entrare la Cina nell'Organizzazione del commercio mondiale, si è avuta una spinta alla crescita che ha fatto uscire 3 miliardi di persone, dalla soglia della povertà. All'inizio la Cina ha invaso il mondo con prodotti di bassa qualità a prezzi stracciati e basati sul dumping sociale. Ma negli ultimi dieci anni la Cina è cambiata enormemente ed oggi entra direttamente in concorrenza su prodotti ad alta tecnologia come i cellulari e le auto elettriche.

E quindi anche i dazi verso la Cina potrebbero non determinare quella riduzione del deficit commerciale americano che Trump intende ottenere. Per altro anche la Cina ha fatto movimenti di capitale a favore degli Stati Uniti, ad esempio, comprando quote importanti dei titoli del debito pubblico americano.

Ecco perché, con una guerra dei dazi, come in ogni guerra non ci sono vinti e vincitori perché perdono tutti. E come nel noto film *War Games* occorre capire che certi giochi, anche i «dazi-games» si possono vincere solo... non cominciandoli affatto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

COME LE GUERRE TRADIZIONALI, ANCHE LE GUERRE COMMERCIALI NON HANNO NÉ VINTI NÉ VINCITORI

Il Sole 24 ORE

DIRETTORE RESPONSABILE
Fabio Tamburini

VICEDIRETTORI

Daniele Bellasio

Jean Marie Del Bo

Roberto Iotti

UFFICIO CENTRALE

Fabio Carducci

(Capo della redazione romana)

Balduino Ceppetelli

Giuseppe Chiellino

Nicoletta Cottone

Marco Libelli

Armando Massarenti

Mauro Meazza

(segretario di redazione)

Gabriele Meoni

Marco Mobili

(vice caporedattore Roma)

LUNEDÌ

Paola Dezza

UFFICIO GRAFICO CENTRALE

Adriano Attus (creative director)

Francesco Narracci (art director)

RESPONSABILI DI SETTORE

Riccardo Barlaam

(Economia e politica internazionale)

Mario Cianflone (Motori)

Giulia Crivelli (Moda24 - Viaggi)

Maria Carla De Cesari

(Norme e Tributi)

Laura Di Pillo (Imprese & Territori)

Alberto Grassani (Finanza & Mercati)

Laura La Posta (Rapporti)

Stefano Salis (Commenti-Domenica)

Giovanni Uggeri (Food24)

Gianfranco Ursino (Plus24)

ATTIVITÀ VIDEO MULTIMEDIALI

Marco lo Conte

SOCIAL MEDIA EDITOR

Alessia Tripodi (coordinatrice)

GRUPPO 24 ORE

PROPRIETARIO ED EDITORE
Il Sole 24 ORE S.p.A.

PRESIDENTE

Edoardo Garrone

VICE PRESIDENTE

Claudia Parzani

AMMINISTRATORE DELEGATO

Mirja Cartia d'Asero

SEDE LEGALE - DIREZIONE E REDAZIONE
Viale Sarca, 213 - 20126 Milano

Tel. 02 3022.1 - Fax 02 43510862

AMMINISTRAZIONE

Viale Sarca, 213 - 20126 Milano

REDAZIONE DI ROMA

Piazza dell'Indipendenza 23/b - c - 00185

Tel. 06 3022.1 - Fax 06 3022.6390

e-mail: lettere@sole24ore.com

PUBBLICITÀ

Il Sole 24 ORE S.p.A. - SYSTEM

DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE

Viale Sarca, 213 - 20126 Milano

Tel. 02 3022.1 - Fax 02 3022.214

e-mail: segreteria@direzione.system@sole24ore.com

© Copyright Il Sole 24 ORE S.p.A.

Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta

con mezzi grafici o meccanici

quali la fotocoproduzione e la registrazione.

PREZZI
con "Ortografia per i più piccoli - Collana QUID+ n.2" €9,90 in più;
con "Oltre lo stipendio" €12,90 in più;
con "Potatura facile" €12,90 in più;
con "Giocare in inglese per i più piccoli - Collana QUID+ n.3" €9,90 in più;
con "Il cibo buono" €12,90 in più;
con "Colf e badanti" €12,90 in più;
con "IVA 2025" €12,90 in più;
con "Transazione 5+3 - Tutti gli incentivi per le imprese" €12,90 in più;
con "Valutazione d'azienda" €12,90 in più;
con "Telesco 2025" €12,90 in più;
con "La revisione legale per le piccole e medie imprese" €12,90 in più;
con "Aspenia" €12,00 in più;
con "HTSI" €2,00 in più.

Prezzi di vendita all'estero:
Costa Azzurra €3, Svizzera SFR 3,90



IL CODICE DI OGGI

Il Sole 24 Ore offre a tutti i suoi lettori un accesso giornaliero gratuito per sfogliare la copia del quotidiano in app e accedere gratis ai contenuti extra e alle funzionalità speciali. Inquadra in QR Code e segui le istruzioni.