

Caos globale e imprese «Il rischio geopolitico entra nei mercati»

Il convegno. Paolo Magri, presidente Ispi ieri a Como per illustrare a Confindustria il disordine mondiale
«La logica sarà imperialista. Il G7 svuotato di senso»

COMO

MARIA GRAZIA GISPI

«Inaccettabile» quello che sta accadendo a Gaza e Netanyahu «ha dannato il suo Paese» impossibile quindi che Israele possa in futuro giocare un ruolo di leader della regione mediorientale. Lo ha detto Paolo Magri, presidente Ispi, rispondendo a Diego Minonzio, direttore La Provincia di Como, che chiedeva se il disordine globale potesse ritrovare, dopo questa fase di caos, una nuova forma per blocchi regionali.

Rimodulazione degli equilibri

«Sì, ci saranno zone di influenza: Russia - Cina, India, America ed Europa, pur sempre legate da una vicinanza culturale irriducibile. Ma la logica sarà imperialista», questo perché nelle ultime due settimane «abbiamo assistito a due momenti di non ritorno per il diritto internazionale - ha spiegato Paolo Magri - il G7 è stato svuotato dal suo significato di luogo di confronto dalla partenza del presidente Usa in piena crisi internazionale e la mancata richiesta di qualsiasi legittimazione, anche solo for-

male, di un terzo soggetto come le Nazioni Unite o, almeno, il Congresso Usa, per l'attacco all'Iran».

Il risultato del «caos calmo» che (fino a ieri sera, ndr), avvolge il mondo sarà un deficit di democrazia, oltre che un costo economico ancora tutto da valutare. Per capire l'impatto dell'attuale fase globale di crisi estesa, Confindustria Como ha organizzato nella sua sede «Le aziende nell'era del disordine globale» avvalendosi di Kpmg e Ispi. È stata occasione per approfondire il ruolo che il rischio geopolitico assume nelle strategie aziendali, diventato una variabile fondamentale per orientare le decisioni di investimento e mitigare i rischi d'impresa.

L'incontro è stato presentato da Alberto Novarese, vicepresidente di Confindustria Como che ha descritto il percorso, in peggioramento, dalla globalizzazione al disordine globale e l'importanza di avere informazioni e competenze sui temi della geopolitica, entrata con prepotenza nei CdA delle aziende impegnate a proteggere e anche a reinventare le catene di ap-

provigionamento internazionali. Ha tracciato una cornice di senso degli ultimi eventi Paolo Magri che ha descritto il presidente Usa Trump come molto potente, più di quanto non fosse nel primo mandato, negoziatore imprevedibile, sensibile ai mercati e alle posizioni forti, quindi non così invincibile come vorrebbe apparire e infine capace di cambiare rapidamente il focus della sua politica. È moderatamente ottimista il presidente del comitato scientifico di Ispi sull'esito del caos, che però è pericoloso e costoso.

La gestione del rischio è un onere per le imprese, ha sottolineato infatti Francesco Gagliardi, Partner, Head of Markets di Kpmg: «persa l'egemonia Usa, il mondo è multipolare - ha spiegato - permane il conflitto strategico tra gli Stati Uniti e la Cina, il modello che sta prevalendo è quello mercantilista» il risultato è un ripiegamento sugli interessi nazionali. «Si nota, in positivo, che l'Italia sta cercando di verticalizzare le filiere e c'è attenzione al sistema bancario e ai territori» ha concluso Gagliardi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Da sinistra: Diego Minonzio, Alberto Novarese, Paolo Magri e Francesco Gagliardi FOTO GISPI



Paolo Magri dirige Ispi-Istituto per gli studi di politica internazionale



Alberto Novarese, imprenditore

Saper reagire con creatività «È necessario adattarsi»

«È un'utopia la re-industrializzazione degli Stati Uniti. È irrealistico immaginare che si possa rigenerare un tessuto manifatturiero quando è quasi estinto e sono scomparse le competenze che lo rendono possibile», ha detto Alberto Novarese, presidente Saati, nel corso della tavola rotonda, condotta dal direttore La Provincia di Como Diego Minonzio, con le testimonianze aziendali di

Viola Verga, consigliere di amministrazione di Sacco, e Walter Pozzi, presidente Cda di Saip. Tre imprese comasche rappresentative per la loro internazionalizzazione ed esposizione sui mercati globali.

Saati esporta per il 90% della sua produzione e si avvale di 17 filiali in tre continenti, il primo annuncio dei dazi degli Stati Uniti hanno avuto una ripercussione immediata sulle scel-

te commerciali dell'azienda.

La Saip, che aveva come interlocutori la Russia e l'Ucraina, ha investito negli Usa, per conoscere il mercato dal suo interno.

Capacità di reazione e creatività sono quindi le caratteristiche richieste agli imprenditori in questi tempi interessanti e mutevoli. «Non è l'epoca dei business plan - ha fatto sintesi Viola Verga - ma questo è il nostro mondo e il nostro tempo, è necessario adattarsi ed evolversi per non scomparire e perché nel cambiamento - ha ricordato - si rivelano le opportunità». **M. Gls.**