

O lume „Made in China”

Germania tocmai a pierdut, în fața Chinei, titlul de cel mai mare exportator al lumii. Bătălia dintre Europa și Asia se dă zilnic, în biroul fiecărui producător european care s-a luptat vreodată cu un produs chinezesc. De Diana-Florina Cosmin



Pentru Viorica Mincu (56 de ani), vestea că exporturile chineze le-au devansat, pentru prima oară, pe cele europene, nu a fost nici pe departe o surpriză. Deși atinsese și cifre de afaceri de 10 milioane de euro pe an, Viorica a închis, în 2007, fabrica de produse textile pentru casă și grădină pe care o conducea din 1993 și care funcționa, în procent de 90%, pe bază de exporturi către țările UE.

Motivul? Nu mai putea face față concurenței chineze, în condițiile în care partenerii săi de afaceri, austrieci și germani, se așteptau la prețuri la fel de mici precum cele din China.

„Am funcționat și la profit zero și prețul tot nu era suficient de mic pentru ei, deși produsele mele erau din bumbac, iar cele chinezești erau sintetice”, își amintește femeia de afaceri, care nu vrea să mai audă de producție și s-a reorientat, în

prezent, spre o activitate de consultanță. S-a resemnat cu gândul că produsele chinezești, indiferent de calitatea lor, vor învinge în cele din urmă, datorită prețurilor imposibil de concurat în Europa: „China a învins în fața producătorilor europeni de textile. Să vedem cine urmează”.

ETICHETĂ ÎN IDIOGRAME. Un raport al Organizației Mondiale a Comerțului (OMC) arată că din China au plecat, spre restul lumii, produse în valoare de 521,7 miliarde de dolari în primele șase luni ale anului 2009. Din Germania - cel mai mare exportator al lumii din 2003 înapoi - produsele de export au însumat 521,6 miliarde de dolari.

Diferența de 100 de milioane de dolari poate părea nesemnificativă pe hârtie. În spatele cifrelor stau, însă, afacerile câtorva zeci de producători europeni, asemeni Vioricăi Mincu. „Ghinionul” Germaniei

reprezintă, în această perioadă de criză, oportunitatea perfectă pentru China, care poate oferi produse mult mai ieftine față de produsele germane de top. Chiar și după terminarea crizei, Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) previzionează o creștere a raportului dintre comerțul exterior chinez și cel mondial, de la valoarea de 8,7% din prezent, la cea de 10%.

Să devină China, oficial, „marea fabrică a lumii”? Marea provocare a chinezilor rămâne creșterea calității produselor și a ponderii exporturilor cu valoare adăugată mare. Miza exclusivă pe un preț cât mai mic nu poate merge la nesfârșit, deși, apreciază Viorica Mincu „devine tot mai greu pentru europeni să oprească un tăvălug pe care ei înșiși l-au pornit, mutând activitățile de producție în China”. În meciul Asia - Europa, scorul este, deocamdată, unu la zero. **F**