



A rischio i mercati emergenti

# Il mal d'euro manda in rosso i bilanci dei campioni d'export

*Dalla Unilever all'Adidas, i prodotti delle multinazionali europee sono troppo cari nel mondo. Per la forza della moneta unica sul dollaro*

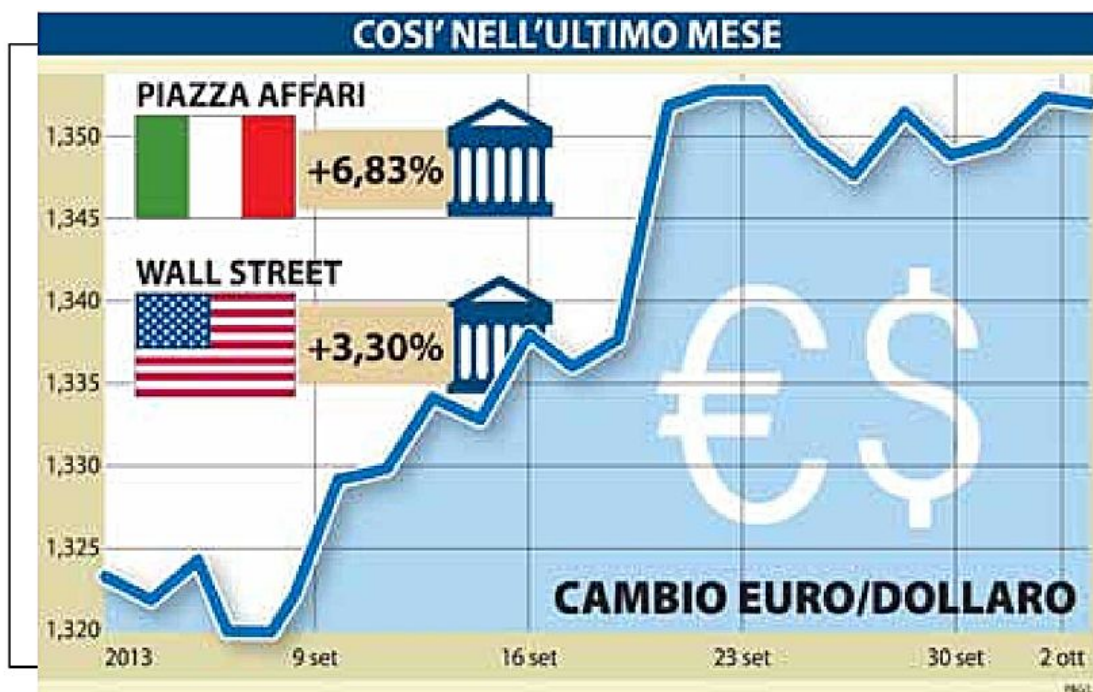
■ ■ ■ UGO BERTONE

■ ■ ■ L'allarme l'ha lanciato martedì mattina nientemeno che l'Unilever, un dei colossi mondiali del consumo: l'utile del terzo trimestre sarà ridotto rispetto alle previsioni di almeno un punto percentuale a causa della forza dell'euro. L'annuncio ha suscitato un certo allarme perché non capitava da cinque anni che l'Unilever (azienda solidissima, comunque in utile) non riuscisse a centrare i suoi obiettivi. Inoltre, il gruppo anglo-olandese, che realizza più di metà delle vendite nei Bric (India, Thailandia, Brasile e Russia) paga le conseguenze della frana che ha investito gli emergenti l'estate scorsa, quando sembrava imminente un cambio di rotta della politica monetaria americana. Ma oggi, a far tremare i vertici delle compagnie del Vecchio Continente è il rafforzamento dell'euro nei confronti del dollaro, scivolato a quota 1,3604, ai massimi dallo scorso febbraio.

E così si profila, in vista dei bilanci 2013, una doppia congiuntura negativa per le aziende europee: un terzo trimestre di profitti in calo sui nuovi mercati cui, circostanza ancor più negativa, si

aggiunge la prospettiva di dover competere sul mercato Usa a prezzi crescenti. Un bel guaio, visto che l'Unione europea affida all'export buona parte delle sue speranze di ripresa. Non a caso Mario Draghi, dopo il direttorio della banca centrale, ha voluto sottolineare che «la Bce è senz'altro attenta agli sviluppi dei tassi di cambio». Senza poter far molto, in realtà, visto che il dollaro continua a scendere sotto la spinta del braccio di ferro tra Casa Bianca e Congresso sul tetto del debito.

Ma la spinta al rialzo di esaurirà se e quando a Washington si troverà un accordo? E, nel frattempo, fin dove si può spingere l'euro forte? Alla prima domanda, Alessandro Fugnoli di Kairos risponde così: «È possibile che la salita dell'euro continui ancora per qualche tempo. Anche sul cambio - spiega - in Europa si fa quello che vuole la Germania e i tedeschi hanno la tendenza, quando le cose vanno bene, ad allargarsi un po' e a compiacersi della forza della loro valuta». Ben diverso il discorso per l'Italia, come per il resto del Sud Europa. «È difficile credere a una ripresa duratura dei consumi interni o ad un allentamento della politica fiscale. Perciò restano solo le esportazioni. Ma un euro troppo



forte non sarà certamente d'aiuto». Ma fino a quanto può scendere il dollaro? Secondo gli esperti la moneta Usa è destinata a dare l'assalto a quota 1,40. Poi, nel caso di accordo sul debito, il dollaro potrebbe imboccare la strada della discesa fino a 1,31 o giù di lì. «Nell'ultimo anno – spiega Mario Noera, docente di Economia dei mercati finanziari in Bocconi – le banche centrali hanno gestito le tensioni con successo: le quotazioni corrono su un binario abbastanza contenuto, tra 1,30 e 1,40. La politica monetaria, sia quella praticata dalla Fed o dalla Bank of Japan, sia quella solo annunciata dalla Bce è l'unico elemento certo in un quadro di grande incertezza».

Un quadro in cui l'Italia più vi-

vace, quella che esporta, rischia di perdere qualche colpo nei prossimi mesi, già non facili. Sul fronte del dollaro, l'incertezza si sta facendo sentire, ad esempio in Luxottica (-9,5%), per cui l'area dollaro è il primo mercato mentre gli emergenti (+23% i ricavi nell'ultimo anno) sono l'area a maggior tasso di sviluppo. L'euro forte è una doppia complicazione pure per il gruppo Fiat: vuoi per il minor impatto degli utili Chrysler sul consolidato, vuoi (non meno importante) le forti oscillazioni del real brasiliano, scivolato fino al 15% nel corso dell'estate. Per ottenere la revisione degli obiettivi di bilancio Fiat occorrerà attendere la fine del mese. Per ora, tanto per avere un'idea del possibile impatto,

basti dire che Renault, forte in Russia e Argentina, ha calcolato che la svalutazione del peso argentino comporterà una perdita di 242 milioni di euro.

Ma la lista delle aziende che rischiano di rifare i conti viste le oscillazioni di questi mesi è lunga. A partire dal settore lusso, dove aziende come Salvatore Ferragamo hanno alzato i prezzi (8-10%) nelle boutiques europee per abbattere le differenze con i listini in Asia o Sud America. Ma per molte griffe, ammonisce Luca Solca, reponsabile della ricerca azionaria sul settore di Exane, questo non sarà sufficiente ad evitare la sorte di Adidas che ha già fatto sapere che l'effetto cambio sul rublo ed il real brasiliano peseranno sui suoi conti.