

LA PAROLA ALL'ESPERTO

CONDIVIDI:

[Facebook](#)[Google](#)[Yahoo](#)[Twitter](#)[Altri](#)

Investimenti cinesi all'estero – di Lorenzo Stanca

L'ATTESA NON MATERIALIZZATA

Milano, 24 apr. - Arrivano i Cinesi. È da mesi che se ne parla: analisti ed osservatori economici attendono da tempo l'annuncio di acquisizioni e investimenti diretti cinesi nel nostro Paese e in Europa. Le pagine di quotidiani e periodici occidentali, ed anche italiani, si sono riempite nei mesi scorsi di storie relative a possibili acquisizioni in arrivo dalla Cina, a volte anche facendo riferimento a target dai nomi prestigiosi. E in effetti qualcuno di questi annunci è arrivato, si veda l'acquisizione della Volvo da parte della Geely. La corsa all'investimento estero da parte dell'economia cinese ha una data di partenza precisa: il 2002. E' in quell'anno che il governo di Pechino lancia la politica del Go Abroad, che sprona in vari modi le aziende locali ad andare a fare acquisizioni oltre frontiera. Ed è da questo genere di stimoli che nascono operazioni come l'acquisizione da parte della Lenovo della divisione Personal Computer della IBM, che conquistano le prime pagine in tutto il mondo. Ma è solo dal 2007 che gli investimenti diretti cinesi all'estero compiono un vero balzo e cominciano ad avvicinarsi come dimensione al flusso di quelli in entrata in Cina. Con l'esplosione della recessione e dinnanzi al progressivo rafforzarsi dell'economia cinese, da più parti si è previsto un forte aumento delle acquisizioni cinesi, anche in Italia. Ed è cominciata l'attesa.

Ma è probabile che almeno per il momento questa attesa vada assumendo le caratteristiche di quella di Giovanni Drogo, il protagonista del deserto dei Tartari, che aspetta a lungo la grande invasione che mai si materializza.

Dopo gli anni di crescente interesse per le acquisizioni all'estero, e in particolar modo per gli investimenti in Europa e negli Usa, negli ultimi mesi si è registrata una brusca inversione di tendenza, e sono molti i casi in cui i vertici di aziende hanno deciso di rifocalizzarsi sul business domestico e di mettere in frigorifero i piani di espansione internazionale.

Alla base di un atteggiamento di questo tipo vi è senza dubbio la grande crisi e la marcata differenza che si registra nei percorsi di uscita dalla recessione: in forte ripresa la Cina e altri paesi di recente industrializzazione, perdurante incertezza e crescita attesa comunque contenuta per le economie mature. Di fronte all'aprirsi di questa forbice, nelle board room della Cina si va diffondendo la convinzione che anziché lanciarsi in progetti complessi e dalle prospettive poco entusiasmanti, quali le acquisizioni di aziende Usa o europee, sia preferibile concentrarsi sullo sviluppo di un mercato domestico che promette ancora di dare importanti soddisfazioni.

E le posizioni di chi spinge per procedere comunque sulla strada dell'internazionalizzazione non sono certo supportate dai risultati conseguiti finora da chi questo passo lo ha compiuto: i casi di insuccesso sono nettamente in maggioranza, complice ovviamente l'evoluzione sfavorevole del ciclo economico, ma in alcuni casi anche l'inesperienza dei cinesi nel gestire situazioni e mercati per loro del tutto nuovi.



La frenata in atto non riguarda i progetti relativi all'acquisizione di fonti di energia o di materie prime. Su quella strada gli operatori cinesi lavorano già da tempo ad assicurarsi approvvigionamenti certi ed a buon mercato e non si prevede un rallentamento del flusso di investimenti diretti esteri di questa natura. Ma sul fronte delle acquisizioni e degli investimenti diretti di natura industriale o relativi al settore dei servizi il ripensamento c'è. Le aziende cinesi non si ritengono in grado di gestire fasi di difficoltà e processi di razionalizzazione. Investono quando percepiscono che ci sono spazi per crescere, possibilmente da subito. Sono interessate a marchi, tecnologie, fette del mercato europeo. Sono anche disposte a pagare prezzi significativi. Ma non intendono giocare il ruolo del razionalizzatore. Dobbiamo dunque dire addio agli investimenti delle aziende cinesi in Europa e nel nostro Paese? Non si tratta di uno scenario verosimile. Quanto durerà, allora, la stasi? Difficile dirlo. Con buona probabilità quando, sperabilmente nel giro di tre-quattro trimestri, nel cielo sull'economia europea sarà tornato a prevalere sereno si tornerà a parlare, e spesso, di acquisizioni Made in China.

di Lorenzo Stanca

Lorenzo Stanca, salernitano, 47 anni, tra i founding partners di Mandarin Capital Partner, il fondo di private italo-cinese che ha cominciato ad operare a fine 2007, Lorenzo Stanca vanta una carriera venticinquennale in istituzioni finanziarie di alto profilo. Precedentemente all'esperienza di Mandarin, Stanca era stato responsabile delle Strategie Operative al Sanpaolo Imi. Al Sanpaolo era arrivato nel settembre del 2005 proveniente dal gruppo UniCredito dove era stato Capo dell'ufficio studi e poi capo dell'area mercati in UniCredit Banca Mobiliare, la banca di investimento del gruppo, di cui era stato uno dei fondatori.

E' presidente dal 2006 del Gruppo Economisti di impresa, l'associazione italiana degli economisti che lavorano in azienda sia negli uffici studi che in altre posizioni. Lorenzo Stanca è autore di numerosi paper su riviste accademiche e co-autore di libri di economia e finanza (di recente è stato tra gli autori di "Cina: la conoscenza è un fattore di successo" e "L'elefante sul trampolino" pubblicati dall'Arel), oltre a pubblicare frequentemente articoli su riviste e giornali economici.

La rubrica "**La parola all'esperto**" ha un aggiornamento settimanale e ospita gli interventi di professionisti ed esperti italiani e cinesi che si alternano proponendo temi di approfondimento nelle varie aree di competenza, dall'economia alla finanza, dal diritto alla politica internazionale, dalla cultura a costume&società. Lorenzo Stanca cura per AgiChina24 la rubrica di economia e finanza.



[Stampa](#)



[Invia ad un amico](#)

CONDIVIDI:

[Facebook](#)

[Google](#)

[Yahoo](#)

[Twitter](#)

[Altri](#)



COPYRIGHT 2011 AGI S.p.A. - Partita IVA: 00893701003