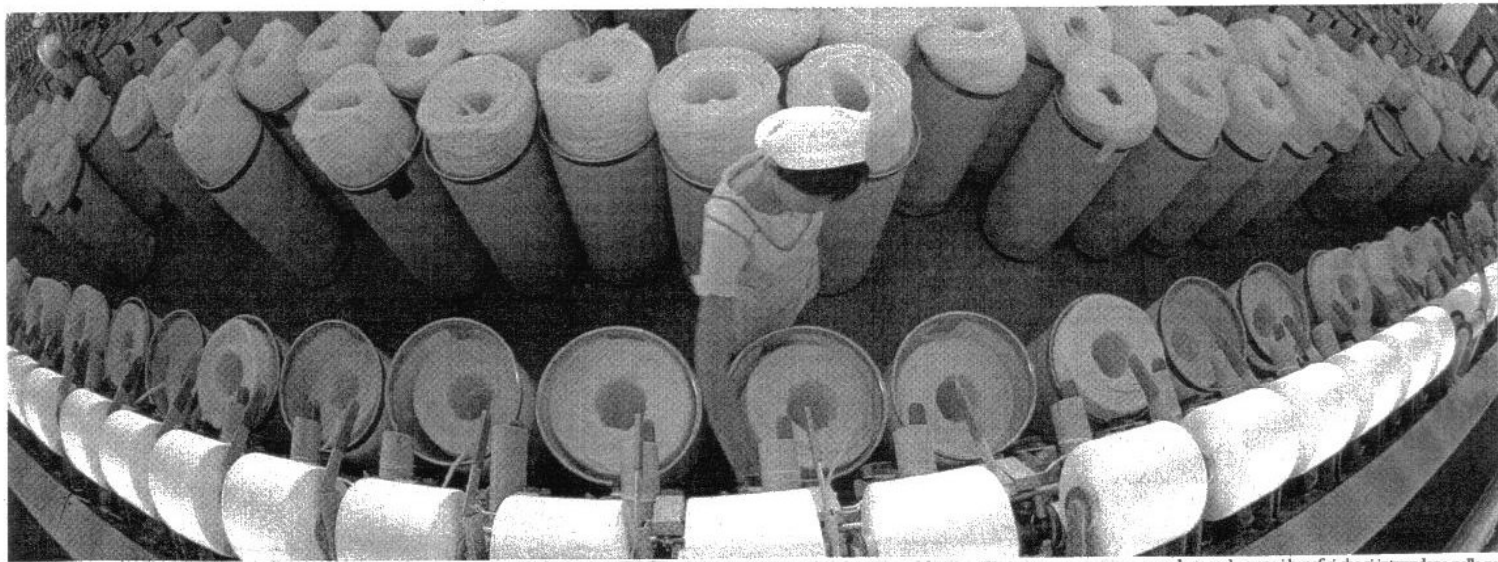


Quanti sono, come lavorano e cosa vogliono i piccoli imprenditori dell'Impero celeste

# La Cina e i nuovi ricchi. Così simili agli italiani



ALBERTO FORCHIELLI

Nel 1974, i contadini di un piccolo villaggio dello Shaanxi, stavano scavando dei pozzi per lottare contro la siccità. Nel corso dei lavori, dissotterrarono molti frammenti di ciò che oggi è conosciuto in tutto il mondo come l'Esercito dei guerrieri di terracotta. I guerrieri di terracotta sono conosciuti come "l'ottava meraviglia del mondo" e sono oggi un'opera d'arte di grande valore. Uno dei generali di questo famigerato esercito, ottomila in tutto, creati per ordine del primo imperatore della Cina, seppelliti più di 2000 anni or sono, fu modellato a guida del generale Kuan Kung, il cui alto livello di integrità e lealtà distinse per sempre dagli altri guerrieri. Incarnando per secoli "l'azione retta" è anche conosciuto come il Dio della sapiente integrità, della giustizia, dell'onestà e della virtù ed è stato venerato da moltissimi a partire dagli imperatori di tutte le dinastie, dai soldati, dai praticanti delle arti marziali, dalla gente comune, ma soprattutto è stato adottato come simbolo da un partitico esercito in avanzata, ancorché per nulla di terracotta: quello dei nuovi imprenditori cinesi. Portatore del vessillo del coraggio, della lealtà e dell'integrità, della sapienza al servizio dell'etica, morale e retto, Kuan Kung impersona quelle caratteristiche che il nuovo imprenditore cinese ama o amerebbe mostrare di sé al resto del mondo. E soprattutto autodefinisce la vasta schiera degli imprenditori cinesi, come un solido esercito in continua avanzata.

**Oggi gli imprenditori sono 3,2 milioni, ma arriveranno presto a cento**

Se risultasse pressoché impossibile stabilire "quanti" siano esattamente i *business men* del nuovo corso imprenditoriale cinese, fra nuovi miliardari (la lista dei 400 più ricchi dei quali in bella vista nella classifica di Forbes, quindi facilmente tracciabili) e imprenditori privati frutto della politica governativa locale degli ultimi dieci anni, votata a favore lo sviluppo dell'impresa privata dopo anni di monopolio statale, un po' meno difficile è stabilire che proprio quest'ultima, cioè l'impresa privata della repubblica popolare cinese, contribuisce da sola a un buon tre quarti del Pil nazionale: il cuore tumultuosamente pulsante, quindi, della ricchezza dell'intero paese.

Dati comunque variabili danno (considerando anche le imprese statali) come 3,2 milioni gli imprenditori della repubblica popolare cinese, mentre si può ipotizzare intorno agli 1,9 milioni il numero degli imprenditori a capo di società esclusivamente private. Ma al di là del dato numerico la domanda interessante, nel panorama di un paese in così costante e corroborante protettiva evoluzione sociale ed economica, è proprio: chi sono gli imprenditori cinesi a capo di imprese private?

Wu Kegang, presidente della Yunnan Hong Wine, un produttore di vino e alcolici nel sud-est della Cina, usa dire che i piccoli/medi imprenditori cinesi sono condannati o ad essere le concubine delle imprese ancora possedute dallo stato oppure a far da amanti alle multinazionali. Un partner con

**Detestano la burocrazia. Lavorano tanto. Imparano in fretta. Aggrediscono i nuovi mercati. Sono i milioni di piccoli imprenditori cinesi. Meno del 5 per cento ha più di 500 dipendenti. Come gli imprenditori del nostro Nord-est.**

il quale convivere in armonia e senza sottomissione, nell'ottica delle imprese occidentali, potrebbe quindi essere la piccola impresa locale. Con un rapporto di risparmio/investimento sul Pil pari al 50%, quindi con un'abnorme propensione al risparmio del cittadino cinese, quale che sia il settore industriale valutato, prima o poi l'industria cinese raggiungerà la sovraccapacità produttiva, con conseguenza di una scarsa domanda interna di beni di consumo, o comunque del rapido raggiungimento della soddisfazione della stessa, e un volume di capacità di investimento che il mondo occidentale non ha mai nemmeno potuto immaginare, nella propria storia (40-45% del Pil). Consideriamo, poi, che i profitti delle imprese industriali cinesi non sono mai macroscopici, anzi sono, di fatto, appena superiori al 5% sulle vendite.

Il problema, quindi, del rapporto economico della Cina con l'Occidente non è tanto che ci siano 700 milioni di lavoratori disposti a lavorare per meno di 100 dollari al mese, quanto invece che sullo stesso suolo nazionale si possano contare 100 milioni di potenziali imprenditori dotati di grande energia, saggezza, intelligenza e tenacia: l'esercito dei guerrieri di cui si parlava, altrettanto cinese, altrettanto riemerso, ma potenzialmente molto più solido di quello di terracotta celebrato il tutto il mondo.

L'imprenditore della Pmi cinese - candidato ideale di partenariato con l'equipollente imprenditore occidentale, a caccia di collocazione sia geografica che societaria sul suolo della Repubblica popolare cinese - si autofinanzia con risparmi propri e famigliari e raramente ricorre al credito bancario, proviene per lo più da esperienze in imprese straniere ed in joint ventures, è mediamente giovane e ben erudito, quasi sempre laureato ed è il protagonista di quella che viene definita una fuga di cervelli al contrario: un terzo degli imprenditori cinesi si è formato presso università e più o meno brevi esperienze lavorative all'estero, propedeuticamente allo scopo di riportare la propria conoscenza in patria. Fortissimo quindi, come d'altro canto palesemente visibile, il nazionalismo dei giovani cinesi in affari. Così come fortissimo il legame alle radici della tradizione sociologica su cui il paese - modernamente antichissimo - si fonda: solamente meno del 5% delle aziende private ha più di 500 dipendenti, l'imprenditore li tratta con rispetto ed ha potere onnipotente all'interno del processo decisionale, ma non è ricambiato da parte dei subalterni di altrettanta lealtà; vive e dorme per la e nella azienda ed ha ben radicato il concetto di quanto il business basato sulla famiglia sia un bonus pressoché imprescindibile per l'assetto manageriale della società privata cinese.

Il giovane scaltro imprenditore cinese ha una capacità di costruire e gestire reti di alleanze con le aziende che of-

frono risorse e possibilità complementari, ossia i fornitori, i governi, ancorché con i concorrenti. Grazie alla formazione cosmopolita, fusa con il potenziale arcaico della tradizione, ha capacità di apprendere rapidamente e mettere in pratica nuove idee, sapendole filtrare con il buon senso popolare e la ponderazione che precede un'azione netta e decisa. È, in due parole, flessibile ed adattabile, riesce con disinvoltura a adattarsi sia a circostanze in rapido mutamento, sia alle sottili differenze locali nel comportamento dei consumatori, della concorrenza anche attraverso strategie poco ortodosse all'occhio dell'osservatore occidentale. È una questione di cultura "sociologica", una sorta di antropologia del *business*: se vendono la propria attività, gli imprenditori cinesi ottengono il profitto e replicano la medesima struttura tecnico-produttiva dall'altro canto della strada; copiare per loro, ad ogni livello, sia di design che di ingegneria produttiva, è in realtà apprendere e rapidamente mettere a frutto nuove cognizioni ottenute, quindi completamente morale e lecito.

Dove si enfatizzano problematiche culturali che sono considerate deleterie, descrivendo l'imprenditore cinese - ma che non necessariamente lo sono - è solo nel "luogo" del punto di incontro fra le due culture imprenditoriali, quella cinese e quella occidentale, quindi nei partenariati fra Pmi dei due lati opposti del mondo. Gli imprenditori europei accusano i colleghi cinesi di volubilità, di contraddittorietà delle loro azioni, di rigidità e infideltà, di mancanza di competenza e, ancora, di utilizzare metodi contabili che confondono il partner occidentale. Gli imprenditori cinesi deplorano lentezza e burocrazia del processo decisionale nelle imprese europee, anche quelle piccole e medie. La controparte imprenditoriale europea parlerebbe molto e agirebbe poco, il potere decisionale troppo frammentato quindi poco efficace. Tra questi motivi di insoddisfazione si nascondono in realtà parecchi degli stereotipi e caratteristiche che mostrano stili e modi sorpassati, retaggio comune da cancellare tanto a occidentale che in oriente. Da entrambe le parti ci sono comunque abitudini poco indicate ad un fidanzamento economico fra Pmi sino-occidentali, che dovranno con certezza essere abbandonate.

In Cina, il business si sta velocemente modernizzando seguendo il passo della globalizzazione. Per quanto si senta ripetere che trattare con potenziali partner cinesi significa sottoporsi a interminabili discussioni ed esasperanti processi di socializzazione tra ristoranti e sale riunioni, se le parti in gioco puntano all'innovazione non basta aver coltivato buone relazioni: entrambe debbono dimostrare di possedere un solido bagaglio tecnico e commerciale e di essere capaci di apportare vantaggi tangibili all'alleanza. La sfida è grande, ma

non lo sono da meno i benefici che si intravedono nella posta in gioco. C'è sul piatto un buon bottino cui anche le nostre piccole e medie imprese potranno attingere se resteranno sorde al canto delle sirene del protezionismo per ascoltare le voci delle piccole imprese cinesi che vogliono liberarsi dai lacci stretti e dai rapporti penalizzanti che le legano alle multinazionali e alle imprese statali.

Infine l'imprenditore cinese è per lo più maschio (per oltre il 77% del totale), ma non lo è esclusivamente, mentre la quota di imprenditrici che "si getta nel mare abbandonando la ciotola di ferro" (dove la ciotola era il vecchio impiego statale garantito, da una dichiarazione di Ma Xuezheng, ex interprete di Deng Xiaoping ed ora direttore della Lenovo, proprietaria del settore pc della Ibm) aumenta dal 2000 ad oggi in maniera lenta ma inesorabile.

La nuova imprenditoria femminile spicca in maniera inedita per caparbia, determinazione e sostanziale avidità di denaro, in barba all'antica filosofia confuciana - vero nemico da abbattere, ma questo non solo in Cina - che considera l'uomo in quanto maschio un essere superiore. Secondo una curiosa classificazione del corrispondente dalla Cina della Repubblica, Federico Rampini le nuove capitaliste del potere economico sono di tre tipi: le «rampanti» legate a filo doppio ai vertici di governo (così come i colleghi maschi); le «sordomute» che adottano negli affari un basso profilo per evitare d'incrociare i poteri forti e, infine, le «sfidanti» che fanno politica a livello locale, utilizzando le loro risorse anche per pagare, ad esempio, le tasse ai loro dipendenti.

Femmine o maschi che siano, comunque, i "generali/imprenditori" dell'esercito dei guerrieri cinesi - per nulla di terracotta - sono bene che sono destinati a comandare il mondo e sanno bene determinati a non lasciarsi sfuggire l'opportunità di farlo. Né di portare i propri capitali all'estero. Devono solo produrre, devono mantenere intatta la loro "genetica" determinazione ad aggredire i mercati mondiali («l'unica ragione per cui in tanti mercati ci sono ancora imprese occidentali è perché noi lì non ci siamo ancora arrivati»); devono solo continuare a lavorare tranquillamente nel loro paese, perché diversamente per loro non sarebbe facile, in quanto poco adattabili ad altre culture nel lungo periodo (non hanno peraltro bisogno di viaggiare per vendere, perché allo stato dei fatti i grandi *business* del mondo globale frequentano regolarmente le grandi fiere di Shanghai, Canton e Pechino); devono solo continuare a fare gli imprenditori in una contingenza nella quale hanno la struttura di costo più efficace ed efficiente del mondo, quindi in maniera abbastanza facilitata.

Ed hanno, di fondo, un segreto: hanno sofferto, hanno sete di rivincita, quasi di "ricostruzione", vengono da un'esperienza di privazione e limitazione, a volte anche di vera e propria "prigionia" intellettuale, economica, quand'anche non letterale. Sono i candidati naturali a un enorme e tumultuoso boom economico e sociale. Non fu forse così anche per i nostri padri, nell'Italia dell'immediato dopo guerra?

**La nuova imprenditoria femminile spicca per avidità e aggressività**

**L'impresa privata contribuisce ormai a tre quarti del Pil nazionale**