

Il viaggio di Monti, i rapporti commerciali affidati alle cooperative, la gestione di bar, ristori. Il rapporto con questo immenso paese è sempre più stretto e importante, imprescindibile.

Una cultura vista sempre più

Il presidente del consiglio Mario Monti gli ultimi giorni di marzo è volato in Cina per stringere nuovi accordi commerciali e rinforzare la collaborazione economica tra i due Paesi: «L'Italia vede nella Cina - ha detto il premier italiano - un importantissimo partner strategico e intende rafforzare il più possibile la già ottima collaborazione».

Il console generale della Repubblica Popolare di Cina in Milano, signora Liang Hui, che ha competenza anche per l'Emilia-Romagna, ha "ricambiato la cortesia" ed è stata ricevuta dal sindaco di Dozza, Antonio Borghi, per una visita alla cittadina (nella foto in basso a destra a pagina 3). Enoteca, rocca, Muro dipinto.

A Dozza vi è una presenza significativa, qualificata e ben integrata nel territorio della comunità cinese, che conta attorno alle 200 persone fra residenti e domiciliati, per lo più a Toscanella e cinque aziende di imprenditori cinesi.

Anche nel resto del territorio della diocesi la presenza numerosa di cittadini cinesi è evidente. Bastano alcuni numeri legati alle attività commerciali: nel solo comune di

Imola sono presenti tre ristoranti (2 in centro storico e uno in periferia), mentre i bar gestiti da cinesi sono 9 (6 in centro storico). Anche tra gli ambulanti, anzi in modo ancora più massiccio che tra gli esercizi con sede fissa, la presenza cinese è importante. Tra le 325 autorizzazioni per i mercati (centro, Pedagna, Zolino, Sesto Imolese) sono 61 quelle rilasciate a cittadini di nazionalità cinese, a cui si devono aggiungere le gestioni affidate ad essi da titolari di altre nazionalità.

L'amicizia tra il territorio imolese e la Cina poggia su solide basi, che risalgono agli anni '70 del Novecento, come conseguenza della svolta impressa dal ministro degli esteri Aldo Moro nei rapporti politici, economici e diplomatici italo-cinesi, a seguito del riaccoglimento delle relazioni diplomatiche tra i due paesi (1970).

Il ministro Moro integrò la normale attività diplomatica con un'azione specifica per lo sviluppo dei rapporti tra i due paesi. Il compito lo affidò a Vittorio Colombo, politico cattolico,



parlamentare, senatore, ministro, e infine presidente del senato (1925-1996).

I rapporti commerciali Imola-Cina viaggiano prevalentemente e storicamente sui binari delle cooperative Sacmi e Ceramica d'Imola. Come racconta il vicepresidente della Cooperativa Ceramica Stefano Santi, «il nostro rapporto con il mercato Cinese è iniziato circa 12 anni fa, ed il primo approccio in quelle aree non fu sicuramente entusiasmante, per via delle poche conoscenze che avevamo, ma sicuramente per la mancanza

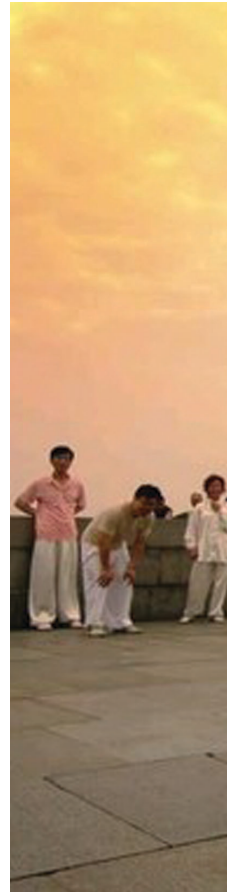
da parte nostra di una strategia univoca.

Non ci era chiaro se delocalizzare la produzione in Cina di alcune linee di prodotto da vendere sul mercato locale oppure importare in Cina solo materiale made in Italy. Quest'atteggiamento ambiguo sicuramente non facilitò il rapporto fiduciario con i vari clienti con cui commercializzavamo a quel tempo. Dopo un paio d'anni decidemmo di focalizzare le nostre energie su una strategia chiara, puntando sul Branding, il made in Italy, sulla nostra storia centenaria, sulla qualità del prodotto e del servizio.

Il nostro sviluppo/successo sul mercato cinese, è da attribuirsi a molteplici fattori determinanti:

Il più importante è quello d'aver rafforzato negli anni il rapporto con il nostro partner locale (oggi diventato il nostro distributore in esclusiva su quei territori e sviluppando la teoria del "guanxi") (rapporto interpersonale). La relazione è determinante e componente fondamentale della nostra leadership di settore, gestendo oltre il 60% delle esportazioni italiane. Questi dodici anni di attività in collaborazione con il nostro partner ci hanno permesso d'essere oggi presenti in sessantacinque città con oltre 120 sale mostre Monomarca. L'importanza strategica che noi attribuiamo a questo mercato e il rapporto di "partnership" consolidato negli anni, ci ha portato ad avere un filo diretto quotidiano con il nostro interlocutore cinese».

I rapporti tra Cina e il nostro territorio sono molteplici e non solo economici. Un esempio è il viaggio dell'indagine conoscitiva realizzata su Santa Maria in Regola che in occasione dell'esposizione mondiale di Shanghai del 2010 ha fatto conoscere il territorio imolese.



Recuperare autorevolezza e attrarre i capitali con "i gioielli di famiglia"

Una frase carpa al premier cinese Hu Jin Tao durante un colloquio con Monti a Seul - quindi prima della sua tappa in Cina - aveva alimentato aspettative presto sconfiniate nelle illusioni. Il leader cinese aveva assicurato il suo intervento presso la comunità d'affari del suo paese per indurla a investire in Italia. Imprenditori pubblici e privati di Pechino sono effettivamente sensibili alle raccomandazioni politiche. Inoltre, in via di principio esiste un interesse cinese verso l'Italia. L'incontro di queste due situazioni potrebbe in realtà stimolare un flusso di denaro, con conseguenze benefiche su reddito e occupazione nel nostro paese.

Per non essere tuttavia colti tra l'eccessiva speranza e la conseguente delusione, è opportuno passare al vaglio le ambizioni di Pechino. Si rischia altrimenti di consegnare al dimenticatoio in poche settimane aspettative concrete. In sostanza, la Cina può scegliere 3 impieghi in Italia per i suoi fondi: titoli di stato, infrastrutture, asset aziendali. Tutti hanno una giustificazione economica, che va tuttavia messa in relazione con le opinioni cinesi. Il paese ha bisogno di migliorare industrialmente, di sostituire un'economia basata su sterminati investimenti, di acquisire sofisticazione tecnologica. Ma deve anche cambiare l'approccio al business internazionale, affinare le conoscenze, selezionare le priorità, essere maturo per il rischio.

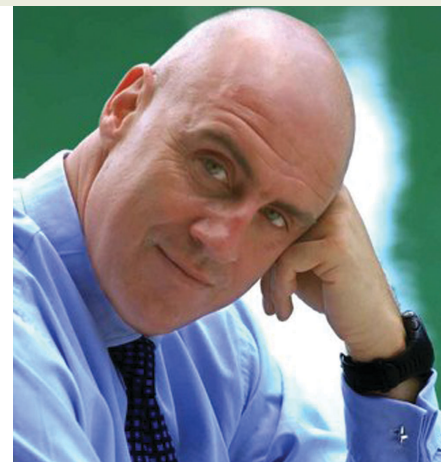
Per i bond italiani, almeno fino ad ora, l'accoglienza è stata tiepida. La Cina non si sente pronta ad affrontare l'instabilità e la fluttuazione dello spread. Si rifugia in acquisti sicuri, ma se avesse osato acquistare titoli italiani con alti tassi d'interesse avrebbe registrato un alto capital gain. Su questo terreno la missione di Monti è stata nevralgica. Doveva restituire credibilità e autorevolezza al governo del paese perché la fiducia è il magnete più forte per la Cina. Un tasso d'interesse alto non è infatti sufficiente a stimola-

re gli acquisti se i titoli vengono percepiti sulla soglia del precipizio. Il compito del Primo Ministro era spostare l'immagine dell'Italia da pericolo a opportunità, da problema per l'Euro a sua soluzione. La strada intrapresa è buona, ma appare lunga per cambiare l'atteggiamento cinese. Pechino sembra ancora riluttante a comprendere che probabilmente l'Euro ha allontanato lo spettro della caduta e in questo la sua scarsa lungimiranza trova l'espressione più evidente.

La situazione si è confermata ancora più grigia per le infrastrutture o le utilities da acquistare. La prudenza cinese si scontra con l'instabilità politica, il peso della burocrazia, la lentezza della macchina amministrativa. Non è immaginabile vedere un investitore cinese negoziare tra anticamere ministeriali o assessorati pe-

riferici. Anche le nuove opere non appaiono appetibili. Le costruzioni hanno bisogno di un forte appoggio istituzionale e gli ultimi anni hanno dimostrato il distacco cinese dalla sfera politica italiana. Avventurarsi in terreni inesplorati non è un'ipotesi praticabile. Su questo versante, non poteva essere altrimenti, Monti sapeva di trovare una strada in salita. Rimaneva dunque per la Cina il boccone più appetibile: l'acquisizione di tecnologia italiana attraverso equity aziendali. È la scorciatoia migliore per migliorare un assetto produttivo, accompagnata da enormi liquidità a fronte del credit crunch italiano. Bisogna insomma vendere i gioielli di famiglia per attrarre capitali cinesi. Essendone cosciente, Mario Monti non poteva avere ambizioni più grandi. Il suo compito era e rimane ri-

mettere ordine e ristabilire rapporti autorevoli. Al suo seguito non c'erano aziende, nella sua agenda non apparivano contenziosi gravi. Riprendere l'esperienza del 2006, quando sbarcarono in Cina le migliori aziende del Made in Italy, sarebbe stato un obiettivo praticabile, ma era tanto difficile quanto immettere nuovamente il sistema Italia su un binario organico che la situazione odierna non consente. Il nostro premier ha seminato con acume, dando in garanzia la sua serietà. La sua missione è a redditività differita, ma può contare comunque su una dotazione importante: la benevolenza e la stima Cinese, apprezzamenti rari che vengono concessi soltanto a leader di statura internazionale.



Alberto Forchielli
Partner fondatore di Mandarin Capital Partners

«Su tutela e recupero pronti a insegnare»



Come in nessun altro luogo al mondo, oggi, in Cina, sentiamo battere il cuore vivo del XXI secolo e abbiamo la percezione di essere parte attiva del presente. Ed è in questo grande paese che vediamo anche «il futuro del passato». La Cina, infatti, è depositaria di una memoria storica ricchissima paragonabile, per quantità e impatto globale dei suoi beni culturali, solo all'Italia. Ed ecco perché Cina e Italia, insieme, nella presente congiuntura internazionale hanno l'opportunità di creare azioni di grande impatto culturale ed economico nel settore dei beni culturali.

La Cina sta muovendo i primi passi nell'am-

bito della tutela, della codifica delle normative per il recupero, e delle metodologie d'intervento nelle città, nelle aree urbane e negli edifici storici. Il governo cinese e gli operatori del settore (sia a livello accademico che imprenditoriale) auspicano di poter collaborare con aziende italiane, per portare in Cina nuova tecnologia e nuovi materiali, offrire consulenza per diagnostica e progettazione, collaborare a cantieri di restauro e a progetti di alta formazione comuni.

In questo settore il territorio imolese si è fatto conoscere in occasione dell'esposizione mondiale di Shanghai 2010, quando, partecipando a un summit internazionale sul restauro architettonico nell'Università Tongji, l'amministratore unico di Meduproject Srl, Andrea Nanetti ha presentato il complesso monumentale imolese di Santa Maria in Regola come esempio di metodo d'indagine conoscitiva di un edificio storico. Qui, Santa Maria in Regola è stata apprezzata come un unicum a livello globale, dando chiara fama al territorio imolese, insegnando che gli interventi di recupero possono essere fatti solo dopo un attento studio storico e architettonico basato sui documenti d'archivio e sulle testimonianze storiche in genere riguardanti i metodi e i