

L'INTERVISTA Alberto Forchielli insegna agli imprenditori come esportare le nostre idee

'La Cina? Impariamo a capirla'

'E' l'unico modo per conquistare un mercato emergente come l'Asia'

di Maurizio Fedi

BOLOGNA — «Avevo 25 anni e uno stipendio di settantaduemila dollari... Insomma mi sembrava di avere il mondo ai miei piedi. Anche se a Santiago del Cile, nel 1981, la vita era piuttosto cara». Alberto Forchielli, nato 49 anni fa sotto le Due Torri e dall'età adulta cittadino di un mondo bipolare (America e Asia), ha ancora adesso la vita ai suoi piedi. Perché la lunga militanza da imprenditore («imprenditore di idee», precisa) non gli ha tolto la curiosità. Una vera rarità, in una multinazionale come la Cap Gemini e nelle grandi istituzioni internazionali (Banca Mondiale in testa) dove si è formato professionalmente, una volta ottenuta una laurea con lode in economia all'Università di Bologna e un master («with honors») nel prestigioso ateneo della Harvard Business School: il primo mai conseguito da un bolognese.

L'interesse sul personaggio, sullo studioso di eventi umani a tutto campo (passione ereditata dal padre, noto professore di diritto privato, Paolo Forchielli), si deve al successo che ha incontrato l'ultima iniziativa. Basti pensare che in appena sei mesi di vita Osservatorio Asia, l'associazione privata presieduta da Forchielli che tra gli alleati strategici conta Almaweb e Confindustria Emilia Romagna, ha già fatto il pieno in due corsi di formazione. Inoltre, a maggio partirà una collaborazione con Profingest per dare una «pennellata» di Asia al noto master, e altri corsi sono previsti a Macerata e Venezia. Nella città lagunare è poi in calendario il primo convegno su India e Cina, che sarà realizzato con la Fondazione Nordest. Anche se in autunno Bologna tornerà ad avere un ruolo centrale con un altro convegno, che si preannuncia degno di quelli organizzati a Villa d'Este, e nel 2006 ospiterà la seconda edizione di «Cina e India».

Com'è nata l'idea dell'Osservatorio? «Dalla semplice constatazione che i cinesi ci stanno massacrando, s'intende in termini di forza economica, e sia-

«Il Made in Italy sta perdendo colpi e l'alleanza tra giganti orientali rappresenta un pericolo per l'Europa. Per sfondare bisogna andare a fabbricare laggiù»



CACCIA ALLA TIGRE
Due immagini di Alberto Forchielli. Sopra, con gli abiti che indossa durante i viaggi in Cina, dove aiuta le imprese che cercano di conquistare l'Oriente

mo ancora in tempo per salvare il salvabile».

In che modo?
«Innanzitutto conoscendo un Paese, finora studiato dal punto di vista lavorativo solo alla Bocconi, con 1,3 miliardi di persone e tassi di svi-



luppo incredibili, dove le nostre imprese faticano sempre più ad affermarsi».

Vuol dire che il made in Italy sta perdendo colpi?
«Decisamente sì. Basti dire che il nostro interscambio sul commercio mondiale, pa-

ri al 4 per cento, si dimezza nei confronti dell'Asia. Senza contare che l'emergente alleanza tra Cina e India rappresenta un pericolo per l'Europa».

In che senso?
«Pur essendo due realtà mol-

to diverse sono complementari e, insieme, sono la metà del globo che cresce di più. Si stima che avanti di questo passo, tra un quarto di secolo il Pil combinato di entrambe sarà cinque volte quello degli Stati Uniti».

Metterebbe la mano sul fuoco su questo dato?

«No. Si tratta solo di uno scenario. In realtà nessuno è in grado di sapere come si svilupperà il modello asiatico. Anche perché è impossibile, per ovvie ragioni ambientali, che il consumismo occidentale possa toccare oltre due miliardi di individui. Come se non bastasse vi sono altre incognite».

Ce le può elencare in estrema sintesi?

«Acqua, petrolio, sperequazione sociale, stress sulle risorse primarie, Taiwan, Pakistan-India».

Vivono davvero male gli operai cinesi?

«Una volta. Oggi le loro condizioni di vita sono sensibilmente migliorate, anche se dal nostro punto di vista la Cina resta un Paese dove l'igiene è poco considerata. Incidono molto i costi di trasporto per chi va a produrre in Cina».

Praticamente nulla. Per merce di ingombro limitato la spedizione via mare nei container ha un prezzo simile a quello della tratta Milano-Roma, via camion».

Come possono sfondare in Cina le società italiane?

«Andando a fabbricare là, per rivendere in loco e in giro per il mondo i prodotti italiani 'made in China'. Avendo però sempre la consapevolezza che a Pechino 'piccolo non è bello».

Siamo interessanti per i cinesi?

«Purtroppo molto poco. L'attuale domanda s'incantra su due indirizzi prevalenti. Da un lato sui prodotti energetici, o primari, visto che già ora la Cina consuma il 50 per cento del cemento e il 36 dell'acciaio prodotto nel mondo. Dall'altro sui beni tecnologici molto avanzati, dove noi, ahimè!, non eccelliamo».

Prevalde sempre la formula della joint venture?

«Non più. Adesso si è affermata la wofe, che sta per 'wholly owned foreign enterprise', società interamente posseduta da soggetti esteri».

E' quindi diminuito il potere centrale di Pechino....

«Non proprio. La Cina è un Paese federale, dove gran parte delle risorse sono gestite dalle Province. Resta l'eccezione del Pla, del People Liberation Army. L'esercito popolare di liberazione rimane insomma molto forte».

Forchielli a Pechino cerca partner commerciali per la società bolognese di software Nch

Alla ricerca di uno sbocco a Est

BOLOGNA — In questi giorni Alberto Forchielli si trova a Pechino. Motivo? Trovare uno sbocco commerciale alla Nch di Paolo Ottani, la società bolognese di software bancario che, un anno fa, stava per quotarsi in Piazza Affari, ma vi dovette rinunciare a malincuore per il crac Finmatica (un crac che decurtò la valutazione peritale Nch del 60 per cento), di cui l'harvardiano di Bologna è consigliere. Potenziale cliente Nch è la Banca Centrale cinese; nel caso della controllata Datasystem di Par-

Finora le 24 società emiliano-romagnole che hanno una presenza a Shangai costituiscono il 78 per cento dell'export verso la Tigre Asiatica. Ma nel 2004 è stato registrato un calo del 22,6 per cento

ma, a sua volta specializzata nei software per la moda e la pubblica amministrazione, la controparte è invece l'industria tessile cinese. Tenuto conto che il comparto sta beneficiando dell'abolizione della quota fissa di importazioni, entrando così a pieno titolo in un mercato di

libera concorrenza. Finora, le 24 società dell'Emilia Romagna che hanno una presenza importante a Shangai rappresentano il 78 per cento dell'export verso la Tigre asiatica (complessivamente pari nel 2003 a 40 milioni di euro). Si tratta di attori di primo piano del calibro di Ima, Faac, Brevini, Sacmi, Bonfiglioli, come si sa attivi nei settori del packaging e delle macchine utensili. Per giunta nel 2004, dopo un triennio di crescita media annua dell'export regionale pari al 15 per cento, si è registrato un calo del 22,6 (+28,9 le importazioni emiliano-romagnole dalla Cina). Come dire, sull'esempio della forza d'urto dell'impresa tedesca, che aziende avanzate come Nch hanno tutte le carte per fare la fortuna loro e della Regione in Cina.

m. f.