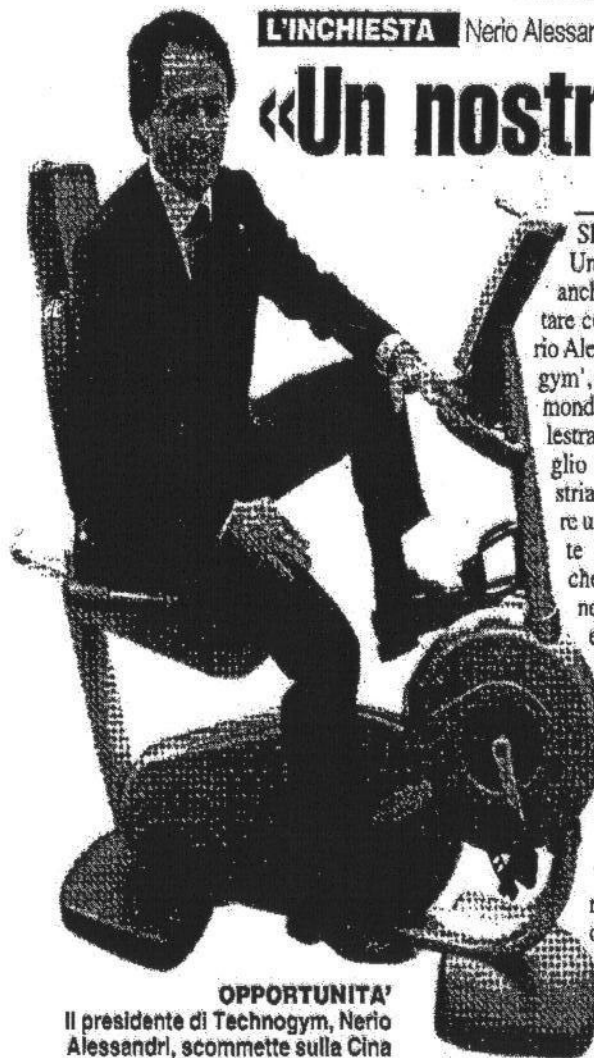


L'INCHIESTA Nerio Alessandri (Technogym), chiama a raccolta gli imprenditori italiani che vogliono fare business sul grande mercato del Far East

«Un nostro distretto industriale in Cina»



OPPORTUNITÀ'
Il presidente di Technogym, Nerio Alessandri, scommette sulla Cina

di Beatrice Spagnoli

SHANGHAI — La Cina? Un'ottima opportunità, ma anche un mercato da affrontare con estrema cautela. Nerio Alessandri, 'mister Technogym', azienda leader a livello mondiale di macchine da palestra e membro del consiglio direttivo di Confindustria, lancia l'idea di formare un fronte comune da parte delle aziende italiane che vogliono sbarcare nell'enorme mercato estremo-orientale.

L'imprenditore romagnolo faceva parte della delegazione delle imprese italiane presenti in Cina in occasione della recente missione del presidente Ciampi. Per affrontare il mercato estremo-orientale è indispensabile unire risorse e disponibilità, Alessandri ne è più che mai convinto. Da imprendito-

re 'illuminato' (il suo modello dichiarato è Adriano Olivetti e la sua ambizione è quella di fare di Technogym, che vanta un centro ricerche in cui lavorano 120 addetti, un modello culturale di media impresa), è dell'idea che in Cina gli imprenditori italiani debbano fare squadra, creare un vero e proprio 'sistema', con l'obiettivo di affrontare le problematiche di approccio con il gigante asiatico. E lancia una proposta ai nostri imprenditori: «Vogliamo un distretto industriale italiano in Cina, in modo da condividere le risorse e i servizi, e affrontare al meglio il problema dei manager, che rimane una delle principali difficoltà — dice Alessandri —. Ritengo che questo sia un passaggio strategico molto importante per le aziende italiane intenzionate a fare business in quell'area».

Del resto in Cina Technogym (un fatturato stimato di oltre 220 milioni nel 2004, con crescita a doppia cifra sul 2003,

1000 collaboratori diretti di un'età media di 30 anni, 10 filiali in Europa, Asia e America e un export pari all'80%, di cui il 10% nel Far East, con un 30% di questo dato riguardante il mercato cinese) è già di casa da tempo. L'azienda di Gambettola (Casena), dopo essere stata fornitore ufficiale delle Olimpiadi di Sidney e Atene, punta con decisione a Pechino 2008.

«Stiamo affrontando il mercato cinese, ragionando da cinesi» spiega Alessandri, che ha già aperto da tempo uffici a Shanghai e sta valutando di dare il 'la' alla produzione in quel territorio. E racconta che il primo approccio commerciale con quel Paese, qualche anno fa, è stato mirato a posizionare le celebri macchine per il fitness nelle più prestigiose catene alberghiere, come l'Hyatt e all'Hilton di Shanghai, poi nelle catene di palestre e, successivamente, nei mega centri-residenziali. I gusti dei cinesi in fatto di fitness? Loro ado-

rano l'entertainment, e in Cina dunque spopola la linea cardio-fitness 'Excite' con tv incorporata. Alessandri parla con soddisfazione del centro fitness 'Alexander' di Pechino, il più grande del genere al mondo (8mila metri quadri), interamente allestito con macchine Technogym. Di recente l'azienda di Gambettola ha aperto un ufficio acquisti per l'elettronica e la componentistica dei macchinari da palestra, che però continuano a essere assemblati in Romagna. Il terzo step, sul mercato cinese, per Technogym, potrà riguardare, in un domani, la produzione vera e propria. «Non toccheremo certo la produzione 'made in Italy' che continuerà a coprire il mercato europeo e quello Usa — tiene a precisare Alessandri —. Se decideremo di aprire siti produttivi in Cina, saranno diretti esclusivamente a quel mercato, con software e display in cinese, e prezzi mirati. E' questa, a mio avviso, la vera globalizzazione».