

Il rischio dei capitali. Il nostro paese guadagna posizioni come capacità attrattiva ma conferma il ritardo nella classifica di chi punta sull'estero

L'Italia ha più appeal sugli investitori

Si rafforza l'interesse della Cina per le medie aziende della farmaceutica e della meccanica

Micaela Cappellini

■ Alla China Overseas Investment Fair di due settimane fa a Pechino, l'establishment cinese ha confermato - se mai ce ne fosse stato bisogno - la propria benedizione alle aziende del paese che andranno a investire all'estero. Venerdì l'autorevole Economist ha dedicato la sua copertina al cosiddetto «Go Global», le acquisizioni made in China di aziende all'estero: un decimo del valore di tutti gli M&A realizzati quest'anno nel mondo lo si deve proprio alle imprese di Pechino.

E l'Italia? Nel suo piccolo, si sta attrezzando per attirarne i capitali. La visita del premier cinese Wen Jiabao dello scorso ottobre è stata l'occasione per fare il punto su quanta Cina c'è già in Italia, da Haier a Temax, da Cosco a Zoomlion. Che ai partner cinesi il nostro paese è interessato, lo dimostra anche la scelta di assegnare il Premio Leonardo International 2010 proprio al presidente del colosso cinese Zoomlion, Zhan Chunxin, che due anni fa aveva rilevato l'italiana Cifa. Secondo il ministero cinese del Commercio estero, sono 129 le imprese che hanno ottenuto l'ok a investire in Italia. Mentre il fondo di private equity Mandarin Capital Partner ha già delibato tre nuove acquisizioni di aziende italiane da parte di compagnie cinesi, che verranno formalizzate nel giro dei prossimi mesi, due entro la fine dell'anno. Si tratta di un buyout, una partecipazione di maggioranza e una di minoranza; due delle imprese italiane in questione riguardano il comparto farmaceutico.

«Nei prossimi anni dovremo imparare ad apprezzare i mercati finanziari della Cina e per cavalcare quest'onda bisognerà saper sfruttare gli investimenti in arrivo, incluse le opportunità che Pechino può offrire alle Pmi italiane», sostiene Alberto Forchielli, ideatore del primo Fondo Mandarin e presidente di Osservatorio Asia. «Nell'immediato futuro - prosegue - il nostro paese diventerà una destinazione sempre più abituale dello shopping cinese. Siamo secondi in Europa, dietro alla Germania, per Pil industriale, ma a differenza dei tedeschi abbiamo imprese più piccole, quindi più abbordabili. In più, rispetto ai nostri competitor di Berlino, siamo più aperti agli investimenti esteri». In Germania le imprese sono più restie a farsi acquisire, preferiscono fondersi tra loro. Chi entrerà nel mirino della Cina? Secondo Forchielli, c'è spazio un

po' per tutti: «Il comparto farmaceutico e quello medicale sono tra i target più ambiti oggi, ma restano alte le quotazioni della meccanica avanzata, delle macchine automatiche e dei marchi più piccoli dell'abbigliamento. Il quadrilatero privilegiato sarà quello compreso fra Bologna, Venezia, Milano e Torino: è qui che si concentra il nostro Pil industriale».

Che il peso degli investimenti cinesi in Italia è cresciuto lo testimoniano anche i dati dell'ultima indagine di Ibm Global Business Services sui "Global Location Trends". Nel 2009 la Cina è entrata per la prima volta nella top ten dei paesi che più hanno investito nel nostro paese. Un dato, questo, in linea con un trend più generale, e cioè che Pechino nel 2009 è balzata dal 12esimo all'ottavo posto nella classifica dei principali investitori. Il tutto in un anno in cui gli

investimenti stranieri verso i paesi sviluppati sono calati: del 40%, se si guarda ai flussi registrati dal rapporto Unctad; del 20%, riportano gli esperti di Ibm Global Business Services, che invece basano i loro calcoli sui posti di lavoro creati.

Nonostante la contrazione generalizzata, il 2009 per l'Italia è stato un anno buono, in termini di attrazione degli investimenti: «Siamo passati dal 20esimo al 13esimo posto nella classifica delle principali destinazioni mondiali - racconta Marco Fregonese, GBS Strategy & Change Leader di IBM Italia - una performance di tutto rispetto, per la quale dobbiamo ringraziare soprattutto chi ci considera un appetibile mercato di sbocco. Ad aumentare, infatti, sono soprattutto gli investimenti nelle filiali di vendita». Anche quelli provenienti dai paesi emergenti: «Mi riferisco ad esempio agli ingressi indiani nel settore del fashion - continua Fregonese - oppure a quelli cinesi nei servizi a valore aggiunto, per accompagnare i loro prodotti low cost».

Sul "tipo" di interesse che attira i cinesi, Alberto Forchielli non è d'accordo, quanto meno considerando l'argomento in una prospettiva futura: «È prima della crisi che Pechino guardava alle imprese italiane con una forte rete di vendita: acquisirle significava ipotecare una catena di distribuzione per il proprio export. Ora, invece, le aziende cinesi sono più concentrate sul potenziale del loro mercato interno: in Italia cercano soprattutto know how per competere meglio».

Come investitore all'estero, invece, l'Italia non è andata bene e ha perso punti in classifica: «Colpa della diminuzione generalizzata a livello mondiale, certo - conferma Fregonese - ma è anche vero che a differenza di altri paesi, come ad esempio la Germania o la Danimarca, abbiamo saputo approfittare meno di quei settori che invece sono cresciuti, nonostante tutto. Penso alle energie rinnovabili e alle life sciences, ma anche alla logistica». Da sottolineare la crescita dell'India come paese di destinazione, che nel 2009 è balzato dal decimo al quarto posto nelle nostre preferenze. Il merito, soprattutto, è delle società italiane dell'automotive e delle macchine industriali, che hanno annunciato cospicui investimenti in siti di produzione nel Subcontinente.

micaela.cappellini@ilsale24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN DIRITTURA D'ARRIVO

Il Fondo Mandarin è ormai pronto a supportare le compagnie cinesi per tre nuove acquisizioni di realtà italiane

L'INCHIESTA



«GO GLOBAL» DI PECHINO SOTTO LALENTE DELL'ECONOMIST

La copertina dell'ultimo numero del settimanale The Economist, pubblicata venerdì scorso, è dedicata alla nuova ondata in arrivo di acquisizioni cinesi in giro per il mondo. L'attenzione del settimanale si concentra soprattutto su un aspetto: ovvero cosa comporta, in termini di atteggiamento, il fatto che questi campioni del Go Global cinese siano aziende di proprietà dello Stato