

FORCHIELLI: «DELOCALIZZIAMO, MA PER VENDERE A SHANGHAI»

■ PAOLO LIGAMMARI

«**M**a quale grande mercato! La Cina è un gran posto per produrre beni e servizi a costi straordinariamente bassi, ma produrre a costi italiani e vendere a prezzi cinesi è una follia. I cinesi sono formidabili terzisti, assemblatori industriosi, operai preparati e dediti al lavoro. È questo il vantaggio competitivo che le imprese italiane devono sfruttare pensando alla Cina. Non è un caso che il 67% dell'export cinese sia dovuto all'attività delle multinazionali». Il bolognese Alberto Forchielli è uno degli italiani più informati di questioni cinesi. Quel Paese immenso e lontano, che tanto turba i sonni degli imprenditori italiani, l'ha conosciuto in lungo e in largo come agente di Finmeccanica, per cinque anni, e poi come inviato della Banca mondiale. E non ha mai smesso di studiarla. «La Cina in Italia non la conosce nessuno - dice - è pazzesco, ma

è così. Nelle università italiane non si trova un professore capace di spiegare ai nostri ragazzi perché il Celeste Impero è tanto importante, perché è una minaccia ma anche una grande opportunità. E intanto i cinesi stanno comprando il mondo». Per questo Forchielli ha fondato Osservatorio Asia, centro studi e ricerche *no profit* che si prefigge di formare giovani studenti italiani. «E futuri professori», aggiunge con un pizzico di speranza. «L'Italia è l'unico Paese al mondo che ha tutto da perdere dall'emergere dell'Asia, da cui nel 2015 partirà il 48% del Pil mondiale - spiega da Shanghai, dove *Monthly* lo ha raggiunto - I cinesi producono tutto quello che producono gli italiani e a costi infinitamente più bassi: mobili, stoffe e tessuti, elettrodomestici e scarpe. E noi ci disinteressiamo di quanto accade nell'Estremo Oriente. Continuiamo a investire in immobili mentre l'economia resta ferma al palo. Che le devo dire... Moriremo in bellis-

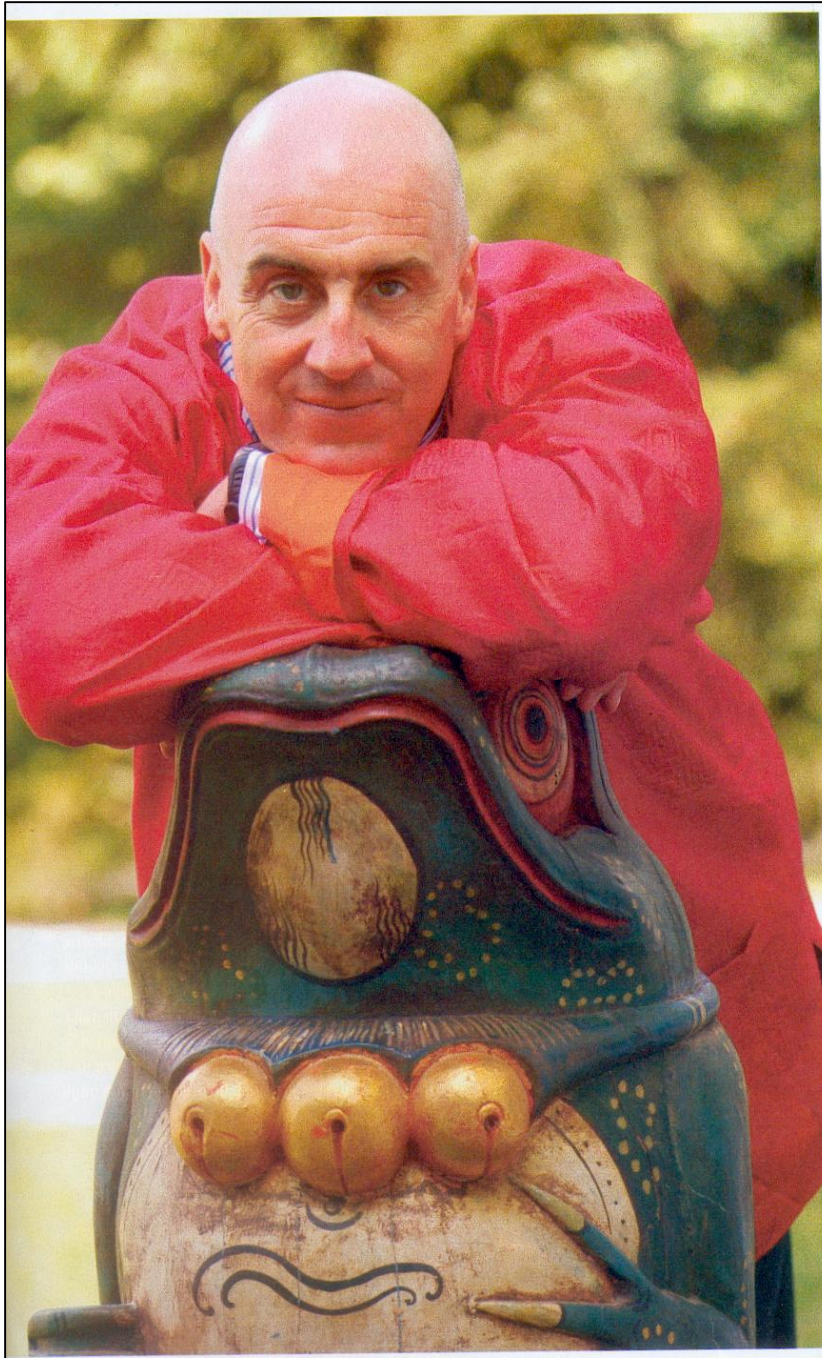
«La Cina, in Italia, non la conosce nessuno
È pazzesco»,
afferma uno
dei nostri manager
più preparati
sulle questioni
asiatiche
«Dobbiamo
investire di più:
l'outsourcing
è la via migliore
per i prodotti
a basso contenuto
tecnologico»

simi palazzi, ma senza una lira in tasca». Ma Forchielli è anche un imprenditore e un manager che in Cina è riuscito a tracciare una strada per i connazionali più coraggiosi: «Sono amministratore delegato di Data Systems, società del gruppo Nch di Bologna, guidata da Paolo Ottani. Vendiamo software per le aziende tessili. Puntare sulla Cina è una scelta obbligata. E con la Sourcing Solutions, impresa di cui sono azionista (e che fattura dieci milioni di euro l'anno), mi occupo d'individuare le migliori aziende locali per produrre in *outsourcing* per conto di imprese italiane: servizi informatici, produzioni intermedie, elettronica, legno, plastica, acciaio, componenti meccaniche, interni per la nautica, componenti per divani, poltrone...». Insomma, tutto tranne chimica, scarpe e tessile. Ma investire in Cina è così facile? «Assolutamente no, è complicatissimo. Nel corso degli anni ho formulato un decalogo per gli italiani alle prime armi in Cina: innanzitutto, nulla si può fare in fretta in Cina, si perde una quantità di tempo incredibile prima di trovare il partner giusto. Poi, cinese batte cinese. E copiano tutto. Bisogna evitare di farsi fregare, qui la contraffazione è selvaggia. L'unica via di fuga è crearsi un sistema di relazioni con i locali a prova di bomba. Inoltre, *small is not beautiful*, chi non ha abbondanti risorse da investire è tagliato fuori. Infine, se non ti piace la Cina, lascia perdere. Subito. È un posto terribile, clima pessimo, umido, nuvole sempre basse, caos bestiale, mentalità distante anni luce dalla nostra, comunicazione complicatissima». Ma i lati positivi non mancano. «Beh, certo. Qui si respira una vitalità e

I consumi nuovo booster della crescita cinese

Preoccupato per un motore che poteva finire fuori giri «drogato» da investimenti ed esportazioni, il governo le ha tentate tutte pur di rallentare la corsa dell'economia cinese. Ora, dopo 13 anni di crescita del Pil mai sotto la soglia del 6% e gli ultimi tre (stando alle stime per il 2005) in progresso del 9,5%, l'economia del Paese sembra dare segnali (si fa per dire) di frenata. Secondo Chen Dongqi, vice-direttore dell'Accademia per le ricerche macroeconomiche, la divisione di analisi della maggiore agenzia statale per la pianificazione in Cina, il Pil nel 2006 potrebbe crescere al ritmo più modesto degli ultimi quattro anni, per il raffreddarsi di esportazioni e investimenti pubblici. Lo sviluppo cinese, malgrado il traino delle Olimpiadi (che si terranno nel 2008 a Pechino), dovrebbe fare registrare una crescita compresa tra

l'8,5 e il 9% dopo il boom dell'ultimo triennio. Ma niente paura: i cinesi non hanno smarrito la presa sull'economia. Anzi, il rallentamento sembra rispondere a una precisa politica messa in atto dal partito comunista. Il premier Wen Jiabao intende infatti alimentare il reddito voluttuario per sostenere i consumi e rendere l'economia meno dipendente da esportazioni e investimenti pubblici nelle infrastrutture, che finora hanno costituito il principale carburante della crescita del Paese. «L'economia manterrà un passo relativamente rapido, ma ci sarà un moderato rallentamento. I controlli economici nel prossimo anno saranno mirati principalmente ad aumentare i consumi», dichiara Chen, aggiungendo che le vendite al dettaglio potrebbero crescere allo stesso ritmo, il 13%, stimato per quest'anno. P.L.



Alberto Forchielli è stato, tra l'altro, consulente strategico del Mac Group di Boston per l'Iri, come collaboratore di Romano Prodi, dirigente in Finmeccanica e *senior advisor* della Banca mondiale

un'energia che ti coinvolge, ti trascina. Specie se si fa il confronto con l'immobilismo che c'è in Italia. Gli operai sono preparati, le fabbriche modernissime, le città fiammeggianti di luci, hotel e ristoranti d'altissima categoria». Una domanda allora sorge spontanea: come si possono fare affari con i cinesi? «Ci sono due vie: l'acquisto di aziende o la delocalizzazione in *outsourcing* di capacità produttiva. In linea di massima consiglio la seconda strada. Anche perché in Cina il vero padrone è chi ha l'ordine in mano, non il proprietario degli impianti. Le faccio un esempio. Ho cominciato a capire questo Paese con Ruggero Aprile, che produce in Cina le sorprese per la Ferrero. Non ha comprato nemmeno una macchina, ma le fabbriche lavorano solo per lui. E gli restano fedeli, perché da questa attività dipende il loro futuro. I cinesi apprezzano solo questo tipo di rapporto, perché sono abilissimi produttori ma assolutamente incapaci di vendere. E poi non hanno idea di cosa sia il gusto occidentale. Non trova? Pensi alle biciclette, in Cina se ne producono 60 milioni l'anno, ma non c'è un occidentale che avrebbe piacere nell'inforcarne una. Quelle belle le fanno perché glielo spieghiamo noi. Ma l'*outsourcing* va bene per la bassa tecnologia, per le produzioni indifferenziate. Dove il *know-how* è prevalente, ed è troppo rischioso trasferirlo, le aziende conviene invece comprarle». Forse per questo Forchielli ha tirato fuori dal cilindro un'altra sorpresa: Investment Solutions, che compra aziende cinesi per conto di imprese italiane. Fatturato 2005? Intorno al milione di euro.