



image

I numeri dell'espansione della Cina sono ambivalenti, la scarsa diffusione del suo modello è invece inequivocabile. Infrangere record è ormai la specialità di Pechino, in un'impressionante sequenza di risultati che ormai l'hanno innegabilmente proiettata in veste di protagonista sul palcoscenico mondiale. Esistono tuttavia segnali di flessione, come quelli delle ridottissime acquisizioni di aziende del *Mittelstand* tedesco, le PMI di alta qualità che sarebbero preziose per il miglioramento della Cina (ne abbiamo scritto nello scorso Taccuino). Anche gli investimenti cinesi negli Stati Uniti, per i quali ci sarebbero tutte le condizioni economiche, languono, invischiati nei

meandri della politica e della sicurezza nazionale. Senza sorprese sono infine gli ostacoli all'approdo dei capitali cinesi in Giappone, il terzo polo – dopo l'Europa e il Nord America – dove la Cina può trovare l'innovazione di cui ha bisogno. L'esiguità dei numeri rivela che lo sbarco dei capitali cinesi è rinviato e che le trattative per siglare accordi bilaterali sono ancora in alto mare. Al contrario, continuano gli investimenti nei paesi produttori di materie prime, generalmente più deboli politicamente e più arretrati economicamente. Le nazioni asiatiche e africane hanno in realtà scarsa forza per resistere all'intervento cinese, ma lamentano più volte che l'amicizia con Pechino è una necessità più che una scelta. Un'altra eccezione viene da Londra e più in generale dal settore immobiliare, dove è meno impegnativo vendere asset agli investitori cinesi.

È tuttavia nell'economia reale che la flessione è palpabile, più in termini di opportunità perse che da quanto traspaia dalle rilevazioni statistiche. Esiste un sentimento misto di rigetto, sospetto, disinteresse, disincanto verso le business partnership con la Cina. Chi lavora tra l'Europa e gli Stati Uniti ne ha una percezione innegabile. Chiudono i *China desk* delle imprese, degli studi legali, delle aziende di comunicazioni. Fissare appuntamenti di lavoro richiede più tempo e fatica, come se si costringesse l'interlocutore a un impegno non ricercato. Anche la curiosità verso il Regno di Mezzo si sta diluendo, come se le transazioni economiche avessero esaurito altre sfere della conoscenza. I sociologi ci insegnano che le comunità cinesi all'estero non si integrano, che gli studenti che si specializzano nelle migliori Università non apportano le conoscenze interculturali attese da un tale livello di specializzazione. Ironicamente, in un mondo globalizzato, la Cina continua a far valere la propria differenza. Però, da essa sprigiona sempre meno simpatia. L'economia rischia di inaridire le relazioni, ma a sua volta rischia di perdere il suo obiettivo, creare cioè opportunità di profitto. In sostanza, alla Cina mancano due aspetti centrali per affermarsi nel mondo degli affari: un soft power accattivante, una rete di servizi che accompagni i muscoli economici. Non basta aver capacità produttive o riserve da spendere. È necessario confermare la fiducia delle controparti, mantenere la *business etiquette*, incutere speranza prima ancora che timore. La grande cultura cinese dovrebbe essere un trampolino per il futuro, non un mantra utile per giustificare qualsiasi comportamento. Inoltre, un'intelaiatura di servizi sarebbe di sostegno all'economia: studi legali che riconoscano le leggi universalmente riconosciute, società di consulenza rispettate, etica degli affari che si coniughi ai rapporti di forza, assunzione di responsabilità internazionali che vadano al di là degli interessi del paese. Tutto ciò è ancora insufficiente, in ogni caso non in linea con le dimensioni del paese e con le aspettative che il suo successo ha generato. Non esistono preclusioni ideologiche verso la Cina perché il

