

**DE LONGHI, AMETEK, IML:
tre aziende italiane messe in difficoltà
dalla concorrenza asiatica**

**«L'indotto da noi non c'è più. I componenti?
Ve li faccio produrre a Shanghai».
INTERVISTA ad Alberto FORCHIELLI**



Strangolati dalla piovra cinese

di Alberto Capisani

MILANO — La Cina è vicina. Troppo vicina, si lamentano gli imprenditori che non ne reggono la concorrenza. Talmente vicina che per spostarvi le produzioni basta chiederlo a Sourcing solutions, una società creata un anno e mezzo fa da Alberto Forchielli (studi a Harvard, un passato alla guida della filiale asiatica di Finmeccanica, poi alla Banca mondiale e alla Bei) e da alcuni partners industriali.

Dottor Forchielli, ma in questo modo lei manda in crisi le imprese italiane.

«No, anzi. Liberandole delle lavorazioni meno nobili e redditizie, io permetto all'azienda di rilanciarsi. E poi, in questo modo il prodotto viene ad avere una struttura di costi cinese, che unita all'appeal del marchio italiano, consente di venderlo anche in quel mercato immenso che è la Cina».

MILANO — Si fa sempre più pesante la concorrenza delle aziende cinesi al sistema produttivo italiano. Iml, storica azienda metalmeccanica cremasca che produce ganci metallici per cartelle da ufficio, ha messo in cassa integrazione con scarse se non nulle prospettive di rientro in fabbrica, 60 dei suoi 180 operai. La Cina ha messo in ginocchio un'altra azienda cremasca, la Ametek che sforna motorini elettrici. I 300 dipendenti lavorano ancora con contratti di solidarietà, ma segnali di ripresa non si vedono.



E se il mercato cinese non interessa?

«Ci sono comunque dei vantaggi. Intanto, là tutto costa meno: manodopera, ma anche energia, terra, trasporti. Non ci sono monopoli per cui, a differenza di altri Paesi, non capita di dover pagare

Persino De Longhi, colosso mondiale del condizionamento e dei piccoli elettrodomestici, lascerà la sede di Ampezzo (Udine). Nonostante i positivi dati di bilancio, l'azienda (140 dipendenti) trasferirà la produzione di macchine per caffè dal Friuli alla Cina per adeguarsi alla concorrenza.

certe cose 3 volte di più, con il risultato di far saltare l'intera catena del valore».

Ma così non creiamo un futuro concorrente?

«No. In questo modo si evitano invece i cloni: nei luoghi di produzione è sempre presente un nostro rappresentan-

te che, diciamo così, la mattina consegna disegni e stampe e la sera li chiude in un magazzino difeso come Fort Konx. Non solo, ma poichè ricorriamo alle subforniture, chi produce fa solo un pezzetto di cui non può capire a cosa serve. E anche i dipendenti ci difendono: sanno benissimo che i cloni mettono a rischio il loro lavoro».

E la qualità?

«E' una favola quello della qualità più bassa della manodopera. Se a un cinese insegno a fare un cosa, la fa benissimo».

Sì, ma se serve qualcosa, non si trova.

«Nemmeno questo è vero. Poichè la Cina, come l'Italia, è strutturata per distretti, noi sappiamo dove andare a trovare il meglio. Certo, non ci occupiamo di tutto, facciamo nell'industria tradizionale quello che 20 anni fa avevamo cominciato a far i grandi

della moda, quelli che non si lamentano mai della concorrenza del Far East».

Sarà dura battere la Cina per trovare i posti giusti.

«Siamo in 40, di cui 38 cinesi, praticamente sempre là, a cercare fabbriche in località disagiate. Oppure, a Canton e Shanghai, le zone dove produciamo pezzi di arredamento, nautici, componenti meccanici, elettronici. Oppure a Honk Kong che vuol dire prodotti finiti per la grande distribuzione».

Pensa che aumenterà, questo fenomeno?

«E' un trend innegabile: il primo anno abbiamo chiuso con un fatturato di 10 milioni, il secondo arriveremo a 50. Ogni cliente viene sempre seguito dallo stesso team e alla fine presentiamo un'analisi dettagliata di costi. Più la nostra provvigione, 8-12%, ed eventualmente un bonus, una sorta di partecipazione ai risparmi ottenuti».