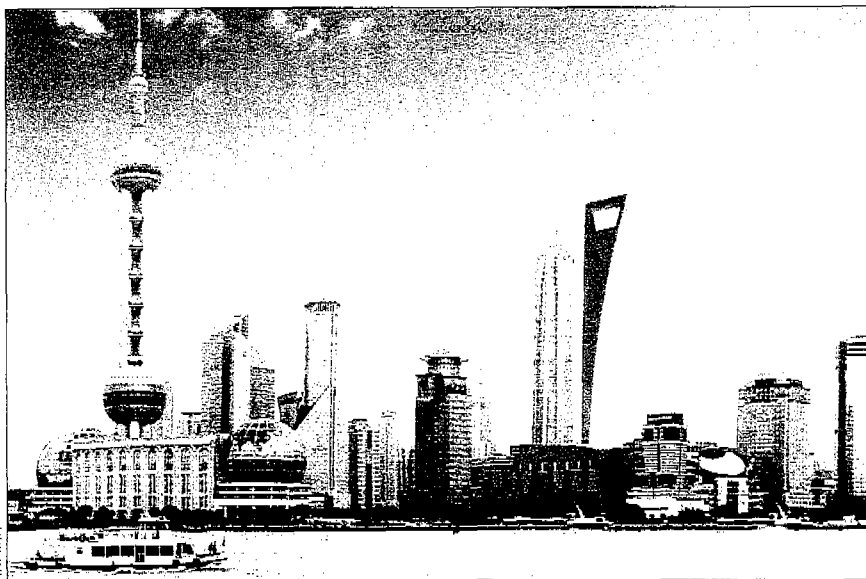


## ECONOMIA

EXPORT LA STRATEGIA ITALIANA PER LA CONQUISTA DEI MERCATI ORIENTALI

# Cara Cina, rieccoci



Due anni dopo la missione di Ciampi, a settembre un piccolo esercito di imprenditori torna in Asia. La missione è organizzata dal ministro del Commercio internazionale Emma Bonino. Che spiega: non possiamo fermarli, «ma Pechino applichi le leggi antidumping».

## Intervista

■ di ANNA MARIA ANGELONE

**S**arà un evento la missione politico-economica che partirà dall'Italia a metà settembre con l'obiettivo di recuperare il tempo perso in quella che viene definita «officina del mondo»: la Cina. Due anni fa tentò l'allora presidente Carlo Azeglio Ciampi di aprire le porte asiatiche agli industriali italiani, ora ci riprovano il presidente del Consiglio Romano Prodi e mezzo governo: scoteranno un piccolo esercito di industriali pronti a piantare il tricolore in terra cinese. Tra i ministri che partiranno per il tour cinese

ci sarà Emma Bonino, ministro per il Commercio internazionale.

Cento personalità istituzionali, oltre



300 imprenditori per una settimana in Cina. Quali sono gli appuntamenti più importanti?

La visita del presidente Prodi, accompagnato da me e da altri sette ministri ma anche da governatori delle regioni, comincia il 12 settembre a Nanchino, prosegue a Canton, Shanghai, Tianjin, e si conclude lunedì 18 con gli incontri politici più importanti a Pechino. Per quanto mi riguarda ho la competenza dello spazio italiano nell'ambito della terza fiera internazionale delle piccole e medie imprese, organizzata da Confindustria, Abi e Ice, che si inaugura il 15 settembre a Canton.



## Dragone indomabile

*Il made in Italy cresce, ma conta ancora poco sul mercato cinese*

### ► INTERSCAMBIO ITALO-CINESE

Nel 2005, la bilancia commerciale italiana con Pechino ha registrato un saldo negativo di 3,7 miliardi di euro, ma la tendenza si sta invertendo (più 31,5 per cento di export a giugno 2006). Fra le prime voci esportate: macchinari, prodotti per la siderurgia, tubi e tessuti.

### ► IMPRESE ITALIANE IN CINA

Attualmente sono presenti 1.428 aziende italiane, l'83 per cento è di grandi dimensioni. Fra queste: Fiat, Piaggio, Eni, Agip, Alenia, Agusta, Impregilo, Sigma-Tau, Zegna.

### ► INVESTIMENTI ESTERI

Gli investimenti italiani in Cina valgono solo lo 0,8 per cento del totale. Ma nel primo trimestre 2006 sono cresciuti del 54,1 per cento.

### ► BUONE PROSPETTIVE

I cinesi considerati ricchi sono 130 milioni.

## COOPERIAMO?

**In alto, da sinistra: veduta del porto di Shanghai, Emma Bonino, 58 anni, ministro per il Commercio internazionale. Sotto il titolo, il numero uno del Partito comunista cinese, Hu Jintao.**

o passamaneria, i nostri prodotti agroalimentari. Un'azienda siciliana proporrà le granite di mandorla, una emiliana la macchina per la confezione dei sacchetti di tè. Ci sarà una sfilata di giovani stilisti e di abiti da sposa. E poi illuminazioni per gli interni, pavi- ►

### Che tipo di esposizione?

Sarà una mostra di imprese e prodotti italiani. Ma non si tratterà solo del tradizionale made in Italy.

### Cioè?

Certamente ci saranno la Ferrari e la Piaggio, ma i settori prioritari per l'Italia, quelli ai quali i cinesi sono interessati e per i quali si possono aprire buone opportunità, sono altri. Per esempio, i macchinari, quelli del legno e del tessile, tutta la tecnologia ambientale come pompe, riciclaggio delle acque, trattamento dei rifiuti. Presenteremo una mototrebbe gigantesca, macchine tessili per tessuti stretti come pizzi

## ECONOMIA

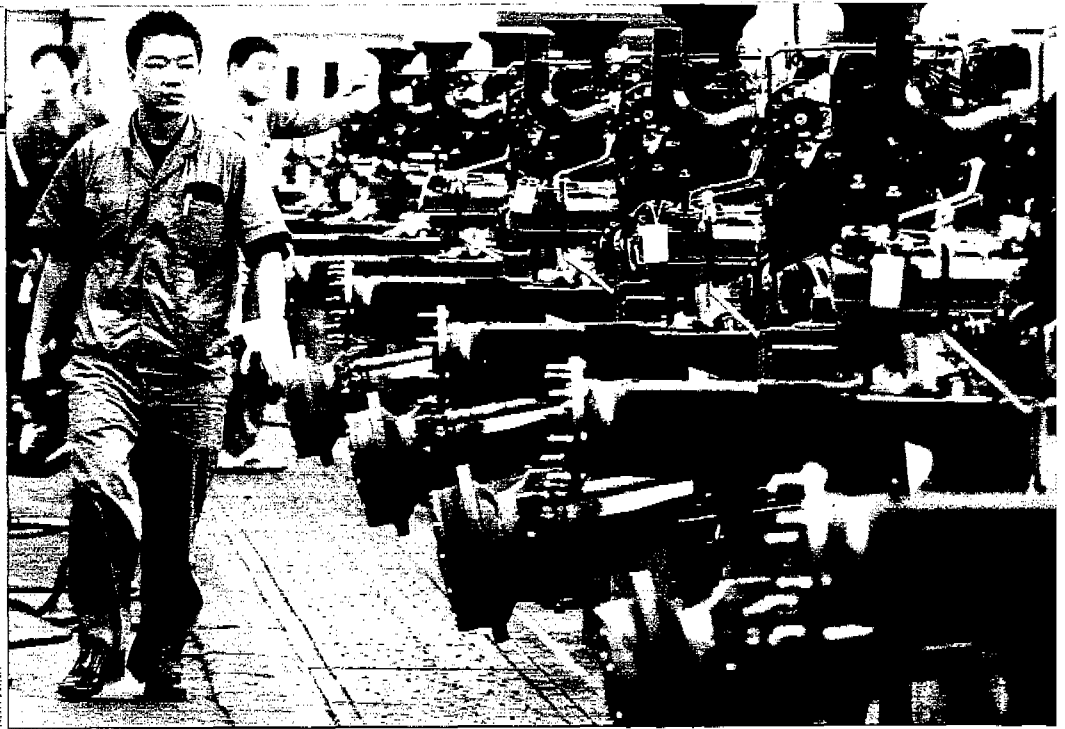
► mentazioni in gomma per le industrie...

**Saranno siglati anche accordi durante la missione?**

A Shanghai si firma un accordo per un campus italo-cinese frutto di una collaborazione fra politecnici di Milano e di Torino, Luiss, Bocconi e due università cinesi. A Tianjin, che è il porto storico di Pechino, ci sono in ballo due progetti per la ristrutturazione (uno dell'Interporto di Nola, l'altro di Bologna). Sempre a Shanghai è prevista una delegazione di imprese italiane in vista dell'Expo che si terrà nel 2010. La fiera di Canton, invece, è riservata agli operatori economici e li vogliamo mettere in contatto gli imprenditori.

**Insomma, piccoli Davide alla conquista del gigante Golia?**

L'idea è sostenere il processo di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, già in corso, nella trasformazione del sistema produttivo del nostro Paese. Non si tratta della vecchia concezione della delocalizzazione e basta, cioè piccole e medie imprese che vanno a produrre dove costa meno per poi reimportare. L'impresa mantiene in Italia la ricerca o il design e internazionalizza in un altro paese parte della sua catena produttiva. La Cina è un mercato dalle infinite varia-



zioni dove i prodotti italiani devono farsi largo tra mille opportunità ma altrettanti rischi. Senza contare che ci sono decine di città con milioni di abitanti non ancora scoperte, come Shenzhen.

**L'Italia, però, ha meno penetrazione nel mercato cinese rispetto a Germania e Francia. Come mai?**

Scontiamo un sistema produttivo che ha qualche difficoltà. La dimensione della piccola impresa di nove o dieci persone ha meno possibilità di investire rispetto a grandi gruppi e multinazionali. La nostra linea guida è sostenere le iniziative per le piccole imprese che si consorziano, magari mettendo in comune i servizi come la logistica.

**Il distretto del Pronto moda veronese esporta in Cina know-how e si fa pagare le royalty. Mentre Marco Palmieri, presidente della Piquadro, un'azienda cresciuta anche con il boom di Pechino, lamenta che i cinesi ormai ci battono anche sul know-how. Come coniugare opportunità e rischi?**

Dobbiamo metterci in testa che l'innovazione non si deve fermare mai. Un imprenditore non può inventare una cosa e mettersi seduto, perché magari un concorrente fa un prodotto simile sul

mercato. In Cina si sta già verificando un fenomeno di delocalizzazione verso Vietnam o Bangladesh perché lì la manodopera costa ancora meno. Bisogna avere chiaro che l'internazionaliz-

zazione-innovazione è una dinamica e non un obiettivo: altrimenti su un mercato globale non si regge.

**Secondo alcune stime, l'Italia esporta oggi 18 euro pro capite in Giappone e appena 30 centesimi in Cina. È possibile colmare un gap così grande?**

Sinceramente, non so dirlo. La mia opinione è che noi siamo andati in Cina tardi. Anzi, debbo dire che abbiamo prestato poca attenzione negli ultimi cinque anni a tutta l'Asia, nonostante l'attività importante del viceministro Adolfo Urso. È come se in Cina avessimo perso un treno, almeno per le piccole e medie imprese, rispetto ad altri partner europei. Però...

**Però?**

Se conquistiamo poche nicchie recuperiamo un mercato enorme. Un esempio? Tutti dicono, e probabilmente è vero, che per le Olimpiadi del 2008 i grandi appalti sono già stati assegnati. Ma un imprenditore italiano pochi giorni fa mi ha fatto notare che, se solo riuscissimo a entrare nel settore dei macchinari del wellness, per l'Italia sarebbe una grossa prospettiva. I cinesi prevedono di costruire decine di città satellite per i giochi olimpici: magari i grandi appalti sono già stati firmati, ma potremmo puntare, per esempio, agli arredamenti. Poi c'è un altro aspetto che rappresenta una grande opportunità per il Paese. I prodotti asiatici diretti negli Usa e in Europa stanno riscoprendo la via di Suez e l'Italia è il paese meglio collocato. Dobbiamo attrezzarci con i porti per essere una piattaforma in mezzo al Mediterraneo. Mi sembra che l'Italia sia oggi inadeguata e i lavori vadano troppo a rilento. In



PAOLO TREBACCONI/STASTO

## CHI VUOL VENDERE MI SEGUA

**Il presidente del Consiglio Romano Prodi: a settembre accompagnerà in Cina la delegazione italiana.**



### MERCATO DIFFICILE

**A sinistra, immagine di una fabbrica cinese. Qui sopra, Wen Jiabao, premier della Repubblica Popolare.**

questo senso Barcellona è già più avanti di noi.

**La moneta cinese è sottovalutata, il costo della manodopera è basso, nessuna tutela per lavoratori e ambiente, alta contraffazione: non è concorrenza sleale?**

La Cina non sparisce perché a noi fa paura. Credo che in molti settori manifatturieri abbia inferto un colpo gravissimo a molte nostre imprese. Però quel paese è anche un'enorme potenzialità: meglio attrezzarci e imparare a competere e convivere con questa realtà. Questo vale per la Cina ma anche per altri paesi emergenti. Era fondamentale l'ingresso della Cina nella Wto perché Pechino doveva diventare un attore responsabile, farsi carico delle regole dell'organizzazione e della loro applicazione. La Wto prevede leggi antidumping che abbiamo chiesto alla Cina di rispettare, per esempio nel settore delle calzature. Ma è un processo in corso: non può avere domani i nostri standard lavorativi. Vale anche per i diritti umani, per i quali mi batto da sempre: amici e dissidenti mi dicono che l'evoluzione politica è in atto ed è nelle mani dei cinesi. Noi dobbiamo fare la nostra parte, dialogare con le autorità, fare pressioni a tutti i livelli.

**La sospensione dei negoziati alla Wto peggiora il quadro?**

Il rischio è che tutto sia più selvaggio e che vinca chi è più forte. Mi sento frustrata per questa sospensione sine die, ma non dispero si possa fare qualcosa. ●



**NEWS in tempo reale via SMS:**  
scrivi PANORAMA ON e invia al  
48462. Info: [www.panorama.it](http://www.panorama.it)