

Cina, ovvero il Paese delle opportunità

Pubblicato: Venerdì 14 Gennaio 2005

Cina: una nuova sfida ma anche una **nuova opportunità**. I cambiamenti che il Gigante Giallo sta imponendo ai mercati economici e finanziari, ma anche alle scelte politiche e culturali di buona parte del mondo, non sono cosa nuova. La Cina sta proseguendo nel suo cammino verso il massimo sviluppo con una velocità ed una prontezza impressionanti. E lo sta facendo dagli inizi degli anni Ottanta. La situazione che le imprese, piccole e grandi, devono affrontare oggi è il risultato di ciò che è accaduto ieri. E nessuno, purtroppo, fermerà la Cina. Comprese tutte le reazioni, le misure o contromisure concepite – e sottolineo concepite – in una logica volta a bloccare il Paese.

La preoccupazione esiste, a maggior ragione dopo l'abolizione, dall'1 gennaio 2005, dell'accordo Multifibre che liberalizza completamente il commercio internazionale. E' una preoccupazione giusta che fa sorgere, però, **numerosi domande**. Ci si lamenta dell'acquisto di prodotti cinesi e della delocalizzazione di imprese in Cina: 500 quelle italiane con investimenti per 230 milioni di dollari. Primo: puntare sul rilancio dei consumi per avere una capacità di spesa; in poche parole se la spesa "stagna" non c'è consumo. Di fronte a tale situazione è facile e conveniente, per il cittadino medio, acquistare prodotti provenienti dalla Cina. Ma non è solo una questione di costi. E' – ecco il secondo punto – un problema di corruzione del sistema politico, che esiste in Occidente come in Oriente. Ma la Cina lo supera intrecciando la religione alla vita quotidiana. Il confucianesimo – i cinesi hanno più interesse per la vita pratica che non per il futuro dell'anima ed uno degli elementi principali di tale religione è il giusto mezzo, secondo cui per cercare di realizzare un ideale bisogna scendere a leciti compromessi – dettano i ritmi di vita e di lavoro.

Forti di questi principi i cinesi fanno incetta del mercato: nelle telecomunicazioni, nel settore automobilistico, in quello degli elettrodomestici. Un miliardo e trecento milioni di persone dei quali il 7-8% è realmente ricco (più della popolazione ricca del Giappone), sogna di viaggiare in Ferrari (ne sono già state vendute quasi 200) e di dimostrare buon gusto vestendo, ma non solo vestendo, il "Made in Italy".

Per alcuni imprenditori si dovrà affrontare una "guerra"; personalmente ritengo sia più consono utilizzare la parola contraddittorio o confronto, conscio del fatto che, nonostante i problemi ed i rischi che si dovranno inevitabilmente affrontare, la Cina potrebbe offrire **opportunità di business anche per le nostre imprese**. Ma servono operatori capaci di stringere alleanze con i partner locali.

Nella Terra del Dragone il costo della manodopera è bassissimo e le aziende possono contare su sussidi statali all'export, ma sembra proprio che Pechino non voglia "invadere" i mercati; piuttosto aprire le porte alle imprese italiane (anche quelle artigiane e medio e piccole) ed ai giovani in cerca di un futuro ricco di sbocchi professionali diversi.

Allora la Cina – che è ventidue volte l'Italia – potrà essere un'opportunità. E nei confronti di qualcosa che potrebbe essere vantaggioso non si può parlare di protezionismo e ritorno ai dazi. **Qui non si deve parlare di chiusura ma di collaborazione.**

E sono convinto che la strada da imboccare sia questa.

Le misure di anti-dumping e di monitoraggio – dal "Full Made in Italy" al controllo dell'intera filiera di produzione (la tracciabilità del prodotto attraverso la costituzione di laboratori posti all'hub di Malpensa per verificare che i prodotti cinesi rispettino alcuni vincoli normativi europei per tutelare i nostri produttori ed i consumatori) sono doverose e necessarie, ma il controllo pretende anche un impegno a trecentosessanta gradi delle autorità statali.

Cooperare, a nostro avviso, non solo è possibile ma auspicabile, e perché ciò possa avvenire dobbiamo prima conoscere meglio le nostre realtà produttive (ci è richiesto di cambiare mentalità e lasciarsi alle spalle i particolarismi che un tempo hanno fatto grande la piccola impresa ed ora rischiano di indebolirla), la Cina e il suo mercato.

Guardando alle opportunità **tre aspetti** sono molto significativi e da studiare a fondo.

Il primo riguarda le **opportunità offerte da un mercato cinese in espansione**. Continuerà a crescere ed è destinato a diventare il primo mercato del mondo praticamente in ogni settore.

L'Italia può puntare a sfruttare il fatto che i cinesi sono storicamente "consumatori di lusso", amano il brand, i beni di "fascia alta", l'immagine che rappresenta quel prodotto e lo status symbol che se ne ottiene. Adorano il gusto e l'estetica italiani che vanno ben oltre il capo alla moda per definire tutto ciò che è "italian style". E l'Italia, in questo campo, è imbattibile. Gioca a suo favore il fatto che i cinesi guardano con simpatia a quelle nazioni che non hanno avuto una tradizione coloniale asiatica. Tale atteggiamento, definito "pregiudizio favorevole", non vale per Gran Bretagna e Francia, è stato accettato da anni dalla Germania ma non ancora capito dall'Italia che – ecco la seconda opportunità – facendo leva su questo vantaggio potrebbe addirittura **attrarre capitali cinesi**. Ma solo se saprà dimostrarsi competitiva.

Una terza occasione è rappresentata dal **turismo**. La Cina diventerà nei prossimi anni la fonte principale di flussi turistici a livello internazionale e cioè in un settore dove l'Italia ha vantaggi evidenti. Vantaggi dettati dalle sue dimensioni, dalla sua struttura sociale, dalla sua cultura: elementi che i cinesi apprezzano e vogliono conoscere. Così come il nostro territorio, "appetibile" da un punto di vista ambientale e paesaggistico.

Questi sono solo alcuni degli aspetti – evitiamo di addentrarci nella geopolitica ed affrontare gli equilibri che la Cina vorrebbe ci fossero in Medio Oriente guardando alla sua "inesauribile" sete di petrolio (ne è uno fra i maggiori importatori al mondo) – che a nostro avviso non vanno trascurati nello sviluppo di nuove relazioni con questo grande Paese. A questo punto, come recita un **antico proverbio cinese: "Se sei debole, fai tua la forza del nemico"**.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it