

Industrie & società

LE «GRANDI»
IN CINA

L'elenco fornito dall'ambasciata italiana raccoglie poco meno di 300 società italiane che hanno investito in Cina. Tra meno noti produttori di pasta fresca o gelati, tra gioiellieri o industriali tessili della seta e del cachemere, del vetro, della chimica... elenchiamo le imprese più rappresentative.

Eridania Beghin-Say (Montedison) - chimica.
Alcatel Italia - telecomunicazioni.
Arquati - tende da sole.
Abete Sviluppo Spa - art designing, packaging.
Italtel Spa - telefonia e fibre ottiche.
Stet International - telecomunicazioni.
Merloni Progetti - elettrodomestici.
Simest-cestelli per lavatrici e altro.
Banca Commerciale Italiana - leasing, finance leasing.
Lanificio Ing. Loro Piana & C. Spa - Cachemere.
Iveco Spa - scatole per il cambio.
Iveco Spa - veicoli leggeri e veicoli commerciali.
Rimoldi Necchi Srl - macchine per cucire industriali.
Magneti Marelli Spa - cruscotti e pezzi per motocicli.
Piaggio Spa - motocicli.
Alenia Spa - Hong Kong Dragon Base Co. - sistemi di controllo per il traffico aereo.
Sasib Spa - macchinari per il packaging.
Max Meyer-Duco (Milano) - vernici per esterni.
Sanremo moda uomo - abbigliamento e scarpe per uomo.
Salvarani - arredamenti per cucine.
Sgs Thomson Microelectronics Asia Pacific Pte Ltd - semiconduttori, design di circuiti integrati.
Eni Chemical Co. Ltd - medicina.
Stet International - telecomunicazioni.
Gft Group - abbigliamento western-style.
Pirelli Cavi - cavi per telecomunicazioni.
Zanussi Elettromeccanica Spa - compressori, frigoriferi commerciali e domestici, aspirapolvere.
Ajip Petroli - carburanti.



Le costruzioni a ridosso del fiume Huangpu, a Pudong, sono il simbolo della rinascita economica dell'area, nei pressi di Shanghai, sta diventando uno dei nuovi poli finanziari della Cina
McDonald/Ag

La nuova Cina e gli eredi di Marco Polo

Le imprese italiane guardano al mercato che può nascere nelle aree rurali

DALL'INVIATA

FERNANDA ALVARO

PECHINO Il «negozio dell'amicizia» della Janguomen non è più lo stesso di sei mesi fa. Quel grande e un tempo austero shop dove i turisti di ogni nazione riempiono da sempre le valigie di cachemire e seta garantiti e a buon mercato è ormai troppo simile a un grande magazzino occidentale. Christian Dior e Valentino hanno preso il posto di profumi e abbigliamento dai nomi meno famosi. E non è più la stessa di gennaio neanche la strada che dalla capitale della popolosa Cina porta a uno dei punti di osservazione di quei quasi 6000 chilometri di «Grande muraglia». Quella striscia di asfalto a doppio senso ora è una modernissima autostrada a tre corsie.

Le biciclette diminuiscono un giorno dopo l'altro e per evitare l'acquisto di motocicli le autorità cinesi hanno deciso di bloccare il rilascio delle targhe mettendo in moto un'asta che ha scatenato finanze e pregiudizi dei nuovissimi ricchi. L'otto vuol dire ricchezza e il signor Chan, numero due di Hong Kong, è riuscito ad aggiudicarsi per una cifra astronomica una targa fatta di ben quattro otto.

In questa Cina sospesa nel mare in tempesta delle finanze asiatiche, si muovono molte, moltissime imprese italiane. Ci sono arrivate in massa dal 1991 facendo dell'Italia il secondo partner commerciale in ambito Ue (nel 1997 siamo stati sorpassati da Francia e Gran Bretagna, ma il primo trimestre del '98 ha fatto registrare un'accentuata ripresa del nostro export nella misura del 30,4%). Nel 1997, sono i dati dell'Istat a dircelo, l'interscambio è stato pari a 6754 milioni di dollari americani. Come fornitori siamo in terza posizione con 2450 milioni di dollari (dopo la Germania e la Francia). Sempre terzi restiamo sul fronte importazioni (4294 milioni di dollari). E poi ci sono gli investimenti italiani in Cina. La stima dice che ne abbiamo fatti per circa un miliardo e mezzo di dollari. Ci sono gli investimenti dei grandi gruppi (220-250 milioni di dollari soltanto dalle imprese del gruppo Eni), di società medio-piccole e più di 700 società a partecipazione italiana formalmente registrate dalle autorità cinesi. L'ambasciata italiana ha un suo censimento che non le include tutte. L'elenco ne

contiene poco meno di 300 perché alcune non passano per questo canale diplomatico e molte muoiono ancor prima di cominciare a produrre. Nonostante le cifre e nonostante il terzo posto gli italiani investono poco in Cina e le autorità del Paese ne lamentano. Colpa della struttura del sistema produttivo italiano, poche, pochissime grandi, molte moltissime piccole e medie imprese. E per andare fin là bisogna avere le spalle larghe perché, racconta chi ha fatto questa scelta, non è affatto facile. E le «grandi» italiane sono già lì, c'è la Fiat, con l'Iveco a Nanchino dove si producono veicoli leggeri per il trasporto merci e passeggeri, c'è l'Alenia nel settore controllo traffico aereo, c'è l'Agip nella ricerca ed estrazione di idrocarburi, c'è la Montedison con la joint venture dell'Eridania Beghin-Say e dell'Antibiotico, la Merloni, la Pirelli, la Zanussi, la Piaggio...

Il crollo delle borse asiatiche, l'alluvione almeno negli annunci, non sembrano aver scoraggiato gli industriali italiani. In generale si può dire che sono diminuiti gli investimenti erogati, ma aumentano quelli annunciati perché la Cina proietta l'immagine di un sistema stabile in un mare in tempesta e la svalutazione, tante volte prevista non è ancora arrivata. E per finire quella che da questa parte del mondo viene vista come una catastrofe, l'alluvione, agli economisti cinesi sembra una grande opportunità. L'opportunità di rilanciare la domanda in un Paese che quest'anno crescerà meno delle previsioni (dovrebbe raggiungere a fatica l'8%), l'opportunità di obbligare la campagna a modernizzarsi: «Perché la soluzione dei nostri problemi - spiega Zhang Yi Kai, economista e consulente per gli investimenti stranieri a Tianjin - è nel mercato interno e nello sviluppo delle aree rurali».

E infatti puntano al mercato interno gli industriali italiani. Puntano a quel miliardo e duecento-cinquanta milioni di abitanti (censimento del '93) che nonostante il controllo delle nascite diventeranno un miliardo e trecento milioni nel 2000.

«That's incredible» dice Michael Treschow, amministratore delegato della multinazionale svedese presente in Cina attraverso la Zanussi Elettromeccanica, parlando della velocità di trasformazione di quel paese. È vero, è incredibile. E quella Canton di oggi, settembre '98, domani non ci sarà più. Le case del centro, alveari fatiscenti vecchi di soli 50 anni, sono contrassegnate da una croce nera. Saranno distrutte per far posto ad altissimi grattacieli.

LA FABBRICA

L'Ecc-Zem di Tianjin dove gli operai dicono sempre sì

SINDACATI INESISTENTI
I salari e i diritti dei lavoratori in Cina sono decisi solo dalla legge



DALL'INVIATA

TIANJIN Rosa Yuan si fa chiamare così da quando è andata a studiare letteratura americana all'università di Changchun. È stata la sua docente preferita a cambiarle quel cinese Xiuxia nell'italiano Rosa. È lei, a 28 anni, la responsabile del personale dello stabilimento Zanussi elettromeccanica di Tianjin. Mille e 94 dipendenti, 640 uomini, 454 donne, età media 38-39 anni.

L'inaugurazione ufficiale alla presenza dei capi massimi dell'Electrolux, del sindaco della città che ha più potere di un ministro, dei responsabili degli istituti di credito una settimana fa. Ma l'avventura della Ecc-Zem (Electrolux Components Company-Zanussi elettromeccanica) ha già 15 anni. Il primo passo fu vendere al mercato cinese compressori (l'anima del frigorifero) fatti in Italia da operai italiani. Nel '93 la joint

venture con la «Haihe» di Tianjin. Ora il taglio del nastro per una fabbrica rimodernata che produrrà, è questo l'obiettivo, tre milioni di compressori fatti in Cina da operai cinesi.

Guadagnano poco più di due milioni e mezzo di lire all'anno i mille, tra colletti bianchi e operai. Diventeranno 200-300 in più quando sarà raggiunto l'obiettivo. Prima della joint venture erano 1700 e producevano 300 mila compressori. Troppi per troppo poco. Le nuove regole del mercato impongono maggiore efficienza.

Nonostante le nuove macchine e la nuova gestione hanno ancora ritmi troppo lenti rispetto a una fabbrica occidentale. Lavorano su turni di otto ore (ma fanno volentieri quattro ore di straordinario al giorno) per cinque giorni a settimana, tra macchine che portano nomi di industrie italiane e raccontano di città come Torino, Brescia che quei mille non conoscono e non conosceranno forse mai. Rosa Yuan l'Italia, invece la conosce. O meglio conosce Pordenone dove è venuta a studiare il metodo della valutazione secondo il «verbo» Zanussi. I suoi

operai o impiegati li ha trovati secondo le leggi cinesi che lasciano piena libertà nella scelta dei «colletti bianchi» e vincolano a un collocamento facile da aggirare quando si tratta di blue colors. Forse non dice tutta la verità quando le chiedi com'era la fabbrica prima dell'arrivo degli italiani e come sono le altre completamente cinesi. «Oggi qui si sta meglio - risponde - e non soltanto perché il salario è cresciuto, ma anche perché la fabbrica è stata rimodernata e si respira un'aria migliore. Ma anche fuori da qui non va male. Le cose stanno cambiando».

Che le cose in Cina o a Tianjin stiano diverse un giorno dopo l'altro può vederlo anche un bambino... La città che la Zanussi ha scelto per la sua espansione a Nord ha nove milioni di abitanti che nel giro degli ultimi pochi anni hanno cambiato vita, casa, lavoro... La strada principale dall'irripetibile nome sembra fotografata il giorno dopo il terremoto, ma il terremoto distruttivo c'è stato nel lontano 1976. Le macerie di oggi sono i resti dei caratteristici «hutung» che stanno la-

sciando spazio ad altissimi palazzi che conterranno in altezza tutta la popolazione di un intero quartiere. E se nel Paese la crescita prevista per il 1998 è dell'8%, Tianjin dovrebbe arrivare al 9%. Anche per merito di Necchi, Stet, Gft...

La fabbrica di compressori dal nome italiano è su due piani: «Non c'era spazio in orizzontale - spiega Leone Mani, direttore delle Tecnologie per la Ecc - e non ci conveniva costruire fuori città ex novo, trasportare i macchinari e deportare gli operai lontani dalle loro case». Gli operai, forse non avrebbero protestato. I sindacati ci sono, ma il loro potere contrattuale sembra essere molto, ma molto basso. «Dicono sempre di sì - quasi si rammarica Belleli, responsabile della produzione a Tianjin, da tre anni in Cina - ma non riesci mai a capire se lo pensano davvero». «Salario e diritti qui li decide la legge» conclude Mani. Rosa aveva detto il contrario, aveva parlato di sindacati che partecipano alla definizione del salario. Ma alle parole del manager annuisce anche lei.

Fe. Al.

«Da trent'anni in Giappone, non temiamo la crisi»

L'emiliana Marposs realizza il 13% del fatturato nel paese del Sol Levante

MARPOSS GIAPPONE
Il segreto del successo sta nel avere trasferito la manutenzione nel paese

DALLA REDAZIONE
CLAUDIO GIANNASI

BOLOGNA Fatturato previsto per l'anno in corso, 210 milioni di dollari Usa di cui il 90% proveniente dal mercato estero. Il 13% solo dal Giappone. Già proprio il paese dove di questi tempi, più che il Sol Levante sembra di poter vedere in cielo i nuvoloni neri della crisi economica finanziaria che dal sud est asiatico si stanno pericolosamente spostando verso occidente.

Fondata nell'ormai lontano 1952 dall'ingegnere Mario Possati nella piccola Bentivoglio (comune a quindici chilometri da Bologna) la Marposs spa (produttrice di apparecchi elettronici di misura e controllo) sbarcò in Giappone nel '70. Tempi lontani e difficili per penetra-

re un mercato arcigno come era quello nipponico ormai circa trenta anni fa.

L'operazione, come ricorda l'attuale direttore della produzione Alberto Melloni, venne guidata personalmente da Possati. «Fece diversi viaggi - dice l'ingegnere Melloni - con l'obiettivo preciso di intraprendere l'attività in modo diretto, senza appoggiarsi per la distribuzione e la vendita, ad altri soggetti. Una strategia piuttosto inusuale all'epoca, ma che poi risultò con gli anni una vera e propria carta vincente».

Il primo ufficio a Tokio. Il secondo a Toyota city, sede del grande gruppo automobilistico che diventerà uno dei principali clienti della piccola società emiliana. Poi via via nascono nuove postazioni in altri cinque grandi centri giapponesi.

La presenza dell'azienda bolognese (ora diretta dal figlio di Mario, Stefano Possati) nel paese del Sol Levante cresce in maniera esponenziale negli anni sino all'inizio del decennio scorso quando arriva la prima

crisi. Le chiavi di volta per la riuscita penetrazione del mercato nipponico, Melloni (dal '89 al '92 responsabile della Marposs Giappone), le sintetizza in due elementi. «La formazione dei manager impegnati sul posto (conoscenza della lingua e della cultura giapponese ad ottimi livelli) e soprattutto la presenza là della struttura di vendita. I loro dubbi, all'inizio, non erano legati tanto alla qualità del nostro prodotto, ma piuttosto all'assistenza. Se qualcosa non va, ci chiedono, che succede? Come facciamo? Bene - continua l'ingegnere Melloni -, la nostra capacità è stata quella di garantire in breve tempo un intervento nell'arco delle 24 ore. Potere dire, insomma, tranquilli, siamo qua. E questo elemento psicologico è probabilmente più importante in Giappone che in altri mercati».

Arrivando all'oggi, alla crisi finanziaria del Giappone e dei Paesi del sud est asiatico, dove la Marposs è pure presente in diverse importanti realtà

come Corea del Sud, Cina, Taiwan, Malesia e Thailandia. «La nostra valutazione sulla situazione giapponese - dice Melloni - è che ancora la loro classe dirigente non ha capito o non vuole ammettere che i problemi sono di carattere strutturale e non solo finanziario. In ogni caso, per la Marposs quello giapponese resta un mercato di riferimento essenziale con ancora grosse potenzialità e una struttura industriale solida che prima o poi dovrà necessariamente ripartire».

Certo la crisi ha portato ad un abbassamento dei volumi di produzione ma la prospettiva, benché non a breve o medio termine, è quella di una ripresa. Stati Uniti permettendo, ovviamente, perché per uscire da questa impasse e dal calo dei consumi, i giapponesi avranno principalmente bisogno di aumentare le loro esportazioni. E non so come gli americani reagiranno all'arrivo della nuova conseguente ondata di merci nipponiche sul loro mercato».