

Cultura d'impresa. Progetto Internazionalizzazione

OPPORTUNITA' "MADE IN CHINA"

I prodotti importati dalla Cina saranno al centro del dibattito durante una giornata di studio organizzata dalla Federazione.

Qualcuno lo chiama il "miracolo cinese". Basta dire che la quota della Cina nell'export mondiale è aumentata di quasi quattro punti percentuali nell'arco di soli sei anni. Le opinioni in merito, però, sono discordanti: una pressione competitiva che minaccia il business di casa nostra o un'occasione da sfruttare nel migliore dei modi? Attenta come sempre alle problematiche di maggiore attualità, la Federazione sta organizzando per il mese di maggio una giornata di studio - gratuita per i soci - dedicata all'analisi delle potenzialità offerte dalla Cina in campo commerciale, con particolare riguardo alla distribuzione di prodotti di importazione cinese. Un'iniziativa che si inserisce all'interno di un articolato progetto volto all'internazionalizzazione delle imprese aderenti alla FNDI. Come? Attraverso l'individuazione di nuove fonti di approvvigionamento e la ricerca di nuovi mercati di sbocco.

NUMERI CHE PARLANO DA SOLI

Ci troviamo di fronte a dati che testimoniano non solo i grandi investimenti infrastrutturali che la Cina sta effettuando, ma anche il fatto che essa sia diventata "la fabbrica del mondo".

Al World Economic Forum tenutosi poche settimane fa a Davos, in Svizzera, gli economisti hanno spiegato che nel 2003 il prodotto lordo cinese è cresciuto fra il 10 e l'11%, ben oltre il 9,1% dei dati ufficiali. La quota della Cina nel mercato mondiale delle esportazioni è passata dal 2,8% del 1996 al 6,5% del 2002 (dati ICE). Il passivo con la Cina è ormai il più alto che l'Unione Europea abbia con un singolo Paese: 47,3 miliardi di euro nel 2002 e già

32,9 miliardi di euro soltanto nei primi otto mesi del 2003 (dati UE). Il passivo con la Cina è anche il più alto che l'Italia abbia con un singolo Paese extra-UE: 5 miliardi di euro nel periodo gennaio-ottobre 2003, ormai vicino per grandezza a quello che l'Italia ha con l'intera OPEC (dati Istat). In base agli indicatori dei consumi di materie prime, inoltre, negli ultimi anni la Cina ha superato gli Stati Uniti nei consumi di rame, zinco, gomma, stagno, acciaio e cemento. E ci sono buone probabilità che nel prossimo quinquennio diventi anche il primo consumatore mondiale di polipropilene, alluminio, carta e cartone.

MINACCIA OD OPPORTUNITA'?

"Teniamo i prezzi fermi da due anni, mentre dobbiamo aumentare gli sconti, per combattere la concorrenza cinese", dichiara dalle pagine del **Sole 24Ore** Sonia Bonfiglioli, amministratore delegato dell'azienda di famiglia, leader nel settore dei riduttori di potenza. "Non vedo facili vie d'uscita", continua l'imprenditrice. "I prodotti cinesi costano il 40% in meno e stanno dilagando."

Cesare Romiti, presidente della Fondazione Italia-Cina, intervenuto di recente ad un convegno su globalizzazione e concorrenza asimmetrica organizzato dalla **Fondazione Edison** dichiara: "Occorre considerare con attenzione tutta particolare la crescita dell'economia in Cina". "Preoccuparsi soltanto della concorrenza dei prodotti cinesi, pensando che avvenga in genere in forme sleali che in realtà sono proprie anche dei Paesi europei, porta a valutare unicamente strategie di difesa e tattiche protezionistiche".

Da una parte, dunque, i produttori che vedono nella Cina il principale avversa-

rio da combattere. Dall'altra, l'invito di economisti e istituzioni a non trincerarsi dietro a barriere protezionistiche e a darsi da fare per "cavalcare l'onda".

Quale può essere, in questo scenario, il ruolo delle società di distribuzione industriale? I distributori come possono attrezzarsi per sfruttare le opportunità offerte dalla produzione cinese a basso costo e creare un nuovo vantaggio competitivo per il proprio business? È una questione delicata, che mette in discussione un aspetto importante come le fonti di approvvigionamento. È possibile trattare prodotti importati dalla Cina senza che la propria offerta ne risenta sul fronte degli standard qualitativi?

Il convegno organizzato dalla Federazione offrirà ai partecipanti una serie di spunti e di approfondimenti sul tema, per poter riconoscere in piena consapevolezza rischi e le opportunità connesse al "sistema Cina".

Per prenotazioni e per ulteriori informazioni, potete contattare la segreteria FNDI: tel. 02.70309269, e-mail info@fndi.it. Per i soci della Federazione la partecipazione al convegno è gratuita. 