

**Forum “Torino e sviluppo” – Seminario sul tema:
“Il Piemonte e la Cina: rapporti, opportunità, sfide”
Torino, 28 settembre 2005 – Centro Incontri Terrazza Solferino**

Relazione

L'incontro si è aperto alle ore 16:30 con il saluto introduttivo ai convenuti dell'Avvocato **Erasmus Besostri**, consigliere anziano dell'Associazione Torino-Europa, a nome del Presidente della medesima, Onorevole Luigi Rossi di Montelera, impossibilitato a partecipare al seminario in quanto negli Stati Uniti d'America per impellenti ragioni di lavoro. Dopo i saluti, ha introdotto i lavori il moderatore, Professor **Massimo Introvigne**, sociologo e direttore del CESNUR, il quale ha subito ceduto la parola ai due *keynote speakers*, l'Ingegnere Andrea Pininfarina e il Dottor Paolo Zegna.

L'Ingegnere **Andrea Pininfarina**, Vicepresidente di Confindustria e Amministratore delegato di Pininfarina SpA, ha iniziato il suo intervento esprimendo la convinzione che la Cina debba essere considerata come una grandissima opportunità per l'Europa, per l'Italia e in particolare per il Piemonte. Oggi la Cina presenta dei tassi di crescita vicini al 9%; i dati del Centro Studi Confindustria rivelano che nei prossimi anni la crescita sarà più contenuta, ma oscillerà comunque tra il 6% e il 9%. Alcuni economisti ritengono che la Cina sia destinata a diventare la prima nazione in termini di PIL; forse non sarà la prima, ma certo si collocherà tra le prime tre nazioni.

L'Ing. Pininfarina ha osservato che sarebbe autolesionistico per l'Europa non considerare la Cina un'opportunità, nello stesso modo in cui sarebbe stato autolesionistico se cento anni fa l'Europa avesse intrapreso una politica protezionistica nei confronti degli Stati Uniti d'America. D'altra parte, è naturale che vi siano alcune apprensioni su questo tema. A tal proposito, l'Ing. Pininfarina ha sottolineato che la posizione di Confindustria è molto chiara, e si articola su tre punti fondamentali:

1. La nostra azione non deve essere di difesa diretta nei confronti della Cina, ma deve orientarsi verso l'Europa, al fine di sollecitare una difesa comune.
2. L'azione di difesa deve avere carattere temporaneo, per consentire la ristrutturazione dei settori eventualmente colpiti. A questo proposito, può essere citata l'esperienza del settore automobilistico: nel periodo di sua massima espansione in questo settore, infatti, il Giappone deteneva il controllo di circa il 12%-13% del mercato, ma l'Europa ha recepito la sfida nel modo corretto, utilizzando i successivi dieci-dodici anni per recuperare il distacco. La stessa dinamica vale per la Cina, che si presenta dunque come un'opportunità a lungo termine.
3. Sul tema “contraffazione” invece non si negozia: si tratta di concorrenza sleale. Le modalità con le quali muovere guerra alla contraffazione costituiscono

senza dubbio un tema che deve essere dibattuto; ma se è possibile trovare compromessi su altri temi, su questo punto Confindustria ha assunto una tesi di totale trasparenza.

Affrontando il tema degli investimenti italiani in Cina, l'Ing. Pininfarina ha osservato che si tratta di cifre ancora poco rilevanti (intorno ai 34 miliardi di euro nel 2003). Il Piemonte rappresenta circa un quarto dell'intera cifra: appare quindi evidente che, se le altre regioni italiane seguissero una politica d'investimento simile a quella piemontese, la cifra sarebbe decisamente più alta. D'altra parte, il Piemonte è una delle regioni più colpite dal fenomeno cinese e il saldo della nostra bilancia commerciale rispetto alla Cina è negativo. I settori più colpiti sono il tessile e l'abbigliamento. I settori che, al contrario, esportano maggiormente sono quelli dell'industria meccanica.

In generale, l'Ing. Pininfarina si è detto fiducioso nelle prospettive. A questo proposito, ha fatto riferimento alla sua diretta esperienza imprenditoriale, che comprende una forte esportazione verso piccole aziende cinesi che vogliono riconvertirsi all'industria automobilistica e hanno bisogno soprattutto di *know-how* nel campo del *design*, della progettazione e dell'ingegneria. L'Ing. Pininfarina ha concluso il suo intervento sottolineando come vi siano, a suo parere, spazi e possibilità di crescita nel confronto con la Cina.

È stata quindi ceduta la parola al secondo *keynote speaker*, il Dottor **Paolo Zegna**, Presidente della Federazione SMI-ATI (fusione di Sistema Moda Italia e dell'Associazione Tessile Italiana).

Il Dott. Zegna ha esordito sottolineando che, rispetto al generale contesto italiano, nel quale la bilancia commerciale nei confronti della Cina è negativa per circa un milione di euro, la situazione dell'industria tessile piemontese è meno critica.

In generale, il Dott. Zegna ha sottolineato come vivano una situazione migliore le realtà industriali medio-grandi, organizzate, dotate di un marchio e che puntano sulla qualità: queste realtà, infatti, hanno potuto fare nuovi investimenti. Al contrario, soffrono maggiormente le realtà industriali più piccole, che non hanno un marchio e la cui produzione si rivela più facilmente imitabile.

Il Dott. Zegna ha continuato il suo intervento facendo riferimento alla situazione dell'industria tessile cinese. Attualmente la Cina rappresenta circa il 14% del commercio mondiale del settore tessile (contro l'8% dell'Italia) e tale percentuale è quasi triplicata con riferimento al settore dell'abbigliamento. La produzione italiana occupa comunque il secondo o terzo posto. L'abbigliamento, ha sottolineato il Dottor Zegna, è un settore importante in Cina, per tradizione e per investimenti. La produzione cinese rappresenta circa il 30% della spesa totale per abbigliamento negli Stati Uniti d'America, e presto accadrà lo stesso anche in Europa. Tale situazione di preminenza cinese è il frutto di una pianificazione lungimirante.

Il Dott. Zegna ha quindi proseguito difendendo la Federazione SMI-ATI dall'accusa di aver tenuto un atteggiamento protezionista; egli ha ribattuto che la Federazione SMI-ATI ha combattuto per esigere che, giocando la partita, si giochi con le stesse regole, riferendosi in particolar modo alla contraffazione, al *dumping* sociale, al

dumping dei prezzi. Le difficoltà emergono soprattutto in ambito europeo, poiché non si è voluto introdurre una norma che obbligasse a dichiarare la provenienza del prodotto.

Con riferimento al mercato interno, il Dott. Zegna ha sottolineato che attualmente il mercato cinese dell'abbigliamento è circa un terzo di quello italiano; d'altra parte però ci sono già in Cina cinque milioni di consumatori con un reddito di centoventimila dollari l'anno. Questo dato è indicativo dell'avanzata della *middle class* in Cina: si prevede che tra dieci/quindici anni i cinesi diventeranno i più grandi consumatori di abbigliamento di fascia alta del mondo.

Il Dott. Zegna ha quindi fornito alcuni dati relativi al suo gruppo, che ha una presenza in Cina fin dal 1985 e ha aperto il primo negozio nel 1991; attualmente vi sono 53 negozi in 30 città. Nel 2004 la Cina rappresentava il quarto mercato del fatturato del gruppo Zegna. Questo dimostra, secondo l'analisi del Dott. Zegna, che in Cina vi sono potenzialità importanti. L'esempio può essere rilevante per tutto il settore e contiene un insegnamento importante: bisogna conoscere meglio la realtà cinese, in modo da comprendere quale tipo di interscambio sia possibile. A questo scopo, bisogna incentivare le persone a muoversi, contro una realtà aziendale che spesso tende a frenare questa tendenza.

Infine, il Dott. Zegna ha aggiunto che è importante che le imprese italiane si presentino sul mercato sottolineando le loro diversità rispetto alle concorrenti cinesi, soprattutto per innovazione e ricerca. In Cina c'è una gran voglia di "*made in Italy*": la prima necessità che si profila è dunque quella di portare in Cina il meglio dell'Italia, in modo che poi anche il "*made in Italy*" più "anonimo" venga in seguito trascinato da questo *trend* positivo. Il Dott. Zegna ha concluso che, se ci saranno delle fasi transitorie da attraversare per raggiungere questo obiettivo, andranno affrontate con determinazione.

Il Prof. Introvigne ha ringraziato i due *keynote speakers* e, sottolineando l'opportunità di ordinare gli interventi secondo un criterio che proceda dal generale al particolare, ha invitato il Dottor Alberto Bradanini, Ministro Plenipotenziario, Coordinatore del Comitato Governativo Italia-Cina, a fornire un quadro politico di carattere generale.

Il Dottor **Alberto Bradanini** ha iniziato il suo intervento sottolineando la complessità di coordinare i rapporti Italia-Cina, in particolare per quanto riguarda la presenza di molteplici interlocutori, pubblici e privati. Infatti, ha continuato il Dottor Bradanini, oggi è il Paese nel suo insieme che conduce la politica estera, e non più soltanto il Ministero degli Esteri.

Il Dott. Bradanini ha quindi proseguito constatando come nel nostro Paese non ci sia sufficiente conoscenza della realtà cinese, richiamandosi a quanto già affermato in proposito dal Dott. Zegna. La seconda considerazione è che il problema della Cina è il problema della globalizzazione: il commercio internazionale dell'Italia non è principalmente orientato al mercato cinese, ma la Cina mette in difficoltà l'Italia su mercati terzi. L'Italia non può avere influenza sugli altri Paesi; può avere una parziale influenza solo sull'Europa, dove comunque convivono interessi diversi.

Come reagire dunque? Il Dottor Bradanini risponde a questa domanda sottolineando come l'Italia, intesa come sistema-Paese, debba imparare a comprendere cosa sta accadendo in Cina sotto tutti i punti di vista. Attualmente in Italia non abbiamo strutture o meccanismi che ci aiutino in questo compito: per questo il Dottor Bradanini ha annunciato la prossima apertura, proprio a Torino, di un *Centro Studi sulla Cina contemporanea*. Inoltre, all'Italia manca un adeguato *network* in Cina, e manca altresì una “cabina di regia”: bisogna constatare che l'Italia non ha mai avuto la capacità di coordinare l'azione in modo efficace ed efficiente; è necessario dunque risollevarsi da un torpore che dura ormai da decenni.

Dal punto di vista della politica commerciale, la Cina ha un indubbio vantaggio, costituito dal costo del lavoro; non deve dunque avere altri vantaggi, e quindi bisogna esigere dalla Cina il rispetto dei patti contrattuali, evitando ogni forma di *dumping* fiscale o ambientale.

Dal punto di vista della politica interna, il problema di Taiwan rappresenta il vero nodo, il tema sul quale si esercita il nazionalismo, ideologia che tende a sostituire il comunismo. A proposito della domanda, che molti si pongono, relativa a quando la Cina potrà avere un sistema politico democratico, il Dottor Bradanini ha espresso la convinzione che, poiché nessun Partito Comunista al mondo ha resistito al potere per più di settant'anni, anche la Cina sia ormai vicina al passaggio alla democrazia. Chi esprime dubbi relativamente a questa convinzione si basa sull'argomentazione che la Cina sarebbe diversa da altri Paesi perché viene da una tradizione confuciana; il Dottor Bradanini nega decisamente la veridicità di questa argomentazione, richiamandosi ai casi di Taiwan, di Honk Kong, di Piazza Tienammen. E neppure è valida l'argomentazione che la Cina necessita di una pianificazione economica perché è un Paese povero. La Cina, ha concluso il Dottor Bradanini, può essere pronta per il passaggio alla democrazia anche nell'immediato.

La parola è dunque passata al Dottor **Sergio Dosio**, Direttore dell'Unione Industriale di Torino.

Il Dott. Dosio ha articolato il suo intervento in alcune osservazioni che ha definito un “corollario” all'intervento dell'Ing. Pininfarina. Nel valutare il rapporto costi-benefici dell'interscambio con la Cina, bisogna considerare tre elementi, i primi due da ascrivere alla voce “benefici” e il terzo da ascrivere alla voce “costi”:

1. L'allargamento del mercato.
2. La riduzione dei costi di produzione (attraverso subforniture o *joint-venture*).
3. L'aumento della concorrenza da parte dei prodotti cinesi.

Un bilancio di questi elementi può dunque essere condotto cercando di comprendere quale sia il grado di complementarità o di concorrenzialità, al fine di valutare correttamente il rapporto costi-benefici.

A parere del Dott. Dosio, la Cina rappresenta una grande opportunità per l'industria piemontese. Bisogna però considerare che non tutti i prodotti concepiti per il mercato occidentale possono essere venduti sul mercato cinese: è soprattutto una tecnologia “non di frontiera” quella che può essere proficuamente collocata su quel mercato.

Riguardo al rapporto tra importazioni ed esportazioni, il Dott. Dosio ha dichiarato di non volersi soffermare sull'argomento, limitandosi a sottolineare come quando si parla di importazioni si dovrebbe distinguere i flussi di ritorno (originati dalle subforniture) dall'importazione vera e propria, la quale sola rappresenta l'elemento di concorrenzialità. Pur non avendo dati precisi a questo proposito, la tipologia dei prodotti importati dalla Cina fa ipotizzare che almeno la metà dei flussi siano costituiti appunto da subforniture. Ciò vale anche per il settore tessile: una buona parte del flusso di esportazione è fatto da semilavorati, che vengono lavorati in Cina e quindi ritornano come prodotti finiti per venire commercializzati sui nostri mercati. Il Dott. Dosio ha concluso dicendosi d'accordo con l'analisi dell'Ing. Pininfarina: allo stato attuale, e nel medio periodo, prevale l'elemento della complementarità su quello della concorrenzialità.

Il moderatore Prof. Introvigne ha chiamato a intervenire il Dottor **Francesco Devalle**, Presidente del Centro Estero Camere Commercio Piemonte, chiedendogli un intervento sul tema "le piccole imprese e la Cina".

Il Dott. Devalle ha dichiarato di voler fornire alcune considerazioni di carattere operativo, basate sull'esperienza delle piccole imprese piemontesi in Cina, che costituiscono una presenza che egli ha potuto seguire direttamente. Il Dott. Devalle ha proseguito sostenendo che il suo intervento avrebbe potuto avere per titolo "La Cina per molti ma non per tutti". Infatti, per affrontare il mercato cinese sono necessarie delle precondizioni: occorre sapere che ci vuole soprattutto presenza e costanza. La Cina è un Paese difficile sotto molti profili; per affrontarlo, un'azienda deve essere solida e deve essere in grado di fare investimenti almeno a medio termine. A questo proposito, il Dott. Devalle auspica che in futuro vi sia una selezione più attenta delle iniziative alle quali vengono destinati gli aiuti economici, affinché gli aiuti stessi non vadano sprecati; bisognerebbe piuttosto favorire la crescita delle piccole imprese, in modo che acquisiscano le caratteristiche necessarie per calarsi nella realtà cinese.

Un altro aspetto sottolineato dal Dott. Devalle è che per una piccola impresa che intenda affrontare il mercato cinese è necessario trovare il *partner* giusto. In Cina vi sono delle regole che bisogna conoscere, così come vi sono esigenze di relazioni con le autorità politiche locali. A questo proposito, il Dott. Devalle condivide la convinzione, espressa dall'Ambasciatore Bradanini, che la Cina sia ancora un "continente inesplorato". Inoltre, il Dott. Devalle ha ricordato che l'Italia dovrebbe esigere una certa reciprocità: anche la Cina deve fare investimenti in Italia, investimenti che al momento sono quasi inesistenti.

Infine, il Dott. Devalle ha anche voluto ricordare che la Cina è, per così dire, "obbligata" a un atteggiamento economicamente aggressivo: infatti essa ha oggi un numero di lavoratori superiore alla propria capacità di assorbimento. Questo significa che ciò che la Cina può produrre viene prodotto a un costo più basso, e conseguentemente scende anche il prezzo di quel medesimo prodotto, ma anche che i prodotti che la Cina non può produrre hanno visto crescere il loro prezzo. Il Dott. Devalle ha concluso dicendo che attualmente la Cina possiede delle infrastrutture da

primo mondo, un costo del lavoro da terzo mondo, e un mercato interno “dell’altro mondo”: è dunque necessario fare urgentemente delle scelte di carattere strategico.

La parola è quindi passata al Dottor **Piero Martinetti**, Presidente dell’Unione Industriale di Alessandria e Industriale Tessile.

Il Dott. Martinetti ha fornito un dato iniziale: nella provincia di Alessandria vi sono tredici aziende con stabilimenti in Cina; egli ha fornito le testimonianze di otto tra queste, poiché le rimanenti sono multinazionali con sede al di fuori della provincia. Le aziende prese in considerazione operano nel settore meccanico, della plastica e della gomma, e hanno un fatturato compreso tra i cinquanta e i cinquecento milioni di euro. Ai responsabili di queste aziende sono state rivolte le seguenti domande:

1. Perché la vostra azienda ha deciso di aprire uno stabilimento in Cina?
2. Quali sono state le maggiori difficoltà incontrate?
3. Come procede l’operazione?
4. Se poteste ritornare indietro, lo rifareste?
5. Cosa non funziona nell’operazione?
6. Che cosa prevedete per il futuro?

Le risposte ottenute sono state le seguenti:

1. Alla prima domanda, sette aziende su otto hanno risposto “per produrre per il mercato locale o, in generale, per produrre per i mercati asiatici”. Solo un’azienda ha risposto “per delocalizzare la produzione”, e questo è un dato da considerare positivamente. Alcune aziende considerano inoltre strategica la difesa dei mercati europei tramite l’apertura di uno stabilimento in Cina.
2. Le principali difficoltà incontrare sono state rinvenute nella lingua, nella logistica e nella concorrenza sleale.
3. Le aziende interpellate hanno affermato che l’operazione sta procedendo molto bene o almeno bene.
4. La risposta alla quarta domanda ha fornito un dato particolarmente interessante, poiché chi non ha costituito una società direttamente, o comunque con capitale italiano al 100%, se tornasse indietro intraprenderebbe comunque l’operazione ma lo farebbe con un *partner* italiano.
5. Alla quinta domanda, le aziende interpellate hanno risposto facendo riferimento alla mancanza della protezione della proprietà intellettuale, al sistema logistico e alla difficoltà di ricevere pagamenti in modo puntuale.
6. Infine, tutte le aziende prevedono sviluppi molto significativi.

Il Dott. Martinetti ha concluso citando il caso, giudicato rilevante, di un’azienda tessile che ha vari stabilimenti in Italia, uno in Romania e uno stabilimento in *joint-venture* in Cina. Tale azienda ha provato ad acquistare un prodotto da un’azienda cinese in Italia, e ha constatato come il prezzo fosse inferiore del 20-30% rispetto allo stesso prodotto fornito dal suo *partner* in Cina: un caso che fa riflettere.

Successivamente, è intervenuto il Dottor **Gian Gherardo Aprile**, Amministratore delegato di Sourcing Solutions Group. La sua società si occupa, ha spiegato il Dott. Aprile, di aiutare le imprese italiane ad aprire stabilimenti in Cina. Tale operazione è

generalmente presentata dai *mass media* come una catastrofe oppure come una panacea. Tale atteggiamento si rinviene anche, secondo l'esperienza del Dott. Aprile, nelle aziende italiane che iniziano ad avvicinarsi al mercato cinese. Il Dott. Aprile ha sottolineato tre tipologie di problemi:

1. La conoscenza. Spesso il *management* di un'azienda affronta il mercato cinese con una conoscenza della Cina che è molto prossima allo zero, senza avere a volte neppure visitato il Paese. Bisogna rendersi conto che in Cina c'è una cultura completamente diversa dalla propria, un mercato non ancora maturo, processi e dinamiche di comunicazione diversi. Spesso le aziende italiane paragonano la Cina ai Paesi dell'Est europeo, mentre la situazione cinese è completamente diversa e più complessa. Tale carenza di conoscenza genera poi la seconda tipologia di problemi.
2. Scelte di strategia. Prima di procedere, un'azienda italiana dovrebbe porsi delle domande fondamentali: si va in Cina per vendere o per comprare? Direttamente o tramite una *joint-venture*? La quasi totalità delle aziende assistite dichiarano che la loro scelta è orientata alla vendita, e quasi tutte affermano di volerlo fare attraverso una presenza diretta; ma non riescono a capire che, se non saranno giustamente supportate, non saranno competitive.
3. La dimensione aziendale. Si tratta di un dato estremamente rilevante, sia nel caso in cui lo scopo sia acquistare sia nel caso in cui lo scopo sia vendere – bisogna comprendere che è il venditore in Cina a guidare il mercato: se un'azienda non viene considerata interessante, verrà ignorata. Un esempio è costituito dal settore della meccanica di precisione: il costo della lavorazione è mediamente più alto di quello italiano. Ma la dimensione aziendale è rilevante anche perché in Cina è necessario far valere i propri diritti: difficilmente una piccola azienda riuscirà a portare i propri problemi all'attenzione dell'autorità competente.

Bisogna comprendere, ha continuato il Dott. Aprile, che in Cina un'azienda italiana si trova a competere con aziende che devono attenersi a regole diverse, per esempio in materia di lavoro o di tutela ambientale. Inoltre, spesso l'azienda italiana offre un prodotto troppo raffinato per il mercato cinese: non c'è uno spessore di *know-how* tale da poter reggere alla concorrenza, dunque l'operazione ha buon esito solo se l'azienda italiana riesce a produrre localmente. In conclusione, l'azienda italiana che decide di intraprendere questa strada si deve rendere conto che per ottenere dei risultati dovrà spendere “sangue, dolore e lacrime”.

La parola è stata presa dal Signor **Marco Boglione**, Presidente di BasicNet Spa.

Il Sig. Boglione ha affermato che l'approccio strategico della BasicNet, azienda del comparto tessile, alla Cina risale a circa dieci anni fa. All'inizio degli anni 1990, a fronte di un possibile fallimento, fu deciso di riportare il *business* prioritariamente sul mercato globale, individuato come unica speranza per evitare il fallimento. In un primo momento, ha continuato il Sig. Boglione, l'azienda ha svolto un'indagine per individuare a quanto vendevano i concorrenti, ed è giunta alla conclusione che per essere competitivi era necessario produrre il taglio e il cucito sotto i cento dollari. A

questa indagine, è seguita l'alleanza con un gruppo industriale, con il quale è stato deciso di situare la sede a Taiwan, dal momento che i taiwanesi erano i migliori nella zona in materia di prototipia. Nei successivi dieci anni, la BasicNet si approvvigionava sul mercato cinese per una quota progressivamente crescente dallo zero al 60% e ciò si è verificato sempre per una convenienza sostanzialmente marginale. Quando vigeva il sistema delle quote, la Cina guadagnava competitività ma senza dare particolari vantaggi a chi già operava nella zona.

Per quanto riguarda la vendita di prodotti in Cina, il Sig. Boglione ha affermato che si tratta di un obiettivo meno facile di quel che potrebbe apparire. La BasicNet si è avviata alla distribuzione in Cina solo quando un grosso gruppo cinese ha contattato l'azienda, inizialmente via email. Attualmente quello cinese non è il mercato più grande, ma quello che offre più speranze di sviluppo.

Il Sig. Boglione ha concluso il suo intervento con una riflessione sul sistema delle quote, il cui crollo è stato atteso e desiderato dalla sua azienda. Del sistema delle quote, ha sostenuto il Sig. Boglione, beneficiano solo le *trading company*. Un esempio può essere costituito da una scarpa tipo "Superga": il costo di un simile prodotto da parte di un'azienda italiana è di 34 euro, contro i 14 euro da parte di una *trading company* e gli 8 dollari di un'azienda cinese fuori quota; il che conferisce i margini per investire in *marketing* o in ricerca, o per abbassare il prezzo al consumatore. Il Sig. Boglione spiega il senso di questa sua riflessione: si sta parlando di reinstaurare il sistema delle quote, ed egli si dichiara decisamente contrario.

È quindi intervenuto il Professor **Andrea Comba**, Presidente della Fondazione CRT e Ordinario di Diritto Internazionale presso l'Università degli Studi di Torino.

Il Prof. Comba ha articolato il suo intervento su due punti fondamentali:

1. L'accusa di protezionismo che è stata rivolta all'Italia; secondo il parere del Prof. Comba, questa accusa non ha motivo di sussistere, e andrebbe invece rivolta proprio alla Cina, la quale è entrata nell'Organizzazione Mondiale del Commercio e dunque accetta i trattati internazionali; ma di fronte a questa scelta, di carattere neoliberista, permane un atteggiamento dirigista da parte cinese. A questo proposito, si deve notare come la conversione della moneta cinese in altre monete sia del tutto artificiale: la Cina, dal punto di vista valutario, tiene un atteggiamento che risale agli anni 1960. Oggi la moneta cinese, che è ancorata al dollaro, è deprezzata di circa il 40%, mentre tutte le monete dei Paesi più industrializzati sono in un regime di fluttuazione.
2. Vi sono ancora settori nei quali vige la competenza nazionale, e sono i settori dei servizi e della proprietà intellettuale; e su questi punti è perfettamente legittimo che gli Stati facciano valere le proprie prerogative.

In conclusione, l'opinione del Prof. Comba è che l'atteggiamento dell'Italia, e più in generale dell'Unione Europea, non possa essere considerato particolarmente protezionista.

Il Prof. Introvigne, a questo punto, ha ricordato come l'Associazione Torino-Europa si sia sempre contraddistinta per l'attenzione rivolta anche ad aspetti non economici,

e quindi ha ritenuto opportuno “aprire una parentesi” all’interno della sequela degli interventi prettamente economici, sollecitando l’intervento del Professor Mauro Ronco e, successivamente, di Padre Bernardo Cervellera.

Il Professor **Mauro Ronco**, Docente di Diritto Penale presso l’Università degli Studi di Padova e già membro del Consiglio Superiore della Magistratura, ha esordito dichiarando che è necessario affrontare il problema della Cina nell’ambito della globalizzazione, individuando tre livelli di investimenti:

1. Economico-finanziario.
2. Giuridico-istituzionale.
3. Culturale-spirituale.

È necessario, ha continuato il Prof. Ronco, tenere in considerazione tutti e tre i livelli, in quanto gli aspetti giuridico-istituzionale e culturale-spirituale spesso condizionano gli investimenti economico-finanziari. Bisogna quindi prestare attenzione al quadro geopolitico, considerando, oltre ai già ricordati *dumping* fiscali e ambientali, anche il *dumping* istituzionale, laddove si trascurino completamente i diritti umani. A questo proposito, il Professor Ronco ricorda come numerosi rapporti, come quello di Amnesty International, testimonino di violazioni di massa dei diritti umani, come nel caso delle norme sull’arresto e il rimpatrio: centinaia di migliaia di persone sono detenute, per un periodo che può prolungarsi anche fino a tre anni, solamente sulla base di un provvedimento di polizia, e senza che abbiano potuto godere di un processo.

Dal punto di vista del diritto penale strettamente inteso, ha continuato il Professor Ronco, in Cina sono assenti gli *standard* elementari di difesa. Dal 1997 a oggi, inoltre, sono aumentati da 20 a 68 i reati punibili con la pena capitale, comprendendo non solo reati di sangue ma includendo anche il contrabbando e l’evasione fiscale. Dal punto di vista quantitativo, i dati ufficiali riguardanti le esecuzioni capitali in Cina sono segreti, ma alcune stime credibili basate su dati raccolti da Amnesty International fanno ipotizzare da 200.000 a 300.000 esecuzioni ogni anno.

Il Prof. Ronco ha concluso sostenendo che è essenziale che l’Unione Europea esporti in Cina anche una maggiore considerazione dei diritti umani.

Padre **Bernardo Cervellera**, Direttore di AsiaNews, Missionario del PIME ed esperto della realtà cinese, ha improntato il suo intervento sul tema della libertà religiosa. Questo tema infatti è spesso sottovalutato, non considerando che la libertà religiosa costituisce la base dei diritti umani. L’espulsione dei missionari dalla Cina tra il 1949 e il 1951 è stato soltanto l’inizio di un processo che ha visto, in seguito, la persecuzione dei proprietari terrieri, degli intellettuali e di larga parte della popolazione. Anche il “Grande Balzo in avanti” ha avuto le sue vittime, che possono essere quantificate tra i trentacinque e i cinquanta milioni di morti. Tale situazione ha poi avuto una ricaduta anche sul commercio internazionale, con la chiusura commerciale da parte della Cina e una notevole perdita di capitali: libertà religiosa e libertà di commercio si rivelano dunque collegati. Dal 1989 in poi, la popolazione cinese non concepisce più lo Stato e il Partito Comunista come realmente “popolare”:

si è concluso un ciclo “religioso”, quello che individuava nel comunismo una sorta di religione popolare, e si è aperto un nuovo ciclo. Negli ultimi quindici anni, infatti, si è assistito a una crescita religiosa impressionante: ufficialmente in Cina vi sarebbero solo cento milioni di credenti (intendendo con questo termine i fedeli di una delle cinque religioni riconosciute dallo Stato cinese, ovvero cattolicesimo, protestantesimo, islam, buddhismo e confucianesimo), mentre si calcola che almeno mezzo miliardo, ovvero circa la metà dell’intera popolazione cinese, sia credente o abbia una qualche forma di fede religiosa. Uno degli aspetti più rilevanti di tale crescita è che i credenti appartengono soprattutto alla fascia media della popolazione, e che tra loro si contano anche molti membri del Partito Comunista, all’interno del quale si vive oggi una grande insicurezza ed inquietudine.

A fronte di questa situazione, si comprendono allora meglio le ragioni dell’attuale persecuzione nei confronti della religione, perché la rinascita religiosa è il grande interlocutore di un Partito Comunista ormai in crisi; da questo conflitto dipendono dunque le leggi per il controllo delle attività religiose. Ancora recentemente, si sono rilevati casi di persecuzioni nei confronti dei musulmani, con il pretesto del terrorismo, e nei confronti dei monaci buddhisti tibetani, che sono considerati dallo Stato cinese responsabili dell’arretratezza economica del Tibet.

Il problema è che tale persecuzione è ancora sopportata dalla popolazione e tollerata dalle presenze commerciali occidentali in Cina. Bisogna invece rendersi conto che libertà religiosa, democrazia e libertà di commercio sono aspetti che non possono essere disgiunti. La corruzione dilagante all’interno dell’apparato burocratico cinese, unita all’atteggiamento aggressivo dei *businessmen* cinesi, sono le concause dell’estrema povertà delle masse lavoratrici, una condizione di sudditanza che si avvicina alla vera e propria schiavitù. Anche per questo motivo, gli scontri sociali in Cina stanno crescendo: si calcola che nel 1994 si siano verificati circa 10.000 scontri con la polizia, mentre nel 2004 gli scontri sarebbero saliti a 74.000, con il coinvolgimento di 1,3 milioni di persone. La Cina sta dunque andando incontro a un conflitto sociale di proporzioni enormi: l’apertura verso la libertà religiosa, ha concluso Padre Cervellera, aiuterebbe la Cina a frenare tale conflitto sociale.

La discussione si è quindi orientata verso la considerazione di alcuni aspetti legali, con l’intervento dell’Avvocato **Fabrizio Jacobacci**, socio dello Studio Legale Jacobacci & Associati e membro del Consiglio di Amministrazione della Jacobacci & Partners S.p.A.

L’Avv. Jacobacci ha affrontato il tema della contraffazione, aprendo il suo intervento con una considerazione di carattere storico: la Cina del XIII secolo era il Paese più avanzato del mondo, mentre tre secoli dopo la Cina era regredita. Di fronte al divario tra la Cina e l’Occidente erano possibili due tipi di atteggiamento: il rifiuto dell’inferiorità tecnologica, con un conseguente ritorno alle tradizioni, o l’imitazione dell’Occidente. La Cina inizialmente ha scelto la prima via; nel secolo scorso sembra che invece sia prevalso il secondo atteggiamento, ovvero l’imitazione del modello occidentale. Anche l’attuale politica neoliberalista potrebbe essere considerata come l’ultima propaggine di questo atteggiamento di imitazione.

Riguardo al tema della contraffazione, non si può inoltre dimenticare, ha sottolineato l'Avv. Jacobacci, che l'Italia è il terzo produttore al mondo di prodotti falsi, il che è indice del fatto che nel nostro Paese c'è una diffusa tolleranza sociale nei confronti del fenomeno.

Alla domanda relativa a cosa possano fare gli imprenditori italiani per difendersi dalla contraffazione, l'Avv. Jacobacci ha notato anzitutto come vi sia in Italia una mancanza di cultura della difesa della proprietà intellettuale, e una sfiducia generale nella giustizia. Al contrario, se si mettono in atto le misure necessarie per la tutela, si possono ottenere risultati, in Italia ma anche in Cina. Si deve però attuare un'attività costante di protezione, intraprendendo strade anche alternative a quella giuridico-legale, come per esempio l'innovazione tecnologica continua e la difesa del marchio. Infine, l'Avv. Jacobacci ha sottolineato come la strada migliore per ottenere risultati contro la contraffazione in Cina sia operare attraverso professionisti cinesi, per quanto questa sia senza dubbio la via più costosa.

Ha continuato ad affrontare il tema della contraffazione il Dottor **Vittorio Donati** dell'Ermenegildo Zegna Intellectual Property Department.

Annunciando la sua volontà di non toccare temi troppo tecnici, il Dott. Donati ha sottolineato come il "caso Cina" riassume, enfatizzandoli, tutti i problemi relativi alla contraffazione. La cultura cinese sul tema della contraffazione, ha rilevato il Dott. Donati, è diversa dalla nostra: la contraffazione infatti è semplicemente considerata come uno dei tanti modi di "fare *business*", tant'è vero che il fenomeno prospera anche grazie a grosse società cinesi, che considerano un fatto naturale che una parte della loro struttura sia destinata alla produzione di prodotti contraffatti. D'altra parte, ha continuato il Dott. Donati, il Paese è grande e articolato e le stratificazioni normative e operative sono molte. Il sistema giuridico, mentre si modernizza sul piano della legislazione, è carente sul piano della giurisprudenza; bisogna tener conto del fatto che fino a qualche anno fa la tutela dei marchi stranieri era vista in contraddizione con gli interessi del popolo cinese.

Bisogna inoltre considerare che i costi della difesa di un marchio in Cina sono circa dieci volte il costo che si sostiene in un Paese occidentale, e questo soprattutto per la necessità di un mediatore cinese, come ha rilevato precedentemente l'Avv. Jacobacci. Il quadro giuridico di riferimento è diverso anche dal punto di vista sanzionatorio: le penalizzazioni in termini risarcitori sono spesso irrilevanti. Inoltre, è molto facile per il contraffattore "scompare" in Cina; per questo motivo spesso si individua la fonte della contraffazione, ma poi non è possibile procedere giuridicamente perché la fonte non è più reperibile.

Dall'analisi di tutti questi elementi, viene evidenziata la necessità di approcci il più possibile integrati. La piccola azienda ha grosse difficoltà a muoversi da sola; per questo è auspicabile che essa ricerchi un coinvolgimento che sia il più ampio possibile. Si tratta di una strada percorribile, dal momento che spesso il contraffattore ha nel suo "catalogo" diversi marchi stranieri.

Il Dott. Donati ha concluso il suo intervento sostenendo che queste sono le chiavi per arrivare a dei risultati; attuare queste strategie è utile perché logicamente il

contraffattore tende a seguire le strade di minor resistenza. L'invito del Dott. Donati è dunque alla collaborazione tra la parte politica, la parte privata e la parte associativa: solo in questo modo si ha qualche probabilità di successo.

Ha quindi preso la parola il Dottor **Alberto Forchielli**, Presidente dell'Osservatorio Asia.

Il Dott. Forchielli ha sottolineato come la Cina investa sei miliardi di dollari all'anno. Ma la Cina, ha continuato il Dott. Forchielli, si trova ad affrontare quattro difficoltà fondamentali:

1. Troppe persone. Come è già stato rilevato, la Cina si trova ad affrontare un problema relativo all'occupazione;
2. Troppi soldi: per la Cina è necessario controllare l'inflazione;
3. Troppe fabbriche: la Cina si trova ad affrontare un eccesso di capacità produttiva, con una conseguente fortissima pressione sui prezzi;
4. Troppi nemici: l'atteggiamento "aggressivo" della Cina non può che suscitare malcontento.

Date queste difficoltà, il Dott. Forchielli si dice convinto che la Cina sarà presto costretta ad esportare capitali. In quali direzioni verranno indirizzate tali esportazioni di capitale? Secondo il Dott. Forchielli, le direzioni intraprese saranno fondamentalmente due:

- a) la Cina è priva di petrolio, di minerale ferroso e di rame: cercherà dunque di assicurarsi il controllo delle risorse;
- b) i Cinesi, ha affermato il Dott. Forchielli, sono stanchi di essere i "terzisti" del mondo: investiranno dunque capitali per acquistare sistemi logistici e marchi.

Il Dott. Forchielli ha concluso sostenendo che l'Italia ha la possibilità di approfittare della prossima ondata di esportazione di capitali da parte della Cina, grazie alla posizione geografica dell'Italia, strategica per quanto riguarda i trasporti.

Il Prof. Introvigne ha invitato a concludere il giro di opinioni il Professor **Sergio Bortolani**, Preside della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino.

Il Prof. Bortolani, che ha trascorso più di un anno in Cina e che ha potuto notare un'evoluzione davvero dirompente, ha sottolineato due aspetti che ritiene fondamentali:

1. I Cinesi hanno una formidabile cultura del denaro;
2. I Cinesi hanno la volontà, che rasenta la consapevolezza, di diventare primi al mondo.

Il Prof. Bortolani ha quindi raccontato una testimonianza da lui raccolta direttamente: il Presidente della Borsa di Shangaj gli ha confessato che il loro obiettivo a breve termine è di diventare la prima Borsa della Cina, il loro obiettivo a medio termine è di superare la Borsa di Tokyo e il loro obiettivo a lungo termine è di superare la Borsa di New York.

Bisogna inoltre considerare, ha continuato il Prof. Bortolani, che c'è anche una Cina di eccellenza e di qualità, come dimostra il caso della formazione manageriale. Il

Financial Times pubblica ogni anno la classifica delle prime cento Business Schools al mondo; tale classifica è realizzata sulla base del reddito dei neolaureati. La Scuola di Business di Shangaj, che nel 1996 occupava la novantaseiesima posizione, oggi occupa la ventiduesima posizione. E tra le prime cento ve ne sono altre cinesi, mentre ce n'è solo una italiana, al quarantaduesimo posto. I neolaureati alla Business School di Shangaj guadagnano 98.000 dollari annui lordi, decisamente di più di quanto guadagna un neolaureato italiano della Bocconi, e al 99% trovano lavoro a questo salario. Il Prof. Bortolani ha terminato il suo intervento dicendo che questi sono dati che dovrebbero far riflettere il mondo dell'imprenditoria italiana.

Terminati gli interventi dei partecipanti al tavolo, il Prof. Introvigne ha invitato i due *keynote speakers* a concludere l'incontro.

Il Dott. **Paolo Zegna** ha sinteticamente riassunto in quattro punti le sue considerazioni finali:

1. È necessario smettere di “parlar male” della Cina;
2. Di fronte a cambiamenti così rilevanti, si renderà necessario modificare i propri atteggiamenti, le proprie strategie e i propri piani di azione;
3. È inoltre necessario conoscere e far conoscere la realtà cinese;
4. Infine, è indubbio che il futuro presuppone un coinvolgimento italiano e piemontese nella realtà cinese.

L'Ing. **Andrea Pininfarina**, dopo aver rivolto al moderatore, Prof. Introvigne, i suoi complimenti per la conduzione del riuscitissimo incontro, si è detto estremamente interessato dalle esperienze aziendali che sono state presentate. Ha inoltre ribadito che quanto è stato detto durante l'incontro ha confermato le sue impressioni iniziali, e in particolare il fatto che la Cina rappresenti una grande opportunità a lungo termine, ma che d'altra parte è necessaria una grande determinazione. Senza dubbio la Cina è un Paese che presenta molte problematiche interne, anzitutto una grande tensione sociale: la sfida, ha continuato l'Ing. Pininfarina, è riuscire non solo a rendere la situazione interna cinese compatibile con il ruolo che la Cina vuole ricoprire sul panorama internazionale, ma anche cercare di rendere quella stessa situazione interna più uniforme: non bisogna dimenticare che in Cina esistono ancora tra le ottocento e le novecentomila persone che sono sulla soglia della sopravvivenza. L'Ing. Pininfarina ritiene dunque che si debbano confermare i rischi e le opportunità che la Cina offre; come sistema-Paese, l'Italia deve considerare questa la sfida del futuro.

Il Prof. **Massimo Introvigne** ha terminato ringraziando i *keynote speakers* e tutti i partecipanti al tavolo, e alle 19:30 è stato dichiarato chiuso il seminario.