



“A due anni e mezzo dalla fondazione abbiamo raggiunto già alcuni risultati importanti: lavoriamo con una ventina di aziende selezionate, con diversi progetti nei comparti dell’illuminazione, dell’arredo urbano, del riciclaggio, della telefonia, delle stoviglie e della domotica. Il nostro obiettivo ora è quello di consolidare un parco clienti diviso per settori, in modo da evitare dinamiche concorrenziali. Il passo successivo sarà quello di pensare ad eventuali ampliamenti produttivi: come dicevo, la Cina è enorme, noi adesso lavoriamo principalmente nell’area centro-meridionale intorno a Shanghai, in futuro si può pensare di espandersi verso nord. Anche il Vietnam e l’India sono realtà interessanti, economicamente in ascesa, ma sono opportunità da valutare con attenzione, proprio perchè nell’ambito dell’industrializzazione la conoscenza profonda del territorio è quanto mai fondamentale”.

Si parla molto dell’importazione di prodotti cinesi, meno di esportazione italiana in Cina, perchè?

“Perchè non siamo pronti, né loro né noi. A parte ovviamente i grandi brand che sono già da tempo sul mercato internazionale, penso a prodotti-status symbol come la Ferrari o gli abiti di Armani, per le piccole e medie aziende non è ancora il momento di lanciarsi nell’export in Cina, ad oggi è molto più conveniente realizzare là il prodotto finito e rivenderlo sul mercato nazionale ed europeo”.

derlo sul mercato nazionale ed europeo”.

Recentemente è stato messo a punto anche il sito internet di AL. EA., addirittura in tre lingue.

“Sì, per la nostra attività è importante parlare a tutti e soprattutto ai nostri partner asiatici, dunque oltre a italiano e inglese, tutte le informazioni utili, i contatti e le notizie sono anche in lingua cinese. Dal sito, tra le altre cose, è possibile scaricare un modello delle schede di controllo qualità che effettuiamo periodicamente attraverso verifiche tecniche dei materiali, analisi di laboratorio, certificazione e rilevamento quote”.

Molti hanno paura delle conseguenze dell’apertura alla Cina, soprattutto della sua capacità di imitare e riprodurre prodotti occidentali.

“Su questo punto occorre essere realistici, loro sono molto bravi a “copiare”, ma non hanno la nostra creatività, la nostra capacità di inventare e sperimentare, noi non dobbiamo difenderci dalle loro imitazioni; ma proteggere e valorizzare il nostro *know how*, le nostre competenze, la nostra originalità”. *Info: www.aleaconsulting.net*

Al centro e a fondo pagina due immagini della città di Shanghai, in Cina

I grandi numeri cinesi

La Cina è lo Stato più popoloso del mondo con circa 1.5 miliardi di persone, un sesto della popolazione globale. È la nazione con il maggior numero di paesi confinanti (14) e la terza per estensione territoriale.

PIL (2005): 9.412.361 \$

PIL procapite (2005): 7.198 \$

Inflazione: 1,5%

Disoccupazione: 4% (ufficialmente), 10-20% secondo alcune organizzazioni non governative

Dal 1971 è membro dell’ONU

Dal 2001 è membro dell’Organizzazione mondiale del Commercio (WTO)



in cifre

CARTA D’IDENTITÀ 2006

AL. EA. Consulting srl

Fatturato: 10.000.000 Euro

Addetti: 4 in Italia e 5 in Cina, a Shanghai.

Valutazione dell’indotto 2 milioni di euro