€ 2,50 Lunedì 11 Giugno 2012

MF CHINAITALY

- Investimenti, 22 storie di successo in Cina
- Affari, tutte le opportunità dall'energia al turismo
- Avvocati e consulenti, chi sono i professionisti di cui fidarsi
- Hong Kong o Shanghai, dove è più conveniente insediarsi
- Who's who, indirizzi e contatti per un ottimo approccio

MF ChinaItaly, gli speciali di MF-Milano Finanza - Supplemento a MF-Milano Finanza - Spedizione in A.P. art.1 c.1 L. 46/04, DCB Milano.

80

Gli 80 personaggi più influenti

中国/意大利：80个最重要的名字

20611
9 771594 677770

ORSI & TORI

炒鱿鱼 炒鱿鱼

DI PAOLO PANERAI

Quando nel dicembre 1978 arrivammo a Pechino guidati dal ministro del commercio estero, Rinaldo Ossola, che da ex-banchiere centrale aveva avuto la brillante idea di fare alla Cina, appena uscita dalla tremenda rivoluzione culturale, il primo prestito di un paese

continua a pagina 3

1978年12月，当我们在对外贸易部部长里纳尔多·奥索拉（Rinaldo Ossola，他以前是意大利央行行长，曾想出为刚刚从可怕的文化大革命走出的中国提供西方国家第一笔贷款的好主意）的率领下抵达北京时，只要提到这两个神奇的名字就足以获得中国人的微笑和兴趣。

第113页

COVER STORY

Apripista, followers e innovatori,

Per l'Italia, Cesare ***Romiti****, Romano* ***Prodi****, Gildo* ***Zegna****, Giorgio* ***Armani*** *sono i personaggi che hanno intuito per primi le* ***potenzialità*** *di quello che è diventato il più grande mercato del mondo e hanno inaugurato* ***imprese*** *e commerci. Da parte cinese l'approccio è più recente, ma grazie agli imprenditori privati,* ***Li Ka Shing*** *(Hutchison Whampoa),* ***Zhang Rui Min*** *(Haier),* ***Chunxin Zhan*** *(Zoomlion),* ***Wenrong Xu*** *(Hengdian Group) e ai manager di* ***Huawei****, è stata aperta la strada dell'Italia agli* ***investimenti*** *cinesi. Le storie degli uni e degli altri indirizzano oggi chi vuole fare affari nei due mercati*

Attilio M. Iannucci
Ambasciatore a Pechino

Vincenzo De Luca
Console a Shanghai

Cesare Romiti
Fondazione Italia-Cina

Filippo Aleotti
Investindustrial

Giorgio Armani
Armani

Sergio Balbinot
Le Generali

Federico Bazzoni
Citic Securities

Franco Bernabè
Telecom Italia

Patrizio Bertelli
Prada

Luca Biagini
Magneti Marelli

Paolo Borzatta
European House Ambrosetti

Mario Boselli
Camera della Moda

Saro Capozzoli
Jesa Investments

Giovanni Castellaneta
Sace

Renzo Cavalieri
Avvocato

Davide Cucino
Finmeccanica

Massimo d'Aiuto
Simest

Claudio De Bedin
Avvocato

Alberto Forchielli
Mandarin Capital Partners

Paolo Gasparrini
L'Oreal Cina

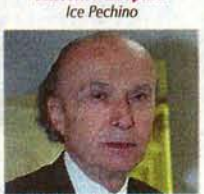
Antonio Laspina
Ice Pechino

Niccolò Magnoni
China Opportunity Fund

Luca Maina
Avvocato

Federico Marchetti
Yoox

Federico Masini
Sinologo


Gabriele Menegatti
Diplomatico

Michele Norsa
Ferragamo

Vincenzo Novari
3Italia

Hermes Pazzaglini
Avvocato

Airaldo Piva
Hengdian Group

Romano Prodi
ex Presidente del Consiglio

Beniamino Quintieri
Professore Economia

Alberto Rovetta
Ingegnere

Francesco Santulin
Santulin & Associates

Stefania Stafutti
Istituto italiano di cultura

Ugo Tori
Gruppo Fochi

Alberto Vettoretti
Dezan Shira & Associates

Mattia Visconti
Public relation

Mario Zanone Poma
Camera commercio

Gildo Zegna
Ermenegildo Zegna

COVER STORY

ecco chi conta nelle relazioni

Wei Ding
Ambasciatore a Roma

Congjun Li
Xinhua

Hui Liang
Console generale Milano

Yunqi Zhou
Console Firenze

Bin Li
Console economico Milano

Guangchan Guo
Fosum Group

Chunxin Zhan
Zoomlion

Jong'an Xu
Hengdian Group

Shubao Sun
Haier

Jianjiang Cai
Air China

Jianzhong Guan
Dagong Credit

Shangying Jiang
Bank of China

Hongbin Liu
ICBC

Yan Xiong
CBEX

Gao Zhen
Mandarin Capital Partners

Ming Zhao
Huawei

Li Wei
ZTE

Jing Ulrich
JP Morgan

Zhenmins Zhu
Genertec Italia

Heping Xing
Camera di commercio

Bryan Byoungsoo Lee
Omas

Linda Lin
CB Max

Cheng Zhang
Cecep

Lisa Wang
Interchina Consulting

Stevie Kim
Consulente

May Lee
Nu Air

Mabel Wang
Red Team Consulting

Feng Peng Xiao
LDK Solar

Louisa Wong
Bò Lè Associates

Xian Zhang
Direttore d'orchestra

Aric Chen
Designer

Yansong Ma
Architetto

Lina Ma
Stilista

Xiaojie Zhu
Designer

Uma Wang
Stilista

Sara Lin
Imprenditrice

Marco Wong
Associna

Sabrina Zhang
Commercialista

Gianni Lin
Associna

Qiu Lin Xu
Imprenditore

Nei primi anni 80, Deng Xiaoping fece chiedere a Romano Prodi, allora presidente dell'Iri, che si trovava in Cina per firmare un contratto di fornitura di due centrali elettriche, se riusciva a combinare due partite di Maradona a Shanghai e Pechino. I cinesi avrebbero garantito la diretta televisiva con 600 milioni di spettatori e le spese di soggiorno alla squadra italiana. Vennero fissate le date e la cosa sembrava fatta, ma Maradona chiese un compenso tale, 300 milioni di lire, che Prodi non se la sentì di sponsorizzare. E le partite saltarono. Come apripista di relazioni e affari, i tubi della Dalmine e le centrali dell'Ansaldo all'epoca, Prodi è una delle personalità italiane più riconosciute anche dall'attuale dirigenza cinese insieme a Cesare Romiti, ispiratore e presidente della Fondazione Italia Cina e a imprenditori tra cui Gildo Zegna e Giorgio Armani che nel mercato cinese hanno creduto fin dai primi anni 90. Seguendo l'esempio dei pionieri, anche le medie e piccole aziende, molte finanziate dalla Simest di Massimo D'Aiuto, hanno incominciato a programmare lo sbarco sul mercato più grande del mondo, mentre nelle strade di Hong Kong, Pechino, Shanghai e Canton, si accendevano le insegne di Ferragamo, Prada, Gucci insieme agli stabilimenti di Pirelli, Luxottica, Perfetti, Savio, Brembo nei principali distretti industriali.

Vent'anni dopo, scavallato il secolo, sono arrivati in Italia gli apripista cinesi, i big dell'Ict e delle telecomunicazioni, Huawei e Hutchison Whampoa del magnate di Hong Kong Li Ka Shing, e altri gruppi privati con miliardi di euro di fatturato, lanciati sulla strada dell'internazionalizzazione: Zoomlion di Chumxin Zhan, Hengdian Group di Wenrong Xu e soprattutto la Haier di Zhang Rui Min, l'imprenditore che spaccava a martellate gli elettrodomestici difettosi, davanti agli operai, chiedendo più qualità. Nelle pagine che seguono MF pubblica le testimonianze di imprenditori, consulenti, manager uomini della finanza e della diplomazia che oggi rappresentano la task force delle relazioni fra i due paesi, così lontani dal punto di vista geografico e culturale, quasi opposti su un'ipotetica curva a campana dell'economia mondiale, in cui però accade che proprio gli opposti allaccino e sviluppino le relazioni migliori. Come molte delle storie di persone e aziende pubblicate in queste pagine documentano.

COVER STORY

Beniamino Quintieri
Professore, Economia Internaz.

Grazie alla sua attiva collaborazione e al successo della gestione all'Expo di Shanghai del 2010, il Padiglione Italia ha riaperto i battenti in aprile, come Shanghai Italian Centre, sotto gli auspici dello Shanghai Expo Group. «A noi italiani vorrebbero affidare lo sviluppo dei poli di Gran Bretagna e Francia affinché siano gestiti come quello italiano», racconta Beniamino Quintieri, «in Cina quindi abbiamo un Palazzo Italia, dove, all'ultimo piano ha aperto un museo della Ferrari, il primo fuori dai confini nazionali». Tra i partner fondatori dell'iniziativa Ferrari, Istituto Marangoni, Fondazione Altagamma. L'Istituto Marangoni aprirà una fashion school internazionale, la prima sul mercato cinese. È prevista anche l'apertura di un ristorante italiano di alto livello (il cuoco dovrebbe essere Gennaro Esposito, del ristorante Torre del Saracino in provincia di Napoli) e di un business club esclusivo. «Le opportunità per l'Italia continuano. Negli ultimi cinque anni, la crescita della nostra presenza là è stata esponenziale». Basta guardare al numero di visti che sono stati rilasciati dal Consolato Generale d'Italia a Shanghai. Nel 2011 sono stati 87.480 (+81% rispetto al 2010). Nel 2006 erano 25.059. Dal 2005 è presidente della Fondazione Manlio Masi e ordinario di Economia internazionale alla facoltà di Economia dell'Università di Roma Tor Vergata e docente alla Luiss Guido Carli.

Alberto Rovetta
Ingegnere, Politecnico Milano

Bresciano, 71 anni, è il responsabile del laboratorio di robotica del Politecnico di Milano e uno degli ingegneri più apprezzati in Cina. Nel 2006 lo hanno invitato a insegnare per un biennio al corso di Space Robotics dell'Università di Aeronautica e Astronautica di Pechino, mentre per la Shanghai JiaoTong University ha seguito i progetti «Telecontrol and biorobotics» e «Noros». Oltre ai cassonetti intelligenti installati a Pechino (vedi articolo a pag. 62) ha ottenuto numerosi brevetti nazionali e internazionali, tra cui quello della mano meccanica per robot.

Francesco Santulin
Presidente, Santulin & Ass.

Presidente e Ceo della Santulin & Partners, che ha fondato nell'estate 2000 con l'obiettivo di sviluppare un modello di «boutique di qualità» a supporto della corporate governance e dei progetti di executive search, per aziende fortemente orientate all'internazionalizzazione, dal 2004 ha sviluppato un know how particolare sulla Cina. L'alleanza stretta con la Bo Le, l'agenzia di head hunters più diffusa in Asia, e la sua presidente e fondatrice Louisa Wang, gli danno un forte vantaggio competitivo. Prima di fondare la Santulin & Partners, è stato per 11 anni Senior Partner di una delle più grandi realtà internazionali dell' Executive Search, di cui ha avviato le attività della filiale italiana, nel 1989. Prima ancora, Francesco Santulin ha trascorso 18 anni in IBM, in Italia e in Usa (3 anni).

Stefania Stafutti
Direttrice, Istituto di Cultura

Nella nuova sede dell'Istituto, ricavata nel compound dell'ambasciata italiana a Pechino, dove sono disponibili sale conferenze e un'ampia biblioteca, la direttrice dell'Istituto Italiano di Cultura a Pechino è arrivata in maggio. Professore ordinario di lingua e letteratura cinese presso l'Università di Torino; dove presiede il corso di laurea in Lingue e Culture dell'Asia e dell'Africa, Stafutti, classe 1958, è anche direttore dell'Istituto Confucio di Torino e della fondazione nazionale Centro di Alti Studi sulla Cina Contemporanea. In Cina è referente dei progetti di internazionalizzazione con la China Eastern University e la Shenzhen University per il proprio Ateneo, il Comune di Torino e la Regione Piemonte.
Il suo lavoro di ricerca si è concentrato sulla letteratura cinese moderna e contemporanea. In quest'ottica ha realizzato di recente alcuni lavori di ricerca intorno ai rapporti esistenti tra le forme espressive della letteratura e i linguaggi della politica in Cina.

Ugo Tori
Consulente

Da dieci anni divide il suo tempo tra Roma e Hong Kong, consulente di gruppi internazionali per le attività di lobbying e business development in Asia e Italia.Ha cominciato a sperimentare l'Oriente negli anni 70 assieme all'amico Tiziano Terzani che spesso gli ha aperto le porte di un

mondo allora piuttosto inaccessibile. Nel 1971 in Corea è general manager della Kukje Pharma Lepetit, nel 1975 passa a Carlo Erba Farmitalia a Hong Kong, sviluppando relazioni commerciali e istituzionali in Cina, Burma, Sri Lanka, Malaysia e Singapore e aprendo uffici anche a Taiwan, Pakistan e India. Nel 1983 fonda la propria società per il business development di aziende internazionali e italiane in Cina con sede a Hong Kong, particolarmente attiva nel settore dei grandi impianti industriali. È attraverso quest'ultima esperienza che approda al Gruppo Fochi grandi impianti industriali, assumendone la responsabilità delle operations in Asia. «Sono molto positivo per l'Italia nei confronti del mercato cinese», conclude.

Alberto Vettoretti
Ceo, Dezan Shira & Associates

Residente in Cina da 14 anni, parla e scrive fluentemente in mandarino. Managing partner di Dezan Shira & Associates, che ha fondato insieme a due soci, un cinese e un inglese, si occupa dello sviluppo internazionale dello studio dividendo il suo tempo tra l'Asia e l'Europa. Si occupa direttamente di advisory e pianificazione aziendale strategica e fiscale per investimenti di multinazionali straniere e siede nel consiglio di amministrazione di alcune. È vicepresidente della Camera di commercio dell'Unione europea in Cina, di cui è stato anche presidente, unico italiano a ricoprire una carica del genere. L'anno scorso è stato nominato advisor internazionale presso il Governo di Guangzhou (Canton) con la responsabilità di migliorare il settore degli investimenti esteri nella regione.

Mattia Visconti
Public relation

I suoi eventi, tre al mese, sono i più seguiti a Shanghai soprattutto l'ormai famoso Pervert party. Trentadue anni, milanese, Visconti sbarca nella capitale finanziaria nel 2007 per gestire una discoteca. Il successo arriva rapidamente e nel 2010, l'anno dell'Expo, viene eletto best promoter a Shanghai. Il successo gli ha permesso di aprire un locale di degustazione di vini e un cocktail bar, lo Sugar, un must dei weekend shanghaiesi. «Per costruire un locale in Italia ci sarebbero voluti 6 mesi, in Cina ne abbiamo impiegati 3, a un quarto dei costi», dice.

Mario Zanone Poma
Presidente, CC italo cinese

Nel 2000 quando è stato nominato vicepresidente della Camera di commercio italo cinese, di cui dal 2011 è presidente, uno dei suoi primi obiettivi è stato quello di lavorare nella gestione della difesa della proprietà intellettuale, obiettivo che ha raggiunto nel 2004 con la costituzione della Camera di compensazione Italia-Cina. «I cinesi, diversamente da quanto pensano i più, sono maggiormente portati alla conciliazione e non alle grandi battaglie», spiega Zanone Poma, 72 anni, che in giugno sarà nuovamente in Cina per ridefinire il ruolo della camera arbitrale per agevolare le aziende italiane in Cina e cinesi in Italia. Secondo Zanone Poma, che è anche consigliere della Fondazione Italia-Cina, il fabbisogno energetico della Cina ridisegnerà la geopolitica mondiale.

Gildo Zegna
Ceo, Zegna

Per sottolineare l'attenzione del gruppo verso il mercato cinese, dove realizza un fatturato di quasi 600 milioni di euro, Zegna ha chiamato nel board della capogruppo Ulrich Jing, presidente di JP Morgan Asia, una degli asset manager più influenti in Asia sulle scelte di investimento (vedi anche l'intervista a pag. 24)
La storia del gruppo biellese nell'ex Regno di mezzo risale a 20 anni fa, quando venne aperto a Pechino il primo dei 70 punti vendita monomarca, a gestione diretta. Fra i tre fratelli che gestiscono il gruppo famigliare, 1,1 miliardi di euro di fatturato consolidato nel 2011, Gildo è stato il maggior fautore dello sviluppo in Cina attraverso una gestione diretta dei punti vendita e la creazione di una linea di prodotti dedicata, che combina lo stile italiano con dettagli di ispirazione cinese. Il guardaroba è stato concepito come un vero e proprio tributo alla cultura tradizionale cinese.

Cesare Romiti
Presidente, Fondazione Italia Cina

Cesare Romiti è stato uno dei promotori della Fondazione Italia-Cina nel 2003, di cui ha assunto la presidenza l'anno successivo, dopo avere lasciato gli incarichi in RCS group. La Fondazione è divenuta un punto di riferimento per le imprese, piccole e grandi, che cercano uno sbocco sul mercato asiatico. Per il suo ruolo nei rapporti bilaterali Romiti è stato premiato dal Primo Ministro Wen Jiabao in occasione dell'Anno della Cultura Cinese in Italia. Si tratta di un premio ideato dall'Associazione cinese per l'amicizia tra i popoli, consegnato il 7 ottobre scorso a dieci personalità italiane dal primo ministro cinese in occasione della celebrazione del 40esimo anniversario delle relazioni diplomatiche tra RPC e Italia. Romano, 93 anni il prossimo 24 giugno, ha incominciato la carriera nel gruppo Bombrini Parodi Delfino, di cui è diventato direttore generale, per poi passare a Snia Viscosa, Alitalia, di cui è stato ad, e Italstat. Nel 1974 entra alla direzione finanziaria della Fiat, della quale dopo due anni è diventato amministratore delegato, che ha lasciato dopo essere diventato presidente nel 1998. Da allora fino a luglio 2004 è stato presidente di Rcs. È stato insignito di quattro lauree «honoris causa» in Italia e all'estero.

Commercialisti, strategist e head hunters

Talenti, conti, strategie: come farsi consigliare bene

*Come trovare la location all'**Ovest**, dove individuare il manager che **parla** cinese in grado di spingere le vendite, a chi affidare la **contabilità** e il fiscalista che consiglia la struttura **societaria** più efficiente e conosce meglio gli **incentivi** regionali: i temi su cui misurare il valore della consulenza operativa e strategica sono sempre di più e più complessi. Una cosa è certa: i **costi** del professionista da ingaggiare sono elevati. Quindi...*

La strada tradizionale è quella che porta agli indirizzi delle big 4 (PricewaterhouseCoopers, Deloitte Touche Tohmatsu, Ernst & Young e KPMG), le multinazionali della revisione e della consulenza che schierano migliaia di professionisti, locali e non, con uffici nelle 20 principali città del Paese, in grado di risolvere (quasi) tutti i problemi inerenti alla localizzazione, operatività e gestione di un'azienda. Il lato b della medaglia sono i costi, affrontabili solo da grandi società, con alle spalle strutture finanziarie e di personale in grado di trattare alla pari con i consulenti. Ma nel contesto di taglio dei costi che perseguita soprattutto le piccole e medie imprese, affidarsi ad una delle big 4 o anche ad un consulente strategico come McKinsey, Boston Consulting o Value Partners va spesso oltre le possibilità. Scatta allora la ricerca di soluzioni locali, cinesi, in grado di assicurare l'appoggio necessario a condizioni economiche più sostenibili, senza sacrificare la qualità del servizio. «Per la gestione contabile, liquidazione imposte e revisione annuale obbligatoria costiamo di solito la meta di una big 4. A parte il costo c'è il servizio locale, con personale dedicato e senior mentre spesso le multinazionali, per alcuni tipi di servizi, tra cui la gestione contabile e fiscale, impiegano personale junior», sostiene **Alberto Vettoretti**, ad e co-fondatore di Dezan Shira & Associates, costituita nel 1992 insieme a **Sabrina Zhang**, commercialista, e da **Chris Devonshire-Ellis**, fiscalista, che ne sono i principali azionisti. Specializzata nella consulenza contabile e fiscale in buona parte dell'Asia, Dezan Shira conta su 12 uffici in Cina, cinque in India, due in Vietnam, uno a Singapore e 200 dipendenti. I suoi clienti sono in prevalenza piccole e medie imprese a respiro internazionale, 40% americane e 40% europee, in gran parte pmi italiane, ma anche due delle principali maison di moda, Candy e studi di architettura. Il resto sono aziende cinesi, grazie al fatto che il 90% dei dipendenti sono locali. «Il consiglio più richiesto è su come investire», spiega Vettoretti, «se tramite investimento diretto o con l'utilizzo di holding e come strutturarsi dal punto di vista fiscale per ottimizzare al massimo il ritorno». Una volta ottenuta la licenza nel territorio, Dezan Shira diventa gli occhi dell'investitore sul mercato cinese. Una delle invenzioni di Vettoretti sono stati i China Briefing, rapide guide a tutti quegli aspetti del business che possono interessare l'imprenditore, dai trend di mercato agli aggiornamenti sulle problematiche fiscali e legali. «I China Briefing ci hanno consentito di raggiungere diversi interlocutori a livello governativo in modo un po' più soft rispetto alla mera consulenza», osserva Vettoretti, «e ci permettono di codificare in forma scritta il know-how che abbiamo in materia fiscale». Dezan Shira ha pubblicato una cinquantina di libri, riviste mensili, news giornaliere sui problemi dell'investimento in Cina e in Asia in generale. Da una costola del gruppo di Vettoretti è nata Diacron Press, per iniziativa di un gruppo di commercialisti e fiscalisti italiani, con l'obiettivo di fare consulenza mediatica su business, fiscalità, geopolitica. Tutti i testi, in formato ebook scaricabili e leggibili su iPad, si trovano nella maggiori librerie online, da Amazon a Ibs. «L'obiettivo è dare alle pmi in Cina assistenza analoga a quella che ricevono sul mercato italiano», promette **Paolo Valente**, direttore generale. Dopo Shanghai, Diacron ha aperto una sede a Nanchino, nello Jiangsu e nell'adiacente Anhui, dove ha seguito diverse acquisizioni da parte di aziende italiane e curato lo start up di un'importante impresa della Brianza. Quest'ultima ha investito diverse decine di milioni di euro nel nuovo stabilimento, ottenendo lo status di progetto «incoraggiato» che significa agevolazioni fiscali e finanziarie e l'appoggio delle autorità nell'individuare la localizzazione migliore.

IL CONSIGLIO PIÙ RICHIESTO È SE INVESTIRE DIRETTAMENTE O CON IL FILTRO DI HOLDING PER OTTIMIZZARE I CONTI DAL PUNTO DI VISTA FISCALE

Francesco Santulin, fondatore di Santulin & Partners, è diventato per gli italiani un punto di riferimento nell'executive search grazie all'alleanza con Bò Lé, il network più capillare in Asia (24 uffici)

Uno dei nuovi trend su cui si stanno cimentando i consulenti è la ricerca di opportunità all'ovest, cioè nelle regioni della Cina continentale e occidentale, dove il governo di Pechino ha deciso di puntare per migliorare le condizioni economiche delle popolazioni. Il modello di sviluppo scelto dal piano quinquennale nel favorire la direzione ovest non è più guidato dai tradizionali investimenti energy and labour intensive, analoghi a quelli che hanno consentito la crescita record nelle regioni dell'Est. Al contrario Pechino vuole promuovere, con politiche fiscali di incentivi, investimenti di tipo green energy and high tech industry. In questa prospettiva, che riguarda anche la ripianificazione dello sviluppo urbano e industriale, la committenza cinese si allarga anche alle amministrazioni locali. «Da alcuni anni ci occupiamo della strategia delle città cinesi e abbiamo curato il piano industriale di Dalian e Wuxi», dice **Paolo Borzatta**, partner di Ambrosetti Consulting, «assistiamo anche le aziende cinesi che hanno intenzione di venire in Europa nella definizione della strategia, nel marketing, nell'organizzazione e finanza». Ambrosetti, che sta tentando di organizzare in Cina dei forum sul format di quelli tenuti a Cernobbio, ha curato recentemente il riposizionamento del brand Ergo con oltre 3 mila negozi in Cina. «Non basta più aiutare le aziende a vendere, occorre partire dalla costruzione di una rete di vendita, dalla ricerca dell'agente a quella del distributore», dice Borzata, che sottolinea la necessità di trovare il nome giusto di un marchio prima di affrontare il mercato. «Parmigiano Reggiano è stata una storia di successo grazie alla traslitterazione giusta, un'operazione dall'esito non scontato nel contesto cinese», sostiene il consulente.

Tuttavia la maggiore difficoltà per chi opera nella consulenza in Cina riguarda la complessità derivata dalla regionalizzazione. Nello Yunnan, le logiche e la cultura sono completamente diverse da quelle del

I network al servizio dell'impresa

KPMG

Con un esercito di 10 mila professionisti attivi nelle 13 città principali (Pechino, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Hangzhou, Fuzhou, Xiamen, Nanjing, Chengdu, Shenyang, Chengdu, Hong Kong e Macao), KPMG è stato il primo network di servizi professionali a sbarcare in Cina vent'anni fa e vanta oggi la rete più radicata e completa di competenze multidisciplinari, per facilitare i processi d'ingresso nel complesso mercato cinese. In Italia, la China practice offre un supporto alle aziende cinesi che vedono nell'Italia una porta d'ingresso per le economie occidentali e/o sono attratte da asset italiani (soprattutto marchi e tecnologie). Il team italiano è composto da una decina di professionisti dedicati (con 5 consulenti in secondment da KPMG Cina). I partner responsabili sono: Domenico Busetto per i servizi fiscali; Sabrina Pugliese per quelli legali; Maurizio Castello per le operazioni di M&A e Transaction Services; Wah Meng Gan, partner residente stabilmente in Italia da oltre 20 anni, per gli aspetti di revisione e organizzazione contabile.

PRICEWATERHOUSECOOPERS

Il leader mondiale nella consulenza e nella revisione è presente in Cina con uffici a Pechino, Chongqing, Dalian, Guangzhou, Hangzhou, Nanjing, Qingdao, Shanghai, Shenzhen, Suzhou , Tianjin e Xi'an. Il team italiano di advisory, coordinato da Marco Tanzi Marlotti, uno dei partner, ha recentemente assistito il gruppo cinese Beijing Jingcheng Heavy Industry nell'acquisizione di una quota di maggioranza del capitale della Tigieffe, la società italiana specializzata nella costruzione di piattaforme aeree semoventi. Secondo quanto emerso dalla 15.ma Ceo Survey di PwC, indagine condotta negli ultimi mesi del 2011 che ha coinvolto più di 1.250 top manager in tutto il mondo, gli obiettivi di sviluppo in Cina per le aziende italiane nel 2012 punteranno ad ampliare la base clienti, creare competenze interne per l'erogazione dei servizi, creare capacità di produzione, avere accesso a materie prime, ai talenti locali e a una fonte locale di capitali.

VALUE PARTNERS

Presente in Cina dal 2005 con uffici a Pechino, Shanghai e Hong Kong, Value Partners conta su un gruppo di professionisti prevalentemente cinesi, oltre che su una rete di relazioni con la business community e le istituzioni locali, coordinati da Jenny Ng, a Pechino, ed Enrico Lanzavecchia, a Milano. L'ufficio di Hong Kong segue anche il mercato di Taiwan. L'offerta comprende consulenza ai gruppi locali e internazionali sulle strategie e modalità di presenza sui diversi mercati, assistenza ai processi di M&A e supporto operativo. Tra le operazioni più significative, ha assistito Eurizon (assicurazioni) nell'acquisizione di una partecipazione di minoranza nel gruppo assicurativo cinese Union Life, il gruppo brasiliano Vale (miniere) nella ridefinizione della funzione acquisti internazionale che coinvolgeva i fornitori cinesi, il gruppo Zoomlion (veicoli industriali) nell'espansione in America Latina, e Huawei (tlc) nell'espansione in Africa e Medio Oriente.

DELOITTE

Deloitte opera attraverso un Chinese Services Group che dal 2005 coordina le attività da e per la Cina, in contatto con gli uffici di Shanghai e Pechino. Dal 2010, per favorire l'outbound cinese in Italia, l'attività viene gestita dal desk di Milano, in collegamento con gli altri gruppi della rete internazionale. L'approccio di business muove nella direzione di assistere le aziende italiane nelle loro operazioni oltrefrontiera e quelle cinesi presenti in Italia, e nell'assicurare in maniera integrata, nei due mercati, i servizi di Audit, Consulting, Enterprise Risk Services, Financial Advisory Services, Legal e Tax. In Cina, Csg di Deloitte è un network nel network che assicura una presenza capillare in 16 grandi città con personale italiano con esperienza professionale. L'interfaccia di questa rete è il gruppo italiano, con il quale il cliente finale intrattiene la relazione attraverso un solo interlocutore.

Sichuan. E quando si arriva a conoscere per filo e per segno il contesto in cui si deve operare, c'è il rischio che il mercato sparisca da un mese all'altro. «I cinesi imparano rapidamente dai migliori produttori e diventano in grado di sostituirli», avverte Borzatta. Ciononostante le opportunità che offre il mercato sono sconfinate, anche nei settori maturi, secondo il consulente di Ambrosetti. Per esempio, nel settore degli elettrodomestici bianchi, dove Candy ha una buona fetta di mercato, le lavatrici sono 23 milioni, più del doppio delle macchine vendute annualmente nell'Europa a 27. La previsione è che questo mercato in Cina triplicherà nei prossimi dieci anni mentre in Europa diminuirà del 5% nel migliore dei casi.

Un altro fronte su cui il valore aggiunto del consulente fa la differenza è quello della ricerca di manager con funzioni dirigenti. Sulla Cina, destinata a diventare il primo mercato mondiale nell'executive search, si sono scatenati i grandi operatori internazionali, ma il contatto con gli operatori locali è strategico. Per gli italiani un punto di riferimento è diventato Santulin & Partners grazie all'alleanza che **Francesco Santulin** ha stretto con Bò Lé, il network più capillare in Asia (19 uffici) fondato 15 anni fa da Louisa Wang. «Siamo molto attenti a quello che ci racconta l'imprenditore, al suo sogno», spiega Santulin, facendo l'esempio di Merloni Progetti. Poiché il brand Merloni è sempre coinciso con l'immagine degli elettrodomestici, che i cinesi sono in grado di costruire ormai quanto gli italiani, Merloni Progetti aveva la necessità di riposizionarsi diventando general contractor sul trasferimento di tecnologia. Il passo indispensabile per fare il salto di qualità era trovare un country sales manager all'altezza di un obiettivo non facile. «In questo caso ci siamo mossi sulla base di un mandato esclusivo e abbiamo individuato la persona adatta, un italiano in Cina da tanti anni, con moglie e figli cinesi, assolutamente padrone della lingua», spiega Santulin. La sua specialità è l'individuazione di manager che possano inserirsi rapidamente nel mercato, siano italiani o cinesi. Se italiani, il gruppo avvia in modo diretto la ricerca e interviene nella parte finale della scelta, basata non solo sulle competenze tecniche ma anche su quanto il candidato sa di Cina e sul suo feeling con il Paese.

Secondo Santulin un settore ricco di opportunità per le imprese italiane è il nucleare. «In Italia ci sono aziende che hanno una specializzazione riconosciuta nel settore e che lavorano già su commesse all'estero. Ho di recente lavorato per un gruppo italiano che cercava una jv per la fornitura di componenti nucleari». Nella zona di Piacenza, o di Caorso, tipici distretti del made in Italy, sono fiorite piccole realtà che si occupano di forgiature e lavorazioni meccaniche appositamente per questo settore, in cui la Cina alimenterà una domanda costante sulla base dei programmi di costruzione di nuove centrali entro il 2020.

Paolo Borzatta è il partner di Ambrosetti Consulting con la responsabilità del mercato cinese, dove sta cercando di organizzare dei forum, analoghi a quelli noti che si svolgono a Cernobbio

LE OPPORTUNITÀ CHE OFFRE IL MERCATO SONO SCONFINATE, ANCHE NEI SETTORI MATURI COME QUELLO DEGLI ELETTRODOMESTICI BIANCHI

Alberto Vettoretti, ad e cofondatore di Dezan Shira & Associates, costituita nel 1992 insieme a Sabrina Zhang, commercialista, e a Chris Devonshire-Ellis, fiscalista, che ne sono i principali azionisti