

中文特刊

Dalla Cina... con favore

Alberto Schoenstein

Fujian Nanping Aluminium.

Dalla Cina arriva la proposta di estrusi e laminati per il settore edilizio. Un rapporto, quello con le aziende di quell'immenso Paese, una volta lontano e ora vicino, sempre difficile. Ma la Cina rappresenta non un pericolo, ma un'opportunità. Vediamo come.

Nanping Aluminium il cui nome completo è Fujian Nanping Aluminium Company Limited, è stata fondata nel 1958 ed è oggi una delle maggiori aziende del settore alluminio in Cina. Complessivamente raccoglie due aziende produttive e due altre sussidiarie per complessivi 4347 dipendenti. Secondo la China Aluminium Association nel 2003 l'azienda è al terzo posto nella top ten dell'alluminio in Cina con la possibilità di arrivare al secondo posto e un fatturato di 2,1 miliardi di RMB (circa 225 milioni di euro). Durante quell'anno Nanping Aluminium ha prodotto circa 100mila t/anno di semilavorati di alluminio. La sua capacità produttiva è di 60mila t di primario, 50mila t di laminati, 150mila t di semis (comprese 60mila t di estrusi). Un ter-

zo delle 18 presse installate (due altre saranno in funzione da dicembre) è di produzione italiana come molte altre attrezzature. Si va da 500 a 3800 t come capacità di spinta. Oltre a queste presse l'azienda possiede due linee di anodizzazione, due linee di verniciatura, una di elettroforesi e una per l'effetto legno. Inoltre l'azienda è in grado di produrre oltre 6000 matrici/anno. La sola azienda di estrusione ha circa 1000 dipendenti e un fatturato stimabile in circa 100 milioni di dollari. Si tratta di numeri che da soli parlano chiaro. Un colosso cinese che, ora, si affaccia, dopo aver creato una vasta rete di azione internazionale che spazia dal Giappone al Sud Est asiatico, dall'India, all'Oceania, dal Medio Oriente all'Europa senza dimenticarsi del nostro vecchio continente, anche



Il dottor Luigi Giuseppe Esposito, nuovo direttore Italia.

Sotto, l'impianto a Nanping.

A destra, l'ingresso dello stabilimento e lo staff di ricerca.



sul mercato italiano mettendo a disposizione delle aziende la propria potenzialità produttiva.

Come è naturale in questo periodo quando si parla di Cina si "rizzano le orecchie", in tutti i sensi. Ma vediamo più attentamente quali opportunità ad un'azienda italiana può offrire un rapporto tra partner con un fornitore cinese.

In Italia

In Italia Nanping Aluminium opera attraverso il dottor Luigi Giuseppe Esposito, nuovo direttore Italia (tel. 06-85237413, fax 06-85350187) che abbiamo incontrato presso la nostra sede.

La paura contrapposta alla corsa all'acquisto di prodotti in Cina

"E' un discorso tanto lungo e vasto



Fujian Nanping Aluminium in pillole

 福建省南平铝业有限公司
FUJIAN NANPING ALUMINIUM CO., LTD.

Sede: Nanping City, Fujian, Cina

Dipendenti: circa 1000

Fatturato: circa 100 milioni di dollari Usa

Anno fondazione: 1958

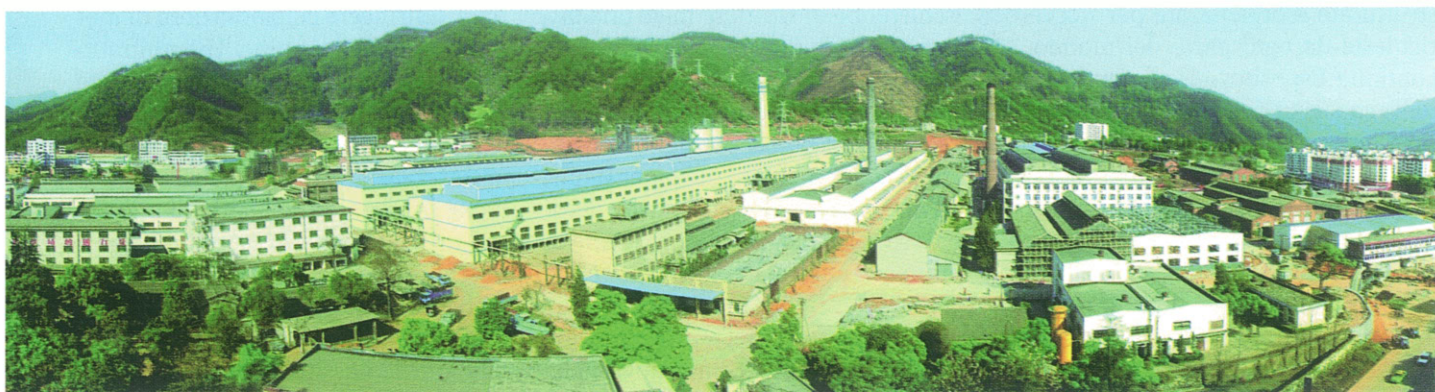
Produzione:

73mila t/anno di alluminio primario,
60mila t/anno di leghe.
50mila t di laminati, 150mila t di semis
(di cui 60mila estrusi con 18 linee
di estrusione e altre due in funzione
da dicembre 2005)

Finiture:

2 linee anodizzazione,
2 elettroforesi,
2 di verniciatura a polveri,
1 di effetto legno,
1 di deposizione spray.

Matrici: circa 6mila/anno



che rischierebbe di farci disperdere in una pluralità di atteggiamenti e teorie. In breve, abbiamo varie possibilità di considerare la Cina e le sue industrie: come intrusi, come potenziali partner etc. Nel primo caso si sfocia nella fobia verso una enorme macchina produttiva e si è portati a ritenerli esclusivamente un pericolo per la nostra economia. Nel secondo caso si ha un atteggiamento più ottimistico che mira a valutare la possibilità di trarre beneficio dai processi economico-industriali che si stanno susseguendo in quel Paese. Ci può essere, inoltre, un terzo atteggiamento dettato da una visione più concreta e oggettiva del mercato mondiale e porta a considerare un aspetto che non pone dubbi nella valutazione; esso è rappresentato dalla condivisa inarrestabilità ed ir-

reversibilità del processo di ingresso in ogni angolo del mondo dei manufatti realizzati in Cina. Sulla base di questo ed altri motivi, oggi, gli operatori economici più attenti hanno studiato e studiano adeguate forme di collaborazione. Difficile ed ingenuo pensare che questa colossale macchina di lavoro accetti di non vendere in Italia continuando solo a comprare i nostri prodotti.

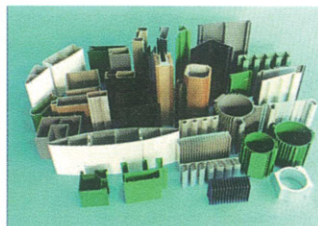
Una concezione adeguatamente collaborazionista, ci consente di mantenere il nostro Made in Italy, che può essere garantito esclusivamente dalla nostra capacità di ritornare a progettare, innovare e inventare mantenendo uno standard qualitativo elevato. Significa cooperare con loro, accettare di attribuirgli la ormai già acquisita funzione produttiva nell'economia

mondiale. E perché no, sfruttarne il prezzo, nella maggioranza dei casi indiscutibilmente più conveniente, per avere più margine, senza abbattere necessariamente il nostro prezzo finale. Utilizzando gli eventuali maggiori guadagni per un proporzionato reinvestimento in ricerca e sviluppo. Questa visione più aperta ci consente di accedere a un bacino produttivo ed alla possibilità non remota di convertire le nostre organizzazioni a fasi compatibili con l'inserimento di questa partnership, ma soprattutto ci consente di evitare il costo enorme del rinnovamento ed adeguamento degli impianti ormai obsoleti il cui onere non è sostenibile in costanza di bassissima marginalità e nel rischio che concorrenti di altre parti del mondo, non solo cinesi, ce la annulli-

no del tutto. Non ho inventato nulla perché in altri settori, e da poco anche nel nostro, questo processo è già partito da tempo. In buona sostanza, se si sceglie di cooperare con la Cina, la strada è aperta. Naturalmente bisogna essere pronti a farlo perché nel frattempo da altre nazioni ci si sta affrettando ad ideare modalità di collaborazione con quel mondo produttivo stringendo adeguati accordi con l'obiettivo di essere sempre più competitivi nel mercato globale e di inserirsi in quell'incessante flusso."

Spesso parlando di Cina viene in mente la grande lontananza di quel Paese, ma è ancora oggi un problema?
 "In questo caso si tratta di aziende ben strutturate e organizzate per ricevere richieste da ogni parte del mondo, - continua Esposito - con strutture in Italia capaci di ricevere ordini e richieste di informazioni. Per ciò che attiene alla logistica occorre dire che i cinesi in questo sono ormai bravissimi: la loro struttura organizzativa dei trasporti è talmente avanzata che, come è innegabile, hanno portato di tutto in tutto il mondo. Può così succedere che sia più veloce un trasporto dalla Cina che uno con partenza dalla Germania o da Parigi o persino di un trasporto da Milano a Palermo. Non solo, ma qualche giorno fa leggevo su Il Sole 24 ore che tra i porti della Cina viene inserito, paradossalmente, per numero di contenitori cinesi (oltre che indiani) movimentati, anche quello di Gioia Tauro, che ha raggiunto volumi tali da giungere al primo posto come volumi movimentati nel Mediterraneo".

Non badare solo al prezzo...
 "Una cosa importante - dice il dottor Esposito - è ricordare che non bisogna badare solo al prezzo. Se è vero che è indiscutibile un vantaggio di prezzo, è vero anche che avere a che fare con aziende cinesi va oltre il semplice obiettivo di contenere i costi ed eventualmente commettere addirittura l'errore di continuare a tenere a livello zero la redditività sul mercato. Così si



A destra, cura delle matrici.

Qui a lato, estrusi prodotti.



Una delle 18 (20 da dicembre) linee di estrusione.

rischierebbe di sfruttare male una importante opportunità e rimanere all'osso. La convenienza va ricercata nella valutazione di adeguate e programmate sinergie che ci permettano di ritornare ad un periodo di idonea redditività aziendale e non nel puro obiettivo di risparmio. Questo deve essere lo spirito con cui ci si deve avvicinare alla Cina. Ci deve consentire quel risparmio da reinvestire nella progettazione di prodotti e sistemi innovativi, nella cui produzione i nostri partner cinesi dovranno essere opportunamente coinvolti. La collaborazione dovrà essere foriera di risultati, concordati e progettati, che dovranno consentirci di mantenere o aprire sbocchi nei mercati più interessanti del mondo, teatro di flussi in cui l'Italia può restare o deve ritornare a testa alta.

Validità di brevetti e contratti.

"Bisogna innanzitutto evitare di generalizzare rispetto alle aziende cinesi. L'azienda di cui ho la Direzione Italia è un'azienda presente in tutto il mondo e non ha certamente bisogno di realizzare i propri business scopiando qualche sistema. Sono certo che poche realtà hanno uno staff destinato alla ricerca e sviluppo come la Fujian Nanping Aluminium Co Ltd. In ogni caso, in generale, l'aspetto contrattuale è uno degli aspetti che ci deve spro-

nare, a stringere collaborazioni di medio o di lungo termine. Un contratto fatto bene, in molti casi, è cento volte meglio di un brevetto. Nulla togliendo alla validità dei brevetti, in molti casi la certezza di un uso di matrici e profili tale da rispettarne le origini può essere meglio garantita se ad un brevetto si affiancano contratti seri che legano bene una parte all'altra e comprendono una disciplina che limiti sensibilmente le possibilità di uso e di vendita di progetti, sistemi o singoli profili se non a soggetti previsti. Un buon contratto con grandi aziende cinesi, inoltre, può far nascere contemporaneamente nuove ed importanti opportunità di vendita".

Resta un ultimo argomento: i pagamenti. "Non ci rivolgiamo ad aziende di dimensioni piccolissime, ma a strutture che operano con normali condizioni di pagamento. I sistemi di transazione sono quelli classici, molto, naturalmente, dipende dal ciclo di vita del rapporto fra i partner. Nella fase iniziale che si sia in Italia fra due italiani o fra due europei o fra un italiano e un cinese nulla cambia, si pretende una determinata garanzia del pagamento. Nelle fasi successive tutto è più semplice, perché si instaura un rapporto di fiducia reciproca, e si ottengono modalità di pagamento che sono quelle standard mondiali". ■