

I gruppi asiatici interessati a stringere accordi tecnologici con imprese torinesi

Asse italo-cinese nei componenti auto

Augusto Grandi
TORINO

Nel 1977 la produzione di autoveicoli in America del Nord, Giappone ed Europa rappresentava il 77% del totale mondiale. Nel 2007 la quota è scesa al 57% e le previsioni per il 2013 indicano un calo al 49%. Crescono invece i Paesi del Bric (Brasile, Russia, India e Cina). E proprio la Cina - ha spiegato ieri Eugenio Razelli, presidente dell'Anfia, nel corso di un workshop organizzato dalla Fondazione Italia Cina e dalla Camera di commercio di Torino - sta cambiando le proprie strategie poiché il governo di Pechino ha selezionato 18 costruttori locali (su 70 presenti nel Paese) per un progetto di crescita

del settore attuato con un piano quinquennale.

Diventa quindi importante, per le aziende italiane della componentistica, confrontarsi con due di questi 18 prescelti. E a Torino sono arrivati Chang An e il gruppo Gaig per approfondire la conoscenza con le aziende italiane del settore. È evidente - ha aggiunto Razelli, che i cinesi puntano soprattutto sulle aziende italiane in grado di andare a produrre in loco, magari attraverso joint ventures per servire il mercato cinese dove quest'anno saranno venduti oltre 10 milioni di autoveicoli. Ma non sono da escludere collaborazioni per la produzione di veicoli destinati al mercato eu-

ropeo. «Ma i grandi gruppi cinesi - ha sostenuto il presidente dell'Anfia - sono anche molto interessati ad eventuali investimenti diretti in Italia. Hanno bisogno di nuove tecnologie che le aziende della componentistica italiana possono offrire e hanno interesse ad aprire centri di ricerca e sviluppo in Italia».

E sulla scia di quanto stanno già facendo alcuni gruppi indiani, anche i cinesi sono interessati a far shopping di aziende italiane della componentistica auto. Approfittando, evidentemente, anche delle attuali difficoltà di numerose aziende che hanno qualità di impianti e di dipendenti, ma non la forza per superare la crisi.

Diventa in ogni caso importante l'attività di formazione sulla realtà cinese offerta dalla Fondazione Italia Cina. «È il terzo workshop sulla Cina organizzato a supporto delle imprese - spiega Alcide Luini, direttore generale della Fondazione - dopo quelli dedicati alla moda (a Milano) e al biomedicale (a Mirandola). La Cina sta diventando un mercato d'accesso per le aziende italiane e noi puntiamo alla formazione partendo da distretti specializzati».

Quanto all'Anfia, si tratta del quarto seminario dedicato ai Paesi più interessanti quanto a opportunità di mercato o di investimenti diretti. In precedenza gli approfondimenti avevano riguardato India, Russia e Repubblica Ceca.

