

Intervista

L'incontro con Renzi: «Io, ex insegnante di inglese, ho distribuito 300 tonnellate di ciliegie americane nel mio Paese»

Alibaba, il gigante anti Amazon «Trampolino del made in Italy»

Jack Ma: apriremo la via della Cina alle piccole imprese

ROMA — L'imperatore del web cinese vive di sogni. Che persegue, e realizza, con determinazione rivoluzionaria. «Se non avessi osato l'impensabile quindici anni fa — ci dice con un sorriso appena accennato — avrei continuato a lavorare nella scuola. E invece...».

Invece Jack Ma, 49 anni, ex insegnante di inglese, oggi è il presidente esecutivo di Alibaba Group, il gigante internetiano da lui fondato che ha cambiato il volto della Cina. E dei cinesi: una rivoluzione sociale così profonda, e permanente che, forse, lo stesso Mao avrebbe potuto applaudire. «La nostra impresa non è fatta soltanto di affari — annuisce Jack Ma, abituato a essere accostato più a personaggi come Jeff Bezos o lo scomparso Steve Jobs (ma a suo agio anche come Grande Timoniere della Rete) —. È, soprattutto, uno stile di vita. Per questo piace, ai giovani e non solo, per questo ha inciso così profondamente sul modo di intendere lo sviluppo economico». Naturalmente, è anche un'impresa moderna e globale, con un giro d'affari (vendite online) di 250 miliardi di dollari e profitti netti per oltre 700 milioni di dollari (2013) che fanno certo l'invidia di un rivale («Ma noi non lo consideriamo tale») come Amazon, dai margini operativi risicati. Non solo: Yu'e Bao, il conto di deposito online creato dal Gruppo nove mesi fa, a febbraio ha superato gli 81 milioni di account, con un patrimonio di 81 miliardi di dollari, il quarto al mondo. Numeri giganteschi, da fare invidia. Numeri che la piccola Italia potrebbe in qualche modo condividere?

Jack Ma, all'anagrafe Ma Yun (Ma, il cognome sta per «Cavallo», Yun, significa Nuvola: un nome, un destino), è venuto a Roma per parlare al primo ministro Matteo Renzi dei suoi sogni (soprattutto quelli realizzati) e di come esportarli nel nostro mercato. In poche parole: come spalancare l'Oriente al made in Italy, sfruttando la rodata impalcatura digitale di Alibaba.com. «Un'ottima opportunità — conferma Fu Yixiang, vicepresidente della Camera di Commercio Italo-Cinese, l'uomo che ha convinto l'imperatore ad attraversare il pianeta per una sola, quanto intensa giornata di incontri —. Opportunità che sarà sancita, speriamo, da una

lunga serie di accordi quando Renzi andrà a Pechino, a metà aprile». Il *Corriere* ha potuto incontrare Jack Ma al termine della visita a Palazzo Chigi e prima di un lungo pranzo d'affari con imprenditori e capitani d'industria. Uno tra tutti: Franco Bernabè.

Come è andata con il premier Renzi?

«Bene, molto bene. Renzi è informato, sa molte cose al nostro riguardo. Io, da parte mia, gli ho spiegato cosa siamo nel mondo e, soprattutto, cosa vogliamo fare qui».

Cosa esattamente?

«Vogliamo aiutare le piccole e medie imprese italiane a vendere in Cina attraverso il nostro portale. Su Alibaba.com ogni giorno ci sono cento milioni di utenti che fanno spese online. I cinesi adorano i prodotti italiani. Se consideriamo che abbiamo 300 milioni di persone registrate è facile immaginare quali opportunità potrebbero nascere per le vostre Pmi. Su questi temi con Matteo Renzi abbiamo avuto un ottimo confronto: abbiamo parlato dei marchi italiani più noti ma anche dell'agroalimentare, un settore verso il quale in Cina c'è un enorme interesse».

In Italia il commercio online è in crescita, ma certo non è paragonabile a quello cinese: nel 2013 gli acquirenti su Internet hanno raggiunto i 14 milioni. Una goccia...

«Certo, c'è molto lavoro da fare. È una sfida. Se vuoi fare buon business, molti dettagli vanno risolti: come incrementare la fiducia sulle transazioni online o la velocità e l'affidabilità delle consegne. Noi, in ogni caso, siamo venuti per convincere i venditori, più che gli acquirenti. Siamo riusciti a distribuire in Cina 300 tonnellate di ciliegie raccolte negli Stati Uniti. Perché non farlo dall'Italia?».

Parlando di marchi, cosa può dire a chi teme che questo genere di commercio possa favorire il furto di copyright?


«Se si va in montagna si ha paura delle tigri. Questo è un problema anche per noi cinesi. Per questo abbiamo una squadra di 2.000 persone adibite ai controlli più rigorosi. Una squadra che la-

vora in collaborazione con la polizia. Tuttavia, il business è anche rischio, garanzie totali non esistono. Ma grandi marchi come Gap, Apple, le italiane Replay, Fila, Ferrero, Geox e Luxottica già lavorano con noi: è ora di ampliare l'offerta».

In Cina Alibaba fa affari soprattutto con le Pmi. Perché?

«Le piccole medie imprese sono ovunque il modo migliore per creare lavoro. Noi possiamo fornire loro la tecnologia per raggiungere qualunque mercato. Una volta, il mondo era appannaggio soltanto dei grandi, di chi poteva investire grandi capitali. Oggi non è più così. La nostra rivoluzione ha trasformato la business society. Noi non siamo soltanto parte dell'economia, la stiamo cambiando».

Paolo Salom

 @PaoloSalom

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Cos'è

La nascita

Alibaba è il colosso cinese dell'e-commerce fondato da Jack Ma nel 1999. Il gruppo si appresta a sbarcare in Borsa con un'offerta stimata in 100 miliardi di dollari



Il fondo

Nove mesi fa Alibaba ha creato Yu'e Bao, un conto di deposito online dove si possono parcheggiare somme di denaro da investire e disinvestire senza commissioni. In 9 mesi i depositi su Yu'e Bao sono saliti a 81 milioni, raddoppiando in un mese tra gennaio e febbraio

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La trasferta Jack Ma, presidente esecutivo di Alibaba, in questi giorni a Roma

250

miliardi di dollari. Il giro d'affari del gruppo Alibaba, che ha realizzato utili per 700 milioni di dollari