

Internazionalizzazione. La fondazione guida sette società per l'ingresso sul mercato asiatico

Torino wireless alla sfida dell'Ict cinese

Marco Ferrando

TORINO

Torino wireless prova a scardinare il mercato cinese dell'Ict. Un mercato gigantesco e popolato da colossi, per entrare nel quale è indispensabile, oltre a un elevato bagaglio tecnologico, una rete di partner in loco e un'ottima conoscenza del contesto competitivo in cui si andrà a operare.

Così si spiega l'approccio "di distretto" tentato da Torino wireless. Sulla scia di due esperienze di successo sviluppate nel contesto americano e in quello giapponese (con il programma Gap-Global access program e l'accordo bi-

LE SOCIETÀ

Sono cinque piemontesi e due lombarde le attività interessate a joint venture, accordi commerciali o piani di ricerca con Pechino

UN DISTRETTO DA IMITARE

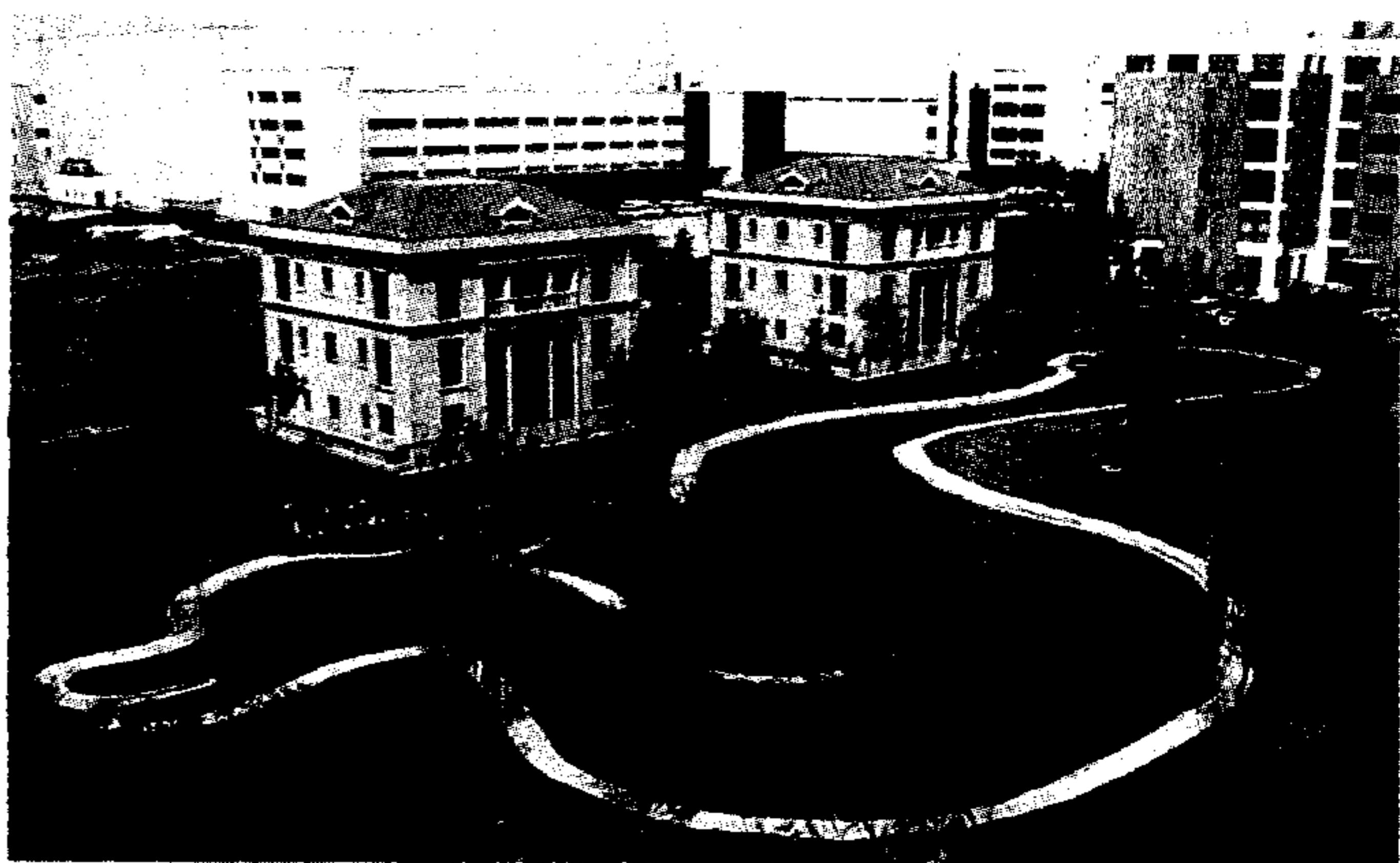
Il progetto punta a riprodurre sotto la Muraglia, con l'aiuto di tre partner locali, la logica aggregativa tipica del distretto

laterale con la Japan external trade organization), la fondazione presieduta da Rodolfo Zich ha ora in rampa di lancio due iniziative analoghe che guardano al di là della Grande muraglia: la prima, l'Excellence match program, è partito nel mese di maggio e vede già protagoniste sette aziende, la seconda, battezzata "China access bridge", sarà di vocazione puramente commerciale e vedrà la luce nei prossimi mesi.

Dalla primavera Torino wireless dispone di una base a Pechino ed è qui che risiede e opera il

coordinatore di Emp, Piermichele Bosio: «Per la prima edizione del programma, ancora in forma sperimentale — spiega — abbiamo selezionato un gruppo di sette aziende in base alle possibilità concrete di inserimento nel contesto altamente competitivo del mercato cinese». Del gruppo fanno parte cinque realtà piemontesi e due lombarde: il Centro ricerche Fiat, già presente in Oriente ma interessato a sviluppare nuove sinergie con altre Pmi piemontesi attive nell'infomobilità, Accent (numero due in Europa nei circuiti integrati), Dylod (da 10 anni leader mondiale nella produzione di macchinari a raggi X per il controllo nell'industria alimentare e farmaceutica), Elem (leader in Italia con il sistema Viasat), Lct infotelematics (spin off del Gruppo Prototipo, opera nella navigazione satellitare e nel controllo a distanza), Mizar (interessata a entrare nel mercato cinese del controllo del traffico), Ribes (sensoristica avanzata e microbiotica) e infine Sepa, azienda leader nazionale nella progettazione e produzione di sistemi integrati di diffusione di informazioni audio/video al passeggero e di videosorveglianza su mezzi su rotaia.

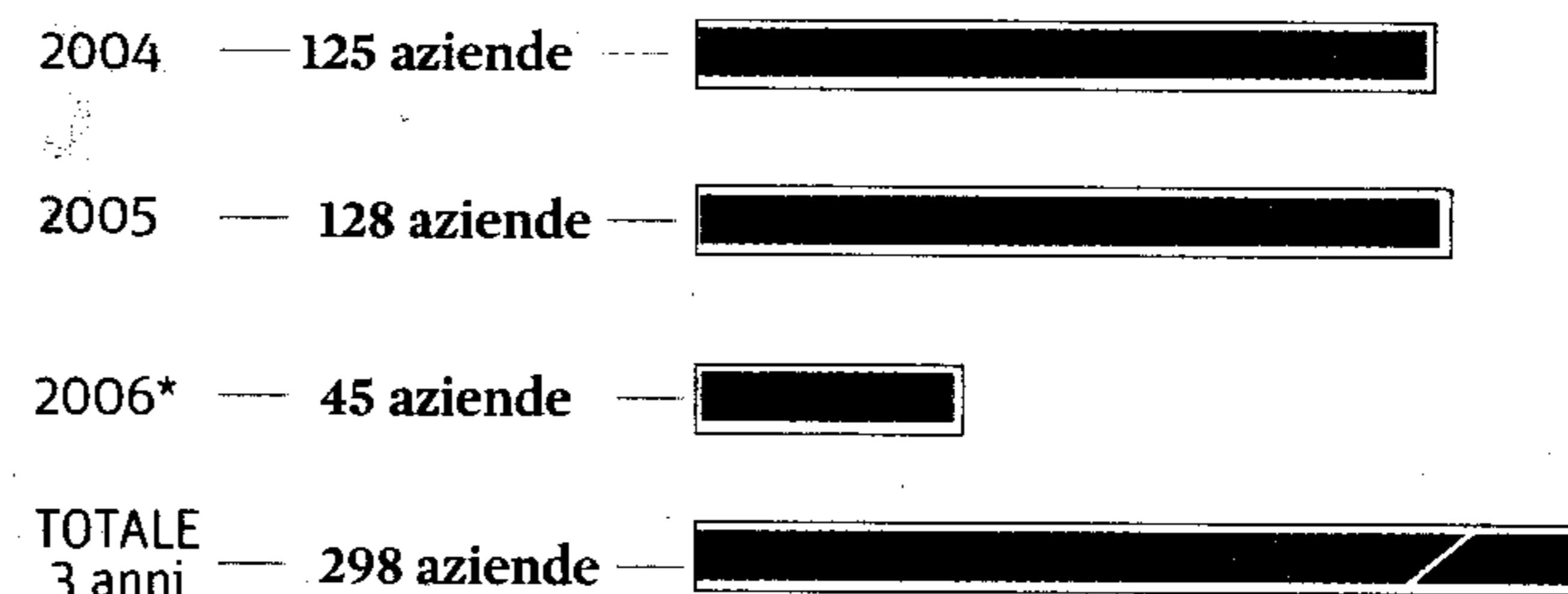
Tra le "magnifiche sette", eterogenee sia per dimensioni sia per specializzazione, c'è chi da tempo intende insediare in Cina una struttura commerciale, chi punta a sviluppare un progetto di joint venture o semplicemente una rete di partnership per programmi di ricerca congiunti. In comune hanno la necessità di approfondire la propria conoscenza del mercato cinese. «È qui che si inserisce lo sforzo dell'Emp», sottolinea Bosio, che nell'arco di sei mesi consente di approdare alla stesura di un business plan su misura per ogni singola azienda, un vero e proprio percorso di av-



Pechino. Lo Huilogsen international business Incubator, la base logistica per le attività di Torino Wireless in Cina.

Già aiutate 298 aziende

Il numero di aziende supportate da Torino Wireless negli ultimi tre anni



*dati al 28 luglio

Fonte: Torino Wireless

La gamma degli interventi

Le iniziative di Torino wireless a favore delle aziende negli ultimi tre anni

	2004	2005	2006*	Totale
Aziende registrate (questionario online)	210	225	41	476
Interviste di follow-up	125	128	45	298
Interventi di base (consulenze, assistenza alla progettualità, networking, training)	31	165	46	242
Industry and market analysis	11	32	16	59
Interventi avanzati (prototipi, progetti di ricerca applicata)	3	11	6	20
Global access programm	8	9	7	24

* dati aggiornati al 28 luglio 2006

Fonte: Fondazione Torino wireless