



Negli Anni 50, 60, 70 era la Repubblica Sovietica, oggi Russia, a proporsi come seconda potenza nella scala mondiale.

Negli Anni 80, 90 e nella prima decade del XXI secolo il Giappone ha realizzato il sorpasso piazzandosi subito dietro gli Stati Uniti.

Oggi, anno 2010, la Cina ha conquistato il secondo posto nei valori dell'economia globale, dettati dal business e dalle leggi del marketing.

Con una piccola differenza: il Paese del Drago è un fiume in piena espansione; ha margini maggiori degli altri per potenzialità di crescita. Dunque?

Se proviamo a concentrarci solo sul mondo dei motori e della mobilità, dobbiamo tutti provare a fare un confronto tra ciò che era il settore Cina in occidente due tre anni or sono e quello che è oggi, e soprattutto ciò che progetta di divenire nel domani imminente.

Le progressioni sono già evidenti ai più attenti. Da Great Wall a Gonow a Geely il piano di decollo è stato preparato come quello di una portaerei da combattimento nel Pacifico.

Nel primo autunno ne vedremo delle belle; il salto comincia ad alzare l'astina dei valori di market, e di parecchio. È vero che Germania, Francia, Italia, America e Giappone hanno in mano le carte del potere sul mercato globale, e forti sono le carte della tecnologia, quella da poter mettere in circolazione, ma dobbiamo cominciare ad analizzare le battaglie di business che si profilano.

Sono già arrivati i primi prodotti "made in China" con omologazione autovettura. Eurasia comincia per Great Wall la promozione della berlina Phenom, e Geely punta a sfidare Tata per l'auto più economica. Concetti diversi di low-cost, ma dietro ai quali ci sono potenze industriali e piani caterpillar. Con la lentezza e la pazienza proverbiale cinese. Ma ormai realtà di cui dovremo tenere conto.