

Lenovo: "Non più solo pc la sfida per noi si chiama IA"

FILIPPO SANTELLI, PECHINO

Dopo i personal di Ibm e gli smartphone di Motorola, dice il ceo del gigante cinese, "siamo concentrati nelle infrastrutture intelligenti"

Siamo speciali, cinesi ma anche globali». Mappamondo alla mano, bisogna dare ragione a Yang Yuanqing, 54 anni, ceo di Lenovo. La sua azienda, al primo posto mondiale per numero di pc venduti l'anno scorso, è stata una delle prime di Cina a saltare oltre confine, acquisendo nel 2004 il ramo pc di Ibm e nel 2014 i telefoni Motorola. Il fatturato è distribuito tra i continenti: 32% nelle Americhe, 25 in Europa, 24 in casa. Ma quella che in altre epoche sarebbe stata forza, in mezzo a guerre di dazi rischia di trasformarsi in vulnerabilità. Così l'informatico Yang Yuanqing («chiamatemi YY», *wai wai* all'americana) gioca da difensore della globalizzazione: «Ha portato benefici a tutti». L'ultima cosa di cui questa multinazionale cinese ha bisogno sono muri, mentre prova a raccontare ai mercati, ancora scettici, il suo futuro oltre i pc. E a rendere finalmente profittevoli gli smartphone Motorola: «Concentrarsi su alcuni mercati sta funzionando», dice YY.

La tecnologia è al centro della sfida Usa-Cina: teme che l'hi-tech diventi un'arma e Trump possa bandire Lenovo?

«La globalizzazione è una tendenza che dura da anni e porta benefici a imprese e persone. Se non ci fosse stato il lavoro a basso costo in Cina, i prodotti venduti nel resto del mondo non sarebbero stati così economici. Senza la globalizzazione non ci sarebbe Lenovo, per questo io spero e credo che continui, faremo del nostro meglio per promuoverla. Se io dovessi avere paura di Trump, le società americane dovrebbero temere i bandi cinesi? Il nostro mondo dovrebbe convergere, con i muri invece le aziende non potrebbero più scegliere dove fare business».

Dopo l'acquisizione dei pc Ibm siete un esempio di integrazione. C'è un malinteso culturale alla base della sfida Usa-Cina?

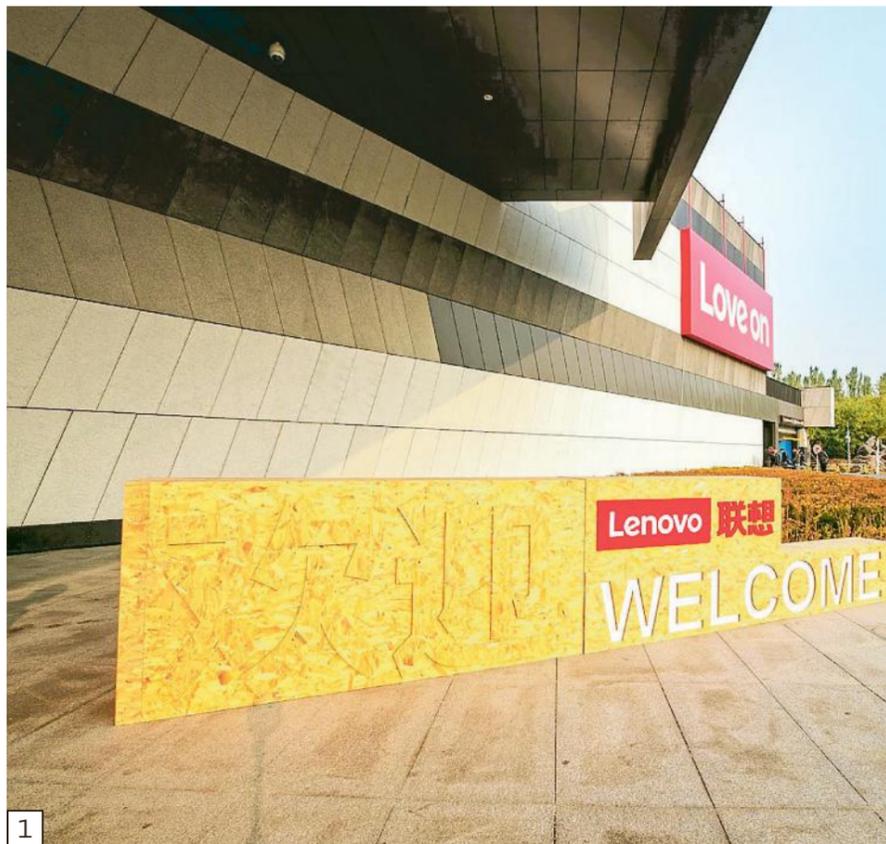
«All'inizio avevamo dei conflitti perché non ci conoscevamo. Da allora incoraggiamo tutti a seguire tre parole: rispetto, franchezza e compromesso. Spero che i governi imparino dal nostro successo».

L'acquisto di Ibm e Motorola oggi verrebbe approvato?

«Non posso parlare per i governi».

Per gli analisti la velocità dell'innovazione nel settore dei pc sta rallentando. È d'accordo?

«Quello dei computer resta un settore soddisfacente. Vale 200 miliardi di dollari, è in crescita, non se ne trovano molti in giro di queste dimensioni. A confronto nuovi settori come l'Internet delle cose sono molto frammentati. E poi è ancora un'industria con spazio per innovare, anche se lo sviluppo non è trascinato solo dalla potenza di calcolo. Noi puntiamo a rendere i



1

Il personaggio



Yang Yuanqing
ceo del gruppo cinese Lenovo, gigante dell'hi-tech

computer più intelligenti, sempre connessi, e a migliorare l'interazione con il linguaggio naturale. I pc restano strumenti utili e produttivi, per i prossimi 2 anni vedo una crescita».

Molte società lavorano per integrare l'intelligenza artificiale nei loro prodotti. Quanto investe Lenovo in IA?

«Ogni anno investiamo 1,5 miliardi di dollari in R&D, in linea con l'industria dei pc, e negli ultimi due anni una quota sempre maggiore è andata sull'IA, in tre aree: "smart IoT", ossia gli oggetti connessi e intelligenti che emergeranno a fianco a pc e smartphone, come gli altoparlanti per l'automazione domestica; infrastrutture intelligenti come data center, super computer e cloud; trasformazione industriale in settori come manifattura, retail o sanità, attraverso machine learning e big data. La applichiamo anche a noi per migliorare le previsioni sul mercato e ottimizzare le forniture».

Quanto conteranno i prodotti e quanto i servizi per voi?

«Siamo una società che produce device, ma rafforzare la parte di servizi è importante per il futuro. Nell'ultima trimestrale abbiamo

I numeri

LENOVO IN BORSA
QUOTAZIONE ALLA BORSA DI HONG KONG (IN DOLLARI DI HK)



45,3

MILIARDI
Il fatturato 2018 in dollari di Lenovo, diviso in parti quasi uguali fra Usa, Europa e Cina

riportato il risultato scorporato: il 5-6% del business, un buon inizio. Lo vogliamo rafforzare spingendo sulle soluzioni *as-a-service* per le industrie intelligenti».

Motorola è arrivata al profitto operativo, ma secondo molti il merito è del taglio dei costi, una strategia di corto respiro.

«Nel lungo periodo continuiamo a essere ambiziosi per Motorola. Ma nel breve, strutturare un business più piccolo è giusto. Motorola non ha guadagnato per 10 anni, il *turnaround* è la priorità. Abbiamo imparato che dobbiamo essere più focalizzati, ci siamo concentrati su Americhe e Europa Occidentale, tra gli emergenti teniamo solo Cina e India. Funziona, e se riusciamo a mantenere questa situazione per qualche trimestre potremo tornare a essere più aggressivi».

La Cina si presenta come un campione di innovazione, come evolve il sistema produttivo?

«Il modello Cina fabbrica del mondo non è più sostenibile: il costo del lavoro cresce, per la politica del figlio unico è difficile trovare dipendenti. L'innovazione è diventata una tendenza. Ci saranno sempre più società come Lenovo».

Il nuovo quartier generale di Lenovo a Pechino: il gruppo è il numero uno al mondo nelle vendite di pc

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Far East

FILIPPO SANTELLI



Business in Cina le aspettative decrescenti

La Cina procede verso una "nuova normalità". Un prossimo futuro in cui fare affari per le aziende italiane presenti sul mercato del Dragone, complici la sfida a tutto campo con gli Usa ma soprattutto il rallentamento dell'economia, potrebbe essere più complesso. È la fotografia che emerge dal primo sondaggio sull'umore delle imprese tricolori condotto dalla Camera di commercio italiana in Cina sulla scia di quanto già fanno quella europea e americana. I dati mostrano che nel 2017 i risultati ottenuti dalle nostre aziende nel Paese, seppur positivi, sono stati inferiori a quelli avuti dalla casa madre a livello globale. Quante imprese hanno incrementato il fatturato di oltre 5 punti percentuali? Qui in Cina il 64,9%, a livello globale il 70,6%. Quante hanno visto l'Ebitda salire di oltre il 10? Il 36% delle filiali cinesi contro un dato globale del 47%. Un divario che si ripropone anche nelle aspettative. Il 67,5% è ottimista che in questo 2018 il fatturato globale salga (il sondaggio è di luglio-agosto), ma il dato scende al 59,8% per la Cina. Solo l'11,6% si aspetta un calo del giro d'affari mondiale, ma la percentuale sale al 16,7 per quello locale. Nel complesso sono numeri che parlano di una grande opportunità per il Made in Italy, in un Paese dove la classe media continua ad espandersi a ritmi senza precedenti e la produzione risale i gradini della catena del valore. Non a caso la fascia di aziende ottimiste, che vedono il fatturato crescere di oltre il 20%, è più ampia rispetto al resto del mondo. Ma il fatto che un'azienda su sei, sulle 265 che hanno risposto, non si senta tranquilla è un «segnale di allarme», spiegano Davide Cucino e Guido Giacconi, presidente e vice della Camera. I costi per mantenere una struttura in Cina, a cominciare da quelli del lavoro, stanno salendo. E rispetto ad altri Paesi europei come Germania o Francia, l'Italia può pagare la dimensione limitata delle sue imprese, più esposte alle turbolenze e meno capaci di intercettare i benefici dei grandi progetti di sviluppo lanciati dal governo cinese. Il 22% di chi ha un'opinione ritiene di aver subito discriminazioni rispetto a concorrenti locali rispetto a Made in China 2025, il piano di avanzamento tecnologico varato da Xi Jinping. Mentre quattro su dieci dichiarano che la nuova Via della seta non ha avuto alcun impatto sul proprio business.

© RIPRODUZIONE RISERVATA