



ITALIA-CINA: L'INTERSCAMBIO COMMERCIALE SUPERA I 50 MILIARDI DI DOLLARI

Le partnership strategiche fra aziende italiane e cinesi creano opportunità di crescita per le eccellenze del made in Italy contribuendo a sviluppare nuovi mercati in Cina.

Il settore delle crociere è uno degli esempi più promettenti. Costa Crociere prenderà in consegna il

prossimo 28 febbraio una nuova nave progettata appositamente per il mercato cinese, mentre

Carnival Corporation ha sottoscritto una joint venture con CSSC, una delle più grandi aziende cinesi

di costruzioni navali.

Trieste, 26 febbraio 2019 - Oggi presso il Palazzo dei Congressi della Stazione Marittima Trieste si è

tenuto un importante forum dal titolo "The China-Italy business relationship - partnerships

building the future", promosso dalla Fondazione Italia Cina e dal Gruppo Costa Crociere, in

collaborazione con PwC Italia.

Al centro del dibattito le relazioni commerciali sull'asse Italia-Cina e le partnership strategiche

quale modello di sviluppo vincente per entrambi i Paesi. I dati parlano chiaro: nel periodo 2000-

2017 il Paese del Dragone ha investito in Italia 13,7 miliardi di euro posizionandoci al terzo posto

quale nazione europea di destinazione delle risorse cinesi dopo UK e Germania. Non solo. Secondo

i dati elaborati dalla Fondazione Italia Cina sono oltre 600 le aziende italiane a capitale cinese

principalmente nei settori chiave del Made in Italy. Queste aziende generano quasi 18 miliardi di

euro di fatturato e impiegano più di 30 mila dipendenti. Ma ben superiori sono le aziende cinesi a

capitale italiano: oltre 2000 per un totale di 160.000 dipendenti in Cina e giro d'affari

complessivo di 25 miliardi di euro. Non vanno poi sottovalutati i benefici derivanti

dall'interscambio commerciale tra i due Paesi, consolidato ormai sopra la soglia dei 50 miliardi

di dollari annui e contraddistinto da un trend di crescita delle esportazioni italiane maggiore

rispetto all'aumento delle importazioni dalla Cina.

Interviene Andrea Manchelli, partner di PwC Italia e membro del PwC China Desk: "Quello che

notiamo è che stanno assumendo sempre maggiore rilievo gli accordi di partnership commerciale

sotto varie forme incluse le joint venture strategiche. Ne sono un esempio gli accordi siglati a

novembre 2018 al China International Import Expo dove erano presenti le nostre istituzioni e quasi

200 campioni nazionali del Made in Italy. Per cogliere al meglio le grandi opportunità che offre la

Cina oltre a mettere in risalto il sistema Italia è essenziale valorizzare l'esperienza e la capacità di

fare squadra delle nostre eccellenze italiane che con successo stanno già lavorando in Cina".

Mentre Vincenzo Petrone, direttore generale Fondazione Italia Cina evidenzia: "La nuova Via

della Seta costituisce la sfida sistemica più ambiziosa in termini di raccordi intercontinentali,

connettività euroasiatica, investimenti, produttività ed efficienza logistica. L'industria italiana ha

tutte le qualità per affrontarla in maniera positiva, investendo, competendo e approfittando dei

nuovi scenari economici che la Cina, la sua industria e i suoi consumatori propongono. Per far sì

che le aziende italiane possano realizzare al massimo il proprio potenziale, soprattutto in un

progetto che, come questo, ha il suo cuore nel Mediterraneo, occorre che il settore privato e quello

pubblico agiscano in modo sinergico. Si tratta di un'occasione epocale di sviluppo per fare del

nostro Paese il crocevia infrastrutturale e logistico, che non possiamo perdere.”

Tra i mercati a maggiore crescita in Cina c'è quello turistico. In particolare, il settore crocieristico

ha vissuto in un arco di tempo ravvicinato una crescita ingente e velocissima. Al punto che la Cina

ha tutte le carte in regola per diventare il polo più importante al mondo, con ben 20 milioni di

passaggeri nel 2030, pari a 10 volte o quasi quelli attuali. Strategico in tal senso il ruolo di Costa

Crociere, sbarcata per prima in assoluto nel Paese del Dragone. Correva l'anno 2006 e l'azienda,

che fa capo a Carnival Corporation, compiva con Costa Allegra il suo primo viaggio da Shanghai.

Michael Thamm, Amministratore Delegato del Gruppo Costa e Carnival Asia, afferma: «Il

mercato delle crociere in Cina ha iniziato a svilupparsi dal 2006, grazie all'arrivo di Costa. Una

azienda espressione dell'eccellenza italiana che da allora ha contribuito a una notevole crescita:

nel 2018 ci sono stati 2,5 milioni di cinesi in crociera. Il potenziale di sviluppo futuro è ancora

enorme: i crocieristi in Cina rappresentano al momento meno del 2% dei cinesi che

fanno vacanze

all'estero».

Ora bisogna fare un salto ulteriore per raggiungere il target, costruendo navi su misura per il

mercato cinese, come Costa Venezia, l'ultimo gioiello di Costa costruita da Fincantieri nello

stabilimento di Monfalcone. Una nave che offrirà il meglio dell'Italia alla clientela cinese,

rafforzando la leadership di Costa in Cina. Rientra nel piano di espansione anche la recente

partnership siglata tra Carnival e China State Shipbuilding Corporation, una delle più grandi

aziende cinesi di costruzioni navali. Obiettivo: creare un nuovo brand di crociere che opererà in

Cina. Come spiega Michael Thamm: «La joint venture che abbiamo siglato ha un'importanza

strategica per tutte le parti coinvolte: rafforzerà ulteriormente la presenza di Costa sul mercato,

genererà un impatto economico significativo per l'Italia, con il coinvolgimento di altre realtà

imprenditoriali di eccellenza quali nostri partner, ad esempio per la costruzione di nuove navi, e

creerà opportunità per accrescere i legami economici fra Italia e Cina creando un ecosistema

globale».

Lei Fanpei, Chairman di China State Shipbuilding Corporation sottolinea che: "L'ingresso di CSSC

nel settore delle crociere in partnership con Carnival Corporation/Gruppo Costa e Fincantieri è una

decisione strategica che ha ricevuto particolare attenzione e un forte sostegno dai leader del

governo cinese e italiano." E aggiunge: "Attraverso le partnership con aziende internazionali leader

come queste, costruiamo una intera catena industriale che include il design e le costruzioni navali,

operazioni e supply chain, e promuoviamo insieme una crescita del sistema industriale creando un

ecosistema virtuoso per una crescita sostenibile del settore crocieristico”.

Giuseppe Bono, Fincantieri

“Mai come in questo momento la Cina è un interlocutore importante a livello globale nello scenario

economico e industriale e, grazie anche agli ottimi rapporti istituzionali sviluppati negli anni tra i due

paesi, ha individuato nell’Italia un partner preferenziale. La nuova Via della Seta è la via scelta dalla Cina

per la sua espansione nel mondo dall’Asia, all’Africa, all’Europa e in tale contesto Fincantieri da tempo

ha intravisto le straordinarie potenzialità di partnership industriale rappresentate da questo grande

Paese. Agendo come first mover in ambito navalmeccanico infatti, ci siamo accreditati come il Gruppo

che collaborerà con la Cina per la creazione di un’industria cantieristica locale e per lo sviluppo di una

supply chain dedicata alle attività crocieristiche, ma anche cantieristiche e marittime in generale.

Attraverso questa joint venture infatti Fincantieri oggi è in grado di creare in Cina ulteriori opportunità di

sviluppo anche per le piccole e medie imprese italiane del proprio indotto, consolidando con successo i

rapporti con i maggiori gruppi del settore in Cina, e allo stesso tempo di continuare a fare altrettanto in

Occidente, sfruttando il boom del comparto crocieristico e mantenendo le leadership acquisite. È

significativo peraltro che per questo ambizioso progetto la Cina abbia scelto i due migliori player presenti

sul mercato: Fincantieri come partner industriale e Carnival per la parte armatoriale, leader mondiale nel

settore crocieristico e principale cliente di Fincantieri. Tale joint venture oggi rappresenta una delle

principali operazioni di collaborazione industriale tra Cina e Italia e potrà consentire in futuro lo sviluppo

di nuove partnership tra le due società. Bono ha poi concluso: "Il progetto cinese è grandioso e

un'imperdibile opportunità per l'Europa perché non va dimenticato che la Cina è un paese complesso e

interessato all'unità, all'autonomia, alla competitività dell'Europa e questo rafforza l'importanza per

l'Italia di guardare oggi più che mai in quella direzione"

Rio Lam, Kerry Logistics

"Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un cambiamento nell'atteggiamento delle aziende italiane nei

confronti del mercato cinese: qualche anno fa le aziende vedevano la Cina come un luogo dove produrre

e/o acquistare a basso costo mentre oggi le aziende italiane vedono la Cina come un luogo dove vendere

i loro prodotti. Le aziende sono quindi alla ricerca di partner in grado di supportarle e consigliarle su

come operare all'interno del mercato"

Ugo Salerno, RINA

"Lo sviluppo della Cina rappresenta un'opportunità anche per il resto del mondo. Le competenze e il

know-how italiano sono un esempio del circolo virtuoso che dobbiamo ricercare affinché il beneficio sia

di tutti e massimizzato. RINA sta già facendo la sua parte in questo percorso nel settore delle navi

passenger, in the development and application of new technologies and in the sector of materials.”