MF International, gli speciali di MF-Milano Finanza – Supplemento a MF-Milano Finanza Spedizione in A.P. art. 1 c. 1 L. 46/04, DCB Milano

9 771594 677770 50522

€ 2,50 Maggio 2017

MF INTERNATIONAL

Quinta edizione

CINA-ITALIA

GLI AFFARI LUNGO LA VIA DELLA SETA

Eco-business
Quanto vale per le imprese

Power 100
Chi conta nelle relazioni e nel business

Speciale
1977-2017 Il grande balzo in avanti

Classeditori

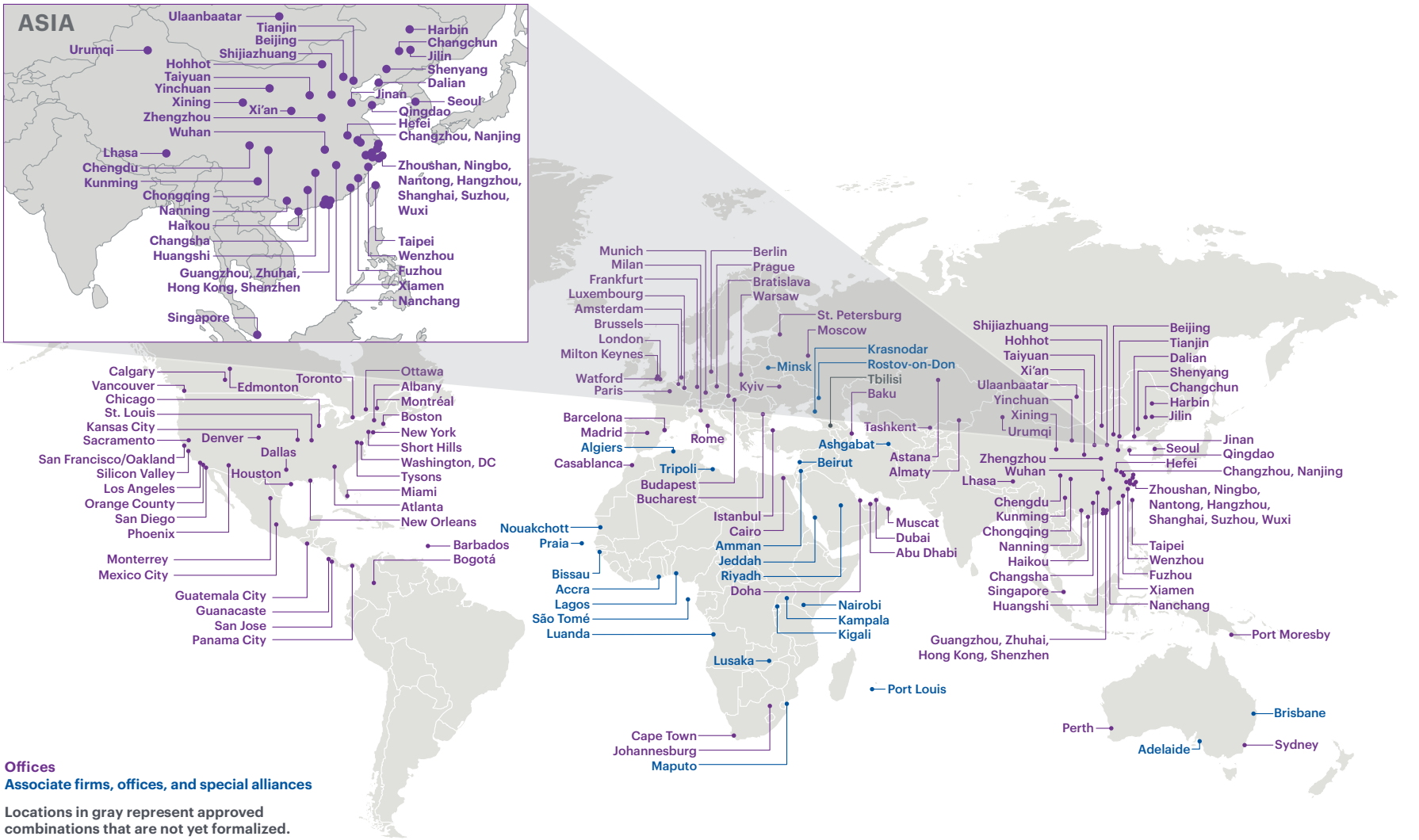
Dentons. Your fast track to China

大成 — 通往意大利的捷径

Tre buoni motivi per scegliere Dentons

- Con il nostro China desk a Milano e ben 45 uffici in Cina, offriamo un'assistenza a 360° alle imprese italiane che operano in Cina e a quelle cinesi che entrano nel nostro Paese.
- Siamo autorizzati dal Ministero della Giustizia cinese all'esercizio diretto dell'attività legale nel Paese senza alcuna limitazione, anche in ambito giudiziario.
- Abbiamo una conoscenza del mercato e delle istituzioni locali, nonché la sensibilità culturale che solo uno studio a matrice cinese può offrire.

Dentons. Now the world's largest global elite law firm.*



Offices
Associate firms, offices, and special alliances

Locations in gray represent approved combinations that are not yet formalized.

© 2017 Dentons. Dentons is a global legal practice providing client services worldwide through its member firms and affiliates. Please see dentons.com for Legal Notices.

*Acritas Global Elite Law Firm Brand Index 2013-2016.

大成 DENTONS

dentons.com

I CONTENUTI

MF INTERNATIONAL
CINAITALIA

CINA OGGI

6 **Personaggi, trend, curiosità**
L'imprenditore dell'anno, strategia e marketing, lusso online, architettura, turismo, manie, arte mercato, asset management, mobile banking

MADE BY ITALY

14 **Le start up vincenti**
Una sentinella sempre all'erta, Per vederci da ciechi, Get in touch

COVER STORY

16 **Power 100**
I personaggi nelle imprese, nella diplomazia, nella cultura che in Cina e in Italia possono facilitare le relazioni o aprire al business

TESTIMONIAL

26 **Romano Prodi**
Sulla Bri l'Italia si gioca una partita strategica
di Mariangela Pira

28 **Marco Tronchetti Provera**
Quanto rende percorrere la Via della Seta
di Pier Paolo Albricci

Marco Tronchetti Provera

OUTLOOK

32 **Barometro al bello su crescita stabile**
Con l'inflazione sotto controllo, il 4% di disoccupazione, un surplus finanziario secondo solo alla Germania, Pechino guarda a come investire in patria e all'estero
di Andrea Pira

Jing Ning

Massimo Guiati

SPECIALE 40 ANNI

40 **1977-1985**
Deng Xiaoping apre al mondo

42 **1986-1995**
La crescita accelera

44 **1996-2005**
Si apre il grande mercato

46 **2006-2008**
La fiaccola illumina la nuova potenza

48 **2009-2010**
Shanghai Expo, in vetrina la nuova Cina

50 **2011-2014**
La campagna acquisti è globale

52 **2015-2016**
Dal crollo delle borse al G20

54 **2017-2025**
Le grandi sfide? Ambiente e smart industry

BUSINESS

56 **Robotica**
La rivoluzione della macchine
di Marcello Conti

58 **Aerospaziale**
Fra le stelle esplode lo Spazio hi-tech
di Marcello Conti

60 **Sanità**
Sulla frontiera del biotech
di Franco Canevesio

64 **Agrifood**
Dalla terra al mercato, purché sia quello online
di Franco Canevesio

68 **Fashion**
Manifattura più stile, è la formula Shenzhen
di Milena Bello

72 **Logistica**
Capolinea Italia sulla nuova Via della Seta
di Nicola Capuzzo e Francesco Bisozzi

DOSSIER

74 **Nuovi progetti**
La scommessa delle città
di Francesco Colamartino

GUIDA

84 **Legal Advisory**
Le alleanze che contano per assistere i cinesi
di Gabriele Ventura

86 **Banche e assicurazioni**
Un'Intesa per il retail
di Andrea Pira

88 **Voli**
I campioni di rotta
di Francresco Bisozzi

90 **Casa Italia**
Le istituzioni tricolori che promuovono il business

in collaborazione con GRUPPO CREMONINI

Quella volta che Ossola...

di Paolo Panerai

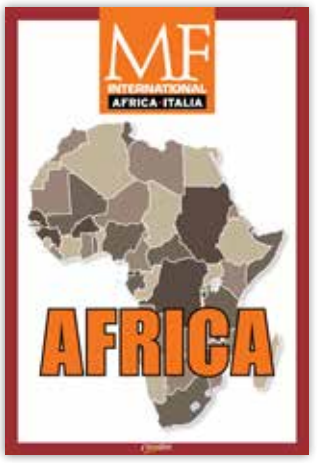
Il ministro Ossola aveva avuto un'idea geniale da vero, grande banchiere centrale: far sì che l'Italia, che non era certo il paese più ricco d'Europa ma la quinta potenza economica del mondo, diventasse il primo paese del mondo occidentale a dare un significativo aiuto economico alla Cina, appena riapertasi al mondo. Con oltre un miliardo di cittadini, per la gran parte ampiamente sotto la soglia della povertà vera, aveva bisogno di tutto. La missione era stata appunto organizzata per la firma del primo prestito da un paese occidentale al grande paese orientale per un importo equivalente a 1,5 miliardi di euro di oggi, sotto forma di stand by, cioè con la possibilità di tirarlo da parte delle autorità cinesi ogni volta che ne avessero avuto bisogno per effettuare acquisti di prodotti e tecnologia italiana.
Inutile dire che Pechino ne fu entusiasta e a trarne beneficio furono le molte aziende italiane già in contatto per forniture a imprese statali cinesi (allora c'erano solo quelle), a cominciare dalla Fiat che nella delegazione era rappresentata fra l'altro da Susanna Agnelli, poi ministro degli esteri italiano (…)

A Ossola, che era uno specialista in particolare del mercato dei cambi e delle regolamentazioni economiche e finanziarie internazionali, essendo sempre stato ai vertici dei comitati del Fondo monetario internazionale, venne subito la seguente riflessione: per l'inflazione la Cina sembra il paese ideale, ma questa ha due facce: se è troppo alta rovina le economie e coloro che hanno risparmiato, ma se è bassissima o inesistente è perché non c'è crescita economica. E ricordò come si autodefiniva il suo capo degli anni passati, il grande governatore della Banca d'Italia, Guido Carli: sono il "Signor punta e tacco" diceva, colui che poi come ministro del tesoro avrebbe firmato il trattato di Maastricht che tuttora governa, male, l'Unione europea (Ue). Punta e tacco è la manovra che fanno guidando l'automobile i piloti dei rally: con lo stesso piede riescono ad accelerare e a frenare a seconda se il percorso é rettilineo o evolve in una curva. Quindi, frenare perché l'inflazione non cresca troppo, ma accelerare per avere crescita.
Durante tutta la Rivoluzione culturale il concetto di crescita era stato seppellito. Ma ora l'avvio di relazioni economiche e sociali come quello pensato da Ossola apriva nuovi orizzonti, perché la Cina, passata sotto la guida del Vice Presidente Deng Xiaoping, aveva deciso di guardare lontano per il bene del suo popolo.
Il secondo giorno della missione il ministro Ossola ebbe il primo colloquio con il suo pari grado, il Ministro del commercio estero, Huang Hua. Non certo perché ci fosse da mettere a punto il finanziamento, considerato che prima di una missione del genere i così detti sherpa delle due parti preparano e verificano tutto; la delegazione poi parte solo quando l'esito dell'accordo è già sicuro; restano tuttavia spesso aperti alcuni punti riguardanti i corollari dell'accordo, come per esempio le contropartite, in questo caso di un prestito così importante per entità e significato. Alla fine degli incontri il capo della segreteria di Ossola, anch'egli ex-Banca d'Italia, il giovane e sempre sorridente Vittorio Barattieri, informava i giornalisti sull'andamento dei colloqui, regolarmente cordialissimi e fattivi. Le imprese italiane, al seguito per firmare contratti, erano soddisfatte, rivelando il buon esisto. Riservatissima era invece la prospettiva, di cui tuttavia si parlava fin dalla partenza da Roma, se Ossola sarebbe stato ricevuto o meno nella città proibita dal Vice Presidente Deng Xiaoping.

(…) In quella circostanza si seppe ufficialmente che il Vice Presidente Deng Xiaoping aveva talmente apprezzato il gesto del finanziamento da parte del ministro Ossola (e quindi dell'Italia) da aver previsto di incontrarlo nella Città Proibita. Probabilmente gli incontri furono due, ma di uno solo si ebbe consapevolezza, quando, alla fine della missione a Pechino, a tutta la delegazione fu consentito di varcare le porte della Città Proibita.
A fronte del finanziamento e dell'impegno a cedere prodotti e tecnologia, il governo cinese aveva dato molte cose in cambio, fra cui alcuni slot per Alitalia, la compagnia di bandiera, ritenendo sia Ossola sia le autorità cinesi che soltanto con un fitto e regolare scambio di visite di cinesi in Italia e di italiani in Cina i legami antichi fra i due paesi avrebbero potuto rinverdirsi e generare nuova amicizia e ricchezza. Dispiace constatare che per vicende particolari l'Alitalia non abbia poi saputo sfruttare quegli slot. Per fortuna la compagnia si è poi impegnata a recuperare il terreno perduto e per fortuna due compagnie cinesi, Air China e China Eastern Airlines, hanno sopperito in questi anni alla domanda crescente di voli fra l'Italia e il Paese più grande del mondo.

(da Il nuovo Milione di Paolo Panerai, Class Editori)

PROSSIMA USCITA



LUGLIO 2017

MF MILANO FINANZA *I FATTI SEPARATI DALLE OPINIONI*
e-mail: mf-milanofinanza@class.it
Direttore ed editore: Paolo Panerai (+39 02 58219209)
Direttore ed editore associato: Gabriele Capolino (+39 02 58219227)
Direttore: Pierluigi Magnaschi (+39 02 58219263)
Condirettore: Andrea Cabrini (coordinamento media digitali),
Vicedirettori: Filippo Buraschi (vicario, 02-58219205), Antonio Satta (06-69760847)

MF INTERNATIONAL
A cura di: Ettore Mazzotti (+39 02 58219885), con la collaborazione di Mariangela Pira
Hanno collaborato: Pier Paolo Albricci, Milena Bello, Francesco Bisozzi, Franco Canevesio, Francesco Colamartino, Nicola Capuzzo, Marcello Conti, Martina Mazzotti, Andrea Pira, Gabriele Ventura
Art director: Enrico Redaelli **- Grafica e impaginazione:** Alessandro Villa
Segreteria: Rosalba Pagano e Federica Troìa

Milano Finanza Editori spa

Milano Finanza Editori spa - 20122 Milano, via Marco Burigozzo 5, tel. (02) 582191 (sel. passante), telefax (02) 58317518-58317559. 00187 Roma, via Santa Maria in Via 12, tel. (06) 6976081 r.a., telefax (06) 69920373-69920374 - **Copie arretrate:** comporre il numero verde 800-822195. Risponderà la segreteria arretrati. Indicare cognome, nome, indirizzo, numero telefonico, pubblicazione arretrata desiderata e relativa data di uscita. Ai non abbonati è richiesto l'invio anticipato del doppio del prezzo di copertina a Milano Finanza Editori, preferibilmente mediante francobolli, o a mezzo assegno. La richiesta sarà evasa entro 30 giorni

TARIFFE ABBONAMENTI

Milano Finanza Italia € 160,00 annuale, estero € 266,00 annuale; **MF** Italia € 230,00 annuale, estero € 770,00 annuale; **MF+Milano Finanza** Italia € 354,00 annuale, estero € 900,00 annuale. *Abbonamento estero via aerea.*
Stampa: G. Canale & C. S.p.A. - Borgaro Torinese. **Distribuzione** Italia: Erinne srl, 20122, Via Marco Burigozzo 5 - Milano.
Concessionaria esclusiva per la pubblicità: Class Pubblicità, Via Burigozzo 8, 20122 Milano. Tel. 02-58219522/500.
Presidente: Angelo Sajeva. Vicepresidente: Gianalberto Zapponini. Vicedirettore generale stampa e web Business & luxury: Stefano Maggini. Vicedirettore generale tv indoor & moving tv consumer: Giovanni Russo. Vicedirettore generale news business iniziative & eventi speciali: Francesco Rossi. Per informazioni commerciali: mprestileo@class.it. Sales manager (MF International): Mauro Aurelio
Tariffe pubblicitarie a modulo: Commerciali € 520,00; Finanziari: € 340,00; Legali: € 220,00; Domanda e offerta di personale € 520,00; Aziende informano € 520,00. Supplementi per posizioni di rigore: +25%; per pubblicità a colori: +40%. Tutti i prezzi si intendono Iva esclusa.
Reg. al Trib. di Milano n. 266 del 14-4-89 - Direttore responsabile: Paolo Panerai

Classeditori
SERVIZIO ABBONAMENTI
CHIAMATA GRATUITA NUMERO VERDE 800-822195
CHIAMATA GRATUITA FAX VERDE 800-822196

AI LETTORI

Tutte le informazioni contenute in queste pagine si basano su fonti che *MF/Milano Finanza* ritiene attendibili. Le asserzioni espresse nei vari articoli dei collaboratori rispecchiano esclusivamente l'opinione degli autori. Nonostante l'estrema cura nel trattare la materia, *MF/Milano Finanza* non si assume responsabilità per quanto riguarda conseguenze derivanti da eventuali inesattezze o imprecisioni dei dati e delle quotazioni. In particolare, l'investimento in prodotti derivati (opzioni, futures, premi, warrant) offre la possibilità di ottenere elevatissime performance ma anche correndo un rischio molto elevato. Nel caso più negativo, si può verificare anche la perdita totale del capitale investito. In un normale portafoglio, la quota da destinare a prodotti di questo tipo dovrebbe essere limitata.

MORE THAN BLACK.

PIRELLI COLOR EDITION.

CHOOSE FROM ENDLESS POSSIBILITIES THE COLOR
TO MAKE YOUR CAR EVEN MORE UNIQUE.

PRE-ORDER ON **SHOP.PIRELLI.COM**

PIRELLI

The curved lines ( ) and the C are distinctive signs of Pirelli Tyre S.p.A.
The PIRELLI COLOR EDITION tyres can be pre-ordered, in selected sizes and countries, on the website shop.pirelli.com

di Milena Bello, Martina Mazzotti, Mariangela Pira

L'IMPRENDITORE DELL'ANNO

Con Kuka, alla sfida dei robot

Il ceo di Midea, colosso degli elettrodomestici, ha fatto in Germania la mossa decisiva

«Il viaggio è la ricompensa». Quando Paul Fang, presidente e ceo di Midea, citò Steve Jobs alla business conference annuale, fine 2015, del colosso di elettrodomestici e condizionatori (21,6 miliardi di fatturato e oltre 2 miliardi di utili nel 2016) in pochi lo conoscevano, anche chi in Europa frequentava assiduamente la Cina. Ma gli sono bastati sei mesi per conquistarsi il podio tra i nuovi mandarini cinesi. A metà dell'anno scorso ha fatto la mossa decisiva della sua carriera, sicuramente ispirata dal governo, offrendo 4,6 miliardi di euro in contanti per compare il 100% di Kuka, la fabbrica di robot più importante della Germania. «Unendo lo nostre forze, tecnologia tedesca e presenza globale cinese, inauguriamo una nuova era per la manifattura, quella dei robot, con inimmaginabili applicazioni in ogni campo dell'industria e dei servizi,» si è sbilanciato Fang, o meglio Fang Hongbo, membro influente del Partito Comunista, laurea in storia alla East China Normal University e un master alla National University di Singapore. La sua carriera in Midea, dove è entrato nel 1992, non è stata travolgente, ma un gradino dopo l'altro, Fang è salito al vertice nell'azienda di elettrodomestici, che ha contribuito a far diventare un colosso globale con oltre 120 mila dipendenti, presente in tutti i paesi del mondo (200). Prima di diventare presidente di Midea Fang, nativo dell'Anhui, è stato a capo della divisione elettrodomestici Wuxi Little Swan, di Hefei Rongshida e, sempre per Midea, direttore generale della divisione «Aria Condizionata».

Paul Fang, presidente e ceo di Midea e, sotto, un robot Kuka

STRATEGIA & MARKETING

Tsinghua e Polihub uniti nei progetti

Grazie a Giuliano Noci si stanno aprendo le porte del più grande centro del mondo per le startup

L'ultimo accordo lo ha firmato in febbraio con la Tsinghua University di Pechino per la realizzazione di un campus congiunto italo-cinese, che dà l'avvio, tra le altre cose, alla collaborazione tra Polihub, un'emanazione del Politecnico di Milano, di cui Giuliano Noci è vicerettore, e Tus Start l'incubatore più grande al mondo che sovraintende a 80 business park in Cina con oltre otto miliardi di dollari di fatturato. L'obiettivo è favorire e potenziare la sinergia delle aziende italiane con l'ecosistema cinese. «È un passo importante per affermare anche in Cina la capacità di progettazione italiana orientata alla sostenibilità e alla persona che è riconosciuta in tutto il mondo,» ha spiegato Noci, mantovano, 49 anni, da 10 impegnato a promuovere la collaborazione sul piano formativo e di business tra i due paesi. «La Cina è rappresentata ancora come un paese che copia, il workshop produttivo del mondo, ma non è più così», ha spiegato il professore a MFI, «bisognerà da un lato lavorare molto in Cina e in Italia per spiegare agli imprenditori quali sono le opportunità del prossimo decennio nella maggiore economia del mondo». Un emissario della Suning, l'azienda che ha acquisito il controllo dell'Inter, ha spiegato a Noci recentemente: «Il nostro obiettivo è attivare i collegamenti aerei sull'Italia, perché i tifosi si conoscano, poi vogliamo vendere brand made in Italy adatti alla classe media cinese. Se riusciamo a far comprendere ai cinesi, a 10 mila chilometri di distanza, il potenziale dell'Italia, sarà per tutti una straordinaria opportunità». Noci, e con lui il Politecnico, sembra ben deciso a non lasciarsi sfuggire l'occasione.

Giuliano Noci è vicerettore del Politecnico di Milano

LUSSO ONLINE

Bulgari e Dior a ruba su Wechat

Il primo assaggio è stato molto positivo.Le 200 Lady Dior, l'iconica borsetta della maison francese, che Wechat ha messo in vendita il 9 agosto scorso, in occasione di Qixi, il San Valentino cinese, è andato sold out in meno di 24 ore a 28 mila yuan, circa 3.800 euro, più o meno lo stesso delle boutique europee. Anche Bulgari, il gioielliere romano passato sotto le insegne dei francesi di Lvmh, ha tentato la via del web, con la stessa piattaforma che integra social e messaggistica, utilizzata da milioni di cinesi. La griffe ha offerto una edizione limitata della sua collezione Divas' Dream Collection in vendita esclusiva a fine luglio: in tre giorni, quattro dei sei gruppi sono andati esauriti. «Wechat abilita una comunicazione one to one con il cliente, il che consente una esperienza immediata che si può trasformare direttamente in acquisto,» ha spiegato Andrea Ghizzoni, direttore per l' Europa di Tencent, il provider di serviziin Internet che controlla Wechat. Attraverso la piattaforma il brand invia a un file selezionato di utenti un invito a visionare un prodotto o una collezione limitata, e Wechat si incarica di controllare il numero dei messaggi inviati. I risultati stanno invogliando altri brand del lusso, tra cui Valentino che potrebbe essere il prossimo.

Due degli anelli di Bulgari messi in vendita su Wechat e la pubblicità in Cina del modello Lady Dior

TURISMO

Kayumanis, c'è un'oasi a Nanchino

Dalla caotica città-capitale, si parte per un viaggio di scoperta nella storia del Celeste impero

La piscina privata è a pochi metri dal letto e la spa appena girato l'angolo. L'atmosfera è rilassante, immersa nel verde. Al Kayumanis Villa & Spa, Nanchino, che definire caotica è un eufemismo, sembra lontana decine di chilometri anche se è appena fuori dai cancelli. Il resort è il punto di partenza ideale per andare alla scoperta di una capitale storica della dinastia Ming, dal 1368, e della diffusione del buddismo in Cina. «Dei 480 templi costruiti durante le dinastie meridionali, molte torri rimangono visibili tra la pioggia primaverile,» recita una poesia della tradizione, anche se oggi se ne possono vedere solo i ruderi e spesso rimane solo il ricordo. Questo background culturale è stato alla base di un sistema d'istruzione che fanno di Nánjing una capitale culturale di primo livello anche nel settore tecnologico. «È una meta unica per la cultura, i talenti e i paesaggi naturali. Per i cinesi è terra di scoperta, vacanza e relax e può diventarlo anche per gli italiani», si augura Yu Jin, direttrice della pianificazione e dello sviluppo dell'aeroporto dove da questo mese atterrano anche gli aerei della Neos, la compagnia del gruppo Alpitour, che collega direttamente Milano Malpensa anche con Tianjin, Shenyang, Jinana. Da luglio a ottobre dello scorso anno Neos ha portato 10 mila turisti cinesi in Italia, collegando Tianjin, Shenyang, Zhengzhou a Roma.

Tra i canali della città vecchia e, sopra, una piscina privata al Kayumanis Villa & Spa

FLASH

Fca fa il pieno online

La Giulia Milano, edizione speciale per la Cina, e sotto la Maserati Quattroporte

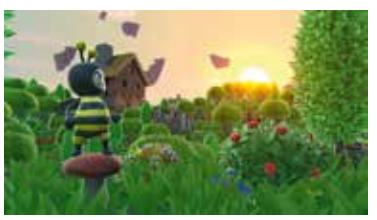
Il record lo aveva stabilito Maserati, il 24 marzo 2016, con 100 Suv Levante venduti in anteprima in 18 secondi, a un prezzo doppio dell'Italia. Ma quest'anno, ancora in marzo, la cugina Giulia Alfa Romeo ha fatto meglio con 350 auto vendute in 33 secondi, a 58 mila euro: potenza di Alibaba e della sua piattaforma Tmall, il supermercato online più grande del mondo. L'exploit della Levante ha fatto da traino alle vendite degli altri modelli Maserati, la Ghibli e la Quattroporte Gran Sport, che sono quasi raddoppiate nel 2016 (+91%), a quota 12 mila unità. E ora all'Alfa Romeo sperano che anche per loro funzioni l'effetto traino dell'online.

SINOMANIE

Salva il mondo con Portal Knights

La milanese Digital Bros dei fratelli Galante ha sfondato sul mercato cinese dei videogiochi

Hanno sfondato con Portal Knights, un videogioco d'azione in 3D che proietta in un universo dove chi sta alla consolle deve salvare il mondo, combattendo, raccogliendo risorse, costruendo strutture. «Ha avuto successo combinando tre elementi: libertà di opzioni ai giocatori, design ispirato ai cartoni animati orientali e modalità multiplayer che consente agli amici di unire le forze e vincere insieme,» ha rivelato Raffaele Galante, ceo di Digital Bros, la multinazionale italiana del videogame, 65 milioni di fatturato al semestre, +43%, presente in Cina dal 2015 e che in aprile si è alleata con uno dei maggiori distributori locali, Guangzhou Duoyi Network.



Due schermate di Portal Knights

EAT & DRINK

Col Pisticci Daisy, il bar si fa italiano

La base è l'Amaro Lucano a cui va aggiunto una parte di Bourbon, succo di lime, sciroppo di miele ed Earl Grey cordial: il cocktail che ne esce, il Pisticci Daisy, è stato inventato da Yao Lu, il bartrender più conosciuto in Cina. Lu è stato consulente dell'Accademia Lucano, messa in piedi dai produttori dell'amaro creato nel 1868 dalla famiglia Vena, per spiegare urbi et orbi la storia dell'azienda, i prodotti e le erbe usate. Quando hanno deciso di vendere anche in Cina, l'Accademia ha creato una master class per addestrare i baristi cinesi a usare al meglio il prodotto italiano. Lu è stato quello che ha avuto più seguito, trainando le vendite del liquore, che hanno incominciato a decollare a Shanghai, tra la comunità occidentale, per poi diffondersi a macchia d'olio in oltre 350 locali. «Ora puntiamo a farci conoscere anche a Guangzhou e Shenzhen e via via a coprire altre regioni», ha detto a *MFI* Leonardo Vena, quarta generazione, puntando sul Pisticci Daisy, ovviamente.

Lu Yao

TURISMO

Kayumanis, c'è un'oasi a Nanchino

Dalla caotica città-capitale, si parte per un viaggio di scoperta nella storia del Celeste impero

La piscina privata è a pochi metri dal letto e la spa appena girato l'angolo. L'atmosfera è rilassante, immersa nel verde. Al Kayumanis Villa & Spa, Nanchino, che definire caotica è un eufemismo, sembra lontana decine di chilometri anche se è appena fuori dai cancelli. Il resort è il punto di partenza ideale per andare alla scoperta di una capitale storica della dinastia Ming, dal 1368, e della diffusione del buddismo in Cina. «Dei 480 templi costruiti durante le dinastie meridionali, molte torri rimangono visibili tra la pioggia primaverile,» recita una poesia della tradizione, anche se oggi se ne possono vedere solo i ruderi e spesso rimane solo il ricordo. Questo background culturale è stato alla base di un sistema d'istruzione che fanno di Nánjing una capitale culturale di primo livello anche nel settore tecnologico. «È una meta unica per la cultura, i talenti e i paesaggi naturali. Per i cinesi è terra di scoperta, vacanza e relax e può diventarlo anche per gli italiani», si augura Yu Jin, direttrice della pianificazione e dello sviluppo dell'aeroporto dove da questo mese atterrano anche gli aerei della Neos, la compagnia del gruppo Alpitour, che collega direttamente Milano Malpensa anche con Tianjin, Shenyang, Jinana. Da luglio a ottobre dello scorso anno Neos ha portato 10 mila turisti cinesi in Italia, collegando Tianjin, Shenyang, Zhengzhou a Roma.

Tra i canali della città vecchia e, sopra, una piscina privata al Kayumanis Villa & Spa

FLASH

Fca fa il pieno online

La Giulia Milano, edizione speciale per la Cina, e sotto la Maserati Quattroporte

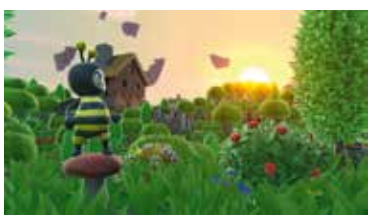
Il record lo aveva stabilito Maserati, il 24 marzo 2016, con 100 Suv Levante venduti in anteprima in 18 secondi, a un prezzo doppio dell'Italia. Ma quest'anno, ancora in marzo, la cugina Giulia Alfa Romeo ha fatto meglio con 350 auto vendute in 33 secondi, a 58 mila euro: potenza di Alibaba e della sua piattaforma Tmall, il supermercato online più grande del mondo. L'exploit della Levante ha fatto da traino alle vendite degli altri modelli Maserati, la Ghibli e la Quattroporte Gran Sport, che sono quasi raddoppiate nel 2016 (+91%), a quota 12 mila unità. E ora all'Alfa Romeo sperano che anche per loro funzioni l'effetto traino dell'online.

SINOMANIE

Salva il mondo con Portal Knights

La milanese Digital Bros dei fratelli Galante ha sfondato sul mercato cinese dei videogiochi

Hanno sfondato con Portal Knights, un videogioco d'azione in 3D che proietta in un universo dove chi sta alla consolle deve salvare il mondo, combattendo, raccogliendo risorse, costruendo strutture. «Ha avuto successo combinando tre elementi: libertà di opzioni ai giocatori, design ispirato ai cartoni animati orientali e modalità multiplayer che consente agli amici di unire le forze e vincere insieme,» ha rivelato Raffaele Galante, ceo di Digital Bros, la multinazionale italiana del videogame, 65 milioni di fatturato al semestre, +43%, presente in Cina dal 2015 e che in aprile si è alleata con uno dei maggiori distributori locali, Guangzhou Duoyi Network.



Due schermate di Portal Knights

EAT & DRINK

Col Pisticci Daisy, il bar si fa italiano

La base è l'Amaro Lucano a cui va aggiunto una parte di Bourbon, succo di lime, sciroppo di miele ed Earl Grey cordial: il cocktail che ne esce, il Pisticci Daisy, è stato inventato da Yao Lu, il bartrender più conosciuto in Cina. Lu è stato consulente dell'Accademia Lucano, messa in piedi dai produttori dell'amaro creato nel 1868 dalla famiglia Vena, per spiegare urbi et orbi la storia dell'azienda, i prodotti e le erbe usate. Quando hanno deciso di vendere anche in Cina, l'Accademia ha creato una master class per addestrare i baristi cinesi a usare al meglio il prodotto italiano. Lu è stato quello che ha avuto più seguito, trainando le vendite del liquore, che hanno incominciato a decollare a Shanghai, tra la comunità occidentale, per poi diffondersi a macchia d'olio in oltre 350 locali. «Ora puntiamo a farci conoscere anche a Guangzhou e Shenzhen e via via a coprire altre regioni», ha detto a *MFI* Leonardo Vena, quarta generazione, puntando sul Pisticci Daisy, ovviamente.

Lu Yao

Sistema frenante anteriore Brembo:
pinza monoblocco in alluminio a 6 pistoni con disco carbo-ceramico.

DA 100 A 0 KM/H IN 2,2 SECONDI.

Per un guidatore attento le prestazioni in frenata dovrebbero essere importanti quanto la velocità massima.
Lo sono sicuramente per gli ingegneri dei team racing e delle marche automobilistiche più prestigiose.
Per questo quando spingi sull'acceleratore, affidati al numero uno mondiale dei sistemi frenanti: Brembo.

brembo.com *Oltre 1 milione di fan.*

brembo

ARTE MERCATO

Torna Mao e fa il record

Prezzo top all'asta di Sotheby's a Hong Kong, mentre la Cina diventa il primo mercato al mondo

«Il compratore cinese sta testando il mercato delle opere di maestri occidentali», ha rivelato a *MFI* Claudia Dwek, responsabile per l'Europa del settore Arte contemporanea per Sotheby's. La conferma è che in aprile a Hong Kong, un *Mao* di Andy Warhol è stato aggiudicato per 12,6 milioni di dollari, record storico assoluto per la vendita in Asia di un artista contemporaneo occidentale. I collezionisti cinesi, quasi inesistenti nel 2008, oggi rappresentano il 17% dei compratori a livello mondiale, dove la Cina si è imposta nel 2016 come primo mercato mondiale di arte con 4,79 miliardi di dollari (dati Artprice) e una quota del 38% del totale, staccando ampiamente gli Stati Uniti, a 3,5 miliardi di dollari. Il picco del mercato era stato, tuttavia, nel 2011, con una successiva battuta d'arresto. Secondo Artprice si registra anche un crescente interesse per la pittura moderna cinese del 20° secolo.

Claudia Dwek e il *Mao* venduto a Hong Kong

LE 5 MIGLIORI VENDITE DI ARTISTI CINESI NEL 2016

	Artista	Opera	Mln $
1	Cui Ruzhuo (1944)	Grand snowing mountains	39,5
2	Zhang Daqian (1899-1983)	Peach Blossom Spring	34,9
3	Zeng Gong (1019-1083)	Calligrafia	31,6
4	Wu Guanzhong (1919-2010)	The Zhou Village	30,4
5	Jiang Tingxi (1669-1732)	Peony Albumn	26,4

Fonte Artprice 2016

FLASH

Camicissima boom

Camicissima ha sfondato quota 90, ma punta a 440 punti vendita entro la fine del 2019. A poco più di due anni dal lancio del suo programma di sviluppo retail nell'ex Celeste Impero il marchio che fa capo al gruppo Fenicia da 50 milioni di euro di fatturato ha raggiunto il traguardo di 96 monomarca. Il costante aumento dei punti vendita è il frutto dell'accordo distributivo firmato nel 2014 con il colosso cinese Zhejiang Baoxiniao Garment di Shenzhen della durata di 25 anni. Il 60% del prodotto viene realizzato in Cina.

MOBILE BANKING

Alipay sbarca in Italia con Unicredit

L'obiettivo è intermediare il flusso dello shopping dei turisti cinesi, che continuano ad aumentare

I primi negozi abilitati sono stati Eataly e le boutique multi-brand Antonia, a Milano, mentre a Roma è utilizzabile negli shop dell'aeroporto di Fiumicino. A breve tutti i 120 mila esercenti clienti di Unicredit accetteranno il pagamento con Alipay. Con 450 milioni di utenti, la piattaforma di pagamento online e mobile di Ant Financial, controllata dal colosso dell'e-commerce Alibaba, è uno dei principali metodi di pagamento per i cinesi. Alleandosi con Ant financial Unicredit ha puntato a intermediare il flusso di spese del sempre maggior numero di turisti cinesi in Italia. Nel 2016, con 3 milioni di arrivi, la Penisola è stata la seconda destinazione europea e tra le prime dieci a livello globale.

L'interno del multi-brand Antonia a Milano

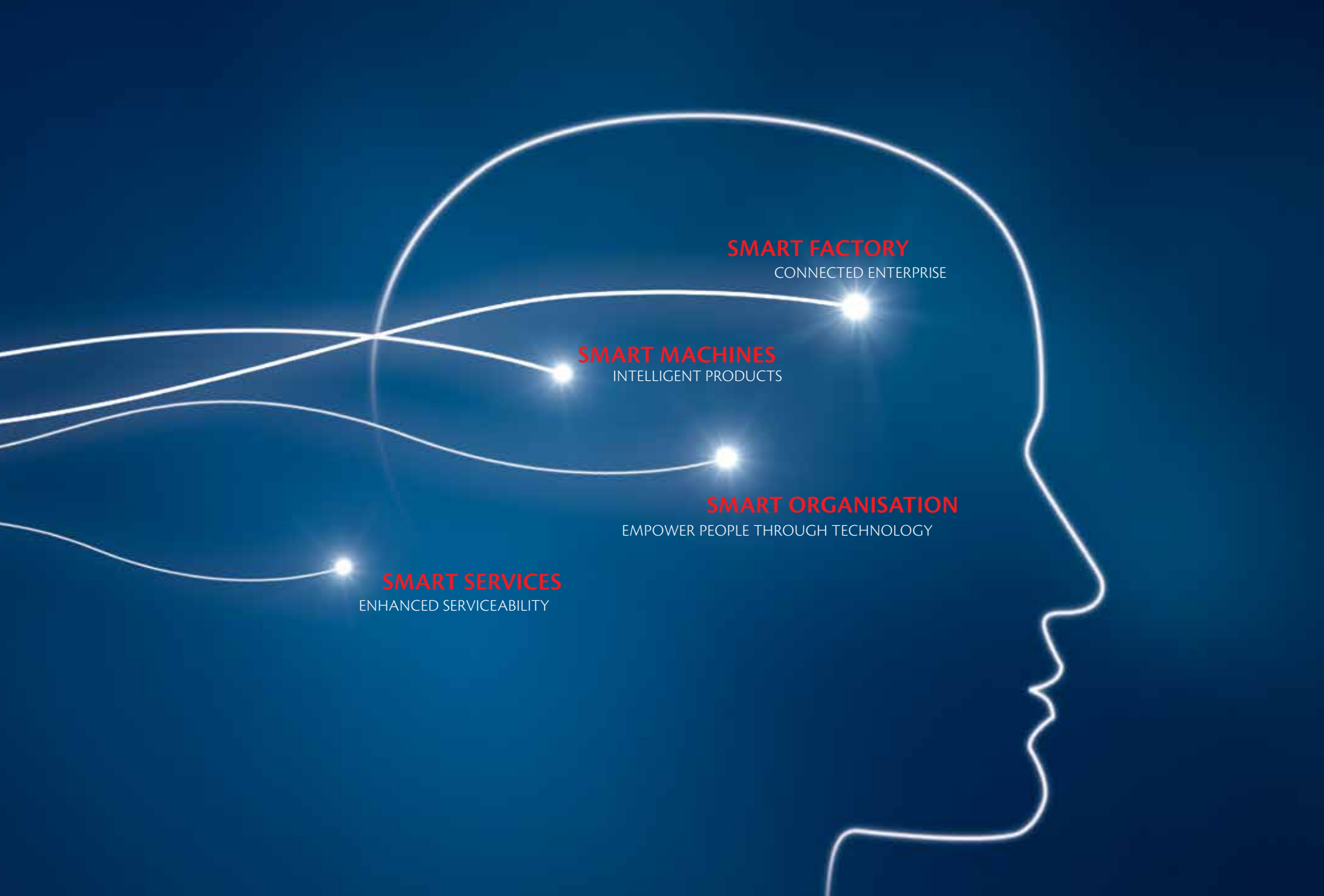
ASSET MANAGEMENT

Fullgoal promette bene con le pmi

Il primo gestore cinese a sbarcare in Italia ha esordito con un Etf sulle obbligazioni pubbliche

All'inizio è schizzato dai 14,4 euro del lancio, il 26 giugno dell'anno scorso, con un +12% in una dozzina di giorni, poi l'Etf obbligazionario della Fullgoal si è assestato sulla quota d'inizio. «Il mercato del reddito fisso onshore cinese è il terzo al mondo e diventerà un'asset class essenziale per gli investitori globali. Il nostro Etf offre agli investitori esteri una via d'accesso a un mercato altrimenti non facilmente accessibile», ha spiegato Michael Chow, managing director della casa d'investimenti che gestisce 61 miliardi di dollari. Più interessante la performance del secondo prodotto lanciato in Italia dall'asset manager cinese indipendente, sesto nella graduatoria domestica per mezzi amministrati, primo e tuttora unico a operare in Piazza affari. Il Fullgoal China Small-Mid Cap Growth Fund, che punta sulle pmi della Repubblica popolare, ha esordito l'ottobre scorso e ha accumulato in sei mesi una performance del 10%, il doppio del benchmark. I primi cinque titoli in portafoglio al fondo small cap sono: IGG (Ict), Sunny Optical, Ju Teng (holding), Cspc Pharma, tutte quotate a Hong Kong, e Netease, una internet company cinese quotata al Nasdaq.

Michael Chow, managing director di Fullgoal Asset Management



DIGITAL MIND

HUMAN IMPULSE. INDUSTRIAL PERFORMANCE.

Digital innovation is human energy,
strategic opportunities, power to outperform.
Thinking digital, the way we do, is the impulse
for better work, better business, better life.

www.ima.it

IMA SPA

SHOPPING

In mezzo all'arte si spende meglio

Sul successo di Florentia Village è nato Creativo Design Space, tutto italiano

Sara Raggi, progettista di Creativo Design Space

L'ambientazione riproduce storici scorci di Milano, la Torre del Filarete, la Galleria Vittorio Emanuele, piazza del Campidoglio a Roma e la Villa medicea di Artimino, vicino a Firenze. Ma non si tratta di un set cinematografico perfettamente ricostruito a Wuqing, qualche decina di chilometri tra Pechino e Tianjin. Nei 50 mila metri quadrati, che presto diventeranno 80 mila, di Creativo Design Space si fa shopping. Inaugurato l'autunno scorso, è frutto di una singolare triangolazione tra il progettista, la Cotefa di Brescia, lo sviluppatore, Waitex Group di New York, e il suo fondatore e ceo, Howard Li, sino-americano che al senso degli affari unisce una smisurata passione per l'Italia. Il suo sogno è portare l'arte, lo stile e il meglio del tricolore in Cina, dove opera da anni nello sviluppo di centri commerciali, per formare il gusto della nuova classe media cinese. Nel 2011 ha realizzato Florentia Village a Shanghai, un outlet dedicato all'Italian fashion. Con Creativo Design Space punta a celebrare design e arredamento. «È stato lui a cercarci, voleva che il suo tempio del design in Cina fosse progettato da uno studio italiano,» ha spiegato Sara Raggi, che ha preso in mano lo studio di progettazione, dopo lascomparsa del padre che lo aveva fondato a metà degli anni 70. Il Creativo Design Space ospiterà anche un museo dedicato alla storia del design italiano e spazi espositivi.«Il 30% dei nostri clienti cinesi viene nei mall per vivere l'esperienza di camminare in una perfetta città storica» ha osservato Giovanni Bolignano, manager di Waitex.

Uno scorcio di Piazza del Campidoglio a Wuqing

FASHION

Qui nasceranno nuovi tessuti

Un pezzo di Como si sposta in Cina, con l'obiettivo di aprire a Shanghai un centro formativo moda e textile italiano sovvenzionato dalle imprese cinesi. L'iniziativa è frutto dell'accordo tra l'Accademia Galli, a Como, parte del circuito led, con China Textile Industry Federation e China Textile Information Center. Il progetto, coinvolgerà circa 8 mila marchi di moda e prevede la progettazione di tessuti, la certificazione di nuovi prodotti e la formazione professionale. «Si punterà sullo sviluppo in Cina dello stile e delle competenze italiane in ambito moda, da un lato, dall'altro si darà supporto alle imprese locale per consentire un upgrade dei prodotti,» ha spiegato Salvatore Amura, direttore dello led di Como.

Salvatore Amura

TAX & LEGAL

Chi inquina pagherà, e tanto

Il primo gennaio prossimo entra in vigore una nuova tassa a difesa dell'ambiente

Dal 1 gennaio prossimo entrerà in vigore in Cina una nuova tassa che colpirà le imprese che immettono nell'ambiente sostanze inquinanti, non solo solide, ma anche nelle acque, nell'atmosfera, e l'inquinamento acustico. La base imponibile sarà la quantità di inquinamento prodotto:

- per l'inquinamento acustico, le imprese dovranno pagare un importo che varia da 350 a 11.200 yuan, a seconda del livello di decibel;
- per l'inquinamento legato a rifiuti solidi, da 5 a 1.000 yuan per ogni tonnellata;
- per l'inquinamento atmosferico, 1,2 yuan per ogni chilogrammo di sostanze inquinanti immesse nell'atmosfera, senza considerare il CO2,
- per l'inquinamento delle acque, 1,4 yuan per ogni chilogrammo di sostanza inquinante versato nelle acque.

Alessandro Fammilume

Le autorità provinciali potranno alzare fino a 10 volte il valore della tassa e, invece, ridurla qualora le emissioni dovessero essere al di sotto della media nazionale. «Questa nuova tassa dovrebbe creare nuove opportunità di business per le imprese italiane che sono all'avanguardia per la riduzione di emissioni inquinanti, producono macchinari a basso impatto energetico e sviluppano tecniche per la protezione dell'ambiente,» ha sottolineato Alessandro Fammilume di Diacron, l'azienda di consulenza e servizi contabili, che a Shanghai sta preparando un task force per aiutare le aziende a valutare l'impatto della nuova normativa.

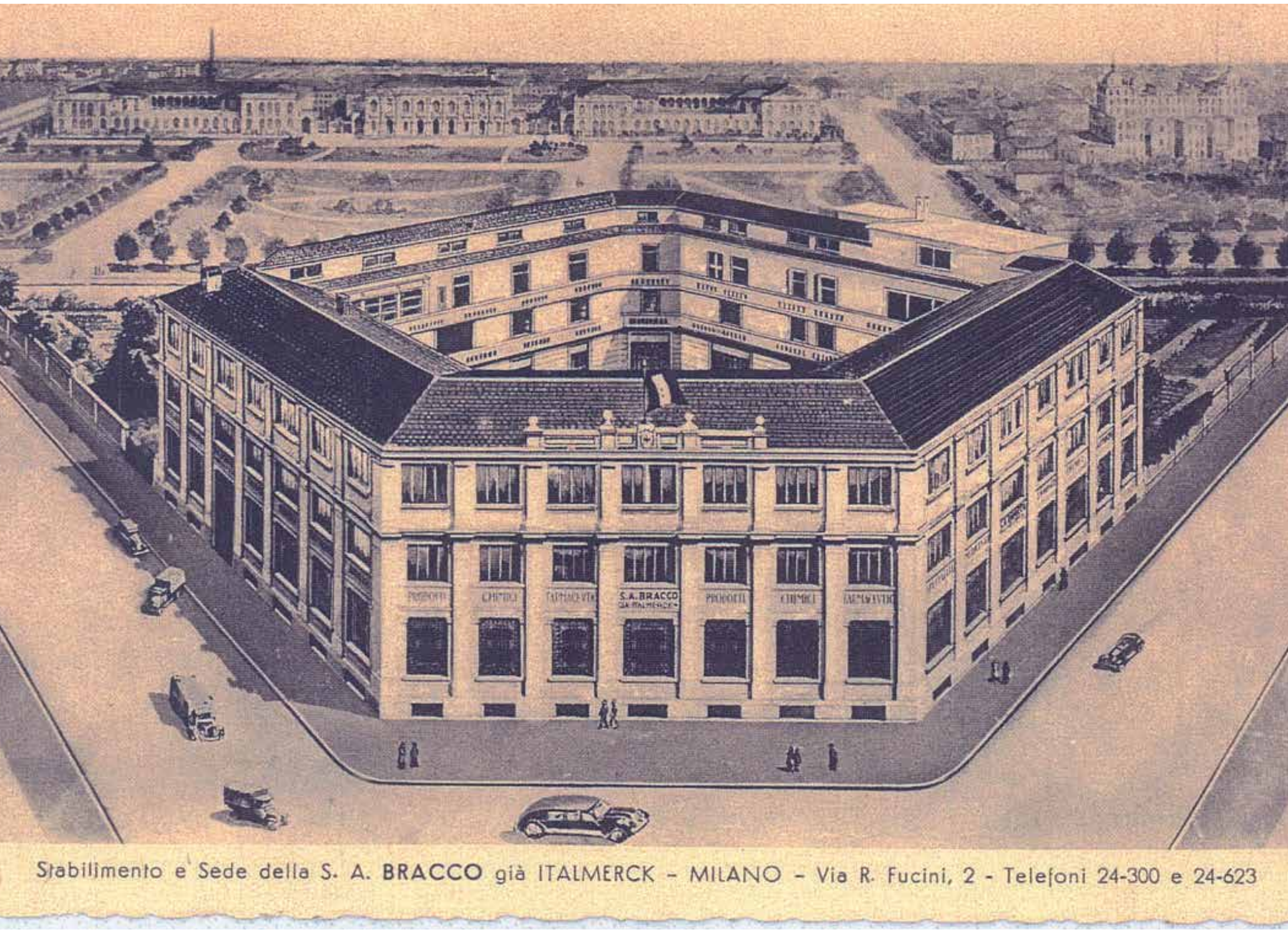
FLASH

Protezione da super-vino

Le esportazioni di vini made in Italy verso la Cina sono cresciute del 39 % nel 2016 mentre il 20 per cento dei *fine wine* di tutto il mondo è posseduto da collezionisti di Hong Kong. Ragionando su questi dati Mattia Nanetti, co-fondatore, nel 2015, di Wenda insieme a Antonio Catapano, hanno ideato un dispositivo da porre sul collo della bottiglia che protegge dalla contraffazione e traccia i dati di temperatura, raggi UV e inclinazione. Per leggerli è sufficiente scaricare un'app e passare lo smartphone accanto al device. «Cina e Hong Kong rappresentano per noi una grande opportunità», ha spiega Nanetti. Oltre al dispositivo da installare sul collo delle bottiglie (Wenda Unique), ne è stato ideato un altro per le fasi di trasporto e logistica da inserire nei cartoni o nei pallet, una sentinella sui danni da trasporto. Il target, oltre alle aziende produttrici, sono ristoranti, enoteche, grandi distributori e collezionisti.

Wenda Unique va posto sul collo della bottiglia

NOVANT'ANNI
ALL'INSEGNA DELL'INNOVAZIONE



Stabilimento e Sede della S. A. **BRACCO** già ITALMERCK - MILANO - Via R. Fucini, 2 - Telefoni 24-300 e 24-623

90 BRACCO *anniversary*

di Francesco Bisozzi

STARTUP/1

Una sentinella sempre all'erta

La Archon di Davide Venturelli guarda alla Cina come il mercato principale per i suoi droni

Il drone Vr 300 di Archon e, sopra, da sinistra Roberto Navoni, Venturelli e Davide Ghezzi co-fondatore della startup

Sono droni sentinella, utilizzati per sorvegliare dighe e infrastrutture energetiche di difficile accesso. E dal momento che la Cina possiede le più grandi e complesse infrastrutture di produzione di energia, è diventato per Archon il target ideale. «Puntiamo a stringere alleanze che ci permettano di catturare contratti paragovernativi», ha raccontato Davide Venturelli, ceo della startup che sviluppa sistemi in ambiente internet di droni automatici con stazioni di ricarica, piccoli hangar dove l'oggetto fa autonomamente il pieno di energia. «Oltre al gran numero di dighe, ponti, centrali elettriche e linee di alto voltaggio, vi è meno competizione finora rispetto all'Europa e agli Stati Uniti». Per questo Venturelli, laurea in fisica ed esperto di computer quantistici, collaboratore della Nasa, ha piazzato dall'inizio dell'anno un collaboratore a Shenzhen, anche per seguire i due grossi fondi di Hong Kong e Shanghai che hanno manifestato interesse per lanciare il prodotto in Cina. Sede a Modena e uffici a San Francisco, Archon prevede di realizzare un fatturato di 1,5 milioni di euro entro la fine dell'anno grazie al primo contratto, in fase finale, per un servizio continuativo con una importante utility dell'energia italiana per due installazioni, in Italia e in Cile.

Startup/2

Per vederci da ciechi

Le cuffie munite di video-camera con la batteria a lunga durata per gli ipovedenti

Progettavano un robot a guida autonoma all'università di Genova ma anziché far muovere una macchina hanno pensato di usare la stessa tecnologia per consentire alle persone non vedenti di spostarsi liberamente. Saverio Murgia e Luca Nardelli, ingegneri biomedici under 30, nel 2014 così hanno fondato Eyra, per produrre un dispositivo formato da un paio di cuffie munite di videocamere e di una batteria a lunga durata, che permette agli ipovedenti di percepire il mondo intorno a loro, di sapere cosa c'è scritto sui cartelli stradali ed evitare agevolmente gli ostacoli che li circondano. «Il sistema assomiglia molto a quello utilizzato dalle self-driving car», hanno spiegato a *MFI*. Che si apprestano a sbarcare in Cina con un prodotto su misura per il mercato asiatico nella seconda parte di quest'anno, dopo che l'anno scorso IngDan, l'internet company specializzata nella raccolta di progetti hardware IoT quotata alla borsa di Hong Kong, l'aveva selezionato e presentato agli imprenditori della Shenzhen Valley. In realtà Eyra, nota fino a qualche tempo fa come Horus Technologies, ha già un piede in Cina, dove vengono prodotte le singole parti del congegno poi assemblate in Italia. «Il dispositivo destinato alla Cina sarà leggermente diverso rispetto all'originale, per poterlo vendere a un prezzo più conveniente», ha spiegato Saverio Murgia, ceo della startup il cui obiettivo è anche quello di riuscire a sfruttare al meglio la velocità e la copertura della rete 4G cinese. L'interfaccia utente è molto semplice da utilizzare: una volta indossata la cuffia, per attivare le diverse funzionalità si usano dei pulsanti facilmente individuabili.

Saverio Murgia e Luca Nardelli, gli inventori di Eyra

STARTUP/3

Get in touch

Il bracciale Get inventato dai gemelli Parini

La produzione partirà questa estate sulla base dei 40 mila pre-ordini di Get, il bracciale intelligente inventato da Emiliano ed Edoardo Parini gemelli romani under 30 che tra le altre cose permette di rispondere al telefono e di gestire le app senza toccare lo schermo dello smartphone. Può essere usato anche per ascoltare mail e sms. «Il bracciale capta i gesti di chi lo indossa interpretandone la volontà permettendogli di controllare da lontano i device tramite un'interfaccia invisibile», ha spiegato a *MFI* Emiliano Parini. Per far funzionare il meccanismo basta portare il dito all'orecchio, poi si parla e ascolta il telefono usando unicamente la mano, sfruttando la conduzione ossea per la trasmissione del suono. «L'obbiettivo è di spostare al più presto la produzione in Cina, dove già abbiamo preso contatti con aziende italiane residenti», ha detto Parini. Il dispositivo, che costa 200 euro, è in grado di riconoscere il proprietario dai dati biometrici.

Emiliano ed Edoardo Parini

generali.com

I cinesi che contano

LI RUIYU
Ambasciatore cinese a Roma

CAI MINGZHAO
Presidente, Xinhua

SONG XUEFENG
Console a Milano

WANG FUGUO
Console a Firenze

TIAN GUOLI
Presidente, Bank of China

BAI JUNYI
Professore di diritto e avvocato presso G&A

BAI TAO
Partner, Studio legale Jun He

BIAN JIDONG
Direttore, Bank of China Milano

CAO SHUMIN
Ceo, Bright Food

CHAN EDWARD
Ceo, Huawei Italia

CHEN FENG
Fondatore e presidente, Hna Group

FANG PAUL
Ceo, Midea

GUO GUANGCHANG
Presidente, Fosun Group

GUO HONG
Presidente, Century International Group

GUO SHAOQUAN
Presidente, Bank of Quingdao

HAN JUN
Dg, Civil Aviation Administration

JIN LIQUN
Presidente, AIBB

JIN YANGKUN
General manager, ICBC Milano

LI HONG LINDA
Presidente, Max Mara Asia

LI JEFFREY
Presidente e ceo, GL Capital Group

LI YOGHONG
Sino Europe Investments

LI YONG PING
Fondatore, Maylink

LIU DONGHUA
Fondatore CEC e presidente Zhiland

LIU ZHENYA
Ceo, Chinese National State of Grid

MA HUATENG (PONYMA)
Fondatore e presidente, Tencent

tra Milano e Pechino

26

MA YUN (JACK MA)
Fondatore e ceo, Alibaba

27

REN JIANXIN
Presidente, ChemChina

28

REN ZHENGFEI
Ceo, Huawei

29

SU WEI
DG Coop Int della NDRC

30

SUN SHUBAO
Ceo, Haier Europe

31

SUN VITTORIO
Managing director, Beijing Design Week

32

TAN XUGUANG
Presidente, Wei Chai e Ferretti

33

TANG PENG
Avvocato, studio legale Fangda

34

WANG JIANLIN
Presidente, Wanda

35

WANG YAN
Presidente, ICFA

36

WANG YANZHI
Presidente e ceo, Silk Road Fund

37

WEI LI
Country manager, Zte Italia

38

WEIHUA MA
Partner, Shenzhen Huaqing Qianhai

39

WENG IKE
Imprenditore

40

WU FRANCESCO
Imprenditore

41

WU XINGHUA
Imprenditore

42

XIAO JINQUAN
Ceo, Dentons

43

XU JIANGUO
Presidente, Shanghai Electric

44

XU VITO
Fondatore e ceo, Sasseur

45

YIXIANG FU
Imprenditore

46

YOU YI BIN
Country manager, Generali China

47

ZHAN CHUNXIN
Presidente e ceo, Zoomlion

48

ZHANG JINDONG
Presidente, Suning Commerce Group

49

ZHOU XIAOCHUAN
Presidente, People Bank of China

50

ZHU ZHENMIN
Country manager, Genertec

1 LI RUIYU
Ambasciatore cinese, Roma
Il canale istituzionale per l'approccio al Paese di mezzo parte dall'ambasciata cinese di Roma, dove è plenipotenziario, da dicembre 2013, Li Ruiyu, 58 anni, una carriera dedicata all'Europa, dove è stato ambasciatore a Londra e Copenhagen.

2 CAI MINGZHAO
Presidente, Xinhua
Classe 1955, politico e giornalista, è il numero uno della principale Agenzia d'informazione governativa con una vasta attività multimediale che spazia dalla carta all'online. È stato vicedirettore dell'Ufficio Informazione del Consiglio di Stato dal 2001 al 2009, direttore del *People's Daily*, e direttore dell'Ufficio Informazione del Consiglio di Stato.

3 SONG XUEFENG
Console a Milano
Ha incominciato il suo lavoro a Milano in febbraio e nella sue prime uscite pubbliche, alla Fondazione Italia Cina, alla Camera di commercio italo cinese e alla Scuola internazionale italo cinese di Padova, finora l'unica in Italia, si è impegnato formalmente a promuovere le relazioni fra i due paesi, anche nell'ottica della Bri e di Made in China 2025.

4 WANG FUGUO
Console a Firenze
È una figura chiave nella presenza cinese in Italia: la Cina vale per la Toscana 857 milioni in termini di export (2,7% del totale), quasi un terzo di questa cifra proviene dall'area fiorentina, soprattutto nei settori della pelle (35,7%), dei macchinari (23,3%) e dell'abbigliamento (15%).

5 TIAN GUOLI
Presidente, Bank of China
Di nazionalità Han, è nato nella provincia dell'Hebei nel 1960 e si è laureato in Economia e Legge all'università di Zhongnan. Dal 2010 al 2013 è stato vicepresidente e direttore generale di Citic Limited. Dal 2013 è presidente di Bank of China. È co-presidente assieme a Marco Tronchetti Provera del Business Forum Italia Cina.

6 BAI JUNYI
Professore di diritto e avvocato presso G&A
Nato nello Zhejiang, ha vissuto dall'infanzia in Italia, dove si è laureato in legge e ha conseguito il titolo di avvocato. A 33 anni è diventato il primo professore cinese di diritto a insegnare a livello universitario in Italia. È partner dello studio Giovannelli & Associati e presidente emerito di Associna.

7 BAI TAO
Partner, Studio legale Jun He
È l'avvocato che ha fatto vincere la causa a Ferrero per i cioccolatini Rocher, ottenendo dalla Corte Suprema di Pechino la condanna della società cinese Montresor. Nella lotta all'industria del falso e per la difesa del prodotto originale è stata una battaglia legale che ha rappresentato un punto di svolta.

8 BIAN JIDONG
Direttore, Bank of China Milano
Classe 1966, laureato in scienze politiche, è entrato in Bank of China nel 1989 come tirocinante. Dal 2005 è stato direttore nella zona di sviluppo economico e tecnologico di Hangzhou, Zhejiang, in un periodo di grande sviluppo.

9 CAO SHUMIN
Ceo, Bright Food
È stato il protagonista dell'operazione Salov, con la quale il gruppo cinese ha rilevato dalla famiglia Fontana alcuni marchi dei marchi di olio italiani più conosciuti fra cui Berio. La Bright Food, controllata dallo Stato, è la seconda società più importante in Cina nell'alimentare.

10 CHAN EDWARD
Ceo, Huawei Italia
Nato a Hong Kong, 45 anni, da oltre 22 nel settore delle telecomunicazioni è a capo dalla fine del 2014 di una delle sedi di punta di Huawei nell'area Emea. Il centro di R&D di Milano, uno dei più attrezzati a livello globale, e i quattro centri di innovazione di cui uno inaugurato da pochi mesi in Sardegna, dedicato a progetti di ricerca sulle Smart e Safe City sono il biglietto da visita in Italia della multinazionale fortemente impegnata nella sperimentazione delle reti 5G e sulle connessioni per l'Iot.

11 CHEN FENG
Fondatore e presidente, Hna Group
Hainan Airlines è diventata, in due decenni, una delle quattro principali compagnie aeree cinesi, la prima privata. Gestisce una flotta di oltre 330 aerei e ha asset per 59 miliardi di dollari. Chen è partito nel 1993 con un capitale di 1,6 milioni di dollari, affittando direttamente due Boeing 737 senza passare dai velivoli più piccoli.

12 FANG PAUL
Ceo, Midea
Fang Hongbo, in Midea dal 1992, laurea in storia alla East China Normal University e master alla National University di Singapore è considerato fra i più brillanti imprenditori in Cina. Con l'acquisizione della tedesca Kuka, leader mondiale nella robotica, Fang si è candidato a essere uno dei protagonisti della nuova strategia China 2025. In Italia Midea controlla dallo scorso ottobre la Clivet, leader europeo nelle pompe di calore.

13 GUO GUANGCHANG
Presidente, Fosun Group
Classe 1967, ha fondato Fosun nel 1994 assieme a tre compagni di studi alla Fudan, l'università storica di Shanghai. Ha fatto fortuna con Fosun Pharma. Attualmente gli investimenti del gruppo spaziano dal real estate al turismo, con Club Med, ai media, all'industria e alla finanza e assicurazioni. In Italia il gruppo ha acquisito nel 2015 l'ex sede Unicredit a Milano per 345 milioni.

14 GUO HONG
Presidente, Century International Group
Madam Guo Hong, chairperson della società di telecomunicazioni, è una dei protagonisti dell'e-commerce cinese. Il suo gruppo, attraverso la Century Fortunet Limited, fortemente voluta da Madam, è il promotore del lancio della prima piattaforma di e-commerce globale B2B CCIGMall operativa da ottobre 2014 e di cui Class Editori (che edita questo giornale) è rappresentante per l'Italia.

15 GUO SHAOQUAN
Presidente, Bank of Quingdao
Doppia laurea e doppio master e una lunga serie di riconoscimenti pubblici, ha alle spalle 35 anni di esperienza come amministratore locale e banchiere. Alla banca di Quingdao, partecipata al 20% da Intesa Sanpaolo e alleata nell'attività di wealth management è arrivato nel 2009. Nel 2015 la banca si è quotata a Hong Kong.

16 HAN JUN
Direttore generale, Civil Aviation Administration
Assieme al suo vicedirettore, la signora Liang Nan, occupa una posizione chiave nel settore dell'aeronautica per i diversi dossier che interessano l'Italia, che riguardano in particolare le linee aeree sui due fronti, a partire dall'Alitalia.

17 JIN LIQUN
Presidente, AIBB
Appassionato di Italia, di opera e storia romana, è al vertice di un'istituzione che ha l'ambizione di competere a livello globale con la Banca Mondiale, in particolare nel finanziamento dei grandi progetti infrastrutturali tra cui la Belt&Road Initiative. È stato vicepresidente di Asian Development Bank e vice ministro delle Finanze nel governo cinese.

18 JIN YANGKUN
General manager, ICBC Milano
Laureato in Currency&banking e specializzatosi all'Università dell'Illinois negli Usa, è entrato alla Industrial Commercial Bank of China nel 1989, come responsabile dei crediti in alcune aree calde dello sviluppo. La sua mission è far decollare in Italia la prima banca del mondo per capitalizzazione.

19 LI HONG LINDA
Presidente, Max Mara Asia
Il suo contributo all'ingresso del gruppo fashion nel mercato cinese è stato fondamentale. Con la sua società GBMax, ha contribuito all'apertura del primo negozio Max Mara a Hong Kong nel 1987, a cui ne sono seguiti altri 199 nella Greater China.

20 LI JEFFREY
Presidente e ceo, GL Capital Group
Vicino da anni all'Italia, che ama profondamente, è tra i membri più influenti del China Entrepreneurs Club, la Confindustria cinese, oltre che membro dell'International Board dell'Illinois Istitute of Technology. La società di private equity che dirige, dopo aver presieduto fino al 2010 il gruppo Novartis in Cina, è specializzata in investimenti di media dimensione nel settore healthcare.

21 LI YONGHONG
Sino Europe Investments
Ha messo insieme i soci che hanno rilevato l'AC Milan attraverso Sino Europe Investments. Avrebbe un patrimonio stimato in 500 milioni di euro grazie ad attività che spaziano dall'edilizia al packaging, ciononostante nessuno nel mondo del calcio cinese lo conosceva, prima della mossa sulla squadra italiana.

22 LI YONG PING
Fondatore, Maylink
Classe 1978, Stephen si è laureato nello Zhejiang, all'University of Finance & Economics ed è vice presidente della Shanghai Sino Foreign Cultural Exchange Association e presidente del China and Italy International Cultural Exchange Center.

23 LIU DONGHUA
Fondatore CEC e presidente Zhisland
Ha fondato il China Entrepreneurs Club, il salotto buono dell'imprenditoria, e presiede la Zhisland, piattaforma di social networking con oltre 5 mila imprenditori cinesi, tra cui Liu Chuanzhi di Lenovo, Zhang Ruimin, ceo di Haier Group, Jack Ma, Alibaba. CEC ha un accordo con la Camera di commercio italo-cinese per creare progetti strategici per le realtà di entrambi i Paesi.

24 LIU ZHENYA
Ceo, Chinese National State of Grid
Il gruppo che dirige è socio al 35% di Cdp Reti, che controlla Terna (rete elettrica) e Snam (gas). Dopo la campagna anticorruzione si è autoridotto lo stipendio da 180 mila a 125 mila euro l'anno.

25 MA HUATENG
Fondatore e presidente, Tencent
Soprannominato Pony Ma, classe 1971, ha creato una delle maggiori Internet company del mondo, da cui

ha preso avvio Wechat che ha firmato un accordo con Class Editori, la casa editrice di questo giornale, che consente alle aziende italiane di avere un account sul social cinese.

26 MA YUN (JACK MA)
Fondatore e ceo, Alibaba
Un patrimonio superiore a 13 miliardi di dollari, alter ego di Bill Gates in Cina, 51 anni, ha creato un gruppo di portali di e-commerce attivi in tutto il mondo con decine di milioni di utenti. Il trampolino di lancio è stato l'accordo con la filiale di Yahoo, da cui è nata la più grande impresa web della Cina.

27 REN JIANXIN
Presidente, ChemChina
Alla guida del primo gruppo nella chimica e 19° al mondo, con 140 mila dipendenti, azionista di maggioranza di Pirelli, è laureato in economia, ha incominciato lavorando per l'Istituto di ingegneria chimica del ministero dell'Industria. La sua storia di imprenditore è leggendaria: negli anni 90 ha acquisito e ristrutturato 107 industrie statali decotte.

28 REN ZHENGFEI
Fondatore e presidente, Huawei Tech
Figlio di un membro storico del Partito, Ren ha studiato all'università di Chongqing negli anni 60 e ha poi lavorato alla divisione informatica dell'esercito. Nel 1987 ha fondato Huawei con 5 mila dollari di allora. Attualmente Huawei, la prima multinazionale cinese nell'hi-tech, fattura oltre 75 miliardi di dollari.

29 SU WEI
DG Cooperazione Internazionale, NDRC
La Commissione nazionale per lo sviluppo e riforme (Ndrc) del governo cinese è l'organismo incaricato di implementare la strategia Belt&Roiad Initiative e Su è il pivot sul fronte delle relazioni internazionali.

30 SUN SHUBAO
Ceo, Haier Europe
Laureato in letteratura a Tianjin, Sun ha incominciato nel 1999 la carriera nel gruppo, uno dei maggiori produttori mondiali di elettrodomestici bianchi, di cui è stato artefice dello sviluppo in Francia, Germania e in Italia.

31 SUN VITTORIO
Managing director, Beijing Design Week
È anche segretario generale di SlowFood Great China. Classe1972, ha studiato all'università Xiamen e nel 1991 si è trasferito in Italia per studiare a Perugia. Nel 1997 ha fondato CasaNuova, che rappresenta in Cina i più celebri marchi di design italiani. Dal 2006 è diventato socio del Gruppo RCS.

32 TAN XUGUANG
Presidente, Wei Chai e Ferretti
È a capo della società statale dello Shandong che nel 2012 ha acquisito la maggioranza di Ferretti, leader mondiale negli yacht di lusso, allora sull'orlo del fallimento, che l'anno scorso è ritornata in attivo.

33 TANG PENG
Avvocato, studio legale Fangda
Classe 1976, segue soprattutto aziende cinesi che hanno interesse a mettere piede in Europa e in Italia, in particolare. L'operazione che lo ha fatto conoscere in Italia è stata la cessione di Cifa alla cinese Zoomlion nel 2007, uno dei primi grandi investimenti cinesi in Europa.

34 WANG JIANLIN
Presidente di Wanda
Ex colonnello, 60 anni, un patrimonio personale stimato in 28 miliardi di dollari, guida un gruppo che investe in hotel di lusso, turismo, sport e soprattutto centri commerciali, un centinaio in tutta la Cina. Nel 2015 ha acquistato per un miliardo di euro la svizzera Infront, che gestisce, tra l'altro, i diritti tv del calcio italiano e il 20% dell'Atletico Madrid.

35 WANG YAN
Presidente, ICFA
La Italy China Friendship Association è il braccio culturale del ministero degli Affari esteri cinese. Wang Yan ha girato quasi tutta la Cina lavorando per un'azienda, prima di trasferirsi in Europa, a Londra, e successivamente in Italia, di cui continua a promuovere l'immagine in Cina con mille iniziative.

36 WANG YANZHI
Presidente e ceo, Silk Road Fund
È il fondo di investimento statale, creato dal governo cinese con una dotazione di 40 miliardi di dollari per finanziare gli investimenti nei Paesi coinvolti nella Belt and Road Initiative. Wang, che ha lavorato per la Banca centrale cinese, ha un master in International Economics della Johns Hopkins University.

37 WEI LI
Country manager, Zte Italia
È il responsabile della strategia di sviluppo sul mercato italiano delle telecomunicazioni con l'obiettivo di potenziare le vendite di terminali e apparati di infrastruttura in Italia e America Latina presso le aziende di Telecom Italia. Vanta un master in ingegneria alla Xi'an Jiaotong University,.

38 WEIHUA MA
Partner, Shenzhen Huaqing Qianhai IM
Considerato uno dei banchieri più autorevoli, ha lavorato per dieci anni alla Banca centrale, dove ha contribuito al rinnovamento del sistema bancario. Per 15 anni è stato a capo di China Merchants Bank a Shenzhen, facendone un campione. Nel febbraio scorso ha lanciato a Shenzhen un fondo di private equity per conto della Shenzhen Huaqing Qianhai Investment Management, di cui è partner.

39 WENG IKE
Imprenditore
Ha avuto l'idea di portare a Milano la vera cucina cinese di alta qualità e un taglio internazionale. In collaborazione con la Fondazione Italia Cina e Class Editori, ha anche avviato un progetto per valorizzare le cucine regionali della Cina.

40 WU FRANCESCO
Imprenditore
Laureato in ingegneria elettronica al Politecnico di Milano, dopo avere lavorato in Cina per aziende italiane, ha fondato nel 2012 la Unione imprenditori Italia-Cina assieme ad altri giovani. Dal 2014 è nel direttivo di Confartigianato.

41 WU XINGHUA
Imprenditore
Primo cittadino cinese a diventare italiano, è uno dei personaggi più influenti nella comunità cinese di Milano. Si è occupato di Organizzazione Aziendale, prevalentemente nell'ambito della logistica. Ogni settimana tiene una rubrica su *Milano Finanza* dal titolo «Imparare la Cina» e va in onda su Class Cnbc.

42 XIAO JINQUAN
Ceo, Dentons
Grazie alla fusione con Dacheng, studio legale cinese, Dentons è diventato il più grande studio legale al mondo in Cina con circa 6.500 avvocati, superando i concorrenti di Baker&McKenzie. La nuova società ha uffici in 50 Paesi del mondo e in Cina una presenza diffusa in 45 delle principali città.

43 XU JIANGUO
Presidente, Shanghai Electric
È stato il protagonista dell'accordo che nel 2014 ha portato a Shanghai Electric Group il 40% di Ansaldo Energia, società controllata dal Fondo Strategico Italiano, per 400 milioni di euro. Quotata a Shanghai e Hong Kong Shanghai Electric produce turbine per l'industria elettrica con un giro d'affari di oltre 9 miliardi di dollari.

44 XU VITO
Fondatore e ceo, Sasseur
È uno dei retailer più impegnati a far conoscere ai cinesi i grandi brand del lusso europei e italiani che rappresentano una delle maggiori attrazioni nei suoi sei mall, aperti negli ultimi sette anni in Cina, dove punta a superare 1 miliardo di euro di vendite.

45 YIXIANG FU
Imprenditore
Nei circoli diplomatici e d'affari, Fu, 38 anni, residente a Parma dagli anni 80, è considerato una figura centrale per lo sviluppo delle relazioni tra Roma e Pechino, anche grazie ai suoi rapporti diretti con Jack Ma. Nel 2015 lo ha convinto a venire in Italia per la prima volta, visita durante la quale ha firmato diversi accordi d'affari e un memorandum di intesa a Palazzo Chigi.

46 YOU YI BIN
Country manager, Generali China
Guida il business della compagnia triestina, la principale fra quelle estere, in crescita sia nel ramo vita che nel danni, anche grazie all'attivazione con grandi banche cinesi del canale bancassurance e agli accordi per le coperture aziendali con le multinazionali che operano in Cina.

47 ZHAN CHUNXIN
Presidente e ceo, Zoomlion
Classe 1955, nel 1992 ha fondato il gruppo numero uno nei macchinari per costruzioni. È considerato uno dei dieci migliori imprenditori cinesi. Nel 2011, ha ricevuto il premio Leonardo International, per aver contribuito al prestigio dell'immagine dell'Italia nel mondo. Zhan è stato artefice di uno dei maggiori investimenti in Italia, l'acquisizione di Cifa.

48 ZHANG JINDONG
Presidente, Suning Commerce Group
Classe 1963, è uno degli esponenti di punta della nuova generazione di imprenditori. Il gruppo attivo nella vendita al dettaglio di elettrodomestici che ha fondato a Nanchino vent'anni fa conta 1.600 negozi in 700 città tra Cina, Hong Kong e Giappone e su una piattaforma di e-commerce estremamente sviluppata. In Italia ha rilevato la quota di controllo dell'Inter.

49 ZHOU XIAOCHUAN
Presidente, People Bank of China
Sessantotto anni, fa parte della prima generazione di tecnocrati emersa dopo la Rivoluzione culturale. Governatore dal 2002, riconfermato da Xi Jinping nonostante abbia superato i limiti d'età per l'incarico, è il banchiere che ha deciso, tra l'altro, gli investimenti di portafoglio in alcune delle blue chips italiane.

50 ZHU ZHENMIN
Country manager, Genertec
Residente in Italia da vent'anni, è l'ambasciatore del China National Technical Import & Export, uno dei bracci del governo per gli investimenti all'estero in tecnologie. In Italia ha appoggiato importanti investimenti e quest'anno ha partecipato, per la prima volta come investitore, all'acquisizione della piemontese Blue Engineering.

Chi conta nel business

1

GIOVANNI ANDORNINO
Coordinatore ToChina

2

CRISTINA BARBATELLI
Ceo, Barbatelli & Partners

3

ROBERTO BATTISTON
Presidente, Agenzia spaziale italiana

4

FEDERICO BAZZONI
Managing director, Citic Securities

5

STEFANO BEGHI
Avvocato, studio legale GOP

6

MAURIZIO BERTASI
Intesa Sanpaolo, Pechino

7

STEFANO BOERI
Architetto e urbanista

8

ALBERTO BOMBASSEI
Presidente e ceo, Brembo

9

PAOLO BORZATTA
Partner, Ambrosetti

10

DIANA BRACCO
Presidente e ceo, Bracco

11

SARO CAPOZZOLI
Fondatore e ceo, Jesa Consulting

12

RENZO CAVALIERI
Professore e avvocato, Ca' Foscari

13

PAOLO CIARLARIELLO
Presidente, Luxottica China

14

AUGUSTO CREMONINI
Ceo, Inalca F&B

15

DAVIDE CUCINO
Presidente, Fincantieri China

16

GIANCARLO DALL'ARA
Docente marketing turistico

17

ENRICO FARDELLA
Professore, Peking University

18

MAURO FENZI
Ceo, Comau

19

GIOVANNI FERRERO
Presidente, Ferrero

20

FRANCESCO FIORDELLI
Rappresentante Sgia Shenzhen

21

ALBERTO FORCHIELLI
Partner, Mandarin Capital Partners

22

RODRIGO CIPRIANI FORESIO
Ceo, Alibaba South Europe

23

FABIO GALLIA
Ceo, Cassa depositi e prestiti

24

MICHELE GERACI
Global Policy Institute

25

ANDREA GHIZZONI
Direttore, Tencent Italia

con la Cina

26

MASSIMO GUIATI
General manager, AZ Investment

27

GIANFRANCO LANCI
Presidente, Lenovo

28

GIOVANNI LOVISETTI
Bureau of Commerce, Foshan

29

MARCO MARAZZI
Avvocato, Baker&Mckenzie

30

SARA MARCHETTA
Vicepresidente, Cdc Europea in Cina

31

FEDERICO MARCHETTI
Ceo, Yoox-Net a Porter

32

SERGIO MARCHIONNE
Presidente Ferrari e ceo FCA

33

FEDERICO MASINI
Professore, La Sapienza Roma

34

RICCARDO MONTI
Presidente Italferr

35

GIULIANO NOCI
Vicerettore, Politecnico di Milano

36

GIOVANNI PISACANE
Fondatore e ceo, GWA

37

AIRALDO PIVA
Ceo, Hengdian Group Europa

38

ERALDO POLETTO
Ceo, Ferragamo

39

MIUCCIA PRADA
Vicepresidente, gruppo Prada

40

ROMANO PRODI
Economista

41

ALESSANDRO PROFUMO
Ceo, Leonardo

42

MASSIMO ROJ
Fondatore e ceo, Progetto CMR

43

CESARE ROMITI
Presidente, Fondazione Italia Cina

44

IVAN SCALFAROTTO
Viceministro, Sviluppo Economico

45

ETTORE SEQUI
Ambasciatore d'Italia a Pechino

46

ROBERTO SNAIDERO
Presidente, Federlegno

47

PIERLUIGI STREPARAVA
Presidente, Cdc Italo-cinese

48

MARCO TRONCHETTI PROVERA
Presidente e ceo, Pirelli

49

ALBERTO VETTORETTI
Fondatore e ceo, Dezan Shira

50

MARCO WONG
Presidente, Associna

1 GIOVANNI ANDORNINO
Professore, coordinatore TOChina

Docente di Relazioni internazionali dell'Asia orientale all'Università di Torino, dove coordina il sistema TOChina (www.tochina.it) in partnership con la Zhejiang University e T.wai, Torino World Affairs Institute, di cui è vicepresidente. Il suo think tank è uno dei più consultati anche dal governo italiano in merito alle relazioni bilaterali.

2 CRISTIANA BARBATELLI
Fondatrice, Barbatelli & Partners

La sua agenzia di advisory a Shanghai vanta un importante track record nell'accompagnamento di aziende italiane in Cina. Sinologa, Barbatelli insegna all'università di Roma Tor Vergata, all'università di Macerata e alla Shanghai Normal University. È advisor della Fondazione Italia Cina ed è stata, tra l'altro, advisor per lo sviluppo della Free Trade Zone di Shanghai dal 1999 al 2002.

3 ROBERTO BATTISTON
Presidente, Agenzia Spaziale Italiana

Ha stretto accordi importanti con l'ente spaziale cinese, con cui l'Asi lavora sui lanci di satellite per la mappatura della luna e la cosiddetta materia oscura. Collabora a stretto contatto con Plinio Innocenzi, che lavora dall'Ambasciata italiana di Pechino nel settore spaziale.

4 FEDERICO BAZZONI
Managing director, Citic Securities

Dirige l'attività di corporate finance, una delle più strategiche, nella principale investment bank cinese. Si occupa di M&A per l'area Europa, Medio Oriente e Africa. Prima di entrare in Citic, nel 2009, ha lavorato in Bear Stearns, come responsabile della divisione equity per l'Asia, per Bnp Paribas a Londra e Hong Kong, e per Merrill Lynch.

5 STEFANO BEGHI
Avvocato, studio legale Gop

Esperto di fusioni e acquisizioni, diritto societario e dei contratti, si è occupato del mercato indiano in qualità di co-head del desk Cindia, ed è attualmente managing partner della sede di Hong Kong, nonché responsabile del desk Cina dello studio Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners

6 MAURIZIO BERTASI
Intesa Sanpaolo, Pechino

Dirige la sede di Pechino e coordina l'attività in Mainland. Da presidente della Camera di commercio italiana in Cina, collabora attivamente con l'Ambasciata e l'Ice ai programmi di promozione e comunicazione sul sistema Italia in Cina.

7 STEFANO BOERI
Architetto e urbanista

Professore di Urbanistica al Politecnico di Milano, è riuscito ad aggiudicarsi una serie di importanti progetti pubblici e residenziali in Cina, che riprendono l'idea del prototipo milanese del Bosco Verticale, il grattacielo pluripremiato per l'idea architettonica. A Shanghai ha aperto nel 2012 con un partner cinese il primo studio che fa capo a un architetto italiano e che oggi conta 25 collaboratori e una lunga serie di commesse.

8 ALBERTO BOMBASSEI
Presidente e ceo, Brembo

In Cina, a Nanchino, ha aperto lo stabilimento più moderno del suo gruppo, leader mondiale nei sistemi frenanti, che ha assicurato una posizione di preminenza nelle forniture al segmento premium dell'automotive. Brembo, di cui Bombassei è stato fondatore, è uno dei casi di maggior successo di internazionalizzazione dell'industria italiana.

9 PAOLO BORZATTA
Partner, The European House Ambrosetti

È stato uno dei primi consulenti italiani a lavorare sul mercato cinese, la sua prima passione e area di specializzazione. Attualmente coordina tutte le attività estere del gruppo e in particolare la strategia di internazionalizzazione e l'innovazione. Laureato in ingegneria nucleare al Politecnico di Milano ha lavorato anche al Cern di Ginevra ed è stato direttore marketing della Dalmine.

10 DIANA BRACCO
Presidente e ceo, Bracco

Vicepresidente della Fondazione Italia Cina, è stata ispiratrice dello sviluppo del gruppo farmaceutico in Cina, che opera da Pechino con Valtero Canepa, dagli anni 80. Nel 2001 è nata la joint venture al 70% con la Sine Pharmaceutical, leader del comparto, con cui, nel 2004, ha avviato un centro produttivo e distributivo all'avanguardia nell'area di Shanghai.

11 SARO CAPOZZOLI
Fondatore e ceo, Jesa Consulting

Dal 1998, quando ha aperto la società, ha lavorato per centinaia di aziende europee aiutandole a installarsi in Cina. Tra i nomi italiani compaiono Poltrona Frau, Brunello Cucinelli, Safilo, Danieli, Prysmian, Riello, Almaviva e Beretta Salumi. Ex specialist chimico del gruppo Eni in Cina, dove ha incominciato a lavorare e vivere fin dagli anni 90, per sette anni aveva gestito negoziazioni, progettazione e ingegneria di processo per l'avvio di impianti petrolchimici.

12 RENZO CAVALIERI
Professore e avvocato

È legal advisor da oltre 15 anni su operazioni inbound e outbound con la Cina. Siede nei consigli direttivi della Camera di commercio Italo-Cinese e della Camera di commercio per il Sudest asiatico. Per Ca' Foscari dirige il Master in Global Management for China, progetto da lui ideato assieme al sito internet www.leggicinesi.it.

13 PAOLO CIARLARIELLO
Presidente, Luxottica Greater China

Nato e cresciuto in Italia, laureato in Economia alla Bocconi di Milano e master all'Insead, nel 2007 è entrato in Luxottica come responsabile della filiale indiana, dove è rimasto fino al 2011. Quindi è stato promosso responsabile della regione Asia-Pacifico basato a Singapore e dal 2015 nel ruolo attuale. Vive a Shanghai con la moglie e tre figli.

14 AUGUSTO CREMONINI
Ceo, Inalca F&B

Fratello minore di Vincenzo, ceo del gruppo omonimo da oltre 3,5 miliardi, poliglotta, nel 2012 ha creato la società di cui è ceo con la mission di facilitare l'esportazione dei prodotti agroindustriali tipici del made in Italy, mettendo in relazione piccoli e medi produttori con importatori e distributori esteri. IF&B opera principalmente nel segmento B2B: attualmente ha sedi operative a Shanghai, Capo Verde e New York lavorando su un catalogo di oltre 2.500 referenze che rappresentano le eccellenze agroalimentari italiane.

15 DAVIDE CUCINO
Presidente, Fincantieri China

Appassionato di Storia antica della Cina, che ha studiato alla Università di Pechino, vicentino, laureato cum laude a Ca' Foscari, vive e lavora dalla fine degli anni 80 nella capitale cinese, dove ha sviluppato in modo sostanziale l'attività dell'ex Finmeccanica, che ha lasciato nel 2016 per l'attuale incarico di grande responsabilità in Fincantieri. È stato presidente della Cdc Italiana in Cina e unico presidente italiano della European Chamber.

16 GIANCARLO DALL'ARA
Consulente marketing turistico

Esperto del mercato turistico cinese, responsabile del network Chinese Friendly Italy, è tra le persone che più hanno contribuito a promuovere il turismo cinese in Italia. Sua è stata l'idea di fornire agli alberghi una sorta di bollino welcome Chinese, sulla base del rispetto di alcune regole che tengano conto delle abitudini dei cinesi all'estero.

17 ENRICO FARDELLA
Professore, Università di Pechino

È uno dei più autorevoli esperti di politica estera cinese, professore associato presso il dipartimento di storia dell'Università di Pechino e direttore esecutivo del Centro Studi dell'Area Mediterraneo della stessa università. Lavora anche per il Woodrow Wilson International Center e il Torino World Affairs Institute.

18 MAURO FENZI
Ceo, Comau

Laureato in Ingegneria meccanica al Politecnico di Milano, è entrato nel 2001 occupandosi di Comau Robotics e del business aerospaziale. Prima di diventare ceo, è stato coo di Fiat Chrysler Automobiles. «La Cina giocherà un ruolo fondamentale per la nostra organizzazione nei prossimi tre anni, lì venderemo più robot che nel resto del mondo», ha previsto.

19 GIOVANNI FERRERO
Presidente, Ferrero

Con un investimento da 360 milioni, il più importante di un'azienda italiana in Cina negli ultimi due anni, Ferrero ha avviato l'attività produttiva nel Paese dove dichiara una quota di mercato del 24%. Ferrero ha dato così un impulso ulteriore alla crescita del gruppo in un mercato finora dominato dagli americani.

20 FRANCESCO FIORDELLI
Sgia, Shenzhen

Stilista, rappresenta in Italia la Shenzhen Garnement Association che raggruppa le aziende tessili della città, diventata una capitale dell'industria dell'abbigliamento e dei filati. Collabora, tra l'altro, con Caruso, il brand di menswear controllato da Fosun e ha buoni rapporti con Hengyanxiang, il più grande gruppo cinese che produce filati di lana, naturali e pregiati, 100 fabbriche e 600 distributori in tutto il mondo.

21 ALBERTO FORCHIELLI
Partner fondatore, Mandarin Capital Partners

È stato tra i promotori di Osservatorio Asia e di T-Island attiva nell'ambito della mobilità internazionale e ricollocazione professionale. Ha vissuto a Singapore, dove ha lavorato come responsabile di Finmeccanica per tutta l'area Asia/Pacifico ed è stato membro dell'Advisory Board della China Europe International Business School di Shanghai. A Shanghai, dove vive, ha lanciato il Mandarin Cp, primo fondo di private equity italo-cinese finanziato da due primarie banche cinesi e da Intesa Sanpaolo.

22 RODRIGO CIPRIANI FORESIO
Ceo, Alibaba South Europe

Fiorentino, 56 anni, nel 2015 ha aperto a Milano la prima sede del gruppo in Europa. Laureato alla Bocconi, tifoso del Milan, è stato ad della startup Double Click Italia, direttore commerciale Rti New Media, responsabile direzione direct business Rti, ad di Mediashopping. Nel 2010 è stato nominato dal ministro delle Politiche agricole Giancarlo Galan presidente e ad di Buonitalia, società di promozione dell'agroalimentare italiano. Alibaba Italia gestisce oltre 100 flagship store italiani sui canali B2C Tmall e Tmall Global per brand del calibro di Ferrero, Luxottica, De'Longhi, La Perla, Maserati, Fiat, Ariston, Geox, Kimbo.

23 FABIO GALLIA
Ceo, Cassa Depositi e Prestiti

Ha partecipato in marzo alla missione del presidente della Repubblica Sergio Mattarella in Cina firmando un MoU tra il gruppo Cdp, Ansaldo Energia e Shanghai Electric Corp sullo sviluppo della collaborazione strategica tra i due gruppi industriali. Già ceo di Banca Nazionale del Lavoro e country head per l'Italia del Gruppo BNP Paribas, Gallia ha lavorato da Giubergia a Torino, nell'attività di asset management e in Capitalia, nel 2002, come vicedirettore generale.

24 MICHELE GERACI
Global Policy Institute

Professore di finanza presso la Zhejiang University e la Nottingham University Business School, oltre che responsabile in Cina del Global Policy Institute, è uno degli esperti più ascoltati sull'economia cinese. È stato investment banker internazionale, in diversi ruoli, e, prima, ingegnere delle telecomunicazioni in Europa, America Latina e Asia.

25 ANDREA GHIZZONI
Direttore, Tencent Italia

Country director di WeChat Italia, ha la responsabilità dello sviluppo del business di Tencent. Primo dipendente di Tencent in Europa, ha incominciato la carriera professionale in Cegos Group nel 2003, poi a Value Partners ha seguito lo sviluppo del business delle tlc in Italia. Nel 2009 è entrato in McKinsey nella practice Telecom, Media & Technology. Ha 36 anni ed è laureato alla Bocconi.

26 MASSIMO GUIATI
General manager, AZ Investment

Da Hong Kong, dove risiede da sette anni, coordina l'attività di asset management del gruppo Azimut in Asia, che comprende le sedi di Singapore, Sydney oltre alla Cina. Tra un viaggio e l'altro supervisiona alla gestione di Renminbi Opportunities, il primo e più grande fondo al mondo specializzato nella valuta cinese, di diritto lussemburghese, lanciato nel 2011 che ha aperto le porte del mercato in valuta cinese a investitori istituzionali

Ad. Graph.x Ph. Tommaso Sartori

Boffi

boffi.com

internazionali, fondi pensione e società di assicurazione in Europa, America Latina ed Asia.

27 GIANFRANCO LANCI
Presidente, Lenovo

Torinese, sposato con tre figli, residente in Svizzera, Lanci è entrato in Lenovo nel 2012 come responsabile dell'area Emea. Sotto la sua guida in due anni Lenovo ha scalato tre posizioni nel mercato del pc, fino a raggiungere quella di n. 2, con una quota di mercato che oggi sfiora il 20%. Dal marzo 2015, è il numero 1 operativo di Lenovo Group, il primo al mondo nei pc e numero 3 nei server.

28 GIOVANNI LOVISETTI
Advisor, Bureau of Commerce Foshan

Avvocato in Milano nel 2012, 33 anni, diplomato alla Tsinghua University di Pechino con tesi sugli investimenti esteri in Cina, è dall'estate scorsa nel team del Bureau of Commerce, articolazione del ministero del Commercio cinese, con l'incarico di convincere gli imprenditori italiani sulle opportunità di investire a Foshan, dove ora risiede. È il primo italiano dipendente di un Ministero cinese.

29 MARCO MARAZZI
Avvocato, Baker & McKenzie

Lunga esperienza di lavoro in Cina tra Shanghai, Hong Kong, Singapore e Pechino, dove ha incominciato da Chiomenti per poi passare agli americani, Marazzi è presidente e promotore di Easternational, che si occupa di promuovere la partecipazione di aziende italiane alla Belt & Road Iniziative. Sta seguendo, per conto di Baker & McKenzie, la ricerca di alberghi a Milano da parte di investitori cinesi, un'acquisizione nel settore fashion in Francia, oltre che l'espansione in Cina della Costa Crociere. In passato ha fatto da advisor a China Railways Construction per investimenti in Italia.

30 SARA MARCHETTA
Vicepresidente, Cdc Europea in Cina

Partner residente dello studio legale Chiomenti, vive e lavora da oltre vent'anni a Pechino, dove è arrivata dopo gli studi di lingua e letteratura cinese a Ca' Foscari. Completati gli studi di legge sia in Italia che alla Peking University, ha prestato assistenza a società italiane e imprese private e statali cinesi nelle operazioni cross border tra i due Paesi.

31 FEDERICO MARCHETTI
Fondatore e ceo di Yoox-Net a Porter

Fondatore e ceo della prima e più importante piattaforma di vendite online nel segmento moda e lusso, ha fatto da pioniere nello sbarco in Cina sulla rete dei principali brand italiani. In particolare ha aperto la strada con lo store online di Armani, a fine di 2010, seguito da un'altra dozzina di nomi prestigiosi. In Cina il gruppo ha una struttura logistica a Shanghai e un'organizzazione che consente di servire 400 località.

32 SERGIO MARCHIONNE
Ceo FCA e presidente Ferrari

Per doppiare il successo della Ferrari, che in Cina ha uno dei mercati più importanti, Marchionne sembra stia progettando di produrre un veicolo elettrico sulla base della Jeep Renegade che rappresenta il modello di punta della FCA nel maggior mercato automotive del mondo. La jeep è attualmente prodotta a Guangzhou nello stabilimento dell'azienda omonima, con cui FCA ha da anni una jv. Secondo le stime del governo in Cina nel 2020 saranno venduti almeno 5 milioni di auto full electric.

33 FEDERICO MASINI
Professore, Università La Sapienza Roma

È il principe dei linguisti italiani sulla Cina. Classe 1960, laureato con la lode e tesi su «Le strutture predicative in cinese moderno», ha studiato per due anni presso lo Beijing Yuyan Xueyuan, con una borsa di studio della Farnesina, e quindi presso il dipartimento di cinese della Beijing Daxue. Ha lavorato all'ambasciata italiana a Pechino e per 10 anni ha presieduto la Facoltà di Studi Orientali dell'Università La Sapienza di Roma.

34 RICCARDO MARIA MONTI
Presidente, Italferr

Laureato in Economia all'università di Napoli, è nell'attuale posizione dall'agosto scorso. La sua mission è di far leva sul prestigio internazionale della società di progettazione del gruppo Fs per aprire il mercato in alcuni Paesi chiave per l'Italia, tra cui India e Cina. Dal 2012 al 2016 ha diretto l'Ice, ma il fulcro della sua carriera è stato il periodo in Value Partners, dove ha lavorato per 14 anni, portandola a essere la principale multinazionale italiana di servizi professionali.

35 GIULIANO NOCI
Professore, Politecnico di Milano

Ordinario di Strategia e Marketing, è anche ad di Polimilano Educational Consulting, la società creata dall'ateneo per realizzare progetti di formazione post graduate e trasferimento tecnologico in Cina. È research fellow alla Jiao Tong University di Shanghai. In Cina ha avviato numerosi progetti di ricerca, formazione e trasferimento tecnologico. È impegnato nella progettazione del Joint Centre of Industrial Innovation con la Xi'an Jiaotong University.

36 GIOVANNI PISACANE
Fondatore e ceo, GWA Greatway Advisory

Fondata nel 2004 la boutique di advisory fiscale e legale con uffici a Shanghai e Pechino si è affermata come una delle realtà italiane di riferimento per piccole e medie imprese. L'anno scorso è entrata a far parte come studio integrato di Acb Group, network professionale nato dalla volontà di Victor Uckmar e che aggrega diversi prestigiosi studi legali e di commercialisti italiani.

37 AIRALDO PIVA
Ceo, Hengdian Group Europa

Classe 1963, ha fatto carriera nel gruppo giapponese Sumitomo con l'incarico di sviluppare il mercato cinese. Grazie a questa mission ha conosciuto l'attuale presidente di Hengdian, un gruppo privato cinese da oltre 10 miliardi di fatturato, per cui ha incominciato a lavorare nel 2007. Nel 2010 ha ricevuto a Pechino il China National Friendship Award, la più alta onorificenza per stranieri del governo cinese ed è stato nominato Foreign Expert, incarico riservato a pochissimi.

38 ERALDO POLETTO
Ceo, Ferragamo

Ha alle spalle una lunga carriera nel settore menswear e del lusso, che lo ha visto da protagonista alla guida del gruppo Brooks Brothers, di Furla (accessori in pelle) e di Dunhill (gruppo Richemont). Nell'agosto scorso i Ferragamo lo hanno chiamato a dirigere il brand del lusso al posto di Michele Norsa. Sulla nomina ha giocato la conoscenza di Poletto del mercato cinese, dove Ferragamo realizza oltre un terzo del suo fatturato.

39 MIUCCIA PRADA
Vicepresidente, Prada

La stilista milanese ha fortemente voluto l'apertura a Shanghai di un terzo centro ricerca e stile, dopo quelli di Milano e Parigi, per sostenere l'espansione sul mercato che attualmente vale oltre 700 milioni di euro di vendite. Una performance resa possibile finora dalle risorse investite nello sviluppo accelerato della rete retail nelle grandi città della prima e seconda fascia.

40 ROMANO PRODI
Economista

L'ex presidente della Commissione europea e premier italiano è uno degli italiani più stimati e conosciuti in Cina, che conosce e frequenta da oltre trent'anni. Nel 1984, da presidente dell'Iri (1982-1989), fece il suo primo viaggio nel Paese, per decidere l'investimento nel tubificio senza saldature di Tianjin, che tuttora funziona in modo efficiente. È tra i pochissimi stranieri che hanno accesso alla televisione di Stato come opinionista.

41 ALESSANDRO PROFUMO
Ceo, Leonardo

Grande esperienza di banche, ma poco di Cina, Profumo, in carica dal marzo scorso, dovrà da subito mettere a fuoco le sfide in uno dei mercati esteri più importanti e delicati per Leonardo, dove il gruppo realizza oltre 500 milioni di fatturato. Poco prima del suo arrivo, Leonardo ha firmato un MoU con la Vastitude Technology per la commercializzazione dei dati di Cosmo-SkyMed, il programma italiano di osservazione della Terra finanziato da Asi, Miur e Difesa, mentre a marzo è stato rinnovato l'accordo con Shanghai Zenisun, distributore unico per gli elicotteri civili di Agusta.

42 MASSIMO ROJ
Fondatore e ceo, Progetto Cmr

Nel 2002 ha aperto due sedi in Cina, a Pechino e a Tianjin, che hanno propiziato una serie di commesse di primo livello. Roj è attualmente uno degli architetti più impegnati nel Paese. Tra i progetti principali c'è lo stadio Songjiang a Tianjin, il Florentia Village e il Building 1895 all'Università di Tianjin. Ha in corso quattro progetti nella città di Chongquing e ha ricevuto il premio Gold Award for Planning con il progetto Manjiangwan nella provincia di Jilin.

43 CESARE ROMITI
Presidente, Fondazione Italia Cina

La Fondazione, di cui è stato uno dei promotori nel 2003 e attuale presidente, è diventata un punto di riferimento per le imprese, piccole e grandi, che cercano uno sbocco sul mercato asiatico. Romiti è stato premiato dall'allora Primo Ministro Wen Jiabao in occasione dell'Anno della Cultura Cinese in Italia come una delle dieci personalità italiane più attive nelle relazioni diplomatiche tra Rpc e Italia.

44 IVAN SCALFAROTTO
Viceministro, Sviluppo economico

Classe 1965, è sottosegretario al Commercio internazionale al ministero dello Sviluppo economico, dove si è impegnato con visite frequenti, cinque in sei mesi, nel rinsaldare le relazioni commerciali e d'affari con la Cina. Ha collaborato alla regia del business forum Italia-Cina, concentrando attenzione e promozioni su fashion, agroalimentare, vino e design, e sull'organizzazione del Salone del mobile di Shanghai.

45 ETTORE SEQUI
Ambasciatore d'Italia a Pechino

Ambasciatore dal mese di agosto del 2015, sardo, classe 1956, ha ricevuto la missione di imprimere un'accelerazione ai rapporti tra i due paesi, obiettivo realizzato con le recenti visite di stato del presidente Sergio Mattarella e del primo ministro Paolo Gentiloni, che hanno rinsaldato una collaborazione bilaterale già ben avviata nei due incontri del 2016 tra Matteo Renzi e Xi Jinping. In carriera diplomatica dal 1985, Sequi si è distinto soprattutto in Afghanistan dove è stato uno degli ambasciatori più apprezzati, prima d'Italia e poi dell'Ue per la quale ha rappresentato anche il Pakistan. E' stato capo gabinetto capo dell'allora ministro degli esteri Federica Mogherini, poi di Gentiloni.

46 ROBERTO SNAIDERO
Presidente, Federlegno

Classe 1948, friulano di Majano (Udine), è da 15 anni al vertice dell'organizzazione che riunisce i produttori di mobili ed è stato anche grazie al suo attivismo che negli ultimi tre anni l'export di mobili italiani nel mercati cinese è più che triplicato. L'organizzazione del Salone del mobile a Shanghai, ispirato alla manifestazione di Milano, di cui è presidente, ha segnato una tappa importante. Recentemente ha stretto un accordo con Citic Guoan Group, la più grande società pubblica cinese operativa nel real estate.

47 PIERLUIGI STREPARAVA
Presidente, Cdc Italo-Cinese

La Camera di Commercio Italo-Cinese, fondata nel 1970, è stata tra i primi in Occidente ad aprire un dialogo con il Paese del Dragone. L'imprenditore bresciano, classe 1942, presidente della società omonima, all'avanguardia nella produzione di macchine utensili e componentistica per il settore dell'auto con un fatturato di circa 150 milioni di euro, è stato anche a capo di Ucimu e attualmente membro del board dell'Associazione.

48 MARCO TRONCHETTI PROVERA
Presidente e ceo, Pirelli

Oltre che protagonista di uno degli accordi industriali tra Italia e Cina più importanti degli ultimi anni, che ha portato il colosso ChinaChem a rilevare il controllo del gruppo di pneumatici per 7 miliardi di euro, lasciandone il controllo operativo allo stesso Tronchetti, è anche il nuovo co-presidente del business forum Italia-Cina, assieme al numero uno di Bank of China.

49 ALBERTO VETTORETTI
Fondatore e ceo, Dezan Shira

Diciotto anni di esperienza nella zona del Pearl River Delta lo hanno qualificato come uno dei consulenti più preparati di aziende europee di ogni dimensione per le strategie di sviluppo nell'area. Ha fatto parte della Camera di commercio Italiana e Britannica in Cina e, grazie alla padronanza di cinese e giapponese, ha sviluppato relazioni di primo livello con le autorità locali e nazionali.

50 MARCO WONG
Presidente onorario, Associna

Classe1963, dal 2010 è direttore editoriale del mensile bilingue *It's China* e dall'inizio del 2011 ha cominciato un'attività imprenditoriale nel settore degli alimentari etnici.
Da diversi anni è presidente onorario di Associna, associazione che riunisce in Italia i cinesi di seconda generazione.

DIACRON

Fare affari in Cina

Accounting, Tax & Corporate Services

Diacron, fondata nel 1995, è una società specializzata nella consulenza societaria, contabile e fiscale internazionale.
I consulenti Diacron mettono a vostra disposizione la loro esperienza in Cina ed in altri 8 paesi, offrendo un servizio ad hoc integrato alle vostre esigenze aziendali.

- Audit & Due Diligence
- Accounting & Tax
- Expatriate
- Corporate Services
- Mergers & Acquisitions
- International Tax
- Transactions
- Transfer Pricing

7	Partner
9	Paesi in cui siamo presenti
25	Consulenti italiani
36	Pubblicazioni
45	Conferenze in Italia
90	Dipendenti
200+	Citazioni stampa
800+	Clienti nel mondo

Consulente Diacron in Cina
Alessandro Fammilume
a.fammilume@diacron.cn

Diacron Consulting (Shanghai) Co. Ltd
Unit 2010-2011
No. 360 Chang Shou Road
200060 Shanghai, China

Tel. +86 21 62885871 / 72 / 73

New York | Londra | Lugano | Sofia | Istanbul | Teheran | Dubai | Hong Kong | **Shanghai**

www.diacron.eu

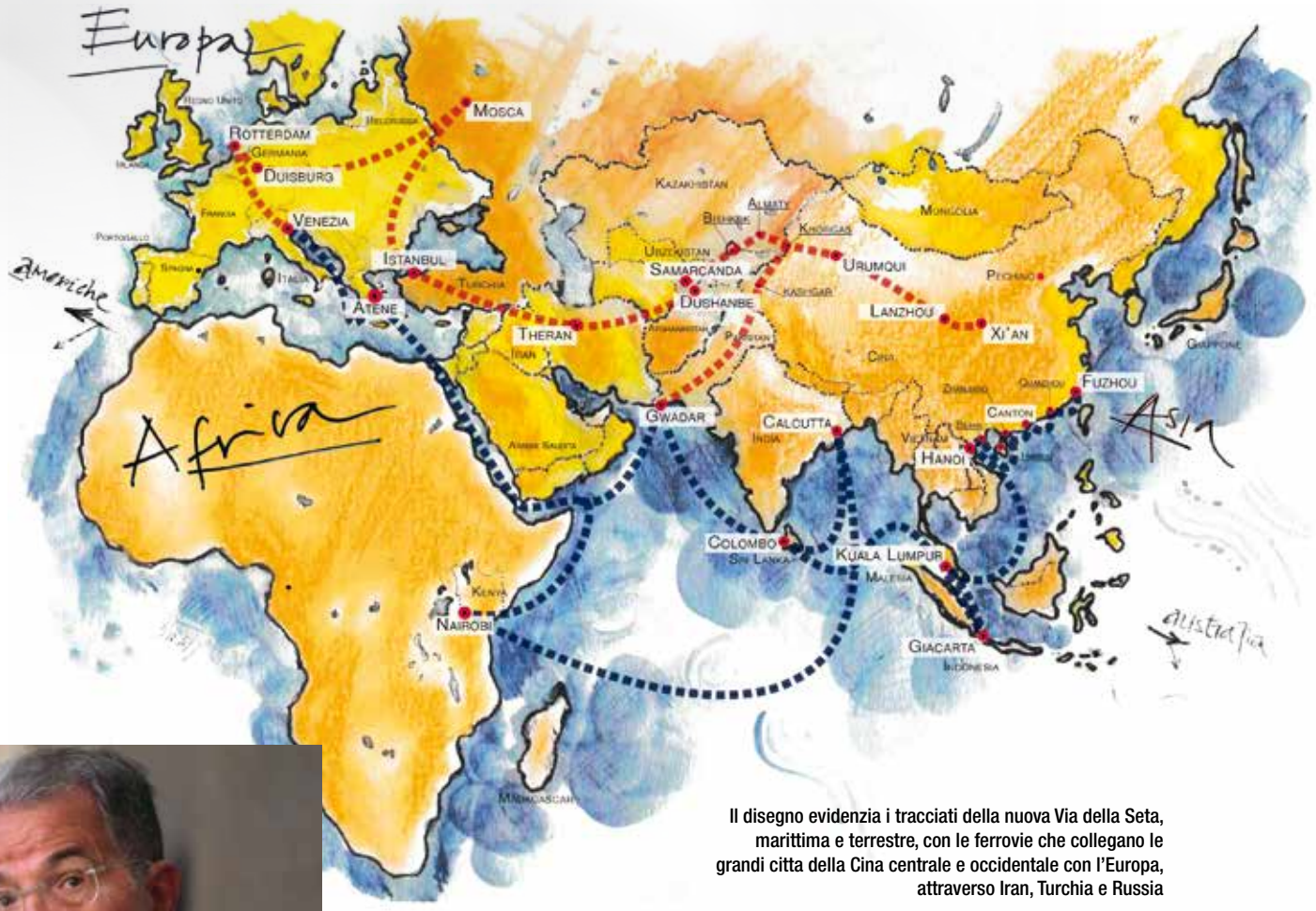
Sulla Bri l'Italia si gioca una partita strategica

L'acronimo che indica le iniziative cinesi lungo la nuova Via della Seta, per mare e per terra, può essere un'opportunità per rafforzare il ruolo tricolore nel Mediterraneo. Ma burocrazia e politica...

di Mariangela Pira

«Non è un viaggio da punto a punto, ma un viaggio passo dopo passo che nel durante coinvolge i singoli paesi». Così Romano Prodi descrive il percorso della Nuova via della Seta, ossia la strategia cinese chiamata Belt and Road Initiative (Bri) che riguarda gli scambi commerciali tra Europa e Oriente, di cui la Cina è magna pars, cioè il flusso merci più importante del mondo. Per questo l'Europa resta il punto di riferimento dei rapporti con Pechino, soprattutto dopo che gli Stati Uniti dell'amministrazione Trump hanno manifestato, per bocca del neo-presidente, freddezza nei confronti dell'Unione Europea. In questo contesto, l'iniziativa della Bri è un chiaro messaggio all'Europa. «È lo strumento fondamentale per tessere rapporti più stretti, dà maggiore visibilità alla Cina che concentra l'interesse economico nei confronti dell'Europa», ha insistito Prodi, nell'intervista concessa a *MFI*, «ma non scambiamola per una rivoluzione economica, perché è già un flusso che va per conto suo». Secondo il Professore, ex presidente dell'Unione europea, gli investimenti nella Nuova via della Seta, che secondo fonti di Pechino hanno già toccato i mille miliardi di dollari nel 2016, mettono in evidenza le centralità, per Pechino, dell'Asia e dei Paesi intermedi tra Asia ed Europa. Gli investimenti nella cosiddetta via marittima si sono concentrati in Pakistan, e nel rafforzamento della loro presenza in altri porti lungo la via marittima, oltre che il canale di Suez e il porto del Pireo, ora a maggioranza cinese, nel Mediterraneo. «Il vero obiettivo della Belt and Road Initiative è una maggior presenza in tutti i Paesi del Centro dell'Asia, quell'Asia geografica intermedia che sta tra Europa e Cina», ha precisato Prodi, anche se non esclude che rafforzerà il legame tra Cina ed Europa.

In questo disegno l'Italia sta, a poco a poco, perdendo l'opportunità di diventare un interlocutore privilegiato di Pechino, come indica la mossa sul



Il disegno evidenzia i tracciati della nuova Via della Seta, marittima e terrestre, con le ferrovie che collegano le grandi citta della Cina centrale e occidentale con l'Europa, attraverso Iran, Turchia e Russia

Conference

PER IL BUSINESS APPUNTAMENTO A MILANO

Romano Prodi terrà la relazione introduttiva alla Conference organizzata da Dentons e Fondazione Italia Cina sul tema "Belt and Road Iniziative: Opportunità di business tra Italia e Cina", in programma a Milano martedì 23 maggio, dalle ore 9 all'Hotel Gallia. Dopo la visita in Cina del Presidente Sergio Mattarella in marzo e quella di Paolo Gentiloni di metà maggio, due eventi che nella loro vicinanza segnano un salto di qualità nei rapporti diplomatici e d'affari tra i due Paesi, l'evento di Milano servirà a tracciare un quadro delle novità che si stanno mettendo a punto a livello finanziario e di appalti per implementare la strategia Bri. All'iniziativa interverrà, infatti, il direttore del Silk Fund, creato dal governo cinese per finanziare le iniziative sulla Nuova via della Seta, e un alto rappresentante di Bank of China, uno dei motori del business forum Italia Cina. Nel panel dedicato all'industria, alcuni primari gruppi cinesi porteranno la loro esperienza di investimento e le strategia in Europa e in Italia.

Pireo. «L'Italia li ha spinti in quella direzione non decidendo di porre seriamente sul tavolo la candidatura di Taranto e, in seconda battuta di Gioia Tauro, come possibili terminal nel Mediterraneo della Via della Seta», ha specificato Prodi, che si era personalmente impegnato in una trattativa con grandi armatori cinesi e di Taiwan sull'utilizzo dello scalo di Taranto. Sarebbero stati sufficienti modesti investimenti per scavare il fondale in modo da consentire l'attracco delle grandi navi oceaniche, ma la sfida non è stata raccolta e ora l'ipotesi Taranto è definitivamente tramontata. «L'Italia non ha fatto quello che era stato promesso, sia per lentezze burocratiche nelle autorizzazioni, sia per l'opposizione irragionevole degli ambientalisti», ha raccontato Prodi che si è trovato nella spiacevole situazione di fare marcia indietro con i due imprenditori cinesi che più si erano impegnati nel portare avanti il progetto. Il governo italiano, che forse avrebbe potuto dare una svolta alla trattativa, si era dimesso nel frattempo. È dopo questi episodi che Cosco, la più grossa shipping company cinese, statale, ha firmato l'acquisizione del 68% della società che controlla il Pireo per 368 milioni di euro, promettendone altri 350 di investimenti nei prossimi anni. E intanto altre aziende con i finanziamenti Bri stanno costruendo le infrastrutture, soprattutto ferroviarie, che legano il Pireo al Centro Europa.

L'alternativa per l'Italia, a quel punto, sarebbe stata di rilanciare la partita con una strategia ancora più focalizzata, facendo leva sulla sua posizione geografica. Sfruttando l'interesse dei cinesi per i mercati del Centro Europa e il loro collegamento già esistente con i porti italiani, migliore e più rapido di quello del Pireo, si sarebbe trattato, secondo Prodi, di creare subito un network tra i porti del Nord Tirreno e del Nord Adriatico in grado di mettere a fattor comune le risorse di Ravenna, Venezia, Trieste, Fiume e Capo d'Istria. Prodi si era battuto perché il governo italiano nominasse un'unica autorità portuale dell'Alto Adriatico in grado di trattare con rapidità e poteri adeguati con sloveni e croati e formulare quindi le proposte ai cinesi. «Ma sono state fatte nomine diverse. La politica è entrata nei vari porti e prevedo che finirà come con Taranto», ha ammesso Prodi, «è una specie di suicidio politico quello che l'Italia sta praticando su questo fronte nei rapporti con la Cina».

> L'Italia ha spinto i cinesi a investire nel Pireo non decidendo di porre seriamente sul tavolo la candidatura di Taranto e, in seconda battuta, di Gioia Tauro, come terminal nel Mediterraneo della nuova Via della Seta

Anche la visita in Sardegna di Xi Jinping a fine 2016, che poteva essere un'occasione per approfondire il discorso, è avvenuta quasi nell'indifferenza generale, sicuramente dei media. «In Inghilterra avrebbero attrezzato in pochi mesi il porto per un evento del genere», ha ironizzato, «un Paese che non sa unirsi di fronte alle occasioni, non sa interpretare la storia: il capitolo dei porti è significativo». Secondo l'ex presidente del Consiglio, il politico italiano più ascoltato a Pechino, la strategia cinese nel Mediterraneo, e più in generale, lungo la Nuova via della Seta, ha una valenza soprattutto economica e commerciale, e non mira ancora a precostituire delle basi di influenza politica e militare. «La Cina volutamente e saggiamente rimane estranea ai problemi politici della sicurezza,» ha spiegato Prodi. Attualmente Pechino ha un'unica base militare fuori dalla Cina, quella di Gibuti, aperta in aprile l'anno scorso, in un posto strategicamente importante, mentre gli Stati Uniti ne hanno a centinaia, a dimostrazione di una scelta politica completamente diversa. Del resto, Pechino ha scelto la non ingerenza in tutti i grandi conflitti internazionali, dalla guerra in Iraq fino alla Libia, puntando piuttosto a creare rapporti privilegiati con singoli paesi, in particolare in Africa. «I rapporti con i Paesi africani anglofoni e francofoni sono dettati soprattutto dalle necessità di approvvigionamenti di petrolio».

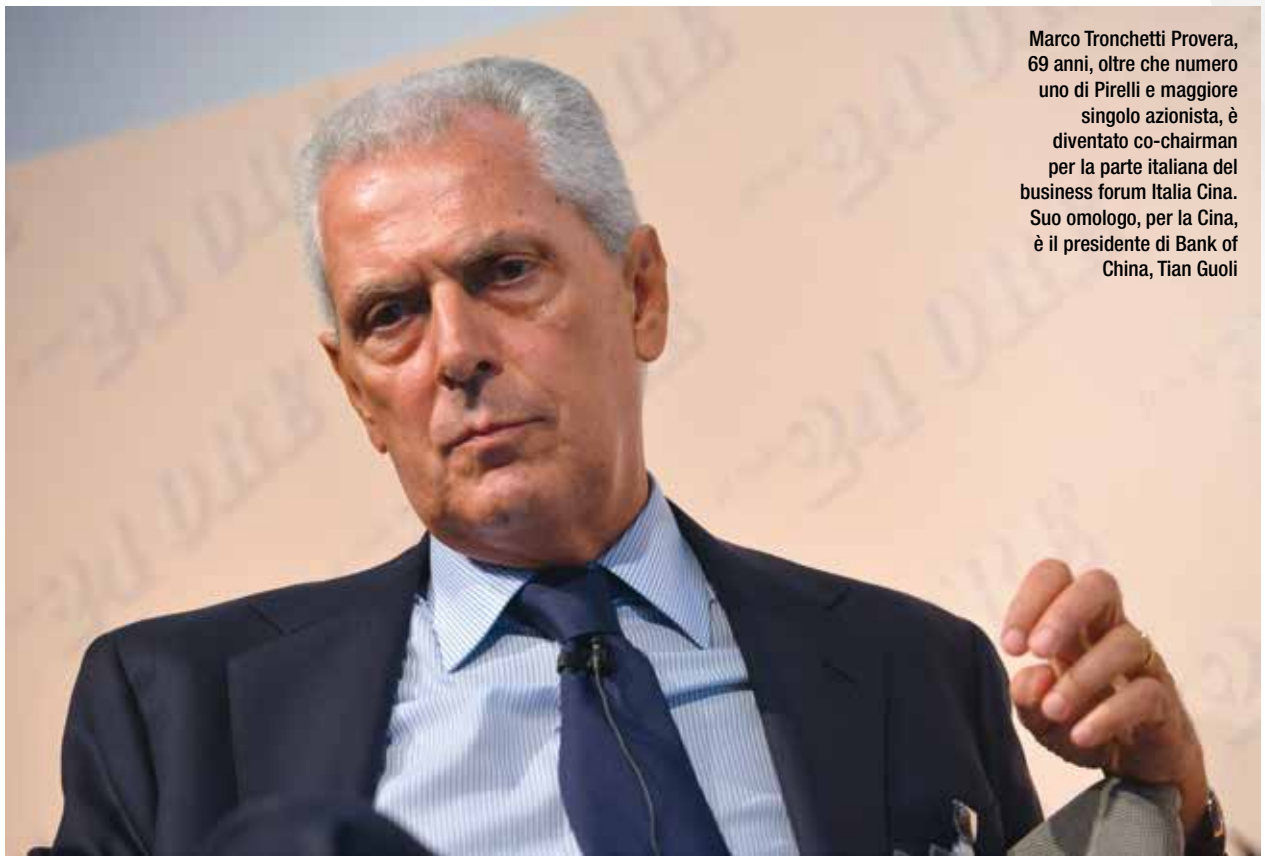
La presenza cinese in Africa è strategicamente coordinata, secondo Prodi, ma non implica interventi militari o iniziative nel campo della sicurezza. La Cina resta l'unico dei Paesi con diritto di veto all'Onu senza obiettivi militari. «Per questo non attribuisco alla Cina un ruolo nella sicurezza in Africa, nello specifico, di contribuzione militare alla lotta contro l'Isis», ha spiegato Prodi, «i rapporti politici ed economici di Pechino con i Paesi africani e che si affacciano sul Mediterraneo si sono sviluppati per proteggere la loro strategia commerciale, che non deborda nell'idea di diventare i controllori della politica o della sicurezza mondiale alla stregua degli Usa». ■

Romano Prodi e Claudio Costamagna, presidente di Cassa depositi e prestiti, particolarmete interessata alle ricadute degli investimenti cinesi sul business delle sue controllate

Quanto rende percorrere la Via della Seta

Il numero 1 di Pirelli ha scelto un partner (di maggioranza) cinese per rafforzare il gruppo a livello globale, sperimentando una strategia nuova per l'Europa. I primi risultati confermano che...

di Pier Paolo Albricci



Marco Tronchetti Provera, 69 anni, oltre che numero uno di Pirelli e maggiore singolo azionista, è diventato co-chairman per la parte italiana del business forum Italia Cina. Suo omologo, per la Cina, è il presidente di Bank of China, Tian Guoli

«Nel trattare con ChemChina, un gruppo pubblico, è stata essenziale la chiarezza fin dal primo giorno nei ruoli di questa combinazione, che a livello industriale creerà, nel segmento camion, il terzo player del mercato cinese che è il più grande del mondo»

D. Quaranta anni fa, l'Italia è stato il primo Paese occidentale ad aprire al mercato dei capitali la Cina di Den Xiaoping, con il famoso prestito Ossola. Qual è stata la sua esperienza nella trasformazione di quel Paese e delle sue imprese?

R. Ho vissuto la Cina come un mondo affascinante e interessante. Pirelli aveva incominciato a lavorare con quel mondo fin dai primi anni 80. L'attività era concentrata sulla vendita di fabbriche chiavi in mano di pneumatici per autocarri e aveva avuto un buono sviluppo, tanto che la base tecnologica della produzione di gomme per autocarro era diventata la nostra. Quando presi la guida dell'azienda, tuttavia, bloccai l'attività, non ritenendola adeguata per un'impresa produttrice di prodotti industriali.

D. Perché?

R. Vedevo la Cina come un mercato in cui entrare direttamente, non solo per vendere tecnologia. Ma l'investimento diretto negli anni 80 non era ancora possibile, quindi scelsi di aspettare, fino a quando, nel 1994, si sono create le condizioni per avviare una fabbrica nostra, via Hong Kong che allora era la porta obbligata per entrare in Mainland. Lì costituimmo una partnership a maggioranza Pirelli con dei soci locali per costruire una fabbrica di cavi.

D. Che cosa vi convinse a investire in un Paese dove l'attività si era ridotta a scambi commerciali per voi marginali?

R. La svolta politica avviata da Deng Xiaoping anni prima aveva accelerato la velocità del cambiamento segnando una graduale e lenta crescita del mercato. Negli ultimi dieci anni questa velocità è diventata il motore della crescita globale e della globalizzazione: la Cina che viviamo oggi.

D. Come si è evoluta la vostra presenza?

R. All'inizio degli anni 2000 abbiamo deciso che era arrivato il momento di investire per produrre pneumatici auto. L'occasione ci è stata offerta nel 2005 quando, dopo avere valutato i nostri vecchi impianti, abbiamo capito che bisognava partire dal greenfield. Abbiamo trovato un imprenditore cinese, Niu Yishun, che stava aprendo una fabbrica di gomme per autocarri ma al quale mancava il know how. Siamo riusciti a convincerlo a fare una partnership a maggioranza Pirelli, per avviare la produzione autocarri, a cui molto rapidamente abbiamo aggiunto gli impianti per produrre gomme per le auto alto di gamma. Successivamente abbiamo avviato anche la produzione per moto. Oggi siamo diventati il player più importante nei pneumatici alto di gamma.

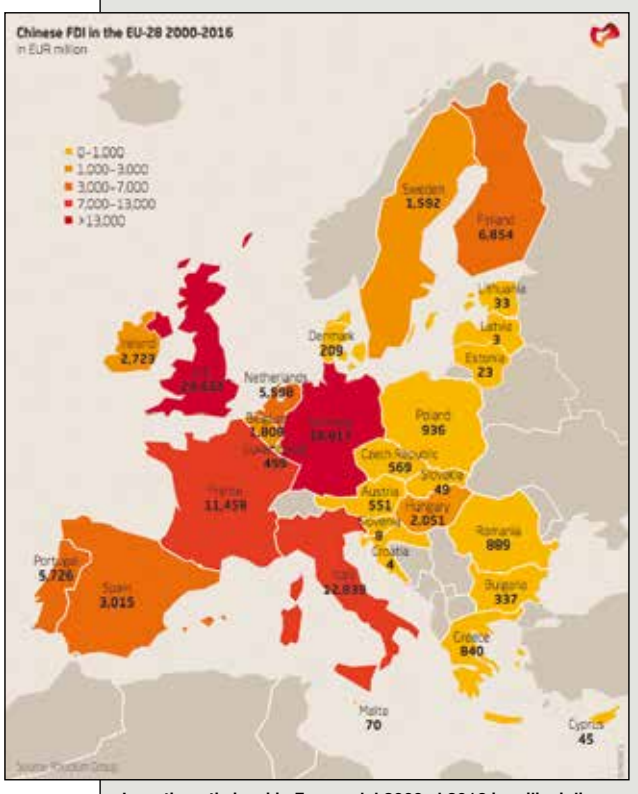
D. Quanto ha pesato questa vostra affermazione nel mercato per la combinazione con ChemChina?

R. Molto, perché ci è stata riconosciuta una preminenza tecnologica tale per cui ChemChina ha valutato conveniente investire assieme a noi italiani in Pirelli. Lo ha fatto at-

Database

DOVE PUNTANO I MANDARINI

A colpi di acquisizioni, gli investimenti cinesi nei Paesi dell'Unione europea hanno toccato nel 2016 il tetto massimo con 35 miliardi di euro, il 76% in più di un anno prima, ma molto meno dei 46 miliardi spesi negli Stati Uniti. Rhodium Group-Mercator Institute for China Studies hanno calcolato anche gli investimenti cumulati dal 2000 al 2016 in Europa, da cui risulta che l'Italia è stato il terzo target degli investimenti cinesi, dopo Regno Unito e Germania, ma prima della Francia, con 12,83 miliardi di euro. Ma se si tiene conto del fatto che verso l'Inghilterra si sono indirizzati soprattutto investimenti finanziari, risalta il fatto che l'industria italiana sia subito in coda alla Germania, dove nel 2016 i cinesi hanno effettuato il colpo grosso con l'acquisizione del primo produttore di robot, Kuka, per 4,5 miliardi di euro. Tuttavia il record, 7 miliardi di euro, rimane all'investimento realizzato nel 2015 da ChemChina per la quota di controllo di Pirelli. La strategia dei grandi gruppi cinesi, sia pubblici che privati, è stata di acquisire in settori strategici quote abbastanza importanti da avere un'influenza decisionale. La forte crescita nel 2016 degli investimenti nel settore hi-tech, dei macchinari industriali, delle infrastrutture e dei trasporti, indica scelte precise legate alle possibili sinergie nei progetti di espansione nei Paesi toccati dalla Belt and Road Iniziative (Bri), comunemente noto come la Nuova via della seta, e nel progetto China 2025, cioè l'upgrading tecnologico della produzione industriale. L'aggressività delle iniziative di Pechino sta, tuttavia, allarmando le capitali europee, che, soprattutto dopo l'ultima mossa di Chem China sulla Syngenta, un colosso svizzero-tedesco all'avanguardia nelle biotecnologie, hanno chiesto alla Commissione europea maggiori tutele, tramite una revisione delle regole sugli investimenti esteri e sulla reciprocità dai comportamenti. Sul primo punto il ministro del Commercio Gao Hucheng ha ribadito recentemente che gli investimenti della Cina all'estero sono destinati ad aumentare ancora.
Sul problema della reciprocità, evidenziato anche dal fatto che le acquisizioni europee nel Paese del Dragone sono scese a 7,7 miliardi di euro, Pechino ha dichiarato che a partire da quest'anno saranno ridotte da un lato le restrizioni all'accesso dei capitali esteri e, dall'altro, azioni concrete per assicurare una competizione equa tra imprese nazionali ed estere nelle attività commerciali sul mercato cinese.



Investimenti cinesi in Europa dal 2000 al 2016 in milioni di euro. Fonte Rhodium Group-Mercator Institute for China Studies

Ren Jianxin, l'uomo che ha fondato ChemChina e l'ha portata al successo, protagonista dell'accordo con Pirelli, è il più attivo investitore cinese in Europa

traverso un'operazione di mercato che non ha trasformato Pirelli in un'azienda cinese. Pirelli è un'azienda a maggioranza cinese, gestita da management italiano, in cui i soci italiani, a cominciare dal sottoscritto, hanno reinvestito aumentando la propria quota.

D. Qual è stato l'esito di questa combinazione?

R. La combinazione ha portato alla costituzione di due distinte società, aventi in comune lo stesso azionista, Marco Polo International Italy: una, nata da Pirelli Industrial e oggi ridenominata Prometeon Tyre Group (PTG), concentrata sulla produzione per autocarri e macchine agricole, e una, Pirelli, concentrata sulle gomme consumer, per auto e moto.

D. Con quali prospettive?

R. La creazione di una pure Industrial tyre company prelude all'integrazione tra Pirelli Industrial e Aeolus, quotata alla Borsa di Shanghai e controllata CNRC (gruppo ChemChina), che è previsto diventi il polo delle diverse attività del gruppo nel segmento camion. Diventerà così il terzo player del mercato cinese che è il più grande del mondo. Avere alle spalle quel gruppo rappresenta un elemento di forza rispetto a concorrenti come Michelin, Bridgestone e Goodyear.

D. E la Pirelli focalizzata sul consumer come sarà?

R. Resta quella che è ora, con il management attuale da me guidato, e verrà quotata, prevediamo a Milano, al più tardi nella prima metà del 2018. Gli accordi prevedono una discesa di ChemChina sotto il 50% e il mercato avrà pertanto una presenza importante.

D. ChemChina è pur sempre un gruppo pubblico, anche se gestito autonomamente da Ren Jianxin, l'uomo che l'ha creata e portata al successo. Quanto ha pesato nei vostri rapporti?

R. È stata essenziale la chiarezza fin dal primo giorno nei ruoli di questa combinazione. Nel segmento Industrial, dove Pirelli mirava a fare un salto dimensionale capace di renderla competitiva a livello globale, l'azionista cinese aveva la capacità produttiva ma non il know how tecnologico. Noi, invece, disponevamo di una tecnologia d'avanguardia con una produzione più piccola della loro, ma ben distribuita geograficamente. La combinazione industriale è quindi naturale e affiderà ruoli gestionali chiave anche ai manager di provenienza Pirelli.

D. Nel day by day hanno pesato le differenze culturali con i cinesi?

R. In Pirelli siano abituati da sempre a trattare e lavorare con russi, cinesi, brasiliani. La fluidità dei processi sta tutta nella nostra capacità di gestire, ma le regole del gioco devono essere ben chiare negli interessi di tutti. I cinesi ci hanno riconosciuto la capacità di gestire, la competenza tecnologica, la conoscenza dei problemi, tant'è che sono rimasti in Italia sia l'headquarter che la ricerca. Per spostarle ci vuole una decisione da prendere con una maggioranza del 90%.

D. Il fatto di avere alle spalle un colosso come ChemChina che cosa ha cambiato nell'approccio

di Pirelli al mercato asiatico?

R. Nulla per quanto riguarda auto e moto: il brand è forte e avevamo già una base produttiva di successo su quel mercato. Sull'autocarro ci consente di entrare in modo più incisivo con il brand Pirelli sul mercato cinese che è il più grande del mondo. Nel 2016 nell'area Apac abbiamo registrato ricavi per 770 milioni di euro, con una crescita a livello organico del 12,1%, e un margine superiore al 20%. Risultati positivi ottenuti grazie, soprattutto, alla penetrazione nel segmento delle auto alto di gamma.

D. Da che cosa è dipesa questa performance?

R. È stato ed è fondamentale il network distributivo, oltre 3 mila rivenditori con una forte specializzazione sul prodotto alto di gamma. Siamo gli unici in Cina con questa focalizzazione a partire dalla fabbrica.

D. Quali sono state le scelte importanti nel marketing e nella distribuzione, e come le avete finanziate?

R. Nella distribuzione non abbiamo mai preso in carico il rischio finanziario. Siamo partiti da zero nel 2006-2007 scegliendo dove vendere sulla base della concentrazione di vetture alto di gamma. Quindi siamo partiti dalla costa orientale. La scelta delle singole localizzazioni è stata fatta insieme, ma riservandoci la decisione finale, ai distributori-grossisti che sono quelli che finanziavano.

D. Come li avete incentivati a vendere i vostri prodotti piuttosto che la concorrenza?

R. Ai singoli punti vendita abbiamo proposto dei contratti che inizialmente duravano un anno, a scalare in base ai risultati. Se avessero raggiunto una certa quota di mercato combinata con un volume di vendite nell'alto di gamma, avremmo rinnovato il contratto per due anni, e poi a quattro anni sulla base di target successivi.

D. La chiave del meccanismo?

R. Il posizionamento sull'alto di gamma che ha consentito marginalità più elevate e quindi una maggiore fedeltà del punto vendita al network. La nostra quota di mercato media sui 3 mila distributori è arrivata al 40%. Ciò significa che il conto economico di questi distributori è redditizio perché si basa sul prodotto Pirelli.

D. Come vede gli sviluppi di questo sistema?

R. Il trend sta continuando trainato dal primo equipaggiamento dove siamo cresciuti molto e continueremo a crescere perché quello che vendiamo oggi come primo equipaggiamento nel giro di 2-3 anni diventa ricambio.

D. Ma dove volete arrivare?

R. Attraverso sistemi informatici sempre più sofisticati siamo ormai in grado di monitorare l'effetto pull through cioè il passaggio dal primo equipaggiamento al ricambio, e, di conseguenza, di programmare la produzione quasi macchina per macchina, soprattutto per i pneumatici da 18 pollici in su, l'altissimo di gamma.

D. Quindi, la frontiera qual è?

R. La digitalizzazione dell'intero sistema consentirà in sostanza di prevedere sempre meglio quello che andiamo a produrre. Il che è essenziale tanto più il sistema è complesso.

D. Che cosa significa concretamente?

«L'obiettivo è far incontrare imprenditori cinesi e italiani con istituzioni finanziarie per sviluppare le potenzialità dell'interscambio e degli investimenti reciproci. Puntiamo a fare proposte concrete e progetti misurabili nel tempo»

R. Una vettura di alta gamma uscita 4/5 anni fa aveva 2/3 set di pneumatici opzionabili, invernali, estivi e un paio di misure. Oggi sullo stesso modello ha la possibilità di scelta fra oltre 30 set di pneumatici diversi che significa parcellizzare la produzione. In certe fabbriche si producono lotti medi di 180 pezzi, mentre in passato erano composti da decine di migliaia di pezzi. Per essere redditizi è fondamentale creare lotti di prodotti che il mercato assorba rapidamente.

D. Qual è il suo giudizio sul livello di preparazione degli imprenditori cinesi?

R. I capi azienda sono per lo più di grande livello, con capacità e visione, e, diversamente da noi italiani e più in generale europei, non sono frenati o condizionati dal passato. Sono bravissimi a lavorare sulle piattaforme tecnologiche e hanno una grande capacità di utilizzo delle nuove tecnologie. Più spinosi sono il tema della formazione e il peso della burocrazia.

D. Qual è oggi la leva principale per il made in Italy in Cina?

R. I prodotti italiani sono estremamente attrattivi non solo per i consumatori finali, che ne apprezzano la qualità e l'heritage, ma anche per le aziende industriali che sono favorevolmente colpite da ciò che l'industria italiana ha fatto in termini di manufacturing tra gli anni 50 e 80 del secolo scorso, il periodo in cui c'è stata una frattura nella loro storia.

D. Il Business forum Italia Cina che presiede che cosa farà per sfruttare questa posizione?

R. L'obiettivo è far incontrare imprenditori cinesi e italiani con istituzioni finanziarie per sviluppare le potenzialità dell'interscambio e degli investimenti reciproci. Puntiamo a fare proposte concrete e progetti misurabili nel tempo, offrendo un percorso alle aziende italiane che vogliono investire in Cina o investire insieme alla Cina partendo dal presupposto che i cinesi sono partner strategici.

D. Su quali settori vi concentrerete?

R. Dalla farmaceutica alla chimica, all'industria tradizionale e tutti quelli in cui l'Italia ha brand riconosciuti e apprezzati. ■

Database

I NUMERI DELL'INTERSCAMBIO

- Sono circa 2 mila le aziende italiane che operano in Cina con un fatturato di circa 5 miliardi di euro all'anno
- La Cina è il quinto partner commerciale dell'Italia, l'import cinese in Italia, in diminuzione, vale 27 miliardi contro 11 di export, in crescita
- Negli ultimi quattro anni, i mobili sono stati il comparto più dinamico (+97%) delle esportazioni italiane, tra le importazioni dalla Cina gli apparecchi per telecomunicazioni (+54%) e l'acciaio (+81%)
- Sono 160 le società cinesi che investono in società italiane, ma in realtà molte fanno parte di uno stesso gruppo
- Le imprese tricolori partecipate da soci cinesi sono circa 430 e più della metà vede i cinesi in maggioranza

LA TUA SCELTA

400 avvocati 10 sedi nel mondo

19 aree di specializzazione 4 desk dedicati a specifiche aree geografiche

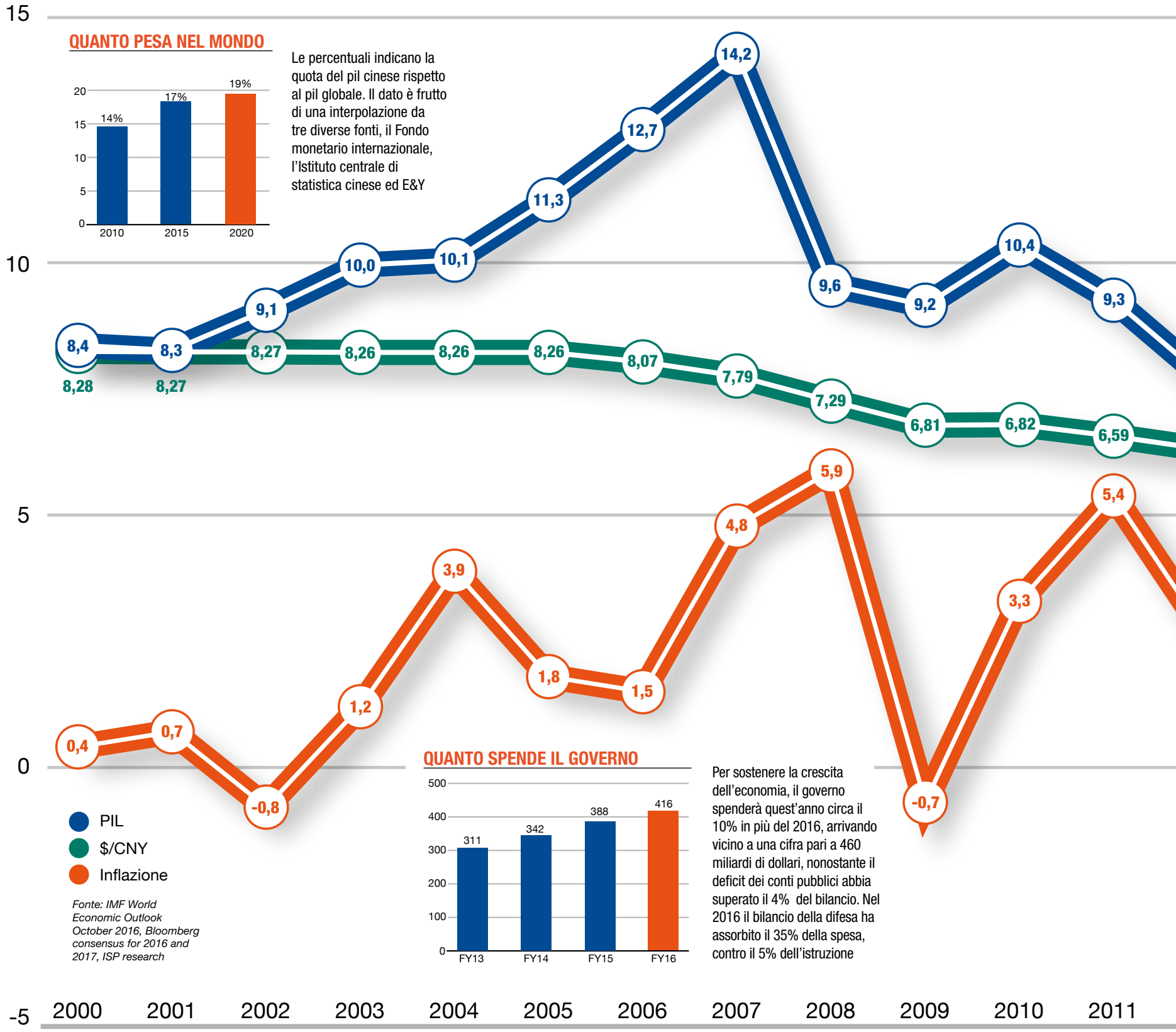
GIANNI · ORIGONI
GRIPPO · CAPPELLI
PARTNERS

Roma Milano Bologna Padova Torino Abu Dhabi Bruxelles Hong Kong Londra New York

www.gop.it

Con l'inflazione sotto controllo, il 4% di disoccupazione, un surplus finanziario secondo solo alla Germania, Pechino guarda a come investire

Barometro al bello su crescita stabile



QUANTO PESA NEL MONDO

Le percentuali indicano la quota del pil cinese rispetto al pil globale. Il dato è frutto di una interpolazione da tre diverse fonti, il Fondo monetario internazionale, l'Istituto centrale di statistica cinese ed E&Y

Fonte: IMF World Economic Outlook October 2016, Bloomberg consensus for 2016 and 2017, ISP research

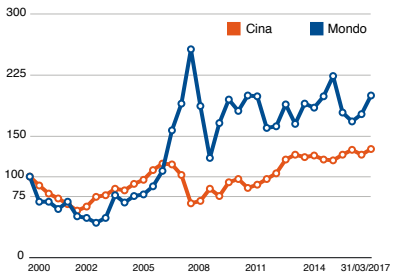
QUANTO SPENDE IL GOVERNO

Per sostenere la crescita dell'economia, il governo spenderà quest'anno circa il 10% in più del 2016, arrivando vicino a una cifra pari a 460 miliardi di dollari, nonostante il deficit dei conti pubblici abbia superato il 4% del bilancio. Nel 2016 il bilancio della difesa ha assorbito il 35% della spesa, contro il 5% dell'istruzione

di Andrea Pira

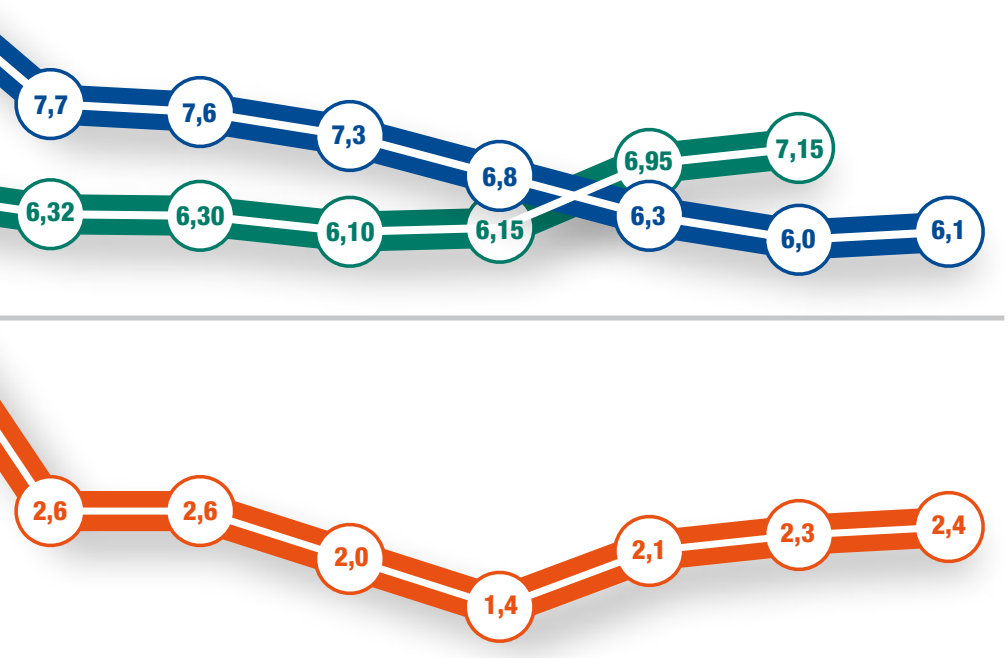
È un Paese votato alla prudenza ma determinato nel percorso di crescita dell'economia quello che sta attraversando l'anno del Gallo di fuoco, secondo lo zodiaco orientale. L'obiettivo di sviluppo indicato dal governo per il 2017, e su cui concorda al netto dei decimali, il consensus di mercato, è del 6,5% il più basso da un quarto di secolo, ma tre volte tanto la crescita del diretto antagonista, gli Stati Uniti. Nel rapporto sul lavoro svolto dall'amministrazione presentato ai 3 mila delegati dell'Assemblea Nazionale del Popolo, riunita a

IN BORSA CORRE DI PIÙ

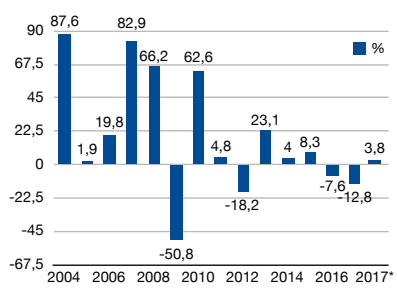


Fonte: L'indice Cina di Morgan Stanley è formato dai prezzi di azioni di grandi e medie capitalizzazioni nei diversi segmenti di mercato che coprono circa l'84% del totale delle aziende quotate

Il confronto tra l'indice Morgan Stanley Cina e quello globale (MSCI World) negli ultimi 16 anni mostra con evidenza come da dieci anni ci sia una netta overperformance del primo sul secondo. La grande volatilità di Shanghai e Shenzhen dipendono dal fatto che finora il mercato, soprattutto a Shenzhen, è stato dominato da investitori domestici e retail, più sensibili ai cambi di sentiment



PERFORMANCE IN ALTALENA



** Si riferisce al primo trimestre*

Le performance sono state misurate sull'indice della Borsa di Shanghai, il SSEB, misurato in dollari, quindi non tiene conto delle 1.945 imprese quotate a Shenzhen con una capitalizzazione pari a 3.250 miliardi di euro e un p/e medio di 39,5 al 12 aprile scorso. A Shanghai sono invece quotate 1.253 aziende, in prevalenza blue chips, con una capitalizzazione pari a 4.239 miliardi di euro alla stessa data

Testimonial/Massimo Guiati

IN BORSA È NEW NORMAL

Massimo Guiati

I tempi saranno lunghi, ma la marcia degli investitori internazionali sul debito pubblico cinese è incominciata e sta premiando i primi a muoversi. «I bond in yuan rendono tra 150 e 200 bp più dei Treasury americani, e il governo ha promesso di mantenere stabile il cambio yuan/dollaro,» ha avvertito Massimo Guiati, che da Hong Kong dirige il desk di investimenti di Azimut sulla Cina che amministra due fondi sul mercato obbligazionario, Rmb fixed income e Rmb opportunities, per un totale di 2,5 miliardi di euro in gestione. Entrambi da inizio anno si sono apprezzati tra il 4 e il 5%, un punto in più del benchmark. Da sei anni in Cina dopo aver servito a Londra e New York per 12 anni in banche internazionali, Guiati è positivo anche sul mercato azionario cinese.

Domanda. Le ferite dei grandi ribassi nel 2015 e 2016 sono solo un ricordo?
Risposta. Oggi i prezzi delle azioni sono mediamente bassi, più convenienti di quelle quotate sui mercati europei e americano. Gli stessi titoli finanziari, che pesano il 55% sull'indice generale, sono scambiati a sconto rispetto ai valori di libro. Intanto il loro peso sull'indice si va riducendo a vantaggio dei titoli industriali.

D. Ma gli npl al 4-5% sugli asset delle banche non sono una mina vagante?
R. Le banche cinesi li stanno vendendo già da un anno agli asset manager a 5 centesimi. Li comprano grandi gruppi, tra cui Cinda e China Huarong, con il ministero della Finanze grande azionista ma anche partecipate da banche come Goldman Sachs e Warburg Pinkus.

D. E sul mercato obbligazionario che cosa succederà?
R. L'asset allocation dei portafogli dei grandi investitori sulla Cina è per il momento quasi a zero e dovrà salire almeno al 20% in dieci anni, in linea con il peso della Cina sull'economia globale. I grossi calibri, Citibank e soprattutto JP Morgan, si stanno muovendo per inserire la Cina nei loro indici obbligazionari globali.

D. Ma il rialzo dei tassi negli Usa non trascinerà anche quelli cinesi?
R. Sì, anche i cinesi seguiranno, ma molto lentamente. Per il momento l'ultima mossa della banca centrale è stata di abbassare i tassi di riferimento per dare uno stimolo all'economia.

D. Perché si teme un rallentamento?
R. Il governo ha annunciato in marzo una crescita stabile intorno al 6,5%, che potrebbe incrementarsi nei prossimi due anni. È un livello 2-3 volte superiore a quello degli Stati Uniti.

D. Il suo messaggio è, dunque, tranquillizzante?
R. L'internazionalizzazione crescente del mercato finanziario cinese, da un lato, e, dall'altro, i decisi interventi nell'industria per limitare i fenomeni di overcapacity, la produzione di acciaio e alluminio sono state ridotte del 20%, indicano che la situazione economica è sotto lo stretto controllo dell'amministrazione, che punta soprattutto alla stabilità e a una nuova normalità, senza punte e cadute.

Pechino, in marzo, per l'annuale sessione plenaria, il premier, Li Keqiang, ha parlato di una economia in fase di stabilizzazione, entrata nella fase della cosiddetta nuova normalità, vale a dire di una crescita a ritmi più contenuti rispetto a quelli a doppia cifra del decennio passato, ma non così tanto da porre seri problemi occupazionali.

Ma la crescente integrazione dell'economia nel contesto internazionale anche dal punto di vista finanziario rende sempre più difficile il gioco di equilibri messi in atto dalla dirigenza cinese per tenere la crescita sotto controllo, mentre prendeva piede il nuovo modello di sviluppo focalizzato sui consumi interni. Così, assieme alla crescita, anche l'obiettivo di preservare da scossoni il cambio del renminbi, mantenendolo in linea con un basket di valute, più che verso il dollaro, si è aggiunto alla lista delle priorità, ha fatto notare Christine Peltier di Bnp Paribas. Più controlli e restrizioni valutarie oltre all'impiego delle riserve in valuta estera che alla fine del 2016 erano calate sotto la soglia psicologica dei 3 mila miliardi di dollari, fanno parte del basket di misure che Pechino ha utilizzato e utilizza per controllare un possibile deprezzamento dello yuan, dopo l'elezione di Donald Trump e il rialzo dei tassi da parte della Federal Reserve, fenomeni destinati a dura-

Forum/Invest in China

LE AZIONI PREFERITE DELLE REGINE DELLA GESTIONE

Domanda. Su quali settori state puntando a medio termine e quali i titoli più interessanti che li rappresentano?

Helen Zhu (BlackRock): Sovrappesiamo i settori value, materiali, energia e finanziari, esclusi quelli molto dipendenti dall'export, in quanto riteniamo che il riposizionamento post Trump del mercato non sia ancora stato completato. Soprattutto le banche cinesi, molto sottopesate, potrebbero sorprendere in positivo grazie a fattori di sostegno sui crediti in sofferenza.

Jian Shi Cortesi (Julius Baer): I migliori temi di investimento sono nello healthcare, tecnologia e beni di consumo, settori sostenuti dallo sviluppo dell'e-commerce e dal mobile-gaming. Il mercato automotive è sostenuto dalla crescente domanda per Suv e dal miglioramento dei brand cinesi; mentre c'è ripresa nella spesa per gioielli e beni di lusso.

D. E che titoli consiglia?

Jian Shi Cortesi: Tra le nostre top holdings, una storia interessante è rappresentata da Kweichow Moutai, il più noto produttore cinese di liquori. È una società che può registrare un margine di profitto lordo del 90% e un utile netto addirittura fino al 50%. Tra cinquant'anni Moutai continuerà a essere il principale brand di liquori del paese.

Jing Ning (Fidelity): 19,9% a tre anni

Jasmine Kang (Comgest): Sono d'accordo su Kweichow Moutai che è riuscito a trasformarsi da liquore dei banchetti ufficiali della classe militare cinese in brand preferito dalla classe media. Ma segnalo anche Baidu, il Google cinese, che grazie anche alla piattaforma di aste online attira soldi dalla pubblicità digitale dove la Cina rappresenta già il 20% del mercato globale. Poi voglio segnalare China Life.

D. Perché?

Jasmine Kang: È leader nel mercato dell'assicurazione vita ed è detentore di un quarto delle polizze. Con più di un milione di distributori esclusivi, la società ha un'impronta dominante nel Paese. E ancora la crescita dei premi assicurativi si è concentrata nella fascia high-teens nel corso degli ultimi cinque anni.

D. Il Fidelity China Focus, affidato a Jing Ning, ha cumulato un 23% di rendimento, negli ultimi tre anni, 15 in più dell'indice, nonostante i crolli del 2015 e 2016. Come ha fatto?

Jing Ning (Fidelity): Investendo in titoli value con un approccio contrarian. Seleziono i titoli bottom-up, scegliendo le imprese che offrono visibilità degli utili su un orizzonte di 3-5 anni, sono meno conosciute a livello internazionale e presentano interessanti valutazioni. Per i settori mi sono mossa sui beni di consumo discrezionali, l'immobiliare, i prodotti industriali e i materiali.

D. Quali sono le maggiori insidie attuali del mercato azionario cinese per un investitore internazionale?

Helen Zhu: Nel breve termine uno dei fattori è rappresentato dalle potenziali politiche commerciali protezionistiche dell'amministrazione Trump, sebbene sia prematuro prevedere esattamente quali saranno e il loro probabile impatto sulla Cina.

Jing Ning: La Cina è particolarmente soggetta a episodi di volatilità quando il sentiment ha la meglio sui fondamentali. Inoltre l'economia cinese è particolarmente influenzata dalle politiche economiche. Data la portata della regolamentazione e delle politiche pubbliche, si tratta

Jasmine Kang (Comgest): 13,1% a tre anni

I MIGLIORI FONDI AZIONARI SULLA CINA A 10 ANNI

		Rendimenti totali annualizzati in €				
Nome del fondo	**Gestore**	**10 a**	**5 a**	**3 a**	**1 a**	**da 1/1**
Fidelity China Focus A-$	Fidelity	8,5	12,1	19,9	41,3	7,9
Robeco Chinese Equities D €	Robeco	8,5	10,1	12,8	34,0	9,2
SLI China Equities A Acc	Standard Life	8,4	9,9	11,4	35,2	7,7
Vontobel mtx China Leaders B $	Vontobel	8,3	12,3	20,4	41,6	8,8
Allianz China Equity A USD	Allianz Global Inv	7,3	8,8	14,9	30,8	6,4
Schroder ISF China Oppo B	Schroder IM	7,2	10,5	16,6	36,9	9,0
Allianz China A USD	Allianz Global Inv.	6,5	9,1	15,8	31,4	6,4
UBS (Lux) EF China Oppo $	UBS	6,0	18,0	18,7	30,5	8,3
Deutsche Invest I Chinese Eqs NC	Deutsche AM	5,0	5,8	8,7	30,2	7,3
Baring Hong Kong China A $	Baring	5,0	7,4	13,6	31,9	8,7

I MIGLIORI FONDI AZIONARI SULLA CINA A 3 ANNI

		Rendimenti totali annualizzati in €				
Nome del fondo	**Gestore**	**3 a**	**5 a**	**10 a**	**1 a**	**da 1/1**
JB EF China Evolution-$ E	GAM	20,4	-	8,5	45,1	10,9
Vontobel mtx China Leaders B $	Vontobel	20,4	12,3	-	41,6	8,8
Fidelity China Focus A-$	Fidelity	19,9	12,1	6,0	41,3	7,9
BGF China C2	BlackRock	19,6	10,4	-	39,3	8,3
UBS (Lux) EF China Oppo $	UBS	18,7	18,0	7,2	30,5	8,3
China Equity $ A Acc	Neuberger Berman	18,6	12,7	4,9	34,7	7,5
Schroder ISF China Oppo B	Schroder	16,6	10,5	6,5	36,9	9,0
HSBC GIF Chinese Equity AC	HSBC	16,0	9,2	7,3	33,9	8,7
Allianz China A $	Allianz Global Inv	15,8	9,1	-	31,4	6,4
Allianz China Equity A $	Allianz Global Inv.	14,9	8,8	-	30,8	6,4

Fonte: Morningstar Direct. Tutti i fondi sono disponibili alla vendita retail in Italia. I dati sono espressi in euro e aggiornati al 10 febbraio 2017.

Helen Zhu (BlackRock): 19,6% a tre anni

di un mercato complesso nel quale non è facile destreggiarsi, e il quadro normativo evolve molto rapidamente.

Jian Shi Cortesi: I mercati azionari cinesi sono influenzati dal sentiment degli investitori globali, che rende molto complesso prevedere i movimenti di breve periodo. In termini di stock-picking, investire in Cina è una prospettiva rischiosa in assenza delle giuste competenze, la conoscenza dell'unicità della cultura cinese, oppure le necessarie capacità linguistiche.

D. Nessuno di voi teme una sensibile svalutazione dello yuan sul dollaro?

Helen Zhu: La svalutazione del renminbi è un'altra delle preoccupazioni citate frequentemente dagli investitori stranieri, perché un suo deprezzamento causerebbe una fuga di capitali dalla Cina, creando timori per la crescita e, di conseguenza, danneggiando nel breve termine i risultati delle azioni cinesi. Ma l'eventualità di un netto deprezzamento rispetto al dollaro Usa è remota, vista la contrazione del divario di rendimento tra Usa e Cina. La Cina, tra l'altro, ha dichiarato la sua intenzione di mantenere sostanzialmente stabile il tasso di cambio della valuta rispetto a un paniere di divise ponderato per gli scambi commerciali, e non rispetto al dollaro.

Jian Shi Cortesi (Julius Baer): 20,4% a tre anni

D. Quindi dal punto di vista macroeconomico non vede all'orizzonte grossi rischi che minacciano il mercato azionario?

Helen Zhu: Sul fronte del debito pubblico, uno dei fattori di possibile turbativa, che gli investitori temono soprattutto per il suo rapido tasso di crescita, la probabilità di un contagio sul resto dell'economia è minima, perché quel debito è concentrato nelle aziende statali mentre l'indebitamento dei consumatori, delle società private e del governo è molto ridotto. È vero che il debito in Cina rappresenta il 250% dell'economia e sta aumentando rapidamente, ma ugualmente i timori sono eccessivi.

D. Quali sono allora i fattori positivi che dovrebbero portare nuova liquidità al mercato azionario cinese?

Jasmine Kang: Trovo sorprendente la poca attenzione mediatica all'opportunità che da dicembre scorso si è aperta per gli investitori internazionali di operare direttamente sulle borse cinesi grazie allo Shenzhen-Hong Kong Stock Connect, che ha duplicato quanto già fatto con lo Shanghai-Hong Kong Stock Connect.

D. Che cosa significa in pratica?

Jasmine Kang: L'accesso diretto a più del 50% della capitalizzazione di mercato in Cina, con circa 1.447 titoli idonei e al primo mercato borsistico del mondo, con 16 trillioni di dollari. Nel 2016 il volume di scambi di Shenzhen e Shanghai ha rappresentato circa il 22% del volume borsistico globale. Eppure, solo l'1% della capitalizzazione del mercato cinese è in mano agli investitori esteri, al contrario del 23% in Russia, che offre un mercato azionario meno attraente. Una piena inclusione delle azioni di classe A nell'indice MSCI Emerging Markets significherebbe avere il 40% del peso dell'indice concentrato sulla Cina.

D. Qual è quindi la ragione principale della scarsa partecipazione degli investitori esteri? Che cosa li spaventa?

Jian Shi Cortesi: Un fattore disincentivante è che il mercato azionario cinese comprende tre diverse piattaforme, quella delle azioni domestiche, le cosiddette A-shares, quotate in yuan, le azioni quotate a Hong Kong, scambiate in dollari di Hong Kong e azioni di società cinesi quotate negli Stati Uniti e quindi scambiate in dollari. Ciascuno di questi tre segmenti di mercato ha le dinamiche specifiche e un comportamento potenzialmente molto diverso l'uno dall'altro, anche per questo gli investitori sono molto cauti nell'investire, in particolare sul mercato domestico delle A-shares.

Jing Ning: Perché Il mercato delle A-share è dominato dagli investitori retail ed è soggetto a nette oscillazioni a livello di sentiment. La tanto attesa inclusione delle A-share nell'indice MSCI China accrescerebbe la presenza degli investitori istituzionali nel mercato, incrementando potenzialmente i livelli di liquidità.
Si tratterebbe di un importante sviluppo positivo per il regolare funzionamento del mercato. In ogni caso i programmi Stock Connect sono un passo nella giusta direzione per ottenere questo risultato. Va anche tenuto conto che quello cinese è anche un mercato concorrenziale con un'abbondante dotazione di capitale e talento, e pertanto un modello di business o un approccio di successo vengono replicati velocemente.

re almeno nei prossimi 12 mesi. Le autorità cinesi sono intenzionate a intervenire sia sul mercato offshore, dove la valuta è scambiata liberamente, sia onshore, dove può fluttuare su una banda del 2% attorno al valore fissato giornalmente dalla banca centrale. E, secondo l'analista di Bnp Paribas, Pechino preferirà le misure di controllo sui capitali in uscita (per fermarli), piuttosto che attingere alle riserve. Perciò la liberalizzazione del conto capitale, promessa e auspicata, a parole, dalle autorità monetarie, potrebbe continuare, ma in modo asimmetrico, vale a dire garantendo maggiore libertà per i flussi in entrata non residenti e stringendo su quelli in uscita.
Nell'intricata partita tra crescita, spinta ai consumi e difesa del cambio, entra anche la variabile del rischio credito interno. Imprese troppo indebitate e banche con crescenti crediti inesigibili pongono serie ipoteche sugli obiettivi di stabilità del governo. «Si dovrà intervenire con provvedimenti ad hoc», prevede Ludvic Subran, capo economista di Euler Hermes, l'agenzie di crediti all'esportazione del gruppo Allianz. Nel 2016 l'indebitamento complessivo ha raggiunto il 250% del pil, mentre per quest'anno è atteso un aumento delle insolvenze attorno al 10%, accompagnato dal deterioramento degli asset bancari e con una percentuale dei crediti deteriorati che ha raggiunto l'1,7% del totale degli impieghi. Numeri che però non tengono conto dei prodotti forniti attraverso il sistema bancario parallelo, cui gli stessi istituti contribuiscono attraverso prodotti non messi a bilancio, soprattutto servizi di gestione patrimoniale. Si calcola che l'ammontare di questo shadow banking abbia raggiunto i 3.300 miliardi di dollari. Soltanto negli ultimi mesi la Banca centrale ha varato regole più stringenti che obbligano i principali istituti a tenere conto di questi prodotti nell'ambito della valutazione prudenziale. E a deteriorarsi è anche l'efficienza del credito. Se nel 2011 occorrevano infatti 1,8 yuan per il generare uno yuan di crescita aggiuntiva oggi ne occorrono sei.

Bolla immobiliare?

Nei warning sulla tenuta dell'economia di economisti e investitori, il settore immobiliare ha un posto privilegiato. Recentemente il premier

Li ha tuonato contro la speculazione, sottolineando che le case «devono essere costruite per viverci». E Wang Jianlin, l'uomo più ricco della Cina, nonché padrone di Wanda, che tra le sue attività conta anche l'immobiliare, ha evocato lo spettro di una bolla di dimensioni mai viste, contro la quale il governo non avrebbe di fatto mezzi.

Ma anche in questo caso la legge della cautela sta imponendo, secondo gli analisti, interventi mirati per abbassare la tensione città per città, senza imporre drastiche restrizioni al settore costruzioni. L'esplosione di una possibile bolla, scongiurando allo stesso tempo costrizioni per il settore. Sono infatti emerse importanti divergenze tra i grandi centri e le città di seconda e terza fascia, dove i prezzi sono rimasti più contenuti e dove pertanto le autorità locali non sono dovute intervenire per calmierare il mercato. Bank of China ha previsto, comunque, che forme di regolamentazione continueranno per tutto l'anno, benché un rallentamento del settore possa essere un fattore di inibizione della crescita dei servizi che dal 2015 hanno superato la manifattura per il contributo fornito al pil.

D'altra parte il processo di transizione verso un'economia basata sui consumi e non più prevalentemente sulle esportazioni poggia su una forte spinta verso l'urbanizzazione. E il tredicesimo piano quinquennale, presentato a marzo dello scorso anno, si propone di portare entro il 2030 oltre 1 miliardo di cinesi, il 70% della popolazione, a vivere nelle aree urbane. Vuol dire che oltre 300 milioni di cinesi abbandoneranno i centri minori per concentrarsi nelle grandi aree di sviluppo previste dal Piano dove verranno fatti investimenti per 6.800 miliardi di dollari (fonte: EY) per costruire abitazioni e tutto ciò che ci sta intorno, dai collegamenti ai servizi. Anche per questo «che si tratti di una telenovela coreana, dell'acquisto di un giocatore di calcio o dell'ultimo prodotto tecnologico, tutte le strade portano in Cina», hanno scritto gli analisti di Hsbc, la grande banca cinese.

Simili investimenti e, soprattutto il livello dei consumi, che tendono a spostarsi verso prodotti di migliore qualità, potranno avere un riflesso sull'andamento globale dei prezzi? Un caso su tutti è quello dell'auto. I cinesi possono ora vendere veicoli importati da concessionarie estere.

«Negli ultimi mesi, c'è stato un interesse crescente da parte di investitori internazionali, in particolare fondi sovrani e investitori istituzionali per i titoli di Stato in renminbi. Vi è un grande potenziale»

E sebbene di fatto non esportino, la massa di veicoli prodotti e venduti in loco influenza i costi dell'intera catena di produzione anche fuori dai propri confini, con effetti tutti da verificare sugli scambi commerciali e, quindi, anche sui cambi.

Ben maggiore sull'andamento dell'inflazione sia interna sia mondiale è però l'impatto del prezzo di produzione industriale. I movimenti di quest'ultima sono un buon indicatore per prevedere l'andamento dell'inflazione sia nella zona Euro sia negli Stati Uniti. In quanto monopolista di fatto nella produzione di diversi beni di consumo, questi agiscono sul resto del mondo anche in un clima di rialzo dei prezzi.

Costo del lavoro e della terra sono i fattori interni che stanno spingendo l'inflazione cinese e lo scorso settembre è scattato un primo allarme: il tasso di crescita del prezzo della produzione industriale è tornato positivo, mettendo fine a 54 mesi consecutivi di cali. L'aumento della domanda di energia e di materiali grezzi, i progressi nella riforma sul lato dell'offerta così come delle iniziative per ridurre la capacità produttiva in eccesso, sono alla base di quanto è successo. Che origina dalle aziende in maniera diversificata. Da un lato, infatti, chi produce macchinari e il comparto minerario, spesso aziende di stato, in fase di accorpamenti, ristrutturazione e qualche volta chiusura, continua a soffrire di sovraccapacità a fronte di una crescita della domanda debole.

Una seconda categoria comprende i settori che risentono di prezzi alla produzione in calo, ma con investimenti in rialzo, come l'elettronica e il settore automobilistico, la cui offerta è spesso incentivata da provvedimenti del governo, quindi con performance a rischio, se gli incentivi venissero meno.

Dove al contrario non esistono problemi è nelle produzioni e nei servizi che incrociano i bisogni della classe media: food, anche di alto livello, salute, vestiario e moda. Sono i prodotti che incontrano i favori di una popolazione che grazie all'aumento dei salari ha a disposizione più soldi da spendere, il vero motore della transizione cinese verso il nuovo modello di sviluppo da qui alla fine del decennio. ■

Testimonial/Sean Taylor

IL SEGRETO? I DSP

Grazie al suo Deutsche Invest II China Hi Income in dollari, gestito da Hong Kong in joint venture con i cinesi (onshore) di Harvest Global Investments, Sean Taylor ha distaccato i concorrenti nella performance a tre anni di ben 5 lunghezze (classifica a fondo pagina).

Taylor è chief investment officer di Deutsche AM nella regione Asia

D. Come avete fatto?
R. È il risultato di una forte presenza locale unita all'esperienza globale. In Cina e a Hong Kong, abbiamo analisti e specialisti locali che coprono una vasta gamma di settori per fornire conoscenze e competenze sui cambiamenti normativi, fiduciari e monetari in un mercato emergente.

D. Quali opportunità offre il mercato obbligazionario cinese?
R. Vi è un grande potenziale soprattutto dopo l'inserimento del renminbi nel paniere dei Diritti speciali di prelievo (Dsp). Dopo l'annuncio del Fondo monetario, che gestisce i Dsp, alcuni benchmark globali stanno rivedendo i propri indici includendo obbligazioni in renminbi. L'indice GBI-EM di JP Morgan potrebbe raggiungere una ponderazione del 10% che significa che 180 milioni di dollari verrebbero introdotti gradualmente sul mercato. Da marzo Bloomberg ha lanciato un nuovo indice. Prevedo, quindi, che con il forte sostegno e l'interesse da parte della comunità degli investitori globali, entro la fine dell'anno molti di questi indici di riferimento incorporeranno obbligazioni in renminbi.

I MIGLIORI FONDI OBBLIGAZIONARI SULLA CINA A 3 ANNI

		Rendimenti totali annualizzati in €				
Nome del fondo	**Gestore**	**3 a**	**5 a**	**1 a**	**da 1/1**	**da 1/1**
Deutsche Invest II China Hi Inc $	Deutsche AM	14,7	-	14,0	3,8	7,9
Deutsche Invest I China Bonds $	Deutsche AM	8,8	7,2	7,5	2,6	9,2
Fidelity China RMB Bond A Acc CNY	Fidelity	8,0	6,1	5,5	0,8	7,7
Nikko AM RMB Bond B $	Nikko AM	7,8	-	6,6	1,5	8,8
HSBC GIF RMB Fixed Income AC	HSBC IF	7,6	5,7	7,6	1,2	6,4
Allianz China Strat Bd A $	Allianz Global Inv.	7,2	5,0	5,7	1,1	9,0
Invesco Renminbi FI E EUR Acc	Invesco	6,9	-	10,4	1,7	6,4
Eurizon MMC Guosen RMB FI EUR	Eurizon	6,8	-	5,2	-0,4	8,3
AZ Fd1 Renminbi Opp FI	AZ Fund	6,5	-	6,8	1,3	7,3
Baring Hong Kong China A $	Baring)	5,0	7,4	13,6	31,9	8,7

Fonte: Morningstar Direct. Tutti i fondi sono disponibili alla vendita retail in Italia. I dati sono espressi in euro e aggiornati al 10 febbraio 2017.

L'e-commerce fa volare le spedizioni

I volumi di merce trasportati da DHL Express e generati da transazioni online sono in crescita vertiginosa, a ritmi anche del 70% anno su anno. E quando arrivano a destinazione...

Una delle missioni fondamentali delle società di spedizioni è quella di non ostacolare, e anzi rendere il più fluida possibile, la logistica delle merci. Un obiettivo che DHL Express più di ogni altro operatore può dire di aver raggiunto sulla rotte aeree fra Italia e Cina grazie a due fattori: la certificazione AEO (Operatore economico autorizzato) ottenuta nel 2015 e lo sdoganamento delle spedizioni.

Ogni giorno questo corriere espresso opera con numerosi voli fra Italia e Cina trasportando mille spedizione dall'Italia e 3 mila dall'Asia, con un tasso di crescita annuale dei volumi che nel 2016 è stato del 7%. DHL Express è presente nella Repubblica Popolare dal 1980 e oggi sfrutta una rete distributiva che ruota attorno a dieci aeroporti (Beijing, Guangzhou, Shanghai, Shenzhen, Qingdao, Dalian, Chengdu, Wuhan, Xiamen e Xi'an), 140 stazioni che raccolgono le spedizioni, 2.100 veicoli, 7 mila dipendenti. Il trade Italia-Cina è uno dei più importanti al mondo per il colosso delle spedizioni e vale oggi circa l'11% del fatturato italiano internazionale di DHL Express.

«Uno dei servizi a valore aggiunto più apprezzato da chi spedisce in Cina è l'anticipo sul pagamento degli oneri doganali,» ha spiegato Simona Lertora, responsabile marketing DHL, a proposito degli scambi commerciali Italia-Cina, «offriamo un servizio che rende possibile conoscere in anticipo gli oneri che DHL anticipa per sdoganare la merce diretta in Cina in modo

La rete distributiva di DHL in Cina ruota attorno a dieci aeroporti e 140 stazioni che raccolgono le spedizioni e dispone di 2.100 veicoli e 7 mila dipendenti

tale che il venditore possa inserire questa spesa già nel prezzo di vendita del bene, e al destinatario finale, all'atto della consegna, non venga richiesta alcuna spesa ulteriore rispetto quanto pagato online per l'acquisto». Si tratta di spese che DHL in Cina anticipa per il venditore e che poi recupera attraverso la filiale italiana del gruppo. Lo stesso processo avviene all'inverso anche per le merci provenienti dall'Oriente verso l'Italia.

«Per quanto riguarda l'e-commerce il grosso dei volumi viaggia via aerea dall'Italia verso la Cina e si tratta in particolare di merci del settore fashion, arredamenti, ma anche componentistica e pezzi di ricambio dell'industria meccanica e dell'automotive. In senso contrario viaggiano capi d'abbigliamento e soprattutto apparecchi hi-tech,» ha spiegato Lertora. «I volumi di merce trasportati da DHL Express e generati da transazioni online sono in crescita vertiginosa, a ritmi anche del 70% anno su anno» ha precisato la manager. Ma rappresentano ancora una fetta piccola, pari al 10% circa, dell'intero segmento B2B. Le imprese stanno trasformando il business puntando sempre più sul B2C, quindi cercando di arrivare direttamente al cliente. Fra i settori che stanno crescendo di più oltre al fashion c'è il food. Quando si vende B2C in Cina la possibilità di avere un servizio con gli oneri doganali prepagati dal mittente è un importante valore aggiunto perché aiuta i produttori a vendere un prodotto con un prezzo chiavi in mano migliorando la customer experience.

DHL Express sta investendo per migliorare ancora la fluidità delle spedizioni al servizio del commercio elettronico. On Demand Delivery è una piattaforma che permette al destinatario di una spedizione di ricevere un messaggio da Dhl poco dopo la partenza della spedizione che offre la possibilità di personalizzare la consegna tramite diverse opzioni (consegna al vicino, consegna davanti a casa, riprogrammare la consegna, tenerla in giacenza, cambio di indirizzo e così via). Un'altra novità che migliora l'esperienza degli acquirenti e-commerce è rappresentata dalla possibilità di saldare prima della consegna eventuali oneri dovuti (Iva, oneri doganali) tramite carta di credito su un portale DHL, liberando così il recapito del pacco presso una portineria, un ufficio o un vicino di casa.

I dati e le informazioni sono fornite dall'azienda, che ne garantisce la veridicità

WaterGenPower

The right partner for:

- complete solutions for hydro power plant
- main mechanical and electrical equipments supply

CHAMPAGNE 2 POWER PLANT (ITALY)
3X13 MVA

GRESSONEY POWER PLANT (ITALY)
2X9 MVA

NUS POWER PLANT (ITALY)
1X9 MVA

16121 Genova – Italia

Via XX Settembre, 14/27 Tel. +39 010 566156 Fax +39 010 590686 email: info@watergenpower.eu

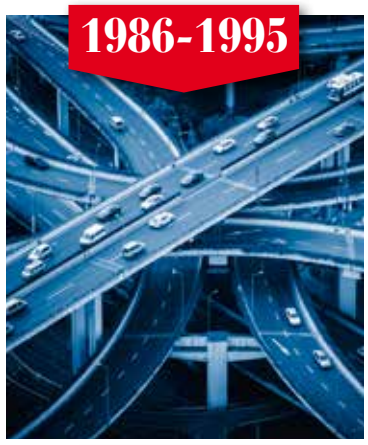
401123 Chongqing City – China

1303 Room, No. 60, Middle Section of Huangshan Avenue, Liangjiang New Zone
Tel. / Fax +86 023 63075714 - email: info@watergenpower.eu

www.watergenpower.eu

1977-2017 il grande balzo

di Mariangela Pira



Porte aperte al mondo: quando nel 1978 Deng Xiaoping, allora vicepresidente della Repubblica popolare, lanciò uno dei suoi slogan più noti, dopo 25 anni di stagnazione dell'economia del suo paese, nessuno, e neppure lui, avrebbe potuto immaginare dove la Cina sarebbe arrivata 40 anni dopo, con un percorso che non ha eguali nella storia delle nazioni. Per questo ripercorrere oggi le tappe di un viaggio di quattro decenni è utile per rammentare che cosa è stato fatto, osservando con la lente della storia (ormai) e senza l'ansia del quotidiano. La svolta era in nuce da almeno 12 mesi, quando nel dicembre del 1978, Deng avviò il processo riformista legalizzando la proprietà privata della terra e lanciando le quattro modernizzazioni, agricoltura, industria, difesa nazionale, scienze e tecnologia. MFI ha scelto come punto di partenza un episodio di quell'anno che vide protagonista l'Italia e che simboleggia l'inizio dell'apertura, la firma a Pechino del primo prestito di un paese occidentale alla Cina post maoista, la rottura del ghiaccio nel sistema della finanza internazionale. Protagonista era stato Rinaldo Ossola, allora ministro del commercio con l'estero, che Deng Xiaoping ringraziò, inaugurando una relazione diplomatica e d'affari che senza soluzione di continuità si è dipanata, storia nella storia, nei 40 anni successivi, suggellando una vicinanza particolare tra i due paesi.

Le otto tappe di questo viaggio sono state scelte sulla base delle indicazioni di politici, imprenditori, diplomatici che hanno seguito il cammino della Cina più da vicino, selezionando per ciascun periodo l'evento chiave che lo ha caratterizzato e ricordando con la memoria degli italiani che erano (e sono) là com'era, come si viveva e lavorava. L'ultima tapa è, invece, proiettata sul futuro prossimo, quello di un ennesimo ambizioso programma, China 2025, l'ultima rivoluzione industriale.

1977-1985 Deng Xiaoping apre al mondo

Dopo la rivoluzione culturale e la scomparsa di Mao Zedong, il nuovo leader avvia le riforme economiche che consentiranno l'avvio della grande fase di sviluppo

«Un Paese inimmaginabile, oggi. Quando arrivavi, si scriveva a casa per dare notizie, perché non c'era ancora il collegamento telefonico con l'Occidente». Federico Masini, il principale sinologo italiano, docente a La Sapienza a Roma, era sbarcato per la prima volta a Pechino nel 1982, grazie a una borsa di studio per migliorare il mandarino. «Avevo incominciato a studiare quella lingua quando a Roma non c'erano cinesi», ha ricordato, «e andavamo davanti all'Ambasciata per vedere come erano fatti. Non c'erano neppure negozi o ristoranti cinesi, una situazione incomprensibile per i miei studenti di oggi». L'aeroporto di Pechino, attrezzato con una sola pista, era collegato alla città da una strada a una sola corsia in cui gli autobus dovevano fermarsi quando incrociavano. «Il primo impatto era con una Cina grigia, priva di colori, che, però, riusciva a trasmettere calma e serenità»,

Shenzen oggi e Federico Masini, 56 anni, è professore ordinario di Lingua e letteratura cinese all'università La Sapienza di Roma

Com'era

IL BOOM PARTE TRA I PESCATORI DI SHENZHEN

Shenzhen era un piccolo e sconosciuto villaggio di pescatori, appena fuori, a una trentina di chilometri dalla porta per la Cina, Hong Kong, mentre nella capitale dell'ex Celeste impero non si poteva ancora vedere la tv, comprare le sigarette o la Coca-Cola. È in questa Cina del 1978 che in giugno il Consiglio di Stato stabilisce una nuova pianificazione familiare, cui segue l'anno dopo l'introduzione della politica del figlio unico a livello provinciale, ed estesa due anni dopo a livello nazionale, danno inizio a cambiamenti sociali che accompagneranno l'apertura economica che caratterizza quegli anni. Nel 1978, in settembre, si rompe un'altra barriera con il primo link via email tra la Germania e la Cina, grazie al protocollo CSNET e il primo messaggio lo registrò proprio Pechino mentre la diplomazia metteva le basi per la riapertura delle relazioni con gli Stati Uniti. Gli studenti italiani che si recavano in Cina a studiare, avanguardia degli imprenditori che arriveranno solo 10,15 anni dopo, potevano utilizzare il sistema fonetico di spelling definito pinyin che facilitava, e tuttora rende più semplice, lo studio della lingua. In questo decennio nel Partito comunista cinese si confrontano i rossi che favoriscono la correttezza ideologia e i tecnocrati decisi a promuovere le riforme pragmatiche. Un dibattito che dura tutt'ora e che ha caratterizzato l'inizio della presidenza di Xi Jinping.

Shenzhen nel 1980, un villaggio di pescatori dove circolavano quasi solamente biciclette

L'incontro del dicembre 1978 tra il ministro italiano Rinaldo Ossola e Deng Xiaoping, a cui il *Time* dedica quell'anno la copertina, la prima di una lunga serie

ha raccontato ancora a *MFI* Masini, «quello che colpiva era la loro lentezza, sembravano poco efficienti, esattamente l'opposto della sensazione che i cinesi hanno oggi di noi e noi di loro. Sono i cinesi con cui lavoro oggi che hanno la sensazione che l'Italia sia un Paese lento ma ne apprezzano la calma e la serenità». D'inverno a Pechino si mangiava solo riso, a colazione, pranzo e cena, e verza, venduta in cumuli nei mercati agli angoli delle strade, e non c'erano ristoranti. «Sui mezzi pubblici dovevo coprirmi interamente le braccia perché i bambini non erano abituati a vedere i peli e volevano tirarli. I cinesi si stupivano, guardandoci». Ma il cambiamento era in nuce. Il XII Congresso, nel dicembre del 1978, aveva avviato la svolta politica all'insegna della crescita economica e del miglioramento delle condizioni di vita della popolazione, e la società aveva incominciato ad adeguarsi al nuovo corso. Già nel 1984-1985, i simboli dell'arretratezza cinese, il Paese delle biciclette, non si vedevano più, almeno nelle grandi città. Si asfaltavano rapidamente le strade, venivano illuminate dai lampioni, aprivano i primi ristoranti e incominciavano a circolare i taxi. «Tutto si stava mettendo in moto con una rapidità incredibile, anche se io allora, poco più che ventenne, non mi rendevo della velocità con cui il meccanismo si era caricato. La sensazione era che i cinesi per la prima volta si rendessero conto della possibilità di migliorare davvero le loro condizioni materiali», ha continuato Masini.

Una delle tante molle economiche che stavano spingendo quel cambiamento accelerato era stata attivata dall'Italia. Alla vigilia del XII congresso del Pcc, aveva rotto l'accerchiamento finanziario della Repubblica Popolare promuovendo la prima apertura di credito in valuta per una somma pari a circa 1,5 miliardi di euro attuali, da impegnare in esportazioni e investimenti verso il grande Paese. L'accordo, firmato nel dicembre del 1978 a Pechino dall'allora ministro per il Commercio con l'estero Rinaldo Ossola, ideatore del pacchetto finanziario, non solo aveva rinsaldato le relazioni diplomatiche tra i due Paesi ma anche aperto la strada degli affari alle aziende italiane. Nel 1979 Luigi Danieli, fondatore dell'omonima acciaieria di Udine, aveva incontrato il ministro dell'Industria cinese, gettando le basi di una collaborazione ultradecennale. Fiat e Pirelli avevano incominciato a esportare tecnologie e prodotti. Nel 1981 arrivò a Pechino la prima missione economica di imprenditori italiani guidata da Paolo Savona, direttore generale della Confindustria. Ma il colpo grosso lo fece Romano Prodi, allora presidente dell'Iri. Nel 1984 riuscì a firmare il contratto per la costruzione di un grande tubificio a Tianjin, tutt'ora in attività, che doveva assicurare alla Cina i prodotti di qualità indispensabili alle perforazioni petrolifere e quindi a sostentare il fabbisogno energetico dell'economia in piena espansione. Propiziato da un paio di visite di Enrico Berlinguer, l'allora segretario del Pci, che aveva strette relazioni con Pechino, anche il capo del governo italiano, Giulio Andreotti, fu invitato nell'ex Città Proibita. «Ricordo bene le sue visite, perché lo accompagnai a incontrare Deng Xiaoping e altri dirigenti facendogli da interprete», ha raccontato Masini, l'unico funzionario in Ambasciata a parlare mandarino. «Andreotti era molto apprezzato dalla dirigenza cinese perché in grado di interagire con loro con grandissima cautela. Anche grazie a lui l'Italia era considerata un interlocutore fondamentale nel mondo occidentale». ■

TIMELINE

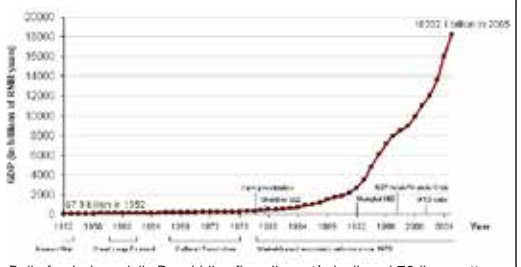
1978
In **dicembre** Deng Xiaoping, riconosciuto leader massimo nel partito e della Repubblica, avvia il processo di riforme economiche, legalizzando la proprietà privata della terra e lanciando la campagna per le quattro modernizzazioni, agricoltura, industria, difesa nazionale, scienze e tecnologia.

1979
Cina e Stati Uniti, che riconosce il Prc legittimo governo a Pechino, ristabiliscono le relazioni diplomatiche e, in **marzo**, Deng Xiaping stabilisce i quattro principi cardinali dello stato, tra cui la dittatura del proletariato e la leadership del Prc.

1980
A Shenzhen, un villaggio a una trentina di chilometri da Hong Kong, immerso nel verde, dove circolavano solo biciclette e gli edifici più alti erano di due piani, viene istituita la prima zona economica speciale

1984
In **settembre** Cina e Regno Unito concordano la fine del protettorato inglese a Hong Kong, inaugurando un periodo di transizione che sarebbe terminato il 30 giugno 1997

25 anni di stagnazione, poi...



Dalla fondazione della Repubblica fino alla metà degli anni 70 il concetto di crescita economica era stato bandito come categoria della politica, poi la svolta ben evidenziata nel grafico

1986-1995 La crescita accelera

Il decennio a cavallo tra gli anni 80 e i 90 segna la nascita della vera industria privata. Mentre la piazza chiede più libertà e il Partito si divide sull'apertura all'Occidente

Dove oggi svetta lo skyline più impressionante del mondo, a Pudong, c'era solo il prato verde a metà degli anni 80. «Qui arriverà la Roche, lì Siemens e là General Motors», spiegava il giovane impiegato di Bank of China che mi aveva accompagnata a dare un'occhiata all'area di Pudong. Ma in quei lotti io vedevo solo erba», ha ricordato a *MFI* Cristiana Barbatelli. «Pioveva moltissimo e in giro c'erano solo le Santana». Consulente aziendale, manager e sinologa, Barbatelli ha accompagnato in Cina decine di aziende italiane e per diversi anni è stata consulente della zona economica speciale di Shanghai. «Anni dopo le aziende menzionate erano esattamente nei posti indicati in quella prima visita», ha aggiunto. Ma dietro la ferrea programmazione dello sviluppo che il giovane bancario lasciava intravvedere, si confrontavano visioni e programmi diversi che stavano trovando applicazione concreta in due regioni, lo Zhejiang

Cristiana Barbatelli e Wang Shi, fondatore di Vanke nel 1988, la più importante immobiliare cinese. Shi è divenuto uno dei simboli del successo nel mondo degli affari

e lo Jiangsu, assieme a Shenzhen diventati poi fari del modello della Cina vincente. Come ha spiegato Cristiana in questa intervista.

Domanda. In che cosa differivano le scelte economiche nelle due regioni?

Risposta. Il modello del Zhejiang era di tipo bottom up, quello del Jiangsu di tipo top down.

D. In concreto?

R. Nel Zhejiang lo Stato aveva deciso di facilitare e favorire il radicamento al territorio da parte degli imprenditori privati incentivando lo sviluppo e la circolazione dei capitali privati entro la regione, ma senza entrare direttamente nel capitale delle imprese. Nel Jiangsu lo Stato è entrato come azionista e imprenditore nelle aziende per favorire la creazione di reti translocali e una governance partecipata da privati e amministrazioni pubbliche.

Jiang Zemin, segretario di compromesso alla guida del Partito comunista, nominato nel 1989 dopo la strage di Tien An Men. Qui sopra la centrale nucleare di Qinshan, inaugurata nel 1991. Nella foto grande Shanghai

D. Quali sono stati i risultati?

R. Nel Zhejiang la maggior parte delle imprese private si è evoluta localmente, con tipiche strutture familiari, e solo una minima parte ha ricevuto capitali esteri o di Hong Kong, Macao o Taiwan. Era una provincia povera e prevalentemente agricola, ma quando nel 1980 le amministrazioni locali iniziarono a creare incentivi che potessero incoraggiare investimenti e favorire la proprietà privata, la risposta fu la creazione di piccole imprese individuali. Molti nativi furono però costretti a lasciare la provincia e cercare lavoro altrove, spesso facendo fortuna e tornando poi nella provincia d'origine per reimpiegare i soldi guadagnati, mettendo a frutto la conoscenza del mercato nazionale e i collegamenti con i fornitori di altre province. Si è generato così un hub imprenditoriale con una significativa esperienza nel meccanismo di generazione e accumulazione di risorse finanziarie.

continua a pagina 89

Com'era

PORTE APERTE AGLI INVESTIMENTI ESTERI

Agli inizi del 1986 le città costiere sono già aperte agli investimenti esteri, grazie alla politica Open Door lanciata dal vicepresidente Deng. I giovani si risvegliano competitivi e il sistema scolastico in quegli anni cambia: non più una libera educazione ma borse di studio basate sulla capacità accademica. Ed è caccia allo stare meglio, al vivere nelle metropoli, al riscatto della vita faticosa dei genitori nelle campagne, al buon posto di lavoro. Chi ha vissuto in Cina in quegli anni ricorda l'apertura, nel 1986, del primo Kentucky Fried Chicken, che lancia lo stile occidentale fast-food, a cui seguirà il primo McDonald's a Shenzhen, ma solo nel 1990. Ai segnali di apertura facevano da contraltare le rigidità del Partito che contava allora oltre 47 milioni di iscritti: il troppo liberale segretario generale Hu Yaobang era stato forzato alle dimissioni perché l'eccessiva crescita economica portava la corruzione fuori controllo e l'inflazione al 18,5%. E d'altra parte non riusciva a tenere a freno le spinte aperturiste anche sul piano culturale. I registi cinesi iniziavano a farsi notare nelle competizioni internazionali mentre nei chioschi della grandi città si affacciava l'edizione cinese di *Elle*, simbolo del glamour femminile occidentale. Ma il governo faceva censurare e interrompere la serie tv *River Elegy* perché troppo occidentalizzante. È in questo clima che maturò la durissima repressione delle manifestazioni studentesche di Piazza Tian An Men del giugno 1989 a opera dei militari: 200 morti, per il governo, 2.600 e 30 mila feriti per la Croce Rossa cinese.

Il primo McDonald a Shenzhen, è il 1990

TIMELINE

1988

In **giugno** Jiang Zemin diventa il nuovo segretario generale del Partito comunista. In **novembre**, nel Bao district di Shenzhen, Wang Shi, fondatore di Vanke, che diventerà la più importante immobiliare cinese, decide di debutto nel settore immobiliare con il progetto del Gushu Villane, allora società pubblica della municipalità di Shenzhen. Lo stesso anno viene decisa la sua quotazione in borsa, il secondo titolo nel listino appena varato. Incomincia a operare a Shenzhen anche Huawei, per vendere agli alberghi e alle piccole imprese centralini telefonici

1989

Il 4 **giugno** l'esercito attacca i manifestanti in piazza Tien An Men. In **ottobre**, con il progetto Hope, che porta alla costruzione di 8 mila nuove scuole, il governo cerca di riportare nelle aule della scuola primaria, soprattutto nelle campagne, i bambini che le avevano abbandonate

1990

In **ottobre** a Shenhzen apre il primo McDonald's su suolo cinese: si può pagare in dollari di Hong Kong oltre che in yuan. Il 26 novembre viene riaperta la borsa di Shanghai e il 19 **dicembre** riprendono le contrattazioni

1991

Il 15 **dicembre**, l'impianto nucleare di Qinshan viene connesso alla rete nazionale, sei anni dopo l'inizio dei lavori. Con l'entrata in produzione, la Cina diventa la settima nazionale al mondo in grado di progettare e produrre energia nucleare

1994

Il 20 **aprile** viene stabilita la prima connessione internet in Cina (nella foto)

1996-2005 Si apre il grande mercato

Pechino resiste alla crisi finanziaria delle Tigri asiatiche e rilancia sulle infrastrutture razionalizzando le imprese statali senza svalutare lo yuan

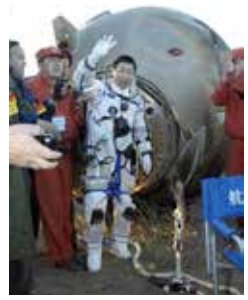
Saro Capozzoli, e la celebrazione del passaggio di Hong Kong alla Cina

Il 1997, anno dell'atteso passaggio di Hong Kong alla Cina, simbolo della fine di un'epoca e l'inizio di un Oriente a trazione cinese, è stato molto critico per l'ex Celeste impero. Uno tsunami finanziario che aveva risucchiato in pochi mesi oltre 100 miliardi di dollari dalle principali economie asiatiche, pari al 10% del loro Pil, si era abbattuta su Sud Corea, Thailandia, Indonesia, Malesia, i principali partner commerciali di Pechino. Ad Hong Kong c'era il fuggi-fuggi degli investitori. Le Tigri asiatiche che puntavano al grande sviluppo si erano trovate all'improvviso a gambe all'a-

ria, con le borse crollate e la moneta svalutata. Ma la Cina, circondata da Paesi debitori con soldi da Monopoli e, quindi, con il rischio di essere lei stessa svalutata, rivelò in quel frangente fermezza e realismo politico. Non svalutò e cercò in tutti i modi di aiutare i suoi vicini a rimettersi in piedi. Però la crisi aveva colpito duro anche nel Paese di mezzo. Molte banche erano sull'orlo del fallimento, con crediti inesigibili al 50% degli attivi, mentre le grandi imprese statali continuavano ad accumulare perdite pur di pagare stipendi e mantenere la calma sociale. «È stato in quel frangente che è venuto alla ribalta Zhu Rongji, uno stratega che ha traghettato la Cina dagli anni 90 al 2000», ha ricordato a *MFI* Saro Capozzoli, ex manager dell'Eni, in Cina dagli anni 80, per seguire le ricerche di nuovi giacimenti petroliferi. Rongji, primo ministro dal 1998 al 2003, creò una bad bank assorbendo i crediti inesigibili del sistema bancario e soprattutto avviando il processo di razionalizzazione delle grandi aziende statali. «È emblematico il caso Legend, società statale che produceva soprattutto pc e sistemi informatici e perdeva un sacco di soldi. A un certo punto il governo decise di affidarla a un team di manager formatosi negli Usa», ha raccontato Capozzoli, che alla fine degli anni 90 si è trasferito definitivamente a Shanghai avviando una società di consulting, la Jesa, che ha riscosso grande successo. La Legend messa in mani capaci è cresciuta rapidamente fino a essere in grado di acquisire un ramo della Ibm, da cui sono nati a Canton i notebook Lenovo. Oggi questo brand è il terzo al mondo nella produzione di computer mobili e sta facendo il salto verso gli smartphone del futuro. «È allora che la Cina ha puntato a riportare in patria competenze, incentivando gli studenti cinesi negli Stati Uniti a tornare in patria e creando il substrato di talenti per poter crescere nella maniera corretta», ha aggiunto Capozzoli. Negli stessi anni, in particolare dal 2004, dopo l'epidemia di Sars, la Cina incomincia a essere percepita come un grande mercato, oltre che fabbrica del mondo. «Da allora si moltiplicano le fiere, le richieste di distributori locali, l'interesse a venire in Cina a produrre per sfruttare gli ancora bassi costi di manodopera e rivendere in Europa o Stati Uniti», ha raccontato Capozzoli. Il terreno per gli investitori era stato dissodato nel biennio 1994-1996 con forti investimenti nel miglioramento e la costruzione di nuove infrastrutture. In due anni e mezzo vennero inaugurati 210 chilometri di linee metropolitana, di strade e sopraelevate, asset fondamentali per sostenere la crescita.

Ad aprire la strada al nuovo grande mercato era stata anche la decisione

continua a pagina 89

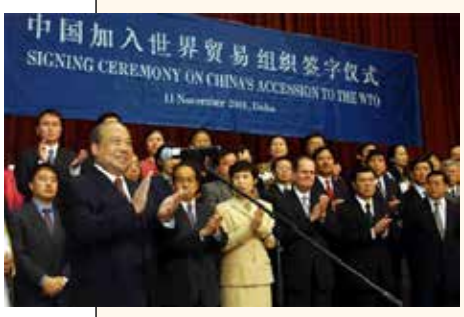


La diga delle Tre Gole, record mondiale nel campo delle infrastrutture. A sinistra, il primo astronauta lanciato in orbita. È il 2004

Com'era

MENO POVERTÀ, MA SALE L'INQUINAMENTO

Il decennio ha inizio con il botto. Nel 1997 muore il fautore della nuova Cina, Deng Xiaoping, mentre sono in corso i grandi preparativi per riprendere il controllo di Hong Kong. Sono gli anni della crescita senza freni e, d'altra parte, dei primi moti di protesta nelle aree rurali che iniziano a preoccupare il governo. L'economia si surriscalda sempre più e iniziano ad apparire esigenze importanti come quella di avviare una sorta di primo processo di ristrutturazione delle aziende controllate dallo Stato. Il 2004 è un anno di bilanci e si scopre che dal 1978 il numero delle persone che vivono in estrema povertà si è ridotto da 250 milioni a 26 milioni. Nella società iniziano a diffondersi i magazine femminili, promuovendo una nuova immagine di donna, educata ed elegante. Pechino guarda sempre più a una strategia globale e acquista tecnologia missilistica da due società americane, Hughes e Loral. Nel 1998 Microsoft e Intel stabiliscono centri di ricerca e sviluppo a Pechino. Ma dietro i successi industriali appaiono le crepe di uno sviluppo senza freni: secondo l'Organizzazione Mondiale Sanità sulle dieci metropoli più inquinate al mondo, sette sono cinesi. Dal 2000 al 2003 si iniziano a sgomberare i villaggi per il progetto Three Gorges Dam e a Pechino vengono assegnate le Olimpiadi 2008 che cambieranno il volto della città.



A Doha, in Qatar, i festeggiamenti dopo la firma di adesione della Cina al Wto: è l'11 novembre del 2001

TIMELINE

1997
Il 19 **febbraio** muore Deng Xiaoping. Il primo **luglio** si svolge la cerimonia del passaggio di Hong Kong alla Cina, che verrà accolta da Pechino all'insegna dello slogan «un solo paese, due sistemi», riconoscendone una parziale indipendenza amministrativa. Macao tornerà alla Cina due anni più tardi

1998
In **giugno** tutto il Sud viene colpito da terribili inondazioni. Esondano, provocando enormi danni e vittime, lo Yangtze, il Nen River, il Songhua e il Fiume delle Perle

2001
Il 10 **novembre** a Doha viene firmata l'adesione della Cina al Wto. Nel 2000 la Cina è stata la settima esportatrice mondiale e l'ottava importatrice, con 249 mld di dollari, 3,9% di quota, e 225 mld di dollari, 3.4% share. È anche il Paese con cui gli Usa hanno il maggior deficit commerciale

2002
In **aprile** la HSBC, prima banca, viene autorizzata ad aprire un ufficio cambi nelle sue filiali di Shanghai e Pechino (**foto sopra**) e predisporre il relativo servizio ai residenti cinesi delle due città

2003
In **marzo** Hu Jintao succede a Jiang Zemin alla presidenza della repubblica. In **ottobre** la Cina annuncia il lancio del suo primo uomo nello spazio a bordo della capsula Shenzhou 5. È il terzo Paese a mandare un uomo in orbita

2005
In **marzo** il Parlamento approva all'unanimità una legge che autorizza l'esercito a muovere guerra a Taiwan se l'isola si dichiarerà formalmente indipendente.
Sale la preoccupazione da parte di Giappone e Stati Uniti

Con le Olimpiadi Pechino si presenta al mondo, sull'orlo di una crisi finanziaria senza preecedenti, come potenza solida e in crescita

2006-2008 La fiaccola illumina la nuova potenza

Wu Minxa, medaglia d'oro dal trampolino di 3 metri a Pechino e Londra 2012. Lo stadio nazionale di Pechino a nido d'ape progettato da Herzog & de Meuron

L'8/8/2008, quando fu accesa la fiaccola olimpica nel mega stadio di Pechino progettato da Herzog & de Meuron, costato 3,5 miliardi di yuan, il pubblico di tutto il mondo si non stupì solo per le coreografie, spettacolari per complessità e ricchezza. La Cina aveva messo in campo anche la celebrazione, simboleggiata dall'insistenza sul numero otto che indica fortuna e ricchezza, di un Paese e di un potere aperto al mondo che magnificava la sua capacità organizzativa e di trasformazione. In sette anni architetti internazionali e costruttori locali avevano disegnato un nuovo volto per la capitale ampliando la metropolitana, costruendo 318 chilometri di strade, due nuovi anelli intorno al centro, il nuovo terminal internazionale, senza contare i 3,6 miliardi di dollari investiti per trasformare Pechino in una città digitale e

Nerio Alessandri. La sua Technogym diventa fornitore ufficiale delle Olimpiadi, una vetrina per il made in Italy

Com'era

INTERNET RADDOPPIA, MA SALGONO I DANNI COLLATERALI DELLO SVILUPPO

Il Paese che si avviava a fronteggiare la più grave crisi finanziari del mondo occidentale (a fine 2008 Pechino stanzierà un pacchetto di stimolo economico di 586 miliardi di dollari), era ormai maturo dal punto di vista dei consumi di massa, come simboleggiava l'apertura nel 2006 del settecentesimo Kentucky Fried Chicken. In marzo, quello stesso anno, aveva tentato il debutto un altro simbolo occidentale, la rivista *Rolling Stone*: sold out in poche ore. Ma il panorama era variegato, come sempre in un Paese così vasto. Pechino era assediata da gravi problemi di inquinamento dell'acqua per l'eccessiva concentrazione di benzene nel fiume Songhua, anche in seguito all'esplosione, anni prima, di un impianto petrolchimico, mentre l'utilizzo delle caldaie a carbone anche nelle nuove costruzioni aumentava la concentrazione di ossido di carbonio e di smog rendendo l'aria irrespirabile. Per cercare di migliorare il mix energetico, il governo aveva deciso di puntare sull'idroelettrico, il nucleare e le importazioni di gas e petrolio dall'Africa, mandando in avanscoperta la CNOOC ad assicurarsi quote nei giacimenti offshore in Nigeria. La francese Areva si era assicurata la commessa per fornire due reattori nucleari da installare nel sud del Paese, mentre nel centro, il progetto della diga delle Tre Gole, una delle più grandi mai costruite al mondo obbligava 4 milioni di persone ad abbandonare la propria abitazione. Nel 2006 i cinesi collegati a Internet erano 103 milioni e quasi 680 mila i siti, nel 2008 gli utenti avevano superato 210 milioni.

Un manifesto pubblicitario di Kentucky Fried Chicken

wireless. Peccato, lamentava una minoranza, che fossero stati spesi anche 200 milioni di dollari per demolire i caratteristici hutong, rimodernando completamente 25 aree storiche, inclusi monumenti punti di riferimento per la città, vecchie strade e le residenze del periodo imperiale. Ma il governo voleva una capitale moderna, più vicina all'urbanistica occidentale, con nuovi punti di aggregazione, come lo stadio nazionale. «Le Olimpiadi di Pechino hanno rappresentato una pietra miliare per il nostro settore», ha raccontato Nerio Alessandri, fondatore e presidente di Technogym, la principale vetrina del made in Italy in quelle Olimpiadi in cui lo sport cinese si è confrontato con il mondo. Fino ad allora palestre e centri sportivi aperti alla popolazione erano rarissimi in Cina, fitness e wellness si praticavano nei grandi alberghi frequentati dal pubblico internazionale e dalle élites cinesi. «Erano attività vissute più come status symbol che come mezzo per stare in forma e praticare sport», ha ricordato l'imprenditore.

Grazie all'impulso impresso dalla macchina olimpica, che a cascata si era trasmesso nelle principali aree urbane, il concetto di palestra era entrato nel paniere quotidiano del nuovo ceto medio emergente. «Numerosi fitness e wellness centers commerciali vennero aperti in concomitanza o subito dopo le Olimpiadi, e il concetto di wellness per la salute e la prevenzione ha preso piede anche in Cina, avvicinando il mercato agli standard occidentali», ha precisato Alessandri, che vincendo la gara come fornitore ufficiale delle Olimpiadi ha consentito a Technogym di essere riconosciuta come brand di riferimento sul mercato. «La prima cosa che abbiamo fatto in Cina è stata creare una scuola di formazione, perché avevamo capito che solo formando i trainers e gli operatori che non esistevano si poteva creare un mercato», ha aggiunto. Da allora Technogym è cresciuta costantemente non solo in Cina, cuore dell'area Asia Pacific dove fattura oltre 80 milioni di euro. «Le opportunità, allora come oggi, sono legate ai nuovi sviluppi immobiliari e al settore medicale privato in forte crescita», ha concluso Alessandri, nonostante le minacce legate alla contraffazione.

TIMELINE

2006

Il 1° **ottobre** al volante della Ferrari 248 Michael Schumacher centra l'ultima vittoria della sua carriera nel nuovo circuito di Shanghai, sotto una pioggia battente, seguito dalla Renault di Fernando Alonso

2007

Il 10 **luglio** Zheng Xiaoyu, già capo della State Food and Drug Administration, viene giustiziato per corruzione. In **ottobre** viene lanciato Chang'e 1, un razzo orbitante intorno alla Luna

2008

Il 1° **maggio** apre al pubblico il ponte sulla baia di Hangzhou (foto): con i suoi 35,6 chilometri è il più lungo al mondo su acque marine. È stato realizzato in cinque anni

2009-2010 Shanghai Expo, in vetrina la nuova Cina

Nonostante l'impatto della crisi internazionale, il mercato dei consumi interni continua a crescere mentre all'Expo si celebra la grandeur cinese e il made in Italy guadagna spazio

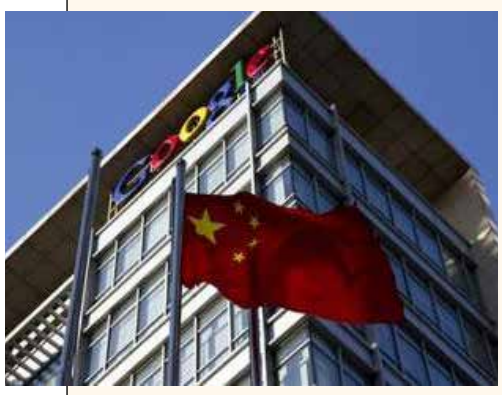
Letizia Moratti, sindaco di Milano nel 2010. Sopra il padiglione Cina all'Expo di Shanghai e, a sinistra, il padiglione Italia

Nessuno fino a pochi giorni prima dell'apertura dell'Expo di Shanghai avrebbe mai immaginato che l'iniziativa avrebbe collezionato numeri da capogiro e aperto le porte della Cina al mondo e, soprattutto, ai cinesi. L'Expo planetaria sulle rive del fiume Huangpu aveva come tema «Better city and better life», ovvero una città migliore e una vita migliore. Ma i giovani e i meno giovani, cinesi e stranieri provenienti da 192 Paesi che per sei mesi, dal 1° maggio al 31 ottobre 2010, arrivarono a Shanghai dagli angoli più sperduti della Cina, con le famiglie al seguito, erano soprattutto curiosi di vedere uno squarcio di mondo tutto riunito intorno al loro con le scenografie più sorprendenti. Volevano, in sostanza, partecipare a una grande kermesse, anche se il tema scelto toccava da vicino la loro vita. Infatti, il dato che faceva da sfondo alla scelta del tema, diffuso poco prima dell'apertura dell'Expo, sanciva che la Cina era diventata una nazione urbana, perché la popolazione che viveva in città era passata dal 2 al 50% in 50 anni. Centinaia di milioni di cinesi avevano cambiato abitudini e stili di vita,

Com'era

AUTO E INTERNET TRASCINANO L'ECONOMIA

Il 2009, sessantesimo anniversario della fondazione della Repubblica popolare, si apriva su notizie negative per l'amministrazione. La repressione della violente proteste etniche a Lhasa, in Tibet, aveva provocato 19 morti secondo Xinhua, l'agenzia governativa. Il governo cerca di arginare lo scandalo alimentare, dopo che la stampa aveva rivelato che 50 mila bambini erano stati intossicati dal latte. E, mentre 20 milioni di lavoratori migranti perdono il posto di lavoro a causa della crisi economica globale, scoppiata in Occidente l'anno prima, le grandi Soe, State owned enterprise, incominciano a darsi da fare per investire all'estero. Una delle prime è la tv di Stato CCTV che cerca di conquistare 300 milioni di telespettatori russi. I numeri dello sviluppo sono marcati dalla crescita record, +59% di vendite, del mercato automobilistico che diventa il più grande al mondo. E poiché l'automotive fa girare l'intera economia, il governo annuncia un pacchetto di provvedimenti per stimolare ulteriormente la domanda, che prevede il taglio sulle tasse per la rottamazione dei veicoli di piccole dimensioni, sussidi per commercianti e gli agricoltori per l'acquisto di veicoli nuovi. Le vendite potrebbero così raggiungere nel 2010 15,1 milioni di unità, con un incremento del 15,2%. E mentre la Cina diventa il Paese con il maggior numero di utenti collegati a internet, 420 milioni, Google annuncia che terminerà di autocensurare il suo motore di ricerca e per questo smetterà di operare in Cina.



Le sede di Google a Pechino

nonché reddito ed esigenze, ponendo colossali problemi di pianificazione e sostenibilità.

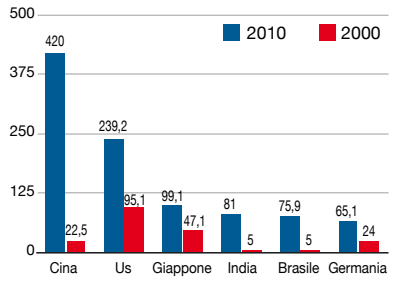
Ma tutti i numeri legati a questa edizione sono stati da record. L'amministrazione di Shanghai aveva investito 4,3 miliardi di dollari, per preparare e collegare l'area, 5,3 chilometri quadrati che avrebbe ospitato l'esposizione più visitata di sempre sulle due sponde del fiume, collegate da un ponte e da traghetti fluviali. Lo spazio era tanto grande che rendeva impossibile muoversi a piedi, gli spostamenti tra un padiglione e l'altro andavano programmati con un certo anticipo, rendendo ancora più complicata la programmazione degli eventi, spesso cancellati. All'ingresso dei padiglioni si formavano code interminabili, come quella di sabato 16 ottobre quando si radunarono ai cancelli 1,3 milioni di persone paganti. A consuntivo i visitatori furono 70 milioni, 10 volte tanto i turisti che erano arrivati a Pechino due anni prima per le Olimpiadi e almeno 6 volte quelli che saranno cinque anni dopo i numeri di Milano Expo, che a Shanghai aveva incominciato a prendere la misure. Grazie soprattutto a Letizia Moratti, l'allora sindaco di Milano, reduce da innumerevoli giri del mondo per sponsorizzare la candidatura del capoluogo lombardo, l'assegnazione dell'evento 2015 era toccata all'Italia. E a Shanghai durante l'Expo, il sindaco incominciò a tessere la tela che avrebbe portato al successo della manifestazione successiva, di cui prese in consegna il timone al termine della grande cerimonia di chiusura del 31 ottobre.

Il successo del padiglione Italia, il secondo più visitato dopo quello dei padroni di casa, aveva propiziato il passaggio delle consegne e lasciato negli occhi e nei ricordi dei cinesi alcuni dei nomi e delle immagini simbolo del made in Italy, delle sue architetture e storia.

Una delle più impressive, quasi a fronte dell'ingresso, era stata la riproduzione della grande orchestra de La Scala. Al secondo piano dell'edificio, gli ologrammi delle fatine colorate inventate dalla Winx avevano incantato i bambini cinesi, mentre i genitori si lasciavano incuriosire dalle specialità alimentari tanto di moda tra i nuovi ricchi. ■

Amedeo Falesi ad di Ferrari al salone di Pechino del 2010 con la nuova 599 GTO. Sotto, code al botteghino a Shanghai per assistere ad Avatar, colossal Usa

ESPLODONO GLI UTENTI INTERNET



Dati in milioni

TIMELINE

2009

• In **luglio** nelle violenze a Urumqi, nella regione cinese dello Xinjiang, almeno 156 persone muoiono, più di 800 rimangono ferite e 700 sono arrestate. Lo hanno dichiarato alla stampa locale i dirigenti del Partito comunista, indicando che si è trattato di una rivolta di grandi proporzioni.

• Il 1° di **ottobre** si svolge una grande parata militare a Pechino, per commemorare il 60° anniversario della fondazione della Repubblica Popolare. Nella foto la sfilata che percorre Chang'an Avenue.

• **Dicembre**. Con la crescita del Pil poco sopra al 6% causa crisi mondiale, l'economia entra in leggera deflazione, -0,72% segna l'inflazione media annua.

2010

• In **aprile** un forte terremoto scuote Yushu con epicentro nel cuore della città, provocando 3 mila vittime.

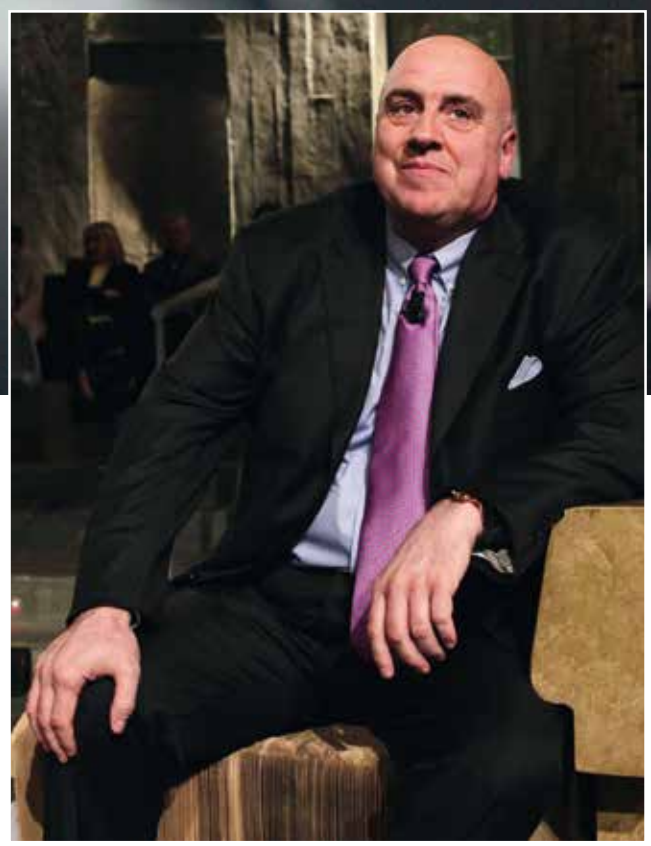
• Il 1° di **maggio** si inaugura a Shanghai la prima Expo mondiale in Cina. A world's fair began in Shanghai.

• Il traffico interregionale è sempre più congestionato, il14 **agosto** i lavori di manutenzione sulla National Expressway 110 hanno deviato il traffico su una strada parallela formando una coda di macchine e Tir lunga 100 chilometri.

• Inizia la scalata al potere di Xi Jinping, che diventa il vicepresidente della Central Military Commission del Partito, il 18 **ottobre**

2011-2014 La campagna acquisti è globale

Sostenute da Pechino, grandi imprese pubbliche e private si danno allo shopping: la parola d'ordine è internazionalizzare l'economia. E in Italia...



Alberto Forchielli, fondatore di Mandarin Fund, il primo fondo di investimento italo-cinese, e presidente di Osservatorio Asia

Sono stati anni di grande fermento. Il prossimo cambio della leadership di Hu Jintao e Wen Jiabao aveva alimentato le previsioni di un'ulteriore apertura della Cina al mondo, sull'onda di tante promesse ufficiali. Alberto Forchielli, fondatore di Mandarin Fund, il primo fondo di investimento italo-cinese, era attivissimo nel suo headquarter di Shanghai su decine di dossier. «Molti fondi di investimento cinesi si stavano preparando per andare all'estero. L'approvazione della legge sul private equity lasciava intravvedere allettanti rendimenti per i renminbi che fiorivano da tutte le parti. L'anno più felice è stato il 2010 in una Shanghai al culmine del suo splendore», ha ricordato Forchielli. Per il presidente di Osservatorio Asia durante l'Expo si erano percepiti i primi sintomi della febbre da investimenti che sarebbe scoppiata l'anno dopo. «C'era molta volontà e interesse ma fino ad allora si era mosso solo il fondo so-

Com'era

INIZIA L'ERA DI XI JINPING CON LA CRESCITA AL TOP

Il passaggio di consegne tra Hu Jintao e Xi Jinping al 18° Congresso del Partito comunisrta

Il 2011 inizia con le violente proteste nel villaggio meridionale di pescatori di Wukan, contro la politica di esproprio dei terreni praticata dai funzionari cinesi, ma la rivolta non ha grande eco in un Paese concentrato sulla crescita che, in quegli anni, si avviava a superare il Giappone e diventare la seconda più grande economia a livello globale, dietro agli Stati Uniti. Se ne era accorta la Coca-Cola che vedeva le sue vendite a livelli record nel Paese, dove la popolazione urbana superava nel 2012 quella rurale. Mai i guai peggiori venivano dal partito che si apprestava a cambiare segretario. Quando Wang Lijun, vice di Bo Xilai, segretario del Partito comunista a Chongqing, la metropoli di 33 milioni di abitanti più dinamica nell'apertura all'Occidente, aveva cercato rifugio nel consolato americano, era scoppiato uno scandalo che porterà alla rovina di Bo, fino ad allora predestinato ai vertici del partito. In novembre, come previsto, Xi Jinping viene nominato segretario generale dal 18° Congresso nazionale del partito.

La diga delle Tre Gole sul Fiume Azzurro entra in attività: è l'impianto con la maggiore capacità di produzione idroelettrica mai realizzato

vrano. Il sistema di autorizzazione era tutt'altro che pronto per appoggiare le grandi operazioni, ma si capiva che la situazione sarebbe esplosa a breve». La pista europea era stata aperta da Zoomlion, un colosso privato nel settore costruzioni, che nel 2008 aveva acquisto il gruppo italiano Cifa, con la mediazione del team di Forchielli. «Era stato una sorta di ammaraggio sulla luna per i cinesi che non avevano mai fatto un'acquisizione di maggioranza di una società italiana, facendosi finanziare, sia sull'equity che sul debito, da una banca estera, Intesa Sanpaolo in quel caso. Ci vollero anni per mettere a posto tutti i meccanismi», ha ricordato Forchielli. Le successive operazioni importanti del 2014, ChemChina-Pirelli e Shanghai Electric-Ansaldo, si sono poi ispirate a quelle metodologie.
Dal 2009 Francia e Germania, soprattutto, erano nel mirino dei cinesi, che nei successivi cinque anni hanno realizzato 400 acquisizioni nel Vecchio continente, tra cui 35 in Italia, investendo 50 miliardi di dollari, una

continua a pagina 89

TIMELINE

2011

Il 29 **settembre** viene lanciato Tiangong-1, il primo prototipo cinese di stazione spaziale.

2012

In **febbraio** scoppia uno dei più grossi scandali degli ultimi anni, quando Wang Lijun vice di Bo Xilai, segretario del Partito a Chongqing, chiede rifugio nel consolato degli Stati Uniti. In seguito Bo Xilai sarà arrestato e condannato.
In **luglio** diventa operativa la diga delle Tre Gole, la principale opera infrastrutturale realizzata fino ad allora in Cina.
In **novembre** il 18° Congresso nazionale del Partito comunista nomina segretario generale Xi Jinping al posto di Hu Jintao.

2013

In **settembre** il neo presidente Xi lancia il progetto One Belt, One Road per migliorare i collegamenti della Cina con l'Eurasia.
Lo stesso mese viene istituita la Shanghai Free-Trade Zone.
In **dicembre** il veicolo spaziale cinese Chang'e 3 atterra sulla Luna.

2014

La Cina diventa la seconda economia del mondo, in base al pil.

I leader del G20 riuniti a Hangzhou e, sotto, la stretta di mano fra il presidente Xi Jinping e Matteo Renzi

2015-2016 Dal crollo delle borse al G20

Ristabilito l'ordine finanziario, Pechino lancia la nuova politica internazionale voluta dal presidente Xi Jinping: non più isolazionista ma Paese guida per lo sviluppo globale

Fra le 13 e le 14 di lunedì 4 gennaio 2016 c'è il grande crollo, il lunedì nero della borsa cinese. Le quotazioni a Shanghai incominciano a scendere precipitosamente e si fermano a -7% solo perché alle 13,28 il sistema automatico di scambi messo dalle autorità a difesa

della speculazione, blocca le contrattazioni ma non l'allarme che si diffonde con la rapidità di internet ai mercati finanziari di tutto il mondo. Wall Street, ore dopo, inaugura le sedute del nuovo anno con un -2,4% in apertura, la peggiore dal 1932, fanno notare le statistiche, mentre le borse europee chiudono con ribassi del 3-5%. E mentre in Cina è quasi panico tra i broker su quello che potrà succedere nelle sedute successive, gli analisti di tutto il mondo incominciano a paventare l'entrata in crisi del modello cinese con tutte le conseguenze che questo potrà avere sul mondo occidentale, ormai legato a filo doppio a Pechino. È mai possibile, ci si domanda nei think tank occidentali, che un dato, pubblicato due giorni prima, leggermente più negativo sull'attività manifatturiera, che si è contratta in dicembre per il decimo mese consecutivo, a un tasso più rapido di novembre possa provocare un simile cataclisma? E che cosa ci si può aspettare sul fronte valutario da uno yuan che in sei mesi si è svalutato sul dollaro del 6%? Che cosa si sta tramando o nascondendo a Pechino? A Milano, lo strategist di Kairos, Alessandro Fugnoli, uno dei più brillanti sulla piazza, fa sommessamente notare che si tratta di tempesta in un bicchiere d'acqua: l'economia cinese cresce al 6,9%, i consumi all'11%, l'amministrazione ha lavorato sotto traccia per disinnescare due delle vere emergenze del Paese (la bolla immobiliare e i crediti inesigibili delle banche), procedendo alla liberalizzazione completa dell'economia, prima sul fronte dei tassi di interesse e poi, in futuro, sul cambio. Infatti bastano un paio di settimane per far tornare il rischio Cina nelle trading room a livello fisiologico. Piuttosto nelle cancellerie di tutto il mondo si guarda a quello che sarà l'appuntamento principale a livello geopolitico del 2016: il G20, programmato per la prima volta in Cina, a Hangzhou. Per l'amministrazione è l'occasione di dimostrare i passi avanti fatti dopo la kermesse dell'Expo di Shanghai, sei anni prima, non solo sulla strada dello sviluppo interno ma anche della politica estera. In una città tirata a lucido con investimenti miliardari (in dollari), in un centro congressi appositamente costruito per l'evento, Xi Jinping accoglie i capi di Stato e di governo delle 20 potenze mondiali, con il principale intento di smussare le gravi tensioni che soprattutto sul fronte mediorientale contrappongono americani e russi. Ma nonostante i sorrisi di circostanza delle foto ufficiali, Obama e Putin, dopo un'ora e mezza di faccia a faccia, hanno capito solo quante cose li dividono sulle principali questioni (Siria, Europa dell'Est) ed entrambi hanno ripreso la

continua a pagina 89

Stile Nike per la collezione appositamente studiata per il mercato cinese. A destra, il Bund Soho di Shanghai, edificio pluripremiato per le soluzioni architettoniche

Com'era

L'ESTATE CALDA DI SHANGHAI E SHENZHEN

Mentre all'Expo di Milano la Cina si presenta con tre diversi padiglioni, caso unico fra le presenze estere, e tutti i maggiori imprenditori sulla scena, a Shanghai trema il mondo finanziario. La Borsa, che in un anno, giugno su giugno, era cresciuta del 150%, trainata dalle spettacolari performance del ChiNext, l'indice che raccoglie le maggiori società tecnologiche, incomincia a scendere, il 12 giugno, e nel mese successivo colleziona una perdita del 30%, che alimenta il panico, soprattutto fra le autorità incapaci di contrastare la tendenza. Poi a poco a poco, durante l'estate, la situazione si normalizza, dando fiato a chi sostiene la validità delle scelte economiche di fondo del governo, nonostante le bolle finanziarie. In ottobre la festa della Repubblica popolare è l'occasione per una nuova manifestazione di forza e organizzazione a Pechino, dove il governo organizza una spettacolare parata che sarà ricordata per anni. La forza militare rende omaggio al nuovo numero uno Xi Jinping, che quel giorno accoglie governanti provenienti da tutto il mondo, fra cui l'allora ministro degli Esteri Paolo Gentiloni, presenza particolarmente apprezzata dai cinesi.

L'avveniristico Centro che ha ospitato il G20 a Hangzhou

TIMELINE

2015

Il 12 **giugno** incomincia a Shanghai un periodo di turbolenze finanziarie che coinvolge anche la borsa di Shenzhen.
Il 3 **settembre** la China Victory Day Parade, la prima del dopoguerra, che ricorda la vittoria sui giapponesi nella seconda guerra mondiale, vede mobilitare e sfilare in piazza

Tiananmen 850 mila riservisti, oltre a 10 mila truppe regolari davanti ai rappresentanti delle potenze vincitrici.

2016

Il 13 **maggio** l'ennesimo grattacielo super tecnologico, il Bund Soho a Shanghai, viene premiato come una delle costruzione più significative a livello nazionale.
Il 15 **settembre** il razzo Tiangong-2 viene lanciato con successo per una missione spaziale con decine di obiettivi.
Il 4 **settembre**, a Hangzhou, il presidente Xi Jinping apre ufficialmente il summit dei 20 Paesi più sviluppati, il G20. Nonostante la successione imminente del presidente Barack Obama, l'avvenimento ha un forte impatto geopolitico perché segna un ulteriore passo avanti della politica estera cinese, avviata da Xi, sul ruolo cinese come motore di sviluppo globale.

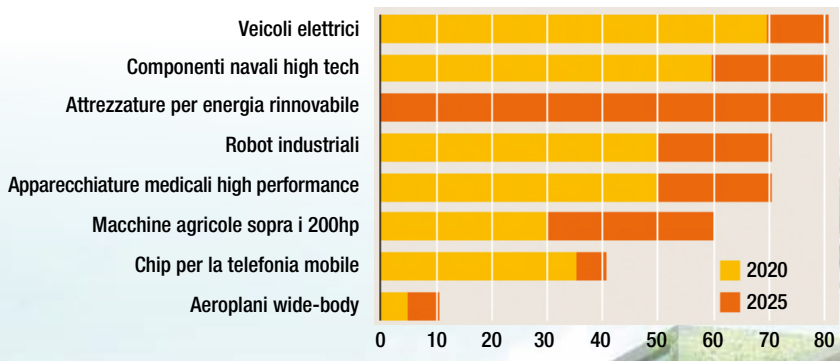
2017-2025 Le grandi sfide? Ambiente e Smart Industry

La rivoluzione urbana e industriale delineata nel piano China 2025 aprirà grandi opportunità di collaborazione tra imprese cinesi e italiane

Ettore Sequi, ambasciatore a Pechino dal 2015. Sua è la ricetta delle 5 C per migliorare la collaborazione bilaterale: concretezza, comunicazione, creatività, continuità, credibilità

Vedremo davvero nel prossimo futuro una Cina più verde, ecologica e pulita, come quella prospettata nei progetti dell'architetto Stefano Boeri a Linzhou e dello studio Adept di Copenaghen per la riqualificazione urbana di Hengyang? E questo nuovo Paese quali opportunità potrà offrire alle imprese italiane? «Entro il 2030 almeno un miliardo di cinesi, molto probabilmente, vivranno nelle grandi città. Sarà una delle maggiori rivoluzioni urbane della storia che porterà alla formazione di una sconfinata classe media, con esigenze e gusti che il made in Italy potrebbe interpretare al meglio», ha risposto Ettore Sequi, l'ambasciatore italiano a Pechino, a cui *MFI* ha chiesto uno sforzo di immaginazione sulla Cina del prossimo decennio. «Sicuramente si rafforzerà la domanda di servizi sociali, di sanità e assistenza della popolazione anziana, e di tutto quello che ha a che fare con le tecnologie verdi e le energie rinnovabili, il trattamento dei rifiuti e delle acque», ha proseguito. Ma se questo è l'orizzonte, nel breve e medio termine sarà lo sforzo di rinnovamento dell'industria a catalizzare l'interesse degli imprenditori italiani. «Il piano China 2025, che si propone di far diventare l'ex Celeste impero una piattaforma dell'internet delle cose, e il progetto Industria 4.0 dell'Italia sono complementari», ha sottolineato recentemente Zhou Xiaoyan, direttore generale del ministero del Commercio, personaggio di primo piano dell'amministrazione, «l'Italia è diventata ormai la destinazione principale degli investimenti cinesi». «Le autorità cinesi hanno insistito molto sui processi di modernizzazione in atto nel loro sistema, manifestando un interesse preciso nella possibilità di investire anche in Italia per ottenere sinergie ad ampio spettro», ha insistito Sequi, che invita ad analizzare con attenzione i risvolti economici e sociali delle iniziative più recenti messe in campo dall'amministrazione cinese, il programma China 2025 e la Belt and Road Initiative, entrambe molto ambiziose. Con China 2025 il governo punta a fare dell'high tech nei settori chiave,

La lunga marcia verso l'autonomia tecnologica



Il grafico di fonte governativa cinese indica per ciascuna categoria di prodotto il livello di produzione domestica (in percentuale alla base del grafico) da raggiungere entro il 2025

Come sarà

HONG KONG, PORTA APERTA SULLA FINANZA

La previsione è facile: Hong Kong resterà ancora la porta d'ingresso in Cina preferita dagli investitori esteri. Anzi, il più grande mercato finanziario dell'Asia, che nel 2016 ha registrato 870 miliardi di depositi in renminbi, è destinato a diventare sempre più il primo mercato di scambio per la valuta cinese, dopo l'uscita di Londra dalla Ue. Delle oltre 150 banche locali e internazionali che si trovano Hong Kong, 70 si classificano tra le prime 100 al mondo e sono tutte attive nei prestiti alle imprese e nel finanziamento di progetti nella regione. L'hub finanziario punta molto anche sul fintech. «Il 60% degli investimenti cinesi all'estero transita attraverso Hong Kong. In particolare per l'Italia riguardano i settori delle tecnologie industriali, il manufatturiero avanzato e le infrastrutture. Oltre al trend emergente focalizzato su brand, lifestyle e food», ha evidenziato Gianluca Mirante, direttore Italia dell'HK Trade Development Council. Hong Kong avrà anche un ruolo di traino nel grande disegno cinese Belt and Road, grazie al coordinamento tra l'Authority finanziaria della città e l'AIIB, la banca deputata a finanziare i progetti d'investimento. «All'Asian Financial Forum di gennaio e al Belt and Road Summit del prossimo 11 settembre, i Paesi avranno l'opportunità di presentarsi in modo attivo e concreto all'interno di un progetto di portata globale», ha specificato Mirante.

La baia di Hong Kong vista dall'isola

automotive, aviazione, robotica, meccatronica, marittimo e ferroviario, sistemi per il risparmio energetico, prodotti medicali e information technology, il traino dell'intera economia nazionale. Alcuni target numerici diffusi dal governo ma non ancora in piani dettagliati offrono un'idea più precisa di quanto è in preparazione. Nella componentistica di sistema, Pechino vuole diventare autonoma al 70% entro il 2025, mentre il 40% dei chip della telefonia dovranno essere prodotti sul mercato interno, così come il 70% dei robot industriali e l'80% dei componenti riguardanti le energie rinnovabili. Per raggiungere questi obiettivi sono stati finanziati dall'amministrazione centrale l'Advanced Manufacturing Fund, con una dotazione di 2,7 miliardi di euro e il National Integrated Circuit Fund con 19 miliardi di euro, che probabilmente si cercheranno all'estero le risorse tecnologiche necessarie a implementare il programma. È, infatti, opinione condivisa fra la gran parte degli analisti che i fornitori cinesi, in questo stadio, non sono ancora in grado di dare alle aziende che lo chiedono la tecnologia avanzata di cui hanno bisogno. L'upgrade tecnologico richiederà l'avvio di programmi di cooperazione politica, economica e tecnologica con i partner in Europa e negli Usa. «Se dovessi scegliere una parola chiave per descrivere il rapporto tra Italia e Cina in questo momento è complementarietà», ha insistito Sequi, sottolineando il fatto che le imprese del made in Italy sono ben note ai cinesi per creatività e innovazione nella meccanica, nella robotica, nella meccatronica e nelle energie pulite e rinnovabili, settori in cui il piano Cina 2025 punta le sue carte.

Le ferrovia ad alta velocità saranno ancora nei prossimi anni uno dei maggiori investimenti

TIMELINE

2017

Il prossimo **novembre** si svolgerà il XIX Congresso del Pcc, il principale evento politico dal 2012, che segnerà l'inizio del secondo mandato del presidente Xi Jinping. La nuova leadership centrale del partito governerà la Cina nei prossimi cinque anni, un periodo cruciale per concretizzare l'idea di sviluppo della Cina che Xi si è prefissato.

2018

Il 16 **febbraio** Incomincia l'anno del cane 2018 che finirà il 4 febbraio 2019.
Il 14 **giugno** si aprono a Mosca i Campionato mondiali di calcio ma sarà difficile che la Cina possa qualificarsi ai gironi finali nonostante gli investimenti per migliorare la performance del calcio nazionale.

La prima missione per raggiungere il lato oscuro della Luna, promossa dalla Cina, dovrebbe aver luogo nel 2018.

2020

Scadrà il 13° piano quinquennale, che ha l'obiettivo di raddoppiare il reddito pro capite del 2010, di portare il 60% della popolazione a risiedere in città e di rimediare ai guai del grande sviluppo soprattutto sul fronte dell'inquinamento ambientale. L'ambasciata italiana festeggerà i 50 anni di relazioni diplomatiche con la Repubblica popolare, l'unica a trovarsi esattamente nella posizione originale vicino alla fermata della metropolitana Tuanjehu.

Il progetto di Stefano Boeri per la città di Liuzhou, nella regione autonoma del Guangxi, che riprende le linee guida del Bosco Verticale, concepite sia nella dimensione orizzontale che verticale. Nella pagina accanto il progetto eco-sostenibile Cerchio Verde dello studio Adept di Copenaghen per la riqualificazione urbana di Hengyang, 7 milioni di abitanti, uno dei crocevia dello Yunan

La rivoluzione dei robot

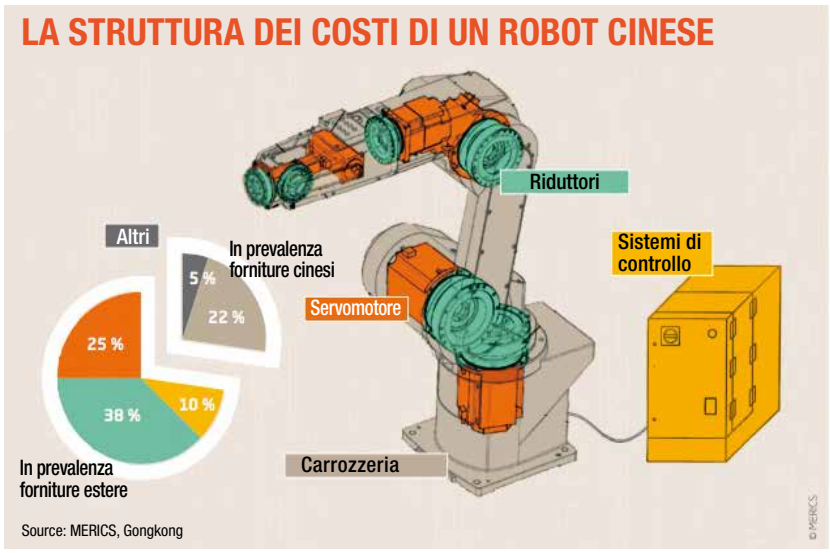
Si stanno moltiplicando di anno in anno non solo nelle fabbriche e si prevede che a fine decennio saranno almeno 800 mila, il mercato più grande del mondo. In cui gli italiani piccoli e grandi...

di Marcello Conti

È un esercito di decine di migliaia di unità che cresce al ritmo del 20% l'anno, con punte del 30%. Questi fedeli soldati meccanici erano 102 mila in Cina nel 2014, a fronteggiare i 237 mila del Nord America e 311 mila dell'Europa. Ma già entro quest'anno ci saranno 428 mila robot installati a mandare avanti le fabbriche dell'ex Celeste impero, oltre la metà strada del traguardo, 800 mila entro fine decennio, che lo stesso presidente della Repubblica popolare ha stabilito lanciando all'inizio del suo mandato la cosiddetta rivoluzione dei robot. Un passaggio fondamentale per raggiungere l'obiettivo dichiarato nel programma «Made in China 2025» per trasformare l'economia in una delle industrie tecnologiche più forti al mondo. Già oggi la Cina è il mercato più vivace al mondo per la robotica con quasi 70 mila unità vendute nel 2015, +20% rispetto all'anno precedente e più dell'intera Europa (50 mila unità). Nel 2019 le unità vendute dovrebbero arrivare a quota 400 mila, il 40% delle vendite mondiali.

Per raggiungere questo obiettivo il governo aveva già stanziato nel 2015 400 miliardi di dollari per la ricerca, una somma enorme se confrontata con quanto messo in budget dall'Europa, 70 miliardi per i sette anni del programma Europa 2020, o i 2,4 miliardi assegnati dall'Italia al Programma nazionale per la Ricerca 2015-2020. Tuttavia è proprio la bulimia cinese per queste nuove tecnologie che sta generando le migliori opportunità anche per l'industria italiana e i suoi numeri, piccoli ma di qualità, considerando che il 75% di un robot cinese è costituito da componenti importate (schema nella pagina a fronte). «La ricerca e l'industria italiana, leader riconosciute su scala mondiale, possono dare un importante contributo alla diffusione della robotica e della biorobotica in Cina», ha assicurato a *MFI* Paolo Dario, direttore della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, e guru riconosciuto a livello globale del mondo dei robot. In occasione della visita in Cina del presidente italiano Sergio Mattarella, nel marzo scorso, il polo accademico toscano ha sottoscritto un accordo con la Chongquing University e con il Governo del Distretto di Bishan (Chongquig) per avviare la Sino-Italian Research and Innovation Area. Italiani e cinesi realizzeranno insieme un parco scientifico e tecnologico nella maggiore area di sviluppo della Cina dove mettere a punto programmi di formazione e ricerca accademica in uno spazio dedicato all'incubazione di startup. «È una nuova opportunità di investimento in ottica globale», ha commentato Dario che immagina per il futuro del-

Da sinistra: Mauro Fenzi, ceo di Comau che in Cina ha quattro stabilimenti, Massimo Carboniero, presidente di Ucimu, e Paolo Dario, professore di robotica all'Istituto Sant'Anna di Pisa



L'Illustrazione mostra come quasi il 75% di un robot utilizzato attualmente in Cina sia costruito con componenti importate, tra cui quelle a maggior valore aggiunto. Sopra, la famiglia di robot di Comau

la robotica italiana una filiera pronta a coinvolgere i settori di successo tra cui la moda, l'alimentare e il manifatturiero. Secondo il professore del Sant'Anna, l'Italia deve però cambiare registro: per anni ha sviluppato soprattutto innovazione di processo usando i robot per migliorare la qualità dei beni. «Adesso è il momento di creare nuovi prodotti pensati da ingegneri e designer italiani con brand italiani e realizzati in Italia». Un esempio recente è il progetto della Giulia Alfa Romeo, pensata in Italia con design Fca e realizzata dalla Comau, la divisione robot industriale di Fiat Chrysler. «Stiamo investendo massivamente nello sviluppo di soluzioni intelligenti che combinano l'alta produttività, la qualità e la precisione tipiche dei processi industriali che si servono dei robot, alle esigenze flessibili e orientate al cliente delle piccole e medie industrie», ha confermato a *MFI* Mauro Fenzi, ceo di Comau, 1,2 miliardi di fatturato, che in Cina ha oltre 1.000 dipendenti in quattro stabilimenti, di cui un innovation center. «Nei prossimi tre anni venderemo più robot in Cina che nel resto del mondo», ha previsto.

Se la robotica industriale è la chiave per lo sviluppo, il progetto del governo guarda oltre e in particolare alla robotica di servizio, quella che deve servire il settore medicale, l'agricoltura e l'aerospaziale, in totale un mercato da 15,7 miliardi di dollari, come ha recentemente sottolineato il vicepresidente Li Yuanchao, per nulla preoccupato dei riflessi sociali che il boom di robot potrebbe provocare sull'occupazione. Anzi, l'idea del governo è che la diffusione dei robot indurrà lo sviluppo di nuovi hub dell'innovazione con la creazione di posti di lavoro qualificati e meglio retribuiti che si trasformerebbero automaticamente in un incremento del potere d'acquisto di quei lavoratori. «Un mercato dal quale non potranno mancare le aziende italiane», ha sottolineato Massimo Carboniero, presidente Ucimu e direttore generale e co-titolare di Omera, leader mondiale nella produzione di macchine rifilatrici-bordatrici che nel 2016 ha esportato in Cina circa il 10% degli oltre 20 milioni di fatturato. Grazie alla capacità di personalizzare le linee di produzione, adattandole alle richieste del cliente, la filiera delle piccole e medie imprese coinvolte si sta allargando. «Spesso il rapporto azienda-cliente si sviluppa in una forma di partnership», ha continuato Carboniero che ha da poco finito di installare una linea produttiva completamente automatizzata vicino a Shanghai per la multinazionale inglese Brush. «La Cina è il mercato con i margini di crescita più interessanti, tra quelli di riferimento», gli ha fatto eco Giovanni Zacco, manager allo sviluppo di Blm, l'azienda brianzola da 240 milioni di fatturato leader nella produzione di macchine utensili per la lavorazione del tubo metallico che esporta in Cina per una ventina di milioni di euro. L'Italia è stata seconda solo a Germania e Stati Uniti nell'export di macchine utensili, robot, automazione nel 2016 (10 mesi) con una quota di mercato del 10,6% che tuttavia non offre un'idea precisa del volume di affari perché non tiene ovviamente conto della produzione sviluppata localmente.

Testimonial/Franco Codini

OCCORRONO SEI BRACCIA PER PUNTARE PIÙ IN ALTO

Bastano sei braccia per attirare l'attenzione della Cina? Sì, se sono quelle delle macchine utensili progettate dalla Evolut di Castegnato in provincia di Brescia, leader europeo nei sistemi robotizzati nel settore general industry, automotive e della fonderia. «È l'unica azienda che ha risposto alle nostre esigenze di integrare processi in Cina per i committenti cinesi, ma anche di seguire i clienti europei che trasferiscono parte della loro produzione in Cina garantendo il mantenimento dei livelli qualitativi», ha spiegato a *MFI* You Wei, neopresidente di Evolut, e chief technical officer di Efort, azienda cinese leader nella produzione di robot antropomorfi a sei assi, che ha acquisito il 70% di Evolut l'anno scorso. «Evolut è un'eccellenza nel settore e una delle pochissime aziende in grado di offrire al cliente un'assistenza totale grazie a personale altamente qualificato che segue direttamente l'analisi, il progetto e la realizzazione di un impianto», ha spiegato Franco Codini, ceo e fondatore di Evolut, «per integrare al meglio l'operato dei robot in un'azienda è necessario conoscere profondamente realtà e problematiche di aziende medie e piccole». La collaborazione ha subito dato vita a due sedi di Evolut in Cina, una a WuHu, dove si trova il quartier generale di Efort vicino a Shanghai, e una a Foshan, nella provincia del Guandong. «Le due sedi sono già produttive con 50 tecnici ed entro l'anno saranno installati oltre 20 impianti pensati e realizzati direttamente in Cina», ha aggiunto Codini. La collaborazione ha portato crescita anche all'interno del perimetro italiano di Evolut che in un anno ha incrementato il personale del 50% e già nel 2016 ha aumentato il fatturato del 20%, a oltre 20 milioni. «Quest'anno ci sarà un crescita ulteriore, grazie a nuovi settori tra cui assemblaggio, vetro e logistica e all'ingresso in nuovi mercati», ha concluso.

Franco Codini, ceo e fondatore di Evolut

Fra le stelle esplode lo Spazio hi-tech

Aziende italiane grandi e piccole sono in pole position nel mercato cinese che sta crescendo a doppia cifra, soprattutto nelle forniture per l'aviazione civile

di Marcello Conti

La stazione spaziale ISS dedicata alla ricerca scientifica che si trova in orbita terrestre bassa, gestita come progetto congiunto da cinque agenzie spaziali: Esa, Usa, Russia, Canada e Giappone

Viaggiare su una nave spaziale cino-italiana per 39 anni luce fino a raggiungere il sistema solare Trappist-1, recentemente scoperto dagli scienziati Nasa e forse abitabile dall'uomo. Fantascienza? Forse no. Il programma Made in China 2025 punta dritto sullo Spazio interstellare, con l'obiettivo di raggiungere il 70% di contenuto tecnologico domestico nella componentistica di maggior valore entro il 2025 per essere la nazione leader in questi settori entro il 2049.

A credere fortemente nelle potenzialità dell'industria aerospaziale cinese è l'Italia. Lo scorso febbraio, l'Asi, Agenzia spaziale italiana, guidata da Riccardo Battiston, ha firmato un importante accordo di collaborazione con la China Manned Space Agency (Cmsa) per nuove sperimentazioni scientifiche rivolte allo studio delle missioni di lunga durata degli astronauti in particolare sugli aspetti di biomedica e fisiologia e delle relative tecnologie. «Con la Cina abbiamo da anni eccellenti relazioni scientifiche in diversi settori», ha spiegato a *MFI* Battiston, presidente dell'ASI, «ma questo accordo è importante per tutta la comunità scientifica europea e internazionale in preparazione delle future missioni di esplorazione umana del sistema solare. Solo un patrimonio comune di conoscenze può farci pro-

Plinio Innocenzi (a sinistra), addetto scientifico all'Ambasciata di Pechino. Sopra, Riccardo Battiston, presidente dell'Agenzia spaziale italiana, e, a destra, Elisio Prete, presidente di Thales Alenia Space

BUSINESS/AEROSPAZIALE

MF INTERNATIONAL
CINAITALIA

Testimonial/Andrea Spiriti

IN CONSORZIO LA SFIDA È PIÙ EFFICACE

«Non è detto che le opportunità di business con la Cina siano solo entro i confini della Grande Muraglia». La sfida di Andrea Spiriti è di promuovere, attraverso il consorzio Italian Aerospace Network (Ian), il business delle Pmi italiane del promettente settore aerospaziale cinese. «Per entrare con efficacia nel mercato ci vuole una presenza costante nel Paese perché ogni regione ha i suoi punti di riferimento, i suoi player, le sue richieste», ha spiegato Spiriti che ha da poco firmato un memorandum di intesa con Xixian Airport New city, l'aeroporto di Xi'an, la città principale dello Shaanxi, una delle più popolose con quasi 9 milioni di abitanti. Spiriti è impegnato in prima persona durante fiere e convention a rappresentare le 21 aziende aderenti al Consorzio e a cercare nuove opportunità. «Cultura e approccio di business in Cina sono completamente diversi dall'Europa», ha insistito, «il mercato si sta demilitarizzando e ha bisogno di nuovi partner tecnologici esteri, quindi le opportunità che si possono presentare con diversi player quali i parchi aeronautici presenti su tutto il territorio cinese e le tante aziende private e statali che costituiscono la colonna portante del mercato dell'aviazione civile», ha argomentato. Un secondo fronte per Ian è quello delle partnership italo-cinesi. «Abbiamo la possibilità di aiutare i colossi cinesi a individuare i partner italiani con cui sviluppare investimenti e piani di sviluppo anche per aggredire altri mercati asiatici o potenziare l'offerta in Europa».

Andrea Spiriti

Testimonial/Luca Rossettini

SATELLITI, L'INNOVAZIONE È DISTRUGGERLI

Luca Rossetini

«Al momento stiamo analizzando un dossier per individuare opportunità commerciali. D-Orbit non può che guardare con interesse al mercato spaziale cinese», ha ammesso Luca Rossettini, fondatore (nel 2011) e ceo della prima e per ora unica società al mondo a occuparsi di decommissioning device, sistemi che ripuliscono lo spazio da oggetti incontrollati. La startup ha messo a punto un sistema di disattivazione di satelliti e di lanciatori non più funzionanti, il sistema D3, premiato dalla Commissione Europea per le caratteristiche innovative. «Quest'anno lanceremo il primo satellite al mondo con il D3. Abbiamo firmato due contratti, uno con la Missione Platino dell'Agenzia spaziale italiana, l'altro guidato da Airbus», ha rivelato Rossettini, il cui business plan prevede nei prossimi quattro anni un'esplosione del fatturato, attualmente di 3,5 milioni. Il business ha potenzialità incredibili, visto che le normative in materia di spazio hanno stabilito che tutti i satelliti in orbita a fine vita dovranno essere rimossi. Dei 4 mila satelliti attualmente in orbita, che nei prossimi dieci anni dovrebbero diventare 11 mila, 1.200 non funzionano più e sono una minaccia per la sicurezza nello spazio. Il mercato decommissioning è stimato attualmente in 9 miliardi di dollari e può salire a 25 miliardi con la rimozione dei detriti attivi e a 180 miliardi con la manutenzione in orbita.

Il congegno D3 messo a punto da D-Orbit, con sede a Fino Mornasco (Como)

gredire con successo nell'esplorazione spaziale». Le ricadute potenziali della partnership Italia-Cina sono estremamente significative, considerata, da una parte, la posizione di leadership che l'Italia ha raggiunto nel settore del volo umano nell'ambito della realizzazione e dello sfruttamento della Stazione Spaziale Internazionale e, dall'altra, l'importante programma di volo umano che la Cina sta sviluppando, in particolare con la realizzazione della Stazione Spaziale Tiangong-3. «L'accordo è il seguito naturale delle diverse collaborazioni tra Roma e Pechino che già lavorano proficuamente alla missione Tiangong-2 con base controllo nel centro ASI di Malindi in Kenya, e alla realizzazione di due satelliti da lanciare in orbita entro il 2019 e destinati a effettuare ricerche sui fenomeni sismici del nostro Pianeta».

Ma tra i tanti programmi cinesi che l'Italia è in grado di supportare c'è anche la stazione spaziale internazionale, ISS. Nei capannoni della Thales Alenia Space di Torino, joint venture tra Leonardo e i francesi di Thales Group, è stato prodotto il 50% dei moduli abitabili della ISS, compresa la famosa cupola, da dove gli astronauti scattano foto meravigliose della Terra. E sempre Leonardo, attraverso la sua jv Telespazio, ha sottoscritto un importante accordo con il gruppo CAST, corporation governativa dell'industria spaziale cinese per la fornitura di servizi via satellite.

L'industria aerospaziale cinese è uno dei settori più giovani dell'economia del Dragone ma quello con i ritmi di crescita più elevati, con grande impatto sul resto dell'industria dei servizi: oltre 2 mila forme di tecnologia spaziale sono state impiegate nei settore delle telecomunicazioni, del tessile, dell'industria petrolifera, dei trasporti, della medicina e in agricoltura, grazie ai programmi spaziali avviati 25 anni fa.

Parallelamente all'industria aerospaziale si sta sviluppando con grandi investimenti e ingenti risorse il business dell'aviazione civile, un secondo settore di grandi opportunità per l'industria italiana. Entro il 2020 il governo cinese ha annunciato una spesa di oltre 150 miliardi di dollari per lo sviluppo del settore, da destinare alla costruzione di 500 nuovi aeroporti e più di 5 mila aerei, inclusi elicotteri e jet privati. «In vista della liberalizzazione degli spazi aerei, assisteremo a un vero e proprio boom dell'aviazione civile per gli aerei di tipo business e commerciali sulle tratte medie», ha previsto Plinio Innocenzi, addetto scientifico presso l'Ambasciata di Pechino, «i player italiani hanno un vantaggio competitivo importante perché sono riconosciuti come i migliori per competenze tecniche, design e qualità». E ha aggiunto: «Soprattutto nell'elicotteristica e componentistica, la Cina è ancora indietro rispetto ai paesi occidentali e le aziende italiane sono dei validi partner e un punto di riferimento in questi settori». Infatti Leonardo, lo scorso dicembre, ha annunciato assieme a Sino-US Intercontinental Helicopter Investment la firma di un contratto per 30 elicotteri rafforzando ulteriormente il ruolo di leader industriale in Cina con più di 180 elicotteri ordinati a oggi. Leonardo, con oltre 60 radar installati a terra, è uno dei principali fornitori per sistemi di air traffic control. E, sempre a terra, sviluppa il proprio business Thales

A destra, le navicelle del progetto Stratobus, gestito da Thales Alenia Space, per l'osservazione e la sorveglianza con radar e telecamere dei confini. Sopra, un satellite per le telecomunicazioni di Alenia Space

continua a pagina 89

Sulla frontiera del biotech

Bracco, Diasorin, Chiesi, Menarini puntano a un mercato che sta crescendo a doppia cifra e sarà la chiave del successo nei prossimi anni. Intanto, sul fronte del software, Exprivia...

di Franco Canevesio

La punta avanzata per ora è SonoVue, agente di contrasto usato negli esami diagnostici che fanno uso di ultrasuoni, soprattutto ecocardiografia e Doppler. Ma Bracco, punta avanzata del biotech italiano in Cina, è già sulla nuova frontiera. «Stiamo lavorando allo sviluppo dell'imaging molecolare. Il futuro è lavorare direttamente sulle cellule, verificate dal punto di vista delle funzionalità», ha rivelato a *MFI* Valtero Canepa, responsabile in Cina dell'attività della casa farmaceutica da quasi 1,4 miliardi di fatturato, presieduta da Diana Bracco. «L'obiettivo è rendere visibile, nei processi infiammatori e infettivi, qualcosa che ancora non si vede, per esempio una cellula cancerogena, che può essere rilevata in tempo, quando inizia a deformarsi rispetto a una cellula normale». Per Bracco, che in dicembre ha rinnovato per 20 anni la joint venture tra Bracco-Sine, che controlla al 70%, e Shanghai Pharmaceuticals, secondo gruppo farmaceutico cinese con oltre 16 miliardi di euro di fatturato di cui il 5% alla ricerca, anche le dimensioni sono un fattore strategico in una competizione che vede molto attive multinazionali del calibro di General Electric e Bayer e aziende cinesi meno titolate che realizzano prodotti farmaceutici generici senza fare ricerca e sviluppo. «Ma noi siamo gli specialisti del contrasto», ha aggiunto Canepa, «per loro, invece, questo è uno dei tanti business».

D'altra parte le biotecnologie sono un mercato strategico su cui il governo cinese investe tramite un fondo statale di sostegno alla ricerca da 12 miliardi di dollari all'anno fino al 2020 che sta già producendo risultati significativi: un quinto dei brevetti mondiali degli ultimi cinque anni appartiene a laboratori cinesi. Il tema coinvolge anche l'agricoltura, i suoi prodotti e quindi la sicurezza alimentare, in un contesto ancora molto arretrato dove il 70% delle terre arabili è coltivato per nutrire appena il 20% circa della popolazione. E quando i cinesi saranno 1,6 miliardi nel 2030? Per questo le multinazionali di tutto il mondo stanno guardando alla Cina. «È una delle aree geografiche più strategiche per lo sviluppo del gruppo», ha spiegato a *MFI* Diana Bracco. Nell'impianto di Pudong, nei pressi di Shanghai, in

Fulvio Renoldi Bracco, responsabile della divisione Imaging, con, da sinistra, Cho Man e Gu Haoliang, rispettivamente ceo e vicepresidente di Shanghai Pharmaceuticals, Lucia Aleotti, presidente di Menarini, e Paolo Chiesi, vicepresidente e capo del gruppo omonimo

GWA
Law, Tax and Accounting

Sempre più facile fare business in Cina

Giovanni Pisacane, fondatore e managing partner di GWA, fa il punto sulle novità legali, fiscali e valutarie, in parte già applicate da quest'anno ed altre, importanti, in arrivo

Domanda: Quali cambiamenti sono in gestazione nel sistema legale e fiscale cinese?
Risposta: Il 2017 sarà un anno importante, forse decisivo, nel processo di modernizzazione del sistema. Già nel 2016 c'era stata una significativa riforma del diritto societario con l'introduzione di un sistema basato, per le nuove società, sul capitale sottoscritto e non più sul capitale versato.

D. In concreto che cosa ha significato?
R. Il diverso criterio di valutazione del capitale ha rimosso uno dei maggiori ostacoli all'investimento in Cina per chi faceva fatica a versare, nei 2 anni previsti ante riforma, le ingenti somme a titolo di capitale delle proprie neo-costituite filiali. Inoltre il processo costitutivo è stato semplificato, eliminando, per la gran parte dei settori, la lunga procedura di pre-approvazione. Oggi basta una registrazione che, non richiedendo l'approvazione da parte delle autorità, fa risparmiare tempo e documenti. All'avanguardia è Shanghai, la cui amministrazione ha emesso il 27 aprile scorso una serie di nuove linee guida che semplificano ulteriormente gli investimenti esteri.

D. Tornando alle novità previste?
R. Si attende una riforma ancora più importante, per altro da tempo in discussione, relativamente all'eliminazione di ogni disparità normativa tra società domestiche ed estere. La riforma dovrebbe eliminare le due tipologie in vigore per gli investimento esteri, joint venture e wholly foreign owned enterprise, cambiando radicalmente l'approccio all'investimento estero in Cina.

D. E per quanto riguarda le normative limitative?
R. Le novità riguardano le norme anti-inquinamento che metttono off-limits in molte aeree gli investimenti che possono anche teoricamente implicare processi inquinanti. Nelle aree limitrofe i grandi centri abitati è ormai impossibile costituire nuove società che prevedano processi inquinanti. Quest'anno sono già state chiuse, per ordine governativo, decine di fabbriche o delocalizzate in aree ritenute più sicure.

D. E sulle politiche di immigrazione?
R. C'è un cambiamento di rotta: meno ingressi ma più qualificati. La nuova normative sui visti ha reso più rigoroso e selettivo il processo di rilascio, ma ha anche creato canali privilegiati per i talenti e per coloro che hanno particolari requisiti professionali o scientifici. Il flusso indiscriminato è stato bloccato da una disciplina più severa, applicata con maggiori controlli ed ispezioni da parte delle Autorità. Questo non vuol dire che la Cina chiuda le porte. Anzi rappresenta un'opportunità, per chi ne abbia i requisiti, di ottenere visti di durata maggiore ed addirittura visti permanenti con il rilascio di un permanent residence permit e della green card.

D. Un altrop argomento delicato è quello valutario. Ci sono novità?
R. La nomina di Guo Shuqing a capo della CBRC (China Bank Regulatory Commission) ha generato decine di nuove complesse linee guide, alcune rese pubbliche e altre comunicate direttamente alle banche in modo riservato, volte a rafforzare il controllo nella concessione di credito in particolare per tutte le operazioni transfrontaliere comprese quelle di M&A. L'obiettivo è evitare che vi siano deflussi eccessivi ed immotivati di valuta e capitali verso l'estero e per aumentare il controllo sulla congruità e veridicità delle operazioni di acquisizione. Le autorità valutarie hanno ripetutamente smentito nuove restrizioni sull'uscita di capitali, ma hanno richiamato le banche a vigilare in modo più rigoroso su tutte le transazioni. Maggiore controllo non significa però una chiusura del mercato.

D. Ci sono segnali in direzione opposta?
R. Si, per esempio, la recente attenuazione, a beneficio delle società estere, del borrowing gap, cioè la misura in cui è possibile ottenere, per società estere, finanziamenti dall'estero. Questa misura amplia la possibilità di finanziare il proprio business in Cina, senza immobilizzare capitale.

D. E sul versante fiscale?
R. La novità più importante è la scomparsa definitiva della tassa che colpiva il turnover delle aziende e si poneva fuori dagli standard internazionali. È stata sostituita dalla VAT (Iva). Inoltre il governo ha annunciato una serie di provvedimenti che consentono la riduzione della pressione fiscale sulle PMI, nella cui definizione secondo il diritto cinese ricadono gran parte delle aziende italiane in Cina, per renderle più competitive a livello globale. È previsto anche un più ampio sistema di detrazioni per investimenti in R&D soprattutto se sono aziende high-tech, che già godono di un'aliquota ridotta della Corporate Income tax, se hanno lo status di high- tech company.

GWA, UNA BOUTIQUE PER LE MEDIE IMPRESE

Greatway Advisory, GWA, è una boutique specializzata in consulenza legale e fiscale con sede a Shanghai, Pechino e Hong Kong. Giovanni Pisacane, fondatore e managing partner, e Daniele Zibetti, avvocato e partner, guidano un team internazionale di 35 avvocati e commercialisti europei e cinesi suddivisi in due dipartimenti con a capo Marta Snaidero e Laura Saccone che contano diversi anni di esperienza in Cina nella gestione e risoluzione di problematiche legali e fiscali con rilevanza ed implicazioni internazionali. GWA è, inoltre, partner della World Bank contribuendo da anni attivamente alla preparazione del testo Doing Business in China. GWA ha vinto per due volte (2011 e 2016) il prestigioso China Awards della Fondazione Italia-Cina.

Giovanni Pisacane

GWA - Suite 2303, Huaihai China Building - 885 Ren Min Road, Shanghai - 200010 China - Ph: +86 (0)21-33070001 - Fax: +86 (0)21-63360003, info@gwa-asia.com - www.gwa-asia.com

I dati e le informazioni sono fornite dall'azienda, che ne garantisce la veridicità

funzione dal 2004, Bracco produce mezzi di contrasto non-ionici per raggi X, risonanza magnetica e ultrasuoni, modalità di imaging innovativa e potenzialmente a larga diffusione, per un fatturato di 90 milioni di euro all'anno, che fanno della Cina il secondo mercato dopo l'Italia. Il mercato cinese sta dando ottimi risultati anche a Diasorin, leader mondiale nei testi immunologici, che nel 2016 ha incrementato il fatturato del 31,4% a oltre 100 milioni di euro a seguito del positivo andamento nelle strutture sanitarie locali delle vendite dei test delle epatiti, delle malattie prenatali, i marcatori tumorali e i test per la tiroide e infettività.

L'enfasi sul biotech è solo uno degli aspetti salienti della riforma del sistema sanitario che sta aprendo nuove vie

Marco Gasparroni, responsabile della attività in Cina di Exprivia

di collaborazione in particolare alle aziende che si occupano di formazione, organizzazione e digitalizzazione dei processi, che sono alla base del cambiamento strutturale in corso. Che si sta ispirando al sistema italiano della sanità, dopo anni di valutazioni e analisi da parte cinese. «Abbiamo formato in Italia più di 600 medici cinesi, interessati soprattutto ad acquisire know how sulla gestione di un ospedale e sulle esperienze cliniche», ha spiegato Lapo Tanzj, presidente di L3-Lab, agenzia fiorentina di consulenza che fornisce analisi, strategie e soluzioni per la gestione e la vendita sul territorio cinese. «Abbiamo incominciato nel 2008 con sei medici nelle strutture convenzionate in Toscana, oggi portiamo 120 medici ogni anno anche nelle Marche e in Friuli». In genere si tratta di corsi trimestrali in un reparto ospedaliero, che vengono a costare da 4 a 8 mila euro.

Testimonial/Giorgio Basile

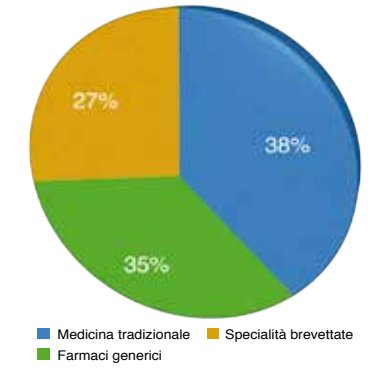
COM'È DURA E LUNGA LA LOTTA CONTRO I FUNGHI

«I nostri sono prodotti bio, non farmaci ma vitamine che rafforzano l'organismo delle piante e le proteggono dagli aggressori esterni, soprattutto i funghi, Giorgio Basile, ceo di Isagro, azienda milanese quotata in Borsa, con un fatturato da 150 milioni di euro in crescita verso i 200 milioni, che in Cina distribuisce biostimolanti e un fungicida rameico adatto a colture non di larga estensione come frutta e vegetali. «Prodotti importanti sui quali intervenire sono già stati individuati nel riso e nelle patate: per questi, soprattutto per il riso, è già pronto un nuovo fungicida, anche se il nuovo prodotto destinato alle larghe estensioni sarà commercializzato entro il 2020. Stiamo lavorando a un nuovo fungicida che vogliamo sviluppare entro il 2020/2021 per poi raccogliere i frutti anni dopo», ha precisato Basile. Per sviluppare un solo principio attivo nella bioagricoltura occorrono tra 40-50 milioni di euro di investimenti mentre per una registrazione si spendono centinaia di migliaia di euro e bisogna attendere da 3 a 8 anni. Le procedure sono molto severe: il prodotto deve passare prove di compatibilità ambientale, dimostrare che non è nocivo per la salute umana e per quella ambientale e le prove di efficacia climatica.

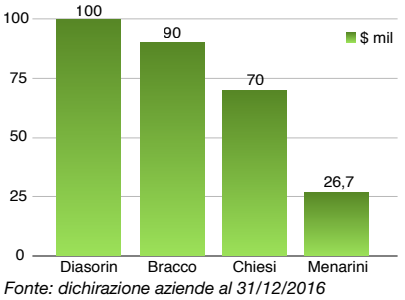
Giorgio Basile di Isagro

Anche perché, soprattutto in Cina, ogni regione è incrocio per certe malattie in certe colture e in certi sistemi climatici. Per questo bisogna dimostrare che il prodotto funziona, che non degrada. Isagro Shanghai è stata creata nel 2007, un passo indispensabile per ottenere le registrazioni e vendere i biostimolanti impiegati in tutte le colture, in grado di intervenire sui processi metabolici delle piante per migliorarne produttività e qualità. «Ci sono grandi potenzialità di crescita in Cina nonostante i vincoli complessi nella legislazione locale, la concorrenza dei produttori cinesi e degli esportatori europei», ha concluso Basile, che punta a un fatturato di 5 milioni di euro.

COME SI DIVIDE IL MERCATO



CHI FATTURA DI PIÙ IN CINA

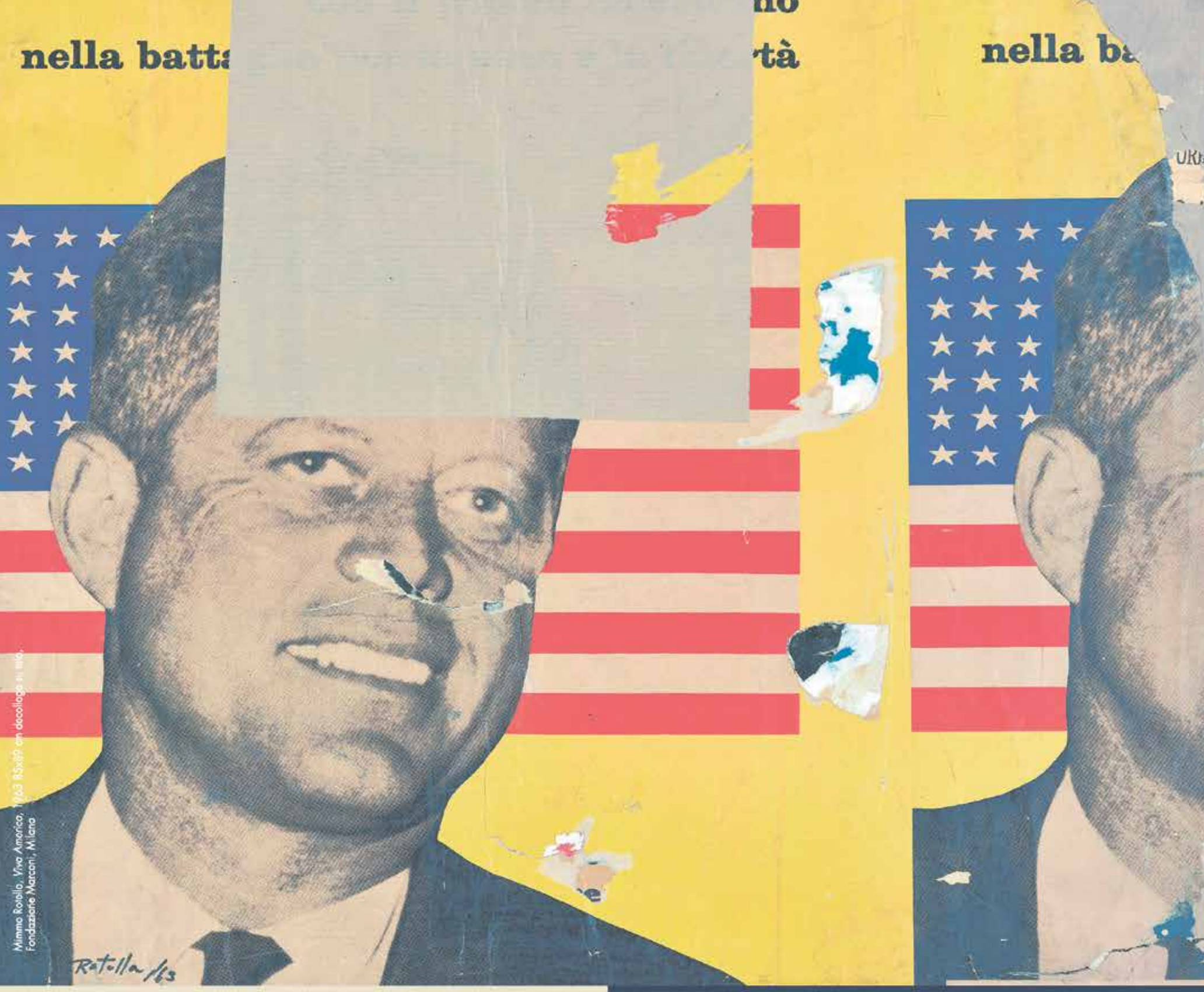


Fonte: dichirazione aziende al 31/12/2016

Gli ospedali saranno infatti il cuore della riforma, perché in Cina, non esistendo il medico di base, tutte le visite, anche le più banali, passano dalle strutture, in maggioranza pubbliche, e quindi prese d'assalto quotidianamente. «Gli ospedali pubblici competono fra loro alla costante ricerca di maggiore tecnologia ma, alla fine, le tariffe sono sempre più care e le prestazioni sanitarie simili e poco efficienti», ha aggiunto Tanzj. La domanda, d'altra parte, è traboccante. Nel 2000 i 35 medici del Beijing Children's Hospital facevano 3 mila visite al giorno, 15 anni dopo i 40 medici ne dovevano fronteggiare 9 mila. Al bisogno cronico di medici qualificati si aggiunge il bisogno di procedure di gestione omogenee tra le strutture fortemente digitalizzate. È un terreno in cui un'altra piccola multinazionale italiana offre soluzioni d'avanguardia. Exprivia, nata a Molfetta, in Puglia, dalla fusione di due società di software, Abaco systems e Aisoftw@re, punta a replicare in Cina, dove è attiva dal 2013 in tre sedi, lo stesso sistema informativo applicato nella regione Puglia con risultati sorprendenti. «Si tratta del progetto Edotto, diagnostica per immagini, cioè la sanità del futuro basata sulla condivisione delle informazioni mediche», ha spiegato Marco Gasparroni, responsabile della sede di Pechino. L'obiettivo, raggiunto in Puglia, è di connettere e centralizzare in un unico dipartimento IT ospedali, farmacie, medici di base, infermieri, in modo da monitorare costantemente i servizi e le urgenze e quindi spostare risorse in tempo reale. «In Puglia Edotto ha ridotto le spese sanitarie del 30%. In Cina rappresenta la sfida di lungo termine», ha aggiunto Gasparroni, che, durante la recente visita del presidente Mattarella, ha firmato un accordo con la municipalità di Chengdu. «Stiamo sviluppando progetti smart city con soluzioni dedicate all'assistenza agli anziani con malattie croniche a casa». Una serie di sensori dovranno raccogliere informazioni per conto di infermieri e medici che monitorano le funzioni vitali dell'assistito in remoto.

Un terzo focus della nuova sanità è il mercato dei farmaci. Nel 2016 è salito a 116,7 miliardi di dollari ed è destinato ad aumentare di un 4,7% annuo, fino al 2020, almeno, sotto la spinta del miglioramento del sistema assicurativo, che copre ormai il 93% della popolazione, l'aggiornamento della lista rimborsi con nuove specialità, il lancio di nuovi prodotti e l'accelerazione all'approvazione di nuovi farmaci. Fra le classi terapeutiche,

continua a pagina 89



NEW YORK — NEW YORK

ARTE ITALIANA
LA RISCOPERTA DELL'AMERICA

13 APRILE - 17 SETTEMBRE 2017

MUSEO DEL NOVECENTO
GALLERIE D'ITALIA

Milano

900 MUSEO DEL NOVECENTO
museodelnovecento.org

LEONARDO
main sponsor Museo

INTESA SANPAOLO

Gd'I GALLERIE D'ITALIA PIAZZA SCALA MILANO
gallerieditalia.com

Electa

Dalla terra al mercato, purché sia quello online

Esplode l'e-commerce anche per i cibi freschi e i kiwi gialli italiani fanno da apripista
Intanto nelle retrovie si attrezza la logistica: a Tianjin, Zhongshan, Shenzhen, Shanghai...

di Franco Canevesio

La linea l'ha data Clark Meng, direttore acquisti internazionali di JD.com, uno dei giganti cinesi dell'e-commerce. «La vendita di prodotti freschi online sarà fondamentale in futuro», ha annunciato parlando del programma del Fresh Produce Forum China che si svolgerà a fine maggio a Hangzhou. E con lo smartphone in mano, ha dato una dimostrazione dal vivo della facilità di acquistare già ora frutta fresca on line in Cina. Per i produttori italiani che stanno tentando di dare una spinta all'espansione in terra cinese delle tipicità made in Italy, finora limitate a kiwi e arance rosse dalle barriere fitosanitarie, la rete potrebbe diventare la chiave di volta, soprattutto se combinata con una logistica adeguata. I numeri del mercato sono, infatti, da capogiro: nel mese di giugno 2016, il valore lordo della merce transata con l'e-commerce nella Cina rurale, dove vive metà dei cinesi (1,3 miliardi), ha raggiunto i 46 miliardi di dollari, quasi il 15% di tutte le transazioni di e-commerce a livello nazionale. È con questi numeri in testa che il gruppo Cremonini, carne e distribuzione organizzata, 3,5 miliardi di fatturato, terzo player in Europa, ha deciso con una doppia mossa di spingere l'acceleratore sulla distribuzione di cibo italiano in Cina. In dicembre ha avviato l'e-shop b2c con la sigla E-Marco Polo e in gennaio ha deciso un forte potenziamento della piattaforma logistica fisica. L'iniziativa online ha fatto perno su un accordo con il gruppo Alibaba, per sbarcare su Tmall Global, uno dei più grandi portali di e-commerce nel mondo, attivo in un mercato che vale 511 miliardi di euro con una crescita media annuale intorno al 34% negli ultimi due anni. Attraverso una vetrina di prodotti italiani venduti direttamente ai consu-

Kiwi e arancia rossa sono gli unici prodotti ortofrutticoli freschi che possono essere esportati dall'Italia alla Cina a causa delle barriere fitosanitarie

Testimonial/Rodrigo Cipriani Foresio

ALIBABA, VINO E CAFFÈ PER I MILLENNIALS

I due prodotti sui quali punta Alibaba Italia, braccio nazionale della più grande piattaforma online del mondo per entrare nel cuore (e nel palato) dei cinesi, sono vino e caffè. «La spinta alla domanda arriva soprattutto dai giovani, tra i 25 e i 35 anni, i millennials, cresciuti in una Cina già aperta», ha spiegato Rodrigo Cipriani Foresio, il managing director. «Per il caffè abbiamo aperto sulla piattaforma tre flagship store di Lavazza, Kimbo e Illy», ha aggiunto Manfredi Minutelli, business development manager della piattaforma che ospita 146 flagship store italiani di cui 108 su Tmall classic e 38 su Tmall global. Aprire un negozio virtuale in cinese su queste piattaforme, che costa tra 5 e 8 mila dollari, significa mettersi in posizione su un mercato di 435 milioni di utenti attivi. Se arrivano vendite, Alibaba prende una commissione variabile tra il 2 e il 5%. «Abbiamo registrato un significativo incremento delle vendite in occasione del 9/9, il primo evento dedicato ai vini che ha spinto l'Italia al secondo posto sulla piattaforma, dopo la Francia. La campagna 9/9, in cinese jiu jiu, che vuol dire vino ma anche nove, lanciata al Vinitaly 2016 dal fondatore in persona, Jack Ma, ha avuto l'effetto sperato, portando a 50, da 2 che erano, le cantine italiane con store su Alibaba con oltre 500 etichette, e nomi di pregio tra cui Allegrini, Arnaldo Caprai, Feudi di San Gregorio, Fontanafredda, Frescobaldi, Planeta, Villa Sandi. La prossima mossa è l'apertura di un'enoteca online, Vino 75, nata a Firenze nel 2014, con 1.600 etichette di vino di oltre 600 produttori. Il lato food della piattaforma vede in prima fila i prodotti snack italiani e la cioccolata. Ferrero, per stare dietro al mercato cinese, nel quale ha una quota del 24%, superiore al 18% dell'Europa, ha avviato il nuovo stabilimento a Hangzhou da 300 milioni di dollari d'investimento. Va forte anche Perfetti, soprattutto con le caramelle gommose. «I prossimi step sono pasta, olio e aceto balsamico», ha aggiunto Minutelli. «Ma attenzione perché sono sempre più ricercati dall'Italia il latte per la prima infanzia, le pappe e il latte in polvere». L'ultima novità riguarda i pagamenti. Da maggio, grazie a un accordo con Unicredit, i turisti cinesi potranno usare Alipay, utilizzata da 500 milioni di utenti ogni giorno, anche in Italia, in esercizi commerciali convenzionati, via smartphone.

Rodrigo Cipriani Foresio, managing director di Alibaba Italia, operativa dal 2015

«La spinta alla domanda arriva soprattutto dai giovani, tra i 25 e i 35 anni, cresciuti in una Cina già aperta»

matori cinesi senza avere una presenza fisica nel Paese. Il meccanismo creato prevede che dalla zona franca doganale la merce garantita nella sua originalità venga consegnata al cliente finale, in regime fiscale agevolato e tramite procedure di sdoganamento semplificate. E-Marco Polo si occupa della gestione delle iniziative di marketing per attirare gli utenti di Tmall Global, come quella messa in piedi con alcuni giovani imprenditori piemontesi per il lancio di Dinner in Rome, una confezione in cui saranno venduti i prodotti tipici di una cena italiana pasta, sugo, aperitivo con tartufo o patè di olive, grissini piemontesi e dolci, corredato da un video dello chef che spiega come cucinare. «Compriamo anche spazi pubblicitari, broadcasting. Investiamo sui social network. Da gennaio, su Wechat e SinaWeibo abbiamo raccolto 5 mila follower e abbiamo a budget oltre 50 mila follower in ciascun canale. Partecipiamo a giochi, campagne pubblicitarie», ha spiegato Stefano Scarsciotti, ceo di E-Marco Polo. Per far parte della piattaforma le aziende spendono da 20 mila a 100 mila euro. L'investimento iniziale di Cremonini, invece, si aggira intorno al milione di euro. «Per ora abbiamo 30 produttori nella vetrina vino, food and beverage, e oltre 100 referenze di aziende piccole, medie e grandi, il piano è di raddoppiare produttori e referenze entro il 2018», ha puntualizzato. Oltre che sul vino di qualità, la vetrina online offre ai cinesi snack, latte, pasta, olio, acqua minerale e, soprattutto, baby food, con il latte in polvere molto richiesto, tanto che Polenghi e Plasmon hanno accettato il passaggio sulla nuova piattaforma.

«A fine 2017 contiamo di raggiungere oltre 150 mila visualizzazioni dell'e-shop, con un conversion rate del 3,8%», ha sottolineato Scarsciotti, il cui obiettivo è generare un gross merchandise value, il valore lordo della merce che per le società di vendita al dettaglio nell'e-commerce è dato dal prezzo di vendita moltiplicato per il numero di articoli venduti, di almeno un milione di euro, con una prospettiva di crescita del 40% nel 2018.

Nella distribuzione fisica Cremonini ha organizzato da gennaio a Zhongshan, 40 minuti di macchina da Guangzhou, una piattaforma logistica composta da un magazzino da 2 mila mq con celle a tre temperature (congelato, fresco da 0 a 4° e ambiente), che custodiscono più di 500 prodotti a listino di cui oltre 400 italiani con vini salumi formaggi e scatolame. L'investimento, 800 mila euro, fatto da Inalca food and beverage, altro marchio del gruppo, si propone di far da ponte tra le piccole e medie aziende italiane dell'agroalimentare e i distributori in giro per il mondo, e si integra nella strategia

Davide Jarach, presidente di Goglio Tianjin Packaging System, e, sopra, Augusto Cremonini, numero uno di Inalca food & beverage

di curare la distribuzione ultimo miglio, quello che collega il magazzino al punto di consegna al cliente finale, hotel o ristorante. «È un modello di distribuzione più complessa ma più interessante. Investiamo nei magazzini e distribuiamo anche attraverso i nostri mezzi targati If&b», ha spiegato Augusto Cremonini, presidente e ceo di Inalca f&b, che con la nuova iniziativa di Zhongshan, nel Sud della Cina, affianca la sede di Chengdu, nel Sichuan, strategica per la distribuzione verso Pechino. «Entro giugno dovremmo chiudere, a Shanghai, l'acquisizione della maggioranza di un distributore di origine cinese specializzato in carni d'importazione di alta qualità per vendite a ristoranti e hotel», ha anticipato Cremonini. Anche la toscana Ta Italy - Italian Food District, piattaforma distributi-

TESTIMONIAL/MATTIA PEDON

Da Dalian all'Europa per i legumi bio

«Negli anni d'oro, 2006/2007, avevamo tre stabilimenti in Cina. Oggi puntiamo a innalzare la qualità del prodotto». A Dalian, il porto cinese più importante per i prodotti agricoli, nel Nordest del Paese, Mattia Pedol, seconda generazione dell'azienda familiare di Molvena, che confeziona e distribuisce legumi e cereali secchi, convenzionali e bio, è ormai un senior nonostante l'età. A 29 anni, nel 2014, ha preso in mano le redini del business cinese che valeva circa 10 milioni di euro, il 10% del fatturato totale, concentrato nella Acos, Agricultural commodity supplies, divisione B2B di Pedon group, fabbrica e ufficio, con 60 addetti. Il business consiste nella raccolta dei prodotti (cereali, fagioli, lenticchie) che vengono selezionati, e

Le lavoratrici cinesi alla Pedol di Dailan, a destra Mattia Pedol, direttore della struttura

poi distribuiti, soprattutto in Europa, in Gran Bretagna, Olanda, Belgio, Italia. «I legumi non vengono usati nella dieta cinese, poi i consumatori cinesi hanno bisogno di toccare e annusare la merce sfusa. Però la nuova classe media mostra sempre più interesse per prodotti più genuini», ha sottolineato Pedon. La struttura produttiva ha richiesto oltre 2,3 milioni di euro d'investimento, per l'acquisizione del terreno, la realizzazione dello stabilimento e la dotazione di macchinari e impianti all'avanguardia, perlopiù made in Italy, con due innovative (per la Cina) linee produttive che hanno una capacità di circa 10 tonnellate l'ora. «Compriamo direttamente dai contadini e dalle cooperative di 5 o 6 regioni dove operano i nostri local trader di fiducia», ha spiegato il manager.

va interamente dedicata all'alimentare italiano in Cina si è lanciata su un modello di business, analogo a quello di Cremonini, nella Free Trade Zone di Tianjin, la metropoli di 14 milioni di abitanti, a 122 chilometri da Pechino. Le strutture necessarie sono quasi pronte: un magazzino da 22 mila metri quadri, di cui 8 mila adibiti a cash & carry. «Saremo operativi entro fine anno con la piattaforma www.taitaly.it. Contiamo su oltre mille referenze in un catalogo che comprende le macrocategorie che vanno di più: commodities, materie prime, olio e farina, prodotti integrali per la cucina cinese. Ma lavoriamo su tutto quello che Italia può offrire di buono», ha raccontato a *MFI* Lorenzo Guo Sheng Zheng, ad di Ta Italy. Terza generazione italiana degli Zheng, famiglia di imprenditori arrivati a Firenze nei primi anni 80 attivi nell'import export, Lorenzo, nato in Cina ma

Patrizio Neri, presidente Jingold, l'azienda di Cesena leader italiano nel kiwi giallo Jintao uno dei primi prodotti freschi esportati in Cina

in Italia dall'età di due anni, è l'anima della nuova iniziativa, che punta in alto. Vuole essere b2b, quindi servire ristorazione e catering, catene di supermercati, wine shop, b2c, quindi rivolta a famiglie, businessman, expat, studenti internazionali e turisti, e infine scuola di ristorazione di cucina territoriale. «Il consumo in Cina è ancora disorganizzato», ha asserito Lorenzo Zheng, «esistono prodotti che vanno solo perché pubblicizzati meglio e, soprattutto manca la conoscenza del prodotto italiano». Tianjin è stata scelta come base operativa per le sue dimensioni. I suoi 14 milioni di abitanti generano un pil di 242 miliardi di euro l'anno, il quarto in Cina, superiore perfino a Hong Kong, e ne fanno la prima città per reddito pro capite medio e l'economia in più rapida crescita. La free trade zone, sorta dal niente in 10 anni e inaugurata nell'aprile 2015, unica a nord del fiume Changjiang, 120 chilometri quadrati divisi in tre aree, porto, aeroporto e commerciale, è uno dei punti di

Testimonial/Alessandro Marchionne

COL ROSSO SI CRESCE DI PIÙ

Più rosso, meno bianco: ma questa volta non è quello del Cavallino guidato dal suo quasi omonimo Sergio. Alessandro Marchionne, ceo di Genagricola, l'impero agricolo delle Generali, con 23 aziende, 13 mila ettari coltivati, di cui 900 a viticoltura, dal Friuli al Piemonte, al Veneto, Emilia Romagna e Lazio, parla di vino e in particolare di quello che esportano in Cina. «Circa 200 mila bottiglie, di cui 80 mila con etichetta Genagricola, ma abbiamo a budget una crescita del 10/15% annuo per i prossimi tre anni», ha confessato Marchionne. Il consiglio di Edward Liu, imprenditore con la passione per il made in Italy, a capo di Sinodrink il distributore cinese, ha consigliato di spostare l'accento sui vini rossi, che oggi rappresentano solo il 30% dell'esportato. «Vogliamo che Sinodrink diventi l'interlocutore privilegiato per l'accesso al mondo del vino italiano di altissima qualità», ha precisato Marchionne, «il prezzo medio è corretto per il valore dei nostri prodotti, nonostante la concorrenza di altri paesi passi spesso attraverso questa leva, inquinando il mercato». La Cina, infatti, assorbe solo un 10% del totale delle esportazioni di Genagricola a causa anche dello sbilanciamento della produzione che privilegia vini bianchi e spumanti, meno richiesti dal mercato cinese. Così Marchionne negli ultimi anni ha deciso di bilanciare la cantina andando a investire in zone dall'alto potenziale qualitativo. Nel Lazio, per esempio, l'azienda ha coltivato 200 ettari di vigneti prevalentemente a bacca rossa. Recentemente ha acquisito Costa Arènte, azienda della Valpolicella la cui produzione di Amarone, Ripasso e Valpolicella ha debuttato quest'anno al Vinitaly. «Le prospettive in Cina sono incoraggianti, perché il consumo medio pro capite è ancora molto basso», ha rimarcato. L'obiettivo è di allargare le vendite oltre Shanghai, che al momento assorbe l'80% del vino di Genagricola. Sinodrink si sta attrezzando per fare accordi di distribuzione a Shenzhen, ma Marchionne punta oltre. L'anno scorso ha stipulato un accordo commerciale col distributore cinese Changyu, uno dei primi dieci al mondo per arrivare in tutta la Cina.

Alessandro Marchionne con una magnum di merlot di Torre Rosazza

Testimonial/Francesca Filippone

L'IDEA GIUSTA PER FAR DIGERIRE L'AMARO

Francesca Filippone, ceo di L3 a Shanghai

Per L3, agenzia di consulenza specializzata nell'aprire la Via della Seta ai prodotti italiani, vino e liquori compresi, il caso scuola è stato quello dell'Amaro Lucano. La prima difficoltà da superare quando nel 2013 l'azienda fondata nel 1894 da Pasquale Vena, 25 milioni di euro di fatturato nel 2016, era di far breccia con il gusto che ricorda ai cinesi quello di certi medicinali. Poi c'era il problema dei dazi. «Al 48% mentre il 35% almeno va al distributore. Una bottiglia da 70 cl, in Cina costa anche 18 euro, il doppio dell'Italia», ha spiegato Francesca Filippone, 35 anni, dal 2004 a Shanghai, dove opera in joint venture con l'agenzia Lama di Firenze. È stato decisivo partire con investimenti adeguati e continuativi, circa 160 mila euro in tre anni, puntando su Shanghai, ideale per i locali di ogni cultura e i quasi 200 alberghi a cinque stelle che creano un terreno fertile. «L'idea vincente è stata di creare dei drink mischiando il Lucano con prodotti tipici locali. Perché i prodotti italiani ben miscelati ai loro sapori sono quelli che vanno di più», ha spiegato Filippone. Oggi il marchio Lucano è presente in 350 locali ed è più conosciuto dello storico Amaretto Disaronno. «Ora puntiamo su Guangzhou e Shenzhen e poi a coprire tutte le regioni, passando dalla grande distribuzione, Carrefour, Auchan, Olé, Takashiama e Lianhua, e via e-commerce, con il nuovo sito in cinese», ha anticipato Leonardo Vena, quarta generazione della famiglia e marketing manager della Lucano, che dalla Cina vuole far rotta anche su Hong Kong e in Giappone.

forza della nuova Cina. Insieme a giganti come Airbus e Caterpillar, che hanno scelto di installarsi qui, anche l'italiana Goglio, 167 anni di esperienza nel packaging alimentare, ha deciso di sfruttare i vantaggi offerti dall'amministrazione. «Ci hanno aiutato per comprare il terreno e costruirvi lo stabilimento e abbiamo goduto nei primi anni vantaggi fiscali, perché portavamo tecnologia», ha spiegato Davide Jarach, presidente di Goglio Tianjin Packaging System. Il gruppo si occupa di imballaggio flessibile per materiali come il caffè, che copre il 50% del business, e di macchine per imballaggio: un business che, complessivamente, ha fruttato l'anno scorso 380 milioni di euro di fatturato e potrebbe oltrepassare i 400 milioni quest'anno. «Produciamo il materiale flessibile, i film che partono dal polietilene. Sono le barriere che proteggono il prodotto».

Leonardo Vena, quarta generazione della famiglia fondatrice dell'Amaro Lucano, che ha deciso di portare il liquore in Cina nel 2013

Nel 2016 Goglio ha prodotto oltre 20 milioni di confezioni asettiche da 220 litri, il 30% delle quali solo in Cina destinati a imballare pomodori e mele, per conservarli fino a 24 mesi senza ricorrere alla catena del freddo. Pomodori e mele sono due settori chiave nell'agro cinese, secondo produttore mondiale nel 2016 di pomodori, con oltre 5 miliardi di tonnellate, e primo produttore di mele con 43 milioni di tonnellate. Cofco Tunhe, uno dei più grandi produttori e trasformatori di pomodori al mondo, con sede a Pechino e una capacità di produzione di quasi 400 mila tonnellate, è uno dei grandi clienti della Goglio.

Tra le produzioni agricole che stanno prendendo piede con più forza c'è il caso del kiwi, di cui se ne consumano per 4,2 miliardi di dollari all'anno, con una proiezione a 6,5 miliardi di dollari nel 2020. Si stima che il raccolto cinese potrebbe raddoppiare per raggiungere in futuro i due terzi della produzione mondiale. Ma, sottolineano gli esperti, il settore nazionale sta attraversando un momento critico, frenato da un'organizzazione agricola basato su piccole aziende, poco organizzate, che non riescono a soddisfare la domanda interna. In questo contesto si è fatto largo il prodotto italiano di qualità più elevata del cinese e preferito dai consumatori benestanti di Shanghai e Pechino, nonostante costi più del doppio del prodotto nazionale, soprattutto causa dazi. «Nell'ultima stagione ne abbiamo esportato in Cina 1.200 tonnellate, fornendo la grande distribuzione e tre negozi di ortofrutta online, che stanno cominciando a dare i primi risultati», ha rivelato a *MFI* Moreno Armuzzi, responsabile commerciale e marketing di Jingold, l'azienda di Cesena leader italiano nel kiwi giallo Jintao, 8 mila tonnellate prodotte nella stagione 2015/16, il doppio rispetto alla stagione precedente e una delle prime aziende italiane che ha esportato in Cina, nel 2010, prodotti ortofrutticoli freschi. Recentemente hanno sviluppato nuove varietà di kiwi pensate proprio per mercati come la Cina, dove per il momento, a Cesena, non pensano di andare a produrre. «Per ora collaboriamo con aziende locali che importano, stoccano e distribuiscono il nostro prodotto a supermercati e mercati all'ingrosso», ha concluso Armuzzi.

TESTIMONIAL/DIEGO TRIBOLI

Ristoro e logistica, ecco il business

L'Italia culinaria è arrivata anche a Kunming, profondo sud, in pieno Yunnan, frontiera esotica con la contea di Shangri-La, al confine col Tibet, a nord, la Birmania a ovest e il Vietnam a sud. L'ha portata Diego Triboli, 45 anni, laureato in ingegneria, proprietario e gestore di Cantina wine & chat, l'unico ristorante italiano in una metropoli da 7 milioni di abitanti. Triboli, in Cina da 15 anni, ha il gusto del pioniere. Dopo aver lasciato quasi subito l'azienda meccanica con cui era arrivato nel Paese di mezzo, nel 2007 ha aperto con un socio cinese il Mamma mia a Liqian, nel Nord della Cina. «Era una scusa per scappare dal caos di Shanghai, quasi un gioco». È diventato un lavoro, quando ha visto che funzionava. «Ma non sono un cuoco anche se aprire un ristorante è sempre stato il mio sogno», ha ammesso. Però imprenditore sì, perché subito ha affrontato

Diego Triboli nel suo Wine&chat di Kunming

il problema dell'approvvigionamento delle materie prime aprendo, con Sapori d'Italia, una serie di magazzini nello Yunnan per fare lo stoccaggio delle merci che costava troppo far arrivare da Shanghai, con un servizio poco curato. Ha incominciato a servire altri ristoranti, che oggi sono diventati 200 assicurando a Sapori d'Italia un fatturato di 540 mila euro, solo con la distribuzione. Cantine wine & chat, «un investimento che in Italia non avrei mai potuto fare», ha raggiunto un fatturato di 350 mila euro l'anno, con un 35% di utile. «Facciamo piatti di trattoria italiana e la pizza alla napoletana». Per le mozzarelle si serve a Dali da un'azienda locale che ha contribuito a far crescere affinando il gusto del prodotto e la distribuzione, tanto che la Galbani ha fiutato l'affare. «Prossimo step la distribuzione agli hotel», ha concluso, «che ci possono già garantire un giro d'affari di 800 mila euro l'anno».

BUSINESS/FASHION

Manifattura più stile, è la formula Shenzhen

Heritage e creatività sono gli asset più apprezzati dai gruppi cinesi del fashion, che in Italia...

di Milena Bello

Zhu ChongYun, 52 anni, grande appassionata di moda e design oltre che amante dell'Italia, con Antonio D'Anna a cui ha affidato il rilancio di Krizia. Sopra e qui sotto le sfilate alla Shenzhen fashion week di marzo

L'ultima moda è Shenzhen. Nella città a statuto speciale del sud della Cina, capitale della produzione del tessile e abbigliamento, si sta concentrando la tendenza a rilanciare sul mercato domestico, anche con l'aiuto di brand esteri, manifattura e consumi di un settore pilota che guarda al prossimo decennio. «Lo shopping di fashion nel mercato domestico sta crescendo a scapito dei consumi dei cinesi all'estero, tradizionalmente in espansione», ha evidenziato l'ultimo report di Contaclab in collaborazione con Exane Bnp Paribas, che ha previsto anche per il 2017 una crescita a doppia cifra del mercato del lusso in Cina, in linea con quella del 2016. «Shenzhen rappresenta il 77% della produzione femminile cinese e muove un giro d'affari di 500 miliardi di euro di cui oltre il 50% di export», ha puntualizzato Francesco Fordelli, portavoce della Shenzhen garment industry association, Sgia, che rappresenta le mille imprese che operano nell'area. Soprattutto a Shenzhen stanno prendendo corpo e forma i rapporti con l'Italia, nei quali è accaduto spesso che il buyer cinese abbia risalito la china fino a diventare proprietario o socio dell'heritage italiano perennemente alla ricerca di liquidità per supportare piani di sviluppo retail a livello internazionale. Shenzhen Marisfrolg Fashion, il brand lanciato nel 1993 dall'imprenditrice Zhu Chongyun, grande appassionata di moda e design oltre che amante dell'Italia, ha fatto da apripista a questa tendenza che fa leva su una strategia win win: la parte cinese forte della volontà di far fruttare il peso della creatività italiana, la parte italiana spesso nella necessità di risorse finanziarie fresche in una competizione sempre più globale e dove gli spazi retail nei grandi fashion mall sono sempre più cari. Lette in questa chiave le valutazioni dei brand italiani assumono aspetti apparentemente fuori mercato. Per esempio i 35 milioni di euro pagati nel 2014 da un'imprenditrice attenta come Zhu per acquisire Krizia sembravano una cifra spropositata, considerando che il conto economico della maison fondata

Testimonial/Francesco Fiordelli

UN SATELLITE NEL PIANETA CINA

A Francesco Fiordelli (foto), esperto di moda nel territorio cinese e ambasciatore di Sgia per l'Italia, *MFI* ha chiesto come mai Shenzhen stia diventando la capitale della moda cinese.

Domanda. Quali sono i suoi assi nella manica?
Risposta. A differenza di Pechino e Shanghai, Shenzhen è la capitale del fashion reale. Qui si produce il 77% del tessile cinese per un giro d'affari di 500 miliardi di euro, di cui oltre il 50% di export. Per entrare in Cina Shenzhen è il porto di riferimento.

D. Quali sono i progetti della fashion week?
R. Dall'edizione di ottobre verrà dedicato un giorno intero ai brand italiani di livello medio e medio-alto. La strategia rientra nel piano più ampio di dare visibilità ai brand cinesi e stranieri rivolti al mercato del ceto medio.

D. In che modo?
R. Molti ancora non capiscono la Cina e il suo potenziale, per farlo conoscere abbiamo creato Satellite, il più grande hub polifunzionale per la moda della Cina. È una città dentro la città dove le piccole e medie aziende o giovani designer potranno avere uno showroom o una sede operativa e molti servizi.

D. Per esempio?
R. L'hub diventerà però anche punto strategico per il retail, oggi in mano agli shopping mall e outlet ma in grande cambiamento. Si prevede che entro il prossimo anno almeno il 38% di queste strutture sarà chiuso o riconvertito, in favore di una distribuzione più coerente e più orientata sulla crescita del ceto medio. Verrà poi creato anche un centro dedicato al mondo dell'e-commerce con esperti che supportano gli operatori.

Testimonial/ Gianluca Brozzetti

QUANTO VALE L'HERITAGE

Da buon manager, con trentennale esperienza nella vendita di beni di lusso, Gucci, Bulgari, Ferragamo (ramo yacht), Cavalli, ha puntato tutto sul prezzo e l'ha vinta, stabilendo un record. Gansu Gangtai, un gruppo di Shanghai attivo nelle miniere d'oro e nell'immobiliare, ma anche nella distribuzione di gioielli d'oro di bassa qualità, ha pagato oltre 6 volte il fatturato, circa 40 milioni nel 2016, per l'85% di Buccellati, la più rinomata gioielleria milanese, con boutique in tutto il mondo da Mosca a New York, a Tokyo. Si è trattato di un multiplo tanto più sorprendente per un'azienda uscita da una ristrutturazione, con un conto economico appena tornato in nero. «Hanno pagato per l'heritage, quello che Buccellati ha rappresentato nel mondo della gioielleria alto di gamma», ha commentato Gianluca Brozzetti, ceo di Buccellati, che farà incassare agli azionisti, il fondo Clessidra e la famiglia fondatrice, 230 milioni di euro. Il closing dell'operazione sulla base dell'accordo firmato nel dicembre scorso è, infatti, in attesa del visto, previsto entro giugno, delle autorità valutarie, che hanno stretto i controlli sull'uscita di valuta. Brozzetti, che manterrà l'incarico con il nuovo azionista, ha già visitato a Pechino, assieme al ceo di Gangtai, la location del prossimo flagship store, accanto al quale i cinesi vogliono aprire della sale con i pezzi storici del marchio milanese, una specie del museo del gioiello. Dopo Pechino sarà la volta di Shanghai, Hong Kong e altre città, per un totale di dieci aperture programmate nella Greater China. «I cinesi hanno offerto di più di altri grandi brand internazionali del lusso perché hanno bene in mente le potenzialità del loro mercato interno grazie all'evoluzione sociale in corso», ha aggiunto Brozzetti. E, non ultimo, hanno apprezzato la presenza della famiglia che con Andrea Buccellati resterà direttore creativo e presidente onorario della maison milanese.

Gianluca Brozzetti e alcuni pezzi storici, la collana di rubini e i cocktail rings

da Mariuccia Mandelli era in perdita e il fatturato di poco superiore a 11 milioni di euro tra vendite e dirette e su licenza. Ma evidentemente Zhu aveva ben valutato le potenzialità, che, a distanza di un paio d'anni dall'acquisizione, stanno prendendo forma nel mercato domestico. «Lavoriamo su un ready to wear realizzato per il 95% in Italia, che ha come punto di riferimento il lusso accessibile e con un focus su maglieria e camiceria per la donna executive contemporanea e moderna, una tipologia molto importante in Cina», ha confidato a *MFI* Simona Clemenza, ex Kenzo e Karl Lagerfeld, a cui Zhu ha affidato la nuova gestione del brand insieme ad Antonio D'Anna, il creativo. Punto di forza del programma commerciale sono le sei nuove aperture in programma per quest'anno per sfruttare le sinergie di un gruppo, che in Mainland gestisce oltre 300 punti vendita e che quest'anno punta alla quotazione in borsa. «Ma stiamo lavorando anche sul rafforzamento del business in Occidente. A medio termine apriremo boutique monomarca in città europee chiave come Parigi e Londra», ha aggiunto Clemenza.

Un altro gruppo cinese del fashion che sta facendo leva sull'heritage italiano e sul gusto dei suoi stilisti è Redstone, un colosso nella distribuzione di womanwear, che un anno fa ha acquisito i marchi Raffaella e Gigliola Curiel, assieme all'archivio della maison (vedere intervista), un archetipo nell'alta moda. Yizheng Zhao, il fondatore di Redstone, non ha rivelato i dettagli finanziari dell'operazione, ma ha confermato lo schema di gioco: piano di rilancio del brand in Cina con l'apertura di un primo flagship e dello storico atelier in via Montenapoleone, a Milano, dove ha le sue vetrine anche Giada, l'altro marchio italiano della scuderia Redstone.

Marisfrolg con Krizia è l'avamposto di una nuova corrente di imprenditori-stilisti

E sulle stesse orme si è mosso nel segmento superlusso il gruppo Gansu Gangtai di Shanghai, attivo nel settore dell'oro e della gioielleria di basso livello che si è assicurato a un prezzo che ha fatto balzare sulla seggiola gli analisti, la maggioranza (85%) di Buccellati, il gioielliere milanese per antonomasia. La combinazione di business Cina-Italia ha toccato anche il segmento sportswear dove Trivision international, società specializzata in sportswear e ricerca di Tristate, gruppo cinese quotato a Hong Kong da circa 300 milioni di dollari di export annuo, si è assicurato il marchio di capispalla Cp company, ceduto dalla Fgf Industry di Enzo Fusco a fine 2015 fra i principali fornitori dei brand della moda che ha mantenuto buona parte dello stile e la produzione in Italia. Anche Dirk Bikkembergs, marchio dell'omonimo designer belga ma italiano di proprietà, nel 2015 ha cambiato passaporto diventando cinese. Zeis Excelsa ha raggiunto un accordo con Guangzhou Canudilo Fashion and Accessories, realtà da 200 milioni di euro di fatturato specializzata nel retail (recentemente ha messo gli occhi anche su Excelsior Milano, operazione poi sfumata) per la cessione, al prezzo di 40,7 milioni di euro, del 51% del capitale di Levitas, la società costituita nel 2006 per gestire design, promozione e licenze del brand e nel cui capitale era entrato pochi mesi prima la vicentina Sinv. Per Replay, l'apertura del capitale al distributore cinese è stato un passo inevitabile per farsi largo nel mercato. Il gruppo Belle International, quotato alla Borsa di Hong Kong, che ha acquisito il 29% della società di Asolo per 39 milioni di euro più altri 27 per l'acquisizione della consociata, è il maggiore distributore cinese di abbigliamento e scarpe sportive (Nike, Adidas, Puma, ma anche Bata), oltre che di una ventina di marchi propri e di terzi. «La jv con Belle International prevede l'apertura nei prossimi cinque anni di 150 monomarca partendo prima nelle città di primo livello poi in quelle di secondo», ha spiegato Matteo Sinigaglia, ceo di Fashion Box. Il piano è ambizioso, ma occorre tenere conto che Belle International gestisce oltre 20 mila punti vendita nella Greater China.

Testimonial/ Hu Xin Yu

SUL TESSUTO CONTA LA SIMMETRIA

Legare il fashion style alla manifattura tessile: ci ha puntato Reda, punto di riferimento del tessile biellese, che per i 15 anni di presenza in Cina ha affidato a Hu Xin Yu, giovanissima ma già affermata, una limited edition di tre rivisitazioni di abito maschile, sul tema Run away, con le sue lane.

Domanda. Come è iniziata la collaborazione?
Risposta. Sono venuti nel mio negozio e ci siamo subito trovati bene. A marzo dello scorso anno sono stata invitata a Biella nel loro stabilimento e sono rimasta folgorata dalla loro ricerca della perfezione dei dettagli.

Hu Xin Yu, diplomata al London college of fashion, ha un suo brand in Cina, Xinyuhu (sopra)

D. Sta crescendo in Cina l'interesse verso progetti che collegano manifattura italiana e stile cinese?
R. Sì, perché la crescita della moda cinese chiede materiali di prima qualità. Il mix tra creatività cinese e materie prime straniere diventerà a breve una vera e propria tendenza.

D. Quali differenze tra i designer cinesi ed europei?
R. I designer cinesi enfatizzano l'equilibrio e la simmetria, gli stilisti occidentali puntano a mettere in evidenza il corpo e la personalità, concentrandosi su forme, colori e linee. Ovviamente questo implica un vantaggio intrinseco dei designer cinesi nel mercato interno rispetto ai designer internazionali. Per la nostra cultura, ad esempio, lo zodiaco cinese, che viene spesso utilizzato dalle griffe occidentali, è molto più che un simbolo e proprio per questo il consumatore cinese ora vuole qualcosa d'altro. Con il crescente potere d'acquisto, la comprensione dei consumatori diventa più importante che mai.

D. Credi che le aziende italiane siano pronte per collaborazioni con stilisti cinesi?
R. L'Italia è avanzata dal punto di vista della tecnologia tessile, così come del design e dell'heritage nell'industria della moda. Per questo motivo credo che la domanda non sia se le aziende siano pronte per una cooperazione creativa o meno. Piuttosto occorre domandarsi se altri marchi italiani vogliono seguire l'esempio di Reda che ha aperto i suoi confini collaborando con una designer cinese, abbracciando l'estetica cinese come un'importante parte dell'industria della moda e prendere infine l'iniziativa di venire in Cina alla ricerca di opportunità. Credo profondamente che i ponti tra la moda italiana e cinese industria possano essere di maggiore portata nel futuro.

Testimonial/Gigliola Curiel

QUATTRO LINEE PER TORNARE GRANDI

A Gigliola Castellini Curiel, quarta generazione di una famiglia che nell'alta moda lavora da cent'anni, *MFI* ha chiesto com'è nata l'idea di vendere a un gruppo cinese.

Yizheng Zhao con Raffaella e Gigliola Curiel

Domanda. Che cosa vi ha convinto?
Risposta. Servivano capitali freschi perché lo scenario si sta trasformando radicalmente e la commercializzazione, con presentazione delle collezioni in eventi e appuntamenti privati, rischiava di diventare obsoleta e non adatta al prêt-à-porter che è il 50% del fatturato.

D. Come sono andate le trattative?
R. Sono durate un anno e mezzo, ma Zhao innamorato dell'Italia, avendo alle spalle un'altra operazione ben gestita, quella con il marchio Giada, era disponibile a chiudere.

D. Quali sono i progetti del marchio con il nuovo partner?
R. Nei primi tre anni, il rilancio di Curiel si focalizzerà sulla Cina con cinque aperture l'anno, per sviluppare bene questo mercato. Poi ci apriremo ad altri bacini.

D. Quali sono le novità in cantiere?
R. Il marchio si svilupperà attraverso quattro linee. L'alta moda è una di queste e sono convinta abbia grandi potenzialità in Cina perché lì c'è un pubblico che può permetterselo. Dopo aver presentato la collezione a Milano, la porteremo a Shanghai. Poi c'è il prêt-à-porter, appunto, e Curiellino, la cosiddetta terza linea, prodotta in Cina con stoffe italiane. Infine, svilupperemo anche una linea bambina.

Capital Shop

Il primo e-Club del lusso su misura

• Fashion • Living • Luxury • Entertainment •

capitalshop.it

Capolinea Italia sulla nuova Via della Seta

Con il traguardo dei 10 giorni di market time tra Cina ed Europa, il treno sta guadagnando traffico sui trasporti marittimi. Ma sul fronte mare le compagnie cinesi non stanno a guardare...

di Nicola Capuzzo e Francesco Bisozzi

Più treno e meno nave: la Bri, acronimo di Belt road iniziative, il nuovo brand della strategia intercontinentale cinese, ossia la nuova Via della Seta, sembra aver imboccato il percorso terrestre, rilanciando il binario a scapito del mare. Storicamente fra i due continenti la nave ha rappresentato il mezzo di trasporto più utilizzato ed economico per il trasporto delle merci, poco o nulla minacciato dalla crescita della via aerea per i prodotti di elevato valore. La concorrenza del treno potrebbe cambiare lo scenario della logistica e non solo da quando ha incominciato a farsi più aggressiva, da almeno un paio d'anni, quando i convogli in partenza da Suzhou o Congquing hanno assicurato un servizio regolare con Duisburg, nel Nord della Germania, e viceversa, «Molte aziende italiane stanno chiedendo ai loro spedizionieri di sperimentare l'alternativa del trasporto ferroviario fra Europa e Asia. Il treno non ambisce a fare concorrenza al trasporto marittimo ma semmai a quello aereo», ha spiegato a *MFI* Nicola Cavasin, direttore commerciale di Felb Italia, Far East Land Bridge, società controllata dalle ferrovie russe RZD che promuove il trasporto intercontinentale delle merci su ferro. Dall'inizio di marzo Felb ha organizzato un treno merci che parte regolarmente dalla stazione di Melzo (Milano), raggiunge Duisburg in 48 ore, e da qui, in 15 giorni, attraversa Europa e Asia per terminare a Suzhou. «Il nostro obiettivo per il 2017 è quello di raggiungere i 2 mila Feu (container da 40 piedi) trasportati da e per l'Italia, anche grazie al fatto che via Melzo i treni possono raggiungere Padova, Frosinone, Nola e Bari», ha specificato Cavasin, che punta soprattutto sul servizio alle aziende di fashion, automotive ed elettronica nel traffico verso la Cina, e all'opposto, mobili e altri prodotti a elevato valore del made in Italy.

Una nave portacontainer da 400 metri, Panama size, è in grado di caricare un numero di container che occuperebbero 30 chilometri se trasportati via terra

Testmonial/Alfredo Ingletti

E LA SERENISSIMA ATTACCA VIA MARE

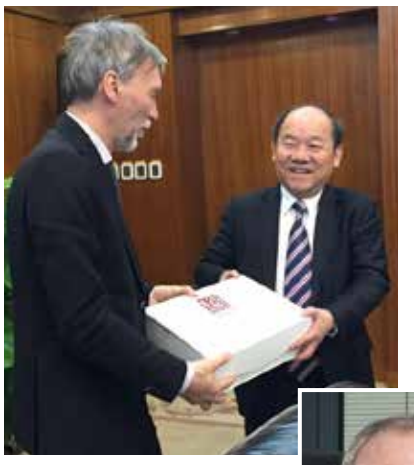
«Sarà il più grande terminal plurimodale offshore del mondo, l'unico in Italia in grado di accogliere le meganavi da 18 mila Teu attualmente in circolazione, grazie alla piattaforma che realizzeremo al largo di Malamocco», ha esordito il presidente di 3TiProgetti Alfredo Ingletti. L'obiettivo è diventare il terminale italiano della Nuova via della Seta marittima, grazie al peso nel consorzio italo-cinese 43C di China communication constructions company group (Cccg), quinto general contractor mondiale che ha realizzato otto dei dieci porti più grandi del mondo e gestisce oltre 60 miliardi di contratti in Europa. Il prossimo luglio è previsto il varo del progetto definitivo dopo che lo scorso gennaio 43C ha firmato il contratto con l'Autorità portuale di Venezia. «Conclusa la fase delle indagini di natura geologica e meteorologica e una volta ispezionato il fondale», ha spiegato il presidente della 3Tiprogetti, «stabiliremo l'altezza della diga da costruire per proteggere il porto dal movimento delle onde». Il progetto prevede la costruzione di una diga foranea, un terminal container e una banchina servizi in altura, a 8 miglia dalla costa, dove il fondale ha una profondità di 25-30 metri, per consentire alle grandi navi mercantili che pescano fino a 18 metri di poter attraccare.

Il progetto di diga foranea che ospiterà un terminal container e una banchina servizi in altura, a 8 miglia dalla costa di Venezia. Sopra, il progettista Alfredo Ingletti

La società d'ingegneria romana ha previsto la prefabbricazione a terra di cassoni di calcestruzzo e il loro successivo affondamento in mare al fine di formare la diga foranea che si svilupperà per circa 4 mila metri e avrà una superficie di circa 80 mila mq, il terminal container di circa 200 mila mq e la banchina servizi 127 mila mq. La diga foranea avrà il compito di proteggere dai movimenti marini il terminal container e la banchina di ormeggio e servizi. Le meganavi portacontainer arriveranno con il carico sulla piattaforma d'altura, da dove la merce verrà poi trasferita a terra a bordo di navette così da non dover scavare ulteriori canali all'interno della Laguna. Della 43 C fa parte anche E-Ambiente, una società di consulenza e progettazione ambientale con sede a Marghera, fondata nel 2003 da Gabriella Chiellino.

La conferma indiretta di questa tendenza arriva da una fonte insospettabile. «I Paesi dell'Europa centrale saranno raggiungibili sempre di più via terra», ha previsto Giampiero Massolo, presidente di Fincantieri e dell'Ispi. «L'aumento della connettività in Asia Centrale aumenterà la concorrenza tra Europa e Cina su questi mercati, i nuovi grandi emergenti del futuro», ha continuato sottolineando, tra l'altro, che i costi di trasporto tra Europa e Cina sono superiori alla media mondiale, di circa il 20%.

Il disegno strategico della Nuova via della Seta passa per il potenziamento del servizio ferroviario sulla linea Chengdu-Tilburg-Rotterdam che permetterà di convogliare una quota crescente di merci cinesi direttamente nel porto di Rotterdam, in tempi sempre più rapidi. L'orizzonte dei dieci giorni (erano 26 nel 2010) è ormai a portata di mano, grazie alle semplificazione nei controlli doganali, al miglioramento della rete e all'impiego di locomotive più potenti. DB Schenker, il braccio operativo della Deutsche Bahn, l'anno scorso ha movimentato oltre 40 mila container lungo questa direttrice e punta a raggiungere quota 100 mila entro il 2020, garantendo attualmente un transit time tra 12 e 16 giorni, quindi la metà di quello marittimo, pur dovendo attraversare Polonia, Bielorussia, Russia, Kazakhstan, Mongolia e Cina. Secondo Mario Zini, ceo di Dhl Global Forwarding Italia, il transit time del treno è addirittura un terzo della nave, e costa la metà di un transito aereo, dando ai binari un vantaggio strategico. «Uno spostamento verso il treno non può più essere rimandato», ha incalzato Zini, che ha messo l'accento su un aspetto ambientale tutt'altro che trascurabile. «La quantità di merci che si muovono quotidianamente da una parte all'altra del globo è in crescita costante e progressiva e il settore delle spedizioni, generando il 14% delle emissioni di anidride carbonica globali, ha un ruolo di primo piano nel combattere i cambiamenti climatici», ha spiegato il manager, la cui azienda ha più che raddoppiato nel 2016 l'utilizzo della ferrovia, trasportando circa 50 mila Teu (container da 20 piedi, ndr) contro i 21.770 di un anno prima. Dalla Cina la rete di distribuzione di Dhl si estende poi fino a coprire Sud Corea, Giappone, Taiwan e Vietnam.



Mario Zini, ceo di Dhl GF Italia, e (sinistra) Riccardo Fuochi di OmLog. In alto, il ministro Graziano Del Rio mentre consegna il piano porti italiano al suo omologo cinese, nell'ultima visita a Pechino in marzo

Più cauto sulle prospettive di business lungo nuova Via della Seta è Riccardo Fuochi, numero uno di OmLog che si occupa di logistica e trasporti soprattutto nel settore del fashion e dell'elettronica e vicepresidente dell'Associazione Italia-Hong Kong. «Le opportunità di business saranno generate quando partiranno i nuovi progetti industriali e infrastrutturali lungo la Nuova via della seta che oggi non sono ancora definiti nei dettagli», ha aggiunto Fuochi, uno dei maggiori esperti di spedizioni fra Cina e Italia. «Il nostro punto di forza è stata una piattaforma logistica a Hong Kong, che in passato ci ha permesso di essere l'unica società italiana ad avere una distribuzione strutturata in Asia», ha spiegato.

Sul fronte dei porti, però, non si sta a guardare l'ascesa del treno, che sarà sempre più intermodale ai trasporti via mare, quindi ai terminal marittimi, su cui si concentreranno gli investimenti per alimentare il progetto cinese. Per quanto riguarda l'Italia la situazione è in movimento, soprattutto nell'Alto Adriatico dove Venezia si è candidata a diventare il punto d'ingresso migliore per raggiungere l'Europa centrale e orientale, grazie al progetto di un nuovo porto offshore al largo della laguna (box in pagina), un'opera da 2 miliardi di euro, in concorrenza con il terminal container del Pireo. Quest'ultimo, passato l'anno scorso sotto il controllo della cinese Cosco che ne ha acquisito il 67% per 368,5 milioni di euro a cui si aggiungeranno 350 milioni di investimenti nei prossimi dieci anni, è diventato il principale terminal mediterraneo delle merci cinesi. E Cosco, la principale shipping company cinese controllata

continua a pagina 89

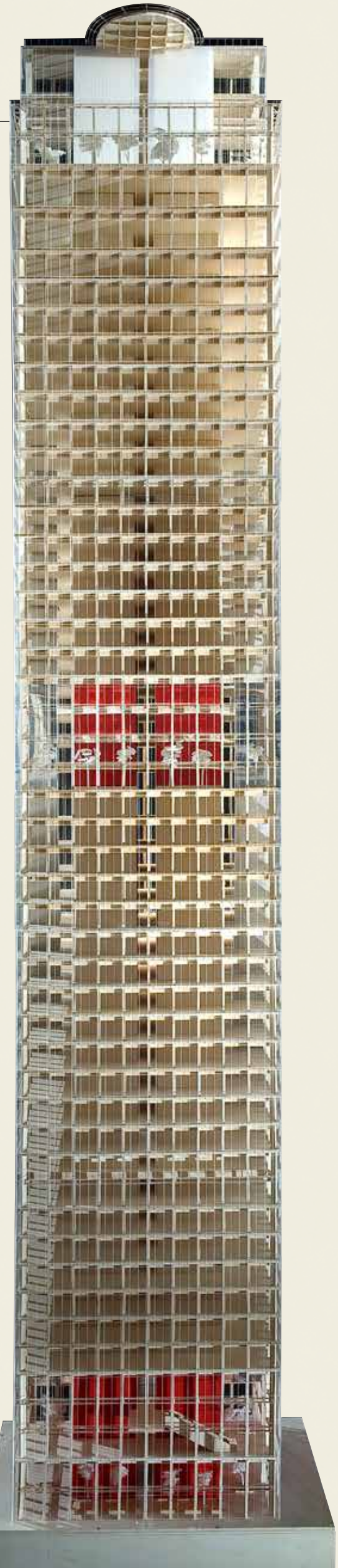
La scommessa delle città

Le nuove aree urbane assorbiranno centinaia di miliardi di dollari di investimenti per nuove costruzioni, trasporti e sconfiggere l'inquinamento

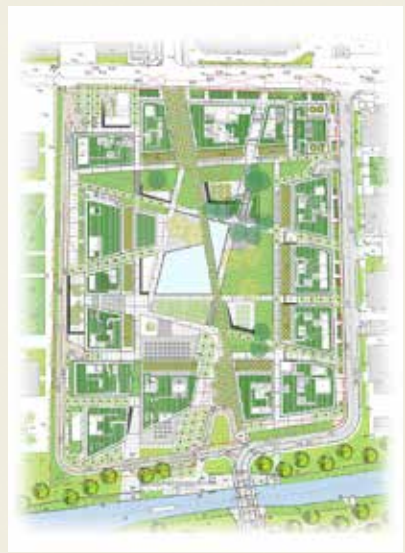
di Francesco Colamartino

La città, in tutte le sue sfaccettature, è la vera grande scommessa dei piani di sviluppo della Cina a fine decennio. Ed è su questo fronte, nei progetti di nuovi insediamenti e nella ristrutturazione di edifici e interi quartieri che gli italiani, da secoli impareggiabili architetti, urbanisti e costruttori, possono fare, e già fanno, la differenza. La lista degli ingaggi tricolori da parte delle pubbliche amministrazioni e dei privati si sta allungando di mese in mese, una grande occasione di lavoro per tutti, progettisti e aziende nella filiera delle costruzioni. «L'edilizia cinese si sta avvicinando ai canoni anglosassoni e la nuova middle-class è sempre più alla ricerca di qualità. È un'evoluzione che spalancherà le porte alle aziende italiane, anche medio-piccole», è la previsione fatta a *MFI* di Pietro Dottor, uno dei due fratelli fondatori dell'omonima azienda di Treviso, impegnata in un cantiere che sta realizzando un progetto di Renzo Piano. «La Cina ha un'enorme urgenza di riorganizzare gli spazi di lavoro, visto che è abituata a occuparli secondo una logica molto intensiva. Gli italiani devono puntare sullo sviluppo e la riqualificazione urbana», gli ha fatto eco Massimo Roj, ceo e fondatore dello studio di architettura, design e progettazione Progetto Cmr di Milano, che in Cina lavora dal 2002 (intervista a pag.77). Le storie dei progetti di Piano e Roj sono paradigmatiche. Il gruppo cinese Jnby dell'imprenditrice Li Lin ha voluto l'architetto genovese e Francesco Bonami, ex direttore della Biennale di Venezia, per realizzare il suo nuovo quartier generale, la Città della Moda, a Hangzhou, una città di oltre 6 milioni di abitanti, capi-

Massimiliano Fuksas e i suoi progetti in Cina: sopra, il centro culturale nel cuore di Pechino, il terminal del Bao'an Airport e la Guosen Securities Tower in costruzione a Shenzhen



DOSSIER NUOVI PROGETTI



A Hangzhou, capitale dello Zejhiang, Renzo Piano (a sinistra) sta realizzando un progetto immobiliare, qui accanto e sopra il cantiere, all'insegna del rispetto ambientale: molto verde, uso di energia geotermica, attenzione all'utilizzo e al riciclo di acqua, materiali di qualità.

Foto in alto: il progetto di Massimo Roj per la Xiantao Big Data Valley in costruzione a Chongqing

tale dello Zejhiang, una delle regioni più dinamiche. Il progetto, il primo di Renzo Piano in Cina, comprenderà un parco delle dimensioni di Place de Vosges a Parigi e un gruppo di 20 edifici che includerà anche un centro sfilate, un museo e un auditorium, ed è stato studiato con isolamento termico, giardini pensili e 700 pozzi geotermici per veicolare l'aria fredda. Il calcestruzzo per le rifiniture a vista delle facciate delle 16 torri da 40 metri ciascuna del complesso residenziale sta arrivando dall'Italia fornito da Dottor Group, che è entrata così per la prima volta in Cina, al seguito dell'archistar con cui aveva già lavorato negli Stati Uniti. Il valore del contratto per la Doctor, che nel 2015 ha fatturato circa 30 milioni di euro, supera 20 milioni di euro. «E a breve dovremmo siglarne altri per il restauro di edifici, che è la nostra specialità», ha anticipato Pietro Doctor, che prevede che altri contratti potranno essere assegnati ad aziende italiane nell'ambito dello stesso progetto, in consegna per il 2019. Progetto Cmr, dal canto suiiop, ha completato l'anno scorso per Xinxing Cathay International Group, un grande developer, il Jihua Park a Chongqing, un centro per attività sportive al chiuso, il più grande in Cina, su un'area di 622 mila metri quadrati che ospita il centro sportivo, un fashion village, un albergo di lusso, una spa e un centro congressi. A portare la firma dello studio sarà anche la China-Eu Future City, il nuovo polo urbano di 4 chilometri quadrati che sorgerà a Shenzhen. Il progetto, promosso dal gruppo di investimenti Huan De Group, sarà uno dei primissimi distretti a bassa emissione di anidride carbonica e punta a diventare il polo di incontro tra aziende europee e cinesi per sviluppare insieme progetti in ambito medico, scientifico, informatico e meccanico, nella cornice di un grande parco urbano. Per Shenzhen Roj e i suoi ingegneri stanno mettendo a punto dei sistemi per il recupero dell'acqua piovana e dell'energia geotermica e hanno previsto pannelli fotovoltaici sugli edifici per catturare l'energia solare.

«L'edilizia cinese si sta avvicinando ai canoni anglosassoni e la nuova middle-class del Paese è sempre più alla ricerca di qualità. È un'evoluzione che spalancherà le porte alle aziende italiane, anche medio-piccole»

Sul fronte della cultura sta, invece, lavorando Massimiliano Fuksas, che ha vinto l'incarico per progettare un centro culturale di 20 mila metri quadrati nel cuore di Pechino. Si tratta di una conferma per lo studio romano che in Cina ha realizzato il terminal avveniristico del Bao'an International Airport di Shenzhen, uno dei più grandi del Paese, e ha progettato la Guosen Securities Tower, un grattacielo di 300 metri in corso di realizzazione nella stessa città.

Le direttrici di sviluppo

E' la sfida complessiva dei piani di urbanizzazione posti dal governo nel piano quinquennale al 2020 che fa da scenario e catalizzatore per professionisti e costruttori non solo italiani. Kpmg, uno degli advisor strategici più presenti in Cina, ha focalizzato in un recente studio particolareggiato le trasformazioni in corso e le opportunità di lavoro che si stanno aprendo in questo settore dell'economia, uno dei più importanti per l'effetto traino sull'intera filiera produttiva. Dal punto di vista territoriale, i nuovi agglomerati urbani della Cina di fine decennio si svilupperanno lungo direttrici orizzontali, il Land Bridge Corridor e Yangtze River Corridor, e verticali (Coastal, Harbin-Pechino-Guangzhou e Baotou-Kunming). L'obiettivo è di aumentare la competitività economica e l'attrattività della penisola dello Shandong e del-

la costa occidentale dello stretto di Taiwan, realizzando dei cluster urbani nelle aree Pechino-Tianjin-Hebei nel Nord del paese, e nelle zone economiche dei fiumi Yangtze e del delta del Pan-Pearl, a sud. Altri agglomerati sono, tuttavia, previsti un po' in tutto il paese: nelle pianure centrali, nel medio fiume Yangtze, nella regione Chengdu-Chongqing, nella pianura del Guanzhong, intorno al Golfo del Tonchino, nello Shanxi centrale, nelle aree di Hohhot-Baotou-Ordos-Yulin, nello Yunnan e Guizhou centrali, tra il Lanzhou e lo Xining, lungo il Fiume Giallo nel Ningxia, a ridosso delle montagne del Tian Shan settentrionale e intorno a Lhasa e Kashgar.
Una delle priorità urbanistiche sottolineata nei progetti del governo è la difesa delle città esistenti di piccole e medie dimensioni, che hanno un patrimonio naturale e culturale da conservare e valorizzare da collegare al resto del Paese con un sistema di trasporti conveniente ed efficiente. Il piano pone anche l'accento sul concetto di smart city per le nuove città, quindi di progetti che presenteranno una pletora di opportunità per chi è attivo sulle tecnologie dell'informatica, nell'internet delle cose e nella gestione dei big data. A conferma del fatto che le cose si stanno muovendo rapidamente in questa direzione, Progetto Cmr ha vinto una gara, a Chongqing, per realizzare la Xiantao Big Data Valley, un'area di 250 mila metri che sarà attrezzata con appartamenti soho (small office, home office), spazi commerciali, scuole, un albergo di lusso e un complesso di uffici costituito da tre torri, ognuna delle quali rappresenterà una base del data processing.

«Lo sviluppo urbano, la progettazione di nuovi edifici e la riqualificazione saranno i settori più interessanti perché la Cina ha l'urgenza di riorganizzare gli spazi di lavoro»

Nei prossimi cinque anni il governo cinese investirà 68 miliardi nello sviluppo delle smart city e vuole attirare investitori privati, attraverso emissione di bond e operazioni in equity.
Due degli aspetti che faranno da perno alla nuova urbanizzazione saranno la difesa dell'ambiente e i collegamenti, reti di comunicazione e trasporti. Sul fronte ambientale l'attenzione è rivolta, in particolare, alla difesa delle risorse idriche quelle più dissipate e inquinate negli anni del grande sviluppo economico. Le aree urbane dovranno essere progettate per tenere sotto controllo le esondazioni dei fiumi, che in passato hanno causato enormi danni e innumerevoli vittime, e dotate di sistemi fognari e di trattamento delle acque e bacini idrici auto-pulenti, in sostanza delle città spugna. L'obiettivo al 2020 è far sì che un quinto delle aree urbane di ben 658 centri possa avere una capacità di assorbimento e riutilizzo delle

Testimonial/ Roberto Macrì

HONG KONG, ULTIMA SPIAGGIA

Roberto Macrì e i cantieri della Cmc Ravenna per i lavori sul fiume Shanxi

«Il nostro futuro in Cina? Lo vediamo solo ad Hong Kong». Anche Roberto Macrì, direttore generale di Cmc Ravenna, l'unico general contractor italiano ad aver scelto di rimanere in Cina, ha abbandonato Mainland, concentrando l'attività sul territorio dell' ex colonia inglese. Mainland è, infatti, off limits per i grandi main contractors internazionali da quando all'inizio degli anni Duemila il governo di Pechino ha deciso di applicare un sistema di pre-requisiti di carattere quantitativo per i partecipanti alle gare di appalto pubbliche che, di fatto, ha escluso dal mercato delle costruzioni tutte le aziende estere. Negli anni 80 i general contractor esteri avevano preso d'assalto il mercato cinese arrivando da ogni angolo del mondo. Poi quando la Cina ha aderito al Wto, nel 2001, l'Organizzazione mondiale del commercio ha incominciato a fare pressioni su Pechino affinché aprisse ulteriormente il suo mercato, provocando la reazione dei cinesi.
A tal punto che oggi è sempre più difficile, per gli stranieri, competere con i giganti cinesi delle infrastrutture. Il gruppo di costruzioni ravennate è riuscito a mantenersi a galla nel mercato cinese siglando partnership con i gruppi cinesi, «ma solo per quei particolari aspetti del progetto che, secondo la normativa, richiedono la competenza di un'azienda estera per il bene superiore del Paese». Attualmente la cooperativa romagnola sta eseguendo i lavori per il trasferimento delle acque del fiume Shanxi e ha completato altri otto progetti idraulici per un valore complessivo di oltre 600 milioni di euro. Ciononostante Cmc non è mai riuscita a ottenere una licenza come impresa di costruzioni in Cina, si è limitata a un unico tipo di lavori, lo scavo di tunnel idraulici, e sta pensando di allontanarsi piano piano da quel mercato, mantenendo però un piede a Hong Kong.

Domanda. Come mai avete deciso per Hong Kong?
Risposta. A differenza del resto della Cina, Hong Kong è rimasta un'economia di mercato, con degli standard occidentali che poco vanno d'accordo con il modus operandi tipico delle imprese cinesi altrove.
È un mercato qualitativamente selettivo e che facilita le imprese con caratteristiche occidentali, tanto che i leader, nel mercato di Hong Kong, sono la anglo-indiana Gammon, la francese Vinci e l'australiana Layton. Colossi che spesso si consorziano tra loro per partecipare alle gare.

D. A quali progetti puntate?
R. I progetti infrastrutturali di Hong Kong hanno un valore tra 50 e 300 milioni di euro che non attirano più di tanto l'interesse dei general contractor cinesi. La chiave d'accesso al mercato di Hong Kong sta nel riuscire a convincere un'impresa locale a siglare una partnership. Un traguardo non facile da raggiungere.

D. Come ci siete riusciti?
R. Inizialmente abbiamo ereditato l'attività dell'azienda italiana Seli, poi finita in procedura di concordato, che da tanti anni aveva una partnership con un'impresa locale, Chun Wo. Poi siamo subentrati alle attività commerciali di Seli a Hong Kong. E, come moneta di scambio, portiamo il partner locale con noi nelle Filippine e a Singapore per partecipare assieme alle gare in questi Paesi.

D. A quali gare state partecipando?
R. Due gare che riguardano tunnel per metropolitane e strade. Di recente abbiamo presentato un'offerta per una gara da 60 milioni. Si tratta di un pozzo tramite il quale verranno calate le macchine per realizzare un lavoro da 1 miliardo. E, quando ci sarà la gara per fare i tunnel principali previsti da questo progetto, noi parteciperemo.

Testimonial/ Massimo Roj

IL BLOCCO È NEI DISEGNI ESECUTIVI

«Ho messo piede per la prima volta in Cina nel 2002, su invito della Regione Lombardia, alla cui nuova sede stavamo lavorando. Ci andai soprattutto per coltivare quella relazione, ma là ho conosciuto l'assessore all'Urbanistica di Tianjin che, non molto tempo dopo, mi chiese di partecipare ai concorsi per la riorganizzazione urbana della città». Massimo Roj, ad e fondatore dello studio di architettura, design e progettazione Progetto Cmr, ha incominciato così un'avventura che ha portato l'azienda tra i 10 studi di architettura più influenti in Cina, dove ha realizzato 2 milioni di metri quadrati di opere.

Domanda. Come è stato l'impatto?
Risposta. All'epoca il pil cinese correva a doppia cifra e le opportunità erano notevoli, sia sotto il profilo valoriale sia sotto quello dimensionale. Per andare incontro alle loro richieste, abbiamo dovuto investire molto, perché i nostri costi erano notevolmente più alti di quelli cinesi. Ci sono voluti tre anni per far carburare la struttura. Oggi la situazione si è invertita. Costano più i professionisti in Cina che in Italia.

D. Quali sono stati e saranno i settori più interessanti?
R. Lo sviluppo urbano, la progettazione di nuovi edifici e la riqualificazione, un tema importante, in cui gli italiani sono leader mondiali e la Cina ha l'urgenza di riorganizzare gli spazi di lavoro, visto che ha una logica di occupazione degli spazi molto intensiva. Continuiamo a credere che sia un Paese su cui investire, anche se la competizione è molto più serrata, soprattutto da parte dei locali.

D. Quali sono le maggiori difficoltà?
R. Il confronto con le strutture pseudo-governative, gli istituti di disegno, con migliaia di professionisti, che sviluppano la fase del cosiddetto retail design, e sono poi abilitati alla firma. Infatti, per legge, gli stranieri possono sviluppare solo concept e progetti di massima. Per questo è difficile monitorare la qualità dell'esecuzione in fase di cantierizzazione, gli stessi concetti di qualità ed eco-sostenibilità sono quasi del tutto sconosciuti ai cinesi che vogliono realizzare le opere in fretta e al costo più basso.

D. Perché non create un vostro istituto di disegno?
R. Ci vogliono investimenti ingenti, per ottenere le licenze e poter firmare i progetti bisogna avere almeno dieci architetti cinesi abilitati e un investimento in capitale tra 1 e 10 milioni di dollari. Che io sappia, non ci sono strutture internazionali che abbiano ottenuto questa abilitazione.

D. Che possibilità di lavoro ci sono per aziende di materiali innovativi?
R. Di imprese italiane di questo tipo, per ora, non ce ne sono, perché non possono competere. L'unico spiraglio di mercato potrebbe esserci sulle finiture.

Massimo Roj e uno dei suoi progetti, il Duao Art Museum a Ningbo, nello Zehjiang, 7,5 milioni di abitanti

acque piovane del 70%, un traguardo per cui sono previsti investimenti per 274 miliardi.

Le opportunità nei corridoi

Nel piano di investimenti pubblici, un'enfasi particolare viene data ai collegamenti tra le città composte dai nuovi agglomerati. Entro il 2020 saranno posati 3 mila nuovi chilometri di linee ferroviarie urbane e aperti collegamenti aerei, autostradali e sulle vie d'acqua. I corridoi di comunicazione tra le diverse aree di sviluppo saranno attrezzati con pipeline, infrastrutture sotterranee e reti di cavi. Le aziende del settore che hanno già una struttura operativa in loco, oltre che una tecnologia d'avanguardia, sono già impegnate su questo fronte. La Tesmec, leader nella posa di cavi elettrici, presente in Cina dal 2008 con una propria filiale, sta lavorando attivamente con State Grid of China Corporation e China Railway Corporation. Fornisce macchinari e servizi per i tratti ferroviari ad alta velocità delle linee Zhengzhou-Xuzhou, Lanzhou-Chongqing, Chongqing-Wanzhou e Changsha-Kunming. E parteciperà alla costruzione di nuove linee elettriche ad altissimo voltaggio, tra cui quella da 2.680 chilometri che collegherà la Mongolia interna al Sud di Tianjin. Sul fronte delle reti è impegnata Prysmian, l'ex Pirelli Cavi diventata leader mondiale nel settore sotto la guida di Valerio Battista, 7,5 miliardi di fatturato di cui 500 milioni in Cina. Battista guarda con molta attenzione alle nuove opportunità in Cina, grazie ai successi nel completamento di grandi commesse, tra cui l'installazione del cavo elettrico nella metropolitana di Suzhou e nella rete cittadina di Shanghai, di sistemi sottomarini tra la provincia del Guangdong e l'isola di Hainan e le applicazioni per tlc nei centri dati di Alibaba. Prysmian dispone in CXina di ben cinque impianti produttivi, a Suzhou, Wuxi, Yixing, Nantong, Tianjin, del centro ricerche

Parcheggi subway

Trevipark, controllata del gruppo Trevi, leader mondiale nel settore fondazioni speciali e Oil&gas, 1 miliardo di fatturato (2016) e presieduto da Cesare Trevisani (**foto**), è riuscita ad aprirsi una nicchia di mercato molto particolare in Cina, quella dei parcheggi automatizzati, già in funzione in alcune città italiane. Marco Brinati, general manager della società, ha già siglato due contratti per la vendita della tecnologia brevettata, un parcheggio automatizzato sotterraneo, a cui l'utente non accede direttamente. Si limita a programmare la consegna dell'auto e il ritiro attraverso una tessera magnetica. L'auto si lascia in superficie, poi la piattaforma viene attivata inserendo la tessera e l'auto viene fatta scendere nel parcheggio sotterraneo, da cui ritornerà in superficie, sempre automaticamente.

Inserendo una tessera si attiva il sistema automatico di consegna e ritiro dell'auto del sistema Trevipark che ora viene venduto anche in Cina

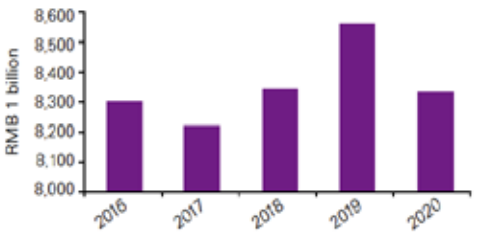
di Suzhou e uffici commerciali a Pechino, Shanghai e Hong Kong. Il business è enorme: i corridoi pianificati dal governo cinese richiederanno per ogni chilometro, secondo le stime di Kpmg, un investimento di circa16 milioni, per un totale di 686 miliardi entro il 2020.

Altra priorità del piano smart city è l'attenzione al trasporto urbano, con la costruzione di nuove strade, la messa in sicurezza di quelle esistenti, i servizi per ciclisti, pedoni e portatori di handicap, la creazione di reti per la ricarica delle auto elettriche e i parcheggi per auto. «È scoppiata la domanda di parcheggi, perché nonostante nelle città siano grandi gli spazi disponibili sono pochi in relazione alla densità degli abitanti. I palazzi non hanno quasi mai dei parcheggi riservati ai condomini», ha spiegato a MFI Marco Brinati, general manager della società Parcheggi del gruppo di costruzioni Trevi, che è riuscita ad aprirsi una nicchia di mercato molto particolare, quella dei parcheggi automatizzati. Brinati ha già siglato due contratti per la vendita della tecnologia proprietaria Trevipark che sarà sviluppata in partnership pubblico-privata, con uso sia residenziale sia pubblico. I due contratti saranno i primi di una lunga serie, si augurano alla Trevi, contando sul fatto che per risolvere l'emergenza abitativa il governo ha messo in conto la riqualificazione di 20 milioni di case entro il 2020, tra quelle cittadine e quelle di campagna.

Un'ora in treno

Il programma per dare impulso alla nascita di nuovi agglomerati urbani ha come primo test importante l'area di Pechino e della parte più centrale delle regioni settentrionali della Cina. In questo territorio le maggiori opportunità di lavoro saranno rappresentate dalla realizzazione di linee metropolitane e di collegamenti ferroviari, stradali e autostradali tra le città. L'obiettivo è di creare entro il 2020 una zona denominata «un'ora in treno», che avrà un raggio di 50-70 chilometri intorno a Pechino, Tianjin e Hebei. Lo sguardo è rivolto anche ai Giochi olimpici invernali del 2022, un'occasione per Pechino per accrescere la sua influenza come hub aeroportuale, mentre le altre due città si preparano a lanciare, insieme, un cluster industriale. «Stanno già per partire in Cina le gare per gli impianti sportivi delle Olimpiadi invernali», ha avvertito Amedeo Scarpa, direttore dell'Ice in Cina, «e la filiera delle aziende italiane che hanno creato la Torino dei Giochi olimpici è portatrice di un know how unico. La Cina non potrà fare a meno di coinvolgerla». Saranno necessari ben 5.490 miliardi di euro per fare dell'area di Pechino-Tianjin-Hebei un sistema davvero integrato dal punto di vista dei trasporti. Un secondo focus strategico è la Zona Economica del fiume Yangtze, visto che il potenziale di navigazione lungo il fiume non è stato ancora sfruttato, mentre le ferrovie e le autostrade che collegano la Cina occidentale e quella orientale mostrano carenze in termini di capacità dei network di trasporti, dei collegamenti tra città e quelli intermodali. Di conseguenza saranno soprattutto i lavori legati alle vie d'acqua quelli più interessati dalla strategia per lo sviluppo della zona. Secondo le stime degli analisti di Kpmg, entro il 2020 dovranno essere investiti 6.182 miliardi nell'area, per realizzare 9 mila chilometri di linee ferroviarie ad alta velocità e 3.900 chilometri di linee metropolitane, che si tradurranno in 480 nuovi treni elettrici e 2.500 nuovi treni metropolitani. Il terzo focus è nelle regioni meridionali per lo sviluppo della zona economica del delta del Fiume delle Perle, in vista dell'impulso che il governo vuole dare ai centri di innovazione industriale e hi-tech di Shenzhen. Anche qui le infrastrutture legate ai trasporti saranno il cuore della strategia, soprattutto quelle a basso impatto ambientale e le con-

GLI INVESTIMENTI A PECHINO-TIANJIN-HEBEI



Gli investimenti sono stati calcolati dagli analisti di KPMG sommando i progetti chiave previsti dal 13° piano quinquennale nella mega area che comprende Pechino,Tianjin e Hebei, anche in vista dei Giochi olimpici invernali del 2022 a Pechino

Testimonial/Andrea Scialpi

PUNTARE ALL' ACQUA, PER ENTRARE NEL MERCATO

«Se le aziende di costruzioni italiane vogliono cercare opportunità nel mercato delle infrastrutture cinese, devono guardare soprattutto al settore del trattamento delle acque». Andrea Scialpi, partner di Ernst&Young che si occupa di infrastrutture, ha delle idee precise sul tema.

Domanda. Perché?

Risposta. Le possibilità per gli italiani vanno cercate dove ai cinesi manca il know how, e sul fronte del trattamento delle acque, dei sistemi fognari e dei depuratori, gli italiani sono all'avanguardia. Poi può esserci un mercato interessante anche per le aziende italiane che fanno prodotti e materiali speciali per le costruzioni.

Andrea Scialpi, Ernst & Young

D. Come mai i grandi main contractor italiani non sono presenti in quello che oggi è il maggior mercato del mondo per le infrastrutture?

R. I general contractor cinesi sono attrezzati per realizzare le grandi opere in proprio e fino ad oggi i gruppi italiani non hanno avuto grandi occasioni di andare a lavorare in Cina.

D. E in futuro?

R. In prospettiva ci sono opportunità per chi riuscirà a lavorare sui costi del progetto garantendo un contenimento significativo. Ma la concorrenza si farà anche su particolari tecnologie che per ora mancano alla Cina, come i sistemi di sicurezza ferroviari.

D. Quali sono le infrastrutture sulle quali il governo cinese punta oggi di più?

R. La power generation e le strade. Quasi il 28% degli investimenti totali è nelle utility, un altro 25% nelle strade e un altro 20% circa nelle ferrovie. Anche gli aeroporti avranno un'importanza non secondaria, visto che entro il 2020 ne saranno realizzati altri 500 e solo lo scorso anno la Cina ha speso 15 miliardi in infrastrutture legate all'aviazione.

D. Sono programmi sostenibili?

R. Oggi il governo di Pechino spende il 25% del pil in infrastrutture, più di quanto investono Nord America ed Europa occidentale messi insieme ed è uno dei Paesi che hanno incrementato di più la spesa in infrastrutture in rapporto al pil negli ultimi dieci anni. Gli investimenti in costruzioni valgono circa il 10% di quelli mondiali. Ma l'impatto sul debito pubblico è stato enorme. E molti investimenti non hanno dato i ritorni sperati.

D. Quindi?

R. Il debito e arrivato a un punto tale che il governo cinese sta pensando già da un po' ad attirare capitali privati, soprattutto esteri, con una particolare forma di partnership pubblico-privata.

D. Di cosa si tratta?

R. È un modello innovativo nella forma della concessione. Il punto è che si tratta di un processo lungo, dal momento che soprattutto le amministrazioni locali non sanno bene come funziona questa tipologia di partenariato. Ad oggi il governo ha individuato 2mila progetti da realizzare in PPP e ci si aspetta che la macchina inizi a carburare.

EASTERNATIONAL
CONNECTING

La connessione giusta sulla Via della Seta

Un comitato scientifico di prim'ordine, l'obiettivo chiaro di aiutare il business delle aziende italiane sulla Belt and Road Initiative: nasce così Easternational Connecting. Ne parla qui il suo promotore

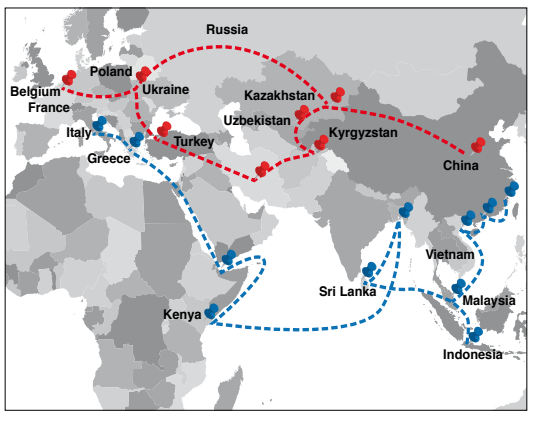
Domanda: Perché nasce Easternational e quali sono le finalità?

Risposta: L'iniziativa si propone di studiare il fenomeno di integrazione economica euroasiatica e le sue implicazioni per i paesi europei ed in particolare l'Italia. Nasce soprattutto in risposta alle sollecitazioni provenienti dal progetto Belt and Road Initiative (BRI) cinese, con l'obiettivo di analizzare rischi e opportunità sia di carattere economico che politico derivanti da questo progetto. Con un' attenzione particolare alle opportunità per le aziende italiane.

D. Qual è il focus territoriale della vostra iniziativa?
R. Data l'ampiezza del progetto Belt and Road, per il momento il focus sarà limitato alle regioni che potrebbero avviarsi verso un'integrazione economica maggiore e quindi Cina, Russia e Asia Centrale, Europa orientale e Balcani. Il team di Easternational ritiene infatti inevitabile questo processo di integrazione, simboleggiato soprattutto dai collegamenti ferroviari via terra, oltre che via mare.

D. Ma quali saranno, in particolare, i progetti che potranno interessare alle aziende italiane?
R. Solo la Belt and Road Initiative prevede investimenti stimati intorno ai 5 trilioni di dollari, soprattutto nelle infrastrutture, ma anche in progetti di sviluppo industriale nelle aree interessate. Quindi riteniamo che nostra le relazioni commerciali e gli investimenti reciproci continueranno a costituire un volano di crescita per i paesi interessati. In particolare per l'Italia sarà necessario dotarsi di strumenti per assicurare che le aziende italiane possano trarre beneficio dai vari progetti e investimenti previsti sia dalla BRI che da altre iniziative per esempio l'Unione Economica Euroasiatica promossa dalla Russia.

Marco Marazzi, promotore e presidente di Easternational Connecting, è avvocato presso Baker&McKenzie. Sotto le Nuove vie della seta, terrestre e marittima, che collegano Cina ed Europa



D. E quali opportunità potrebbero aprirsi sul mercato cinese e asiatico più in generale?
R. Nella Cina occidentale, che tradizionalmente ha attratto molti meno investimenti rispetto alle province costiere, ci sono opportunità nelle infrastrutture, servizi professionali, energia e risorse minerarie, produzioni tecnologicamente avanzate, healthcare in generale e turismo. Considerando anche le ex repubbliche sovietiche in Asia Centrale, esistono possibilità di investire direttamente o di lavorare in partnership con aziende cinesi in vari progetti sia infrastrutturali che nell'agricoltura.

D. Ma quali sono i progetti che possono essere considerati parte della BRI e quindi finanziati in questo ambito?
R. Nonostante si parli di BRI da almeno 3 anni, non è ancora chiaro quali progetti possono essere finanziati da parte del Silk Road Fund creato dal governo cinese e in che modo aziende italiane possano partecipare a tali progetti. Easternational vuole chiarire questi aspetti attraverso un network di esperti nei vari paesi interessati. È un progetto ambizioso, che non potrà che essere costruito pezzo dopo pezzo ma che parte già da un team molto affiatato, coadiuvato da un comitato scientifico di prim'ordine.

D. Su quali temi vi concentrerete?
R. I grandi temi saranno quattro:
› **Infrastrutture,** quindi opportunità e progetti lungo le Nuove Vie della Seta e strumenti per sostenere le aziende italiane che intendono accedere ad appalti pubblici o privati per le grandi opere infrastrutturali;
› **Investimenti diretti,** quindi analisi delle opportunità nei paesi interessati dalla BRI;
› **Commercio,** quindi principi e linee guida da seguire nel negoziare accordi commerciali o d'investimenti con i paesi coinvolti;
› **Aspetti geopolitici** delle nuove vie di comunicazione e i nuovi equilibri.

D. Easternational sarà quindi una specie di superconsulente?
R. Sebbene sia sostenuta soprattutto da aziende ed imprenditori, Easternational non intende affatto sostituirsi a chi fa consulenza professionale in questi settori, né tantomeno fare intermediazione. Vuole invece collegare esperti e decision-makers da tutte le aree interessate, valutare, analizzare. Ed informare.

Easternational Connecting - Via Privata Maria Teresa, 8 - 20121 Milano - tel: +39 02 49537604, www.easternational.it

I dati e le informazioni sono fornite dall'azienda, che ne garantisce la veridicità

nessioni intermodali, senza, tuttavia, trascurare le vie d'acqua, porti, aeroporti e strade. L'obiettivo è rendere operativi 30 mila chilometri di nuove superstrade in tre anni con un investimento di 200 miliardi.

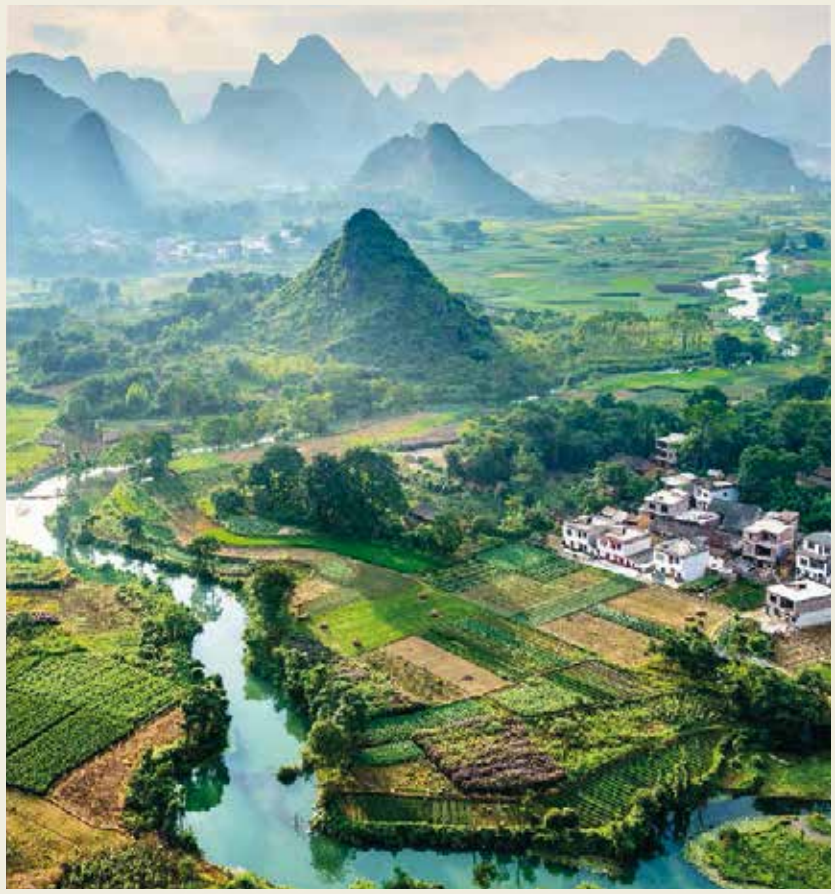
Sos ambiente

La sfida ambientale, al pari di quella dell'urbanizzazione, è la direttrice dei grandi investimenti in corso. L'urgenza è dettata dai dati che si registrano attualmente nonostante gli ingenti investimenti profusi per abbattere le varie fonti di inquinamento passati da 15 miliardi del 2001 a 131,5 miliardi nel 2015, con un tasso di crescita annua del 15%. Ciononostante solo otto delle 74 maggiori città cinesi soddisfaceva nel 2014 gli standard qualitativi richiesti e il 10% della superficie delle acque del Paese è sotto gli standard qualitativi Grade V, mentre la quota che soddisfa il Grade I e II è calata ancora del 5,7% tra 2015 e 2016. Tra i progetti che rientrano nel programma ambientale l'assoluta priorità è accordata alla messa in sicurezza di 378 fiumi, laghi e sorgenti nei quali la qualità dell'acqua è sotto il livello della Categoria III. L'inquinamento del suolo sarà affrontato con il recupero di 6.667 chilometri quadrati di terreni coltivati contaminati. I rifiuti a bassa e media radioattività saranno sigillati in cinque siti di smaltimento insieme a un laboratorio sotterraneo per le scorie altamente radioattive. E, infine, c'è il problema del consumo del suolo, con 270 mila chilometri quadrati da mettere subito in sicurezza, superfici che verranno cercate soprattutto nelle regioni del Quinghai-Tibet Plateu e del Loess Plateau.

Le cifre che saranno messe in campo su questo su questo fronte sono pari all'urgenza del problema. Entro il 2020 dovrebbero essere spesi dallo Stato 329 miliardi di euro all'anno in interventi di carattere ambientale, con una crescita annua del 20%, ribaltando le priorità. Gli investimenti sull'acqua dovrebbero assorbire ben 686,6 miliardi (+5% anno su anno), mentre per combattere l'inquinamento dell'aria si investiranno 252,6 miliardi (+15% all'anno), e altri 252,6 miliardi per depurare il suolo, con un 15-20% in più ogni anno. Finora la gran parte dei fondi pubblici, 75,4%, era stata impiegata per la depurazione dell'aria, e solo il 14,7% per l'acqua. La regione Pechino-Tianjin-Hebei e la zona economica del fiume Yangtze saranno le due aree più interessate da questo piano.

Questo colossale piano di investimenti sarà in parte finanziato dall'emissione di green bond, in modo da coinvolgere investitori istituzionali domestici e privati e, possibilmente, anche capitali esteri. Nelle previsioni della banca centrale ne dovrebbero essere emessi per una cifra corrispondente a circa 700 miliardi di euro entro il 2020, di cui 53 miliardi sono già arrivati sul mercato l'anno scorso.

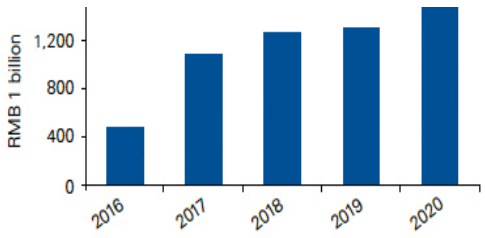
Oltre a nuovi strumenti finanziari, come il green bond, il governo ha deciso di puntare molto sul coinvolgimento di capitali privati nel settore delle grandi opere attivando società miste a partecipazione pubblico-privata. Sono già stati individuati 2 mila progetti da realizzare con questa modalità per un valore totale di 1.500 miliardi di euro. Ma l'orizzonte è ben più vasto e punta a oltre quota 9.200. A fare da spinta, per la parte pubblica, sarà il fondo da 25 miliardi di euro creato dal ministero delle Finanze a cui si accompagneranno agevolazioni fiscali ancora allo studio e l'introduzione di municipal bond. Ma resta da capire quali saranno i privati coinvolti, dal momento che finora in Cina la realizzazione delle grandi opere è stata riservata ai general contractor nazionali, tutti controllati dallo Stato.



ANCHE SULLE CAMPAGNE PIOVERANNO MILIARDI

Negli ultimi anni almeno 30 miliardi di dollari di capitali esteri sono stati investiti nel rinnovamento della Cina agricola e dei 570 mila villaggi dove vive ancora il xx% degli 1,3 miliardi di cinesi. Sono stati investimenti affluiti attraverso partnership pubblico-private, che hanno rappresentato un primo banco di prova importante per un sistema che la Cina vuole allargare a tutto il sistema delle infrastrutture nazionali. La ristrutturazione delle campagne è uno dei temi centrali d'investimento al 2020. Entro la fine del decennio, infatti, Pechino ha programmato di ridurre in maniera consistente il gap che ancora separa le città dal mondo rurale, penalizzato negli anni del grande sviluppo. Attualmente il 40% dei villaggi di campagna non ha un sistema idrico centralizzato, la maggior parte delle strade interne non è asfaltata, solo il 35% dei villaggi ha servizi di smaltimento delle acque e solo il 9% ha sistemi fognari adeguati. Nella campagna cinese c'è davvero bisogno di tutto: strade, edifici sicuri, acqua potabile, illuminazione, reti elettriche, sistemi sanitari, di trattamento delle acque e di prevenzione degli incendi, vie d'acque e metanizzazione, banda larga. Il governo ha messo in conto la realizzazione entro il 2020 di 20 mila chilometri di strade rurali e 152 mila chilometri di strade asfaltate nei villaggi di campagna. Ciò significa che ogni villaggio avrà bisogno di un investimento di 270 mila euro all'anno, hanno calcolato gli analisti.

EMISSIONI DI GREEN BOND AL 2020



I dati sono stati calcolati sulla base di documenti della Banca centrale e del mercato finanziario "verde"

Le tre aree pilota

I cluster urbani nelle aree Pechino-Tianjin-Hebei a nord, nelle zone economiche dei fiumi Yangtze e del Fiume delle Perle, a sud, sono quelle individuate dal piano quinquennale come aree pilota per i nuovi centri urbani all'insegna di un rigoroso rispetto ambientale.

L'area al Nord, in particolare, dovrebbe ricevere finanziamenti per l'enorme somma di 5.490 miliardi di euro per farla diventare un sistema tripolare totalmente integrato dal punto di vista dei trasporti e delle comunicazioni, anche in vista dei Giochi Olimpici invernali del 2022 in programma a Pechino

Progetti & cantieri

Progetto	Dove	Tipologia lavori	Descrizione progetto	Committente	Invest. previsto	Fase	Fine lavori
Infrastrutture							
East Lake High-Tech Zone	Wuhan	sviluppo ind.	Costruzione di un centro di ricerca e sviluppo di circuiti di memoria, attualmente importati per circa 54 miliardi di dollari	IC Investment fund, Regional adm.	$ 24 mdi	In opera	2020
Linee ferroviarie AV	varie regioni	nuove tratte	La rete verrà allungata a 30mila km: 4 nuove linee in costruzione tra cui Pechino-Kunming e Chongquing-Xiamen	National Chinese Railways	nd	In opera	2020
Aereoporti	varie regioni	infrast. world class	Due nuove infrastrutture: Yangtze River Delta e Pear River Delta	Chian State Council	nd	In opera	2020
Aereoporti	varie regioni	internazionali	Upgrading di strutture a Urumqi, Harbin, Shenzen, Kunming, Chengdu, Chongqing, Xi'an	Amministrazioni provinciali	nd	In opera	nd
Ponte HK-Macao	Honk Kong	infrastruttura civile	Il primo progetto di ponte e tunnel sotterraneo in Cina. Lungo 38 km dcolleghjerà le sponde dell'estuario del Pearl River tra Zhuhai e Macao	Hong Kong-Zhuhai-Macau Government Liaison Office	Rmn 16 mld	In opera	2017-18
Gansu Wind Farm	Gansu	parco eolico	complesso di grandi parchi eolici con una capacità iniziale di 5.000 MW di potenza, per arrivare a 20.000 MW entro il 2020	vari	$ 17,5 mld	In opera	2020
Beijing Daxing Airport	Pechino	aeroporto	Progetto per un traffico entro il 2025 di 75 milioni di passeggeri con 7 piste di atterraggio e decollo, 6 a uso civile e 1 per uso militare	Chinese State Council	$ 11,2 mdi	In opera	2019
South-North Water Transfer Project	Riserva di Danjiangkou	pipeline	2.400 km di canali per trasportare acqua dalle sponde del fiume Giallo alle regioni aride del nord del Paese, con tubi che convoglieranno 44,8 mld di centimetri cubi d'acqua.	China Authority	Rmn 80 mdi	In opera	2016-17
Sviluppi immobiliari							
Versace Residences	Chengdu	sviluppo misto	Grattacielo di 220 metri, 68 piani, con unità abitative da 150 a 400 mq.	Mind Group	nd	In opera	2017
Guizhou Wanfenggu Eco Cultural	Chongqing	residenziale	Una torre con diverse tipologie di territorio intorno (Boeri Architetti)	Chongqing Maotian Jituan		In opera	nd
Xiantao Big Data Valley	Chongqing	sviluppo misto	Nuovo sito direzionale, residenziale, commerciale (Progetto Cmr)	Xiantao Big Data Valley		In opera	nd
International Trade Center 3	Chongqing	sviluppo commerciale	Lungo il fiume Jailing una struttura a vela per rendere omaggio alla tradizione marittima della città	Chongqing Shui On Tiandi	nd	In opera	2018
Dowell 1891 Nanbin rd	Chongqing	sviluppo misto	Su un'area di 45mila mq con infrastrutture commerciali, residenziali e alberghiere per un totale di 203 mila mq	Chongqing Dongyuan RE	Rmn 1,7 bn	In opera	2017
Biological Island - Tower A	Guangzhou	sviluppo misto	Progetto commerciale costituito da due torri, una di 180 e l'altra di 210 metri, con la facciata progettata da Pemasteelisa	Huijing Real Estate Development	nd	In opera	2017
Valle 10mila picchi	Guizhou	sviluppo misto	Resort e residenze con commerciale (Boero Architetti)	Guizhou Wanfenggu Ecological	nd	in opera	-
Global 100	Hainan Island	sviluppo misto	Su un'area di 400 ettari vicino ad Haikou, immobili destinati a terziario, turismo, residenziale, con parco tematico di 170 ettari	nd	$ 6 bn	In opera	2019
Raffles City	Hangzhou	sviluppo misto	Nel quartiere degli affari, centro commerciale, grattacielo ad uso uffici, residence, un hotel e appartamenti	Capital Land Singapore	nd	In opera	2017
Marina	Hengqin Island	sviluppo nautico	Polo nautico con cantiere e sviluppo ricettivo-commerciale	Weichai Group	Rmn 3 mdi	Progetto	nd
Green Loop City	Hengyang	sviluppo e riqualificazione	Riqualificazione urbana in un'area di 17 km quadrati con un master plan ispirato a criteri ecosostenibili	Amministrazione locale	nd	nd	nd
Crystal City	Huangzhou	sviluppo misto	Su un'area di 12 ettari landmark con finalità ricettive, commerciali, residenziali e di divertimento	nd	nd	nd	nd
JNBY headquarters	Huangzhou	sviluppo imm.	Nuovo concetto di parco urbano, progettato con edifici per uffici da Renzo Piano	JNBY	nd	In opera	2019
Wanzhuang eco-city	Langfang	sviluppo misto	Progetto su un'area di 80 km quadrati che diventeranno una città totalmente ecosostenibile per 400 mila persone entro il 2025.	Shanghai Industrial Investment Corp	nd	In opera	nd
Manjiangwan	Manjiangwan	sviluppo urbano	Villaggio turistico commerciale su un'area di 28 ettari con criteri ecostostenibili (progetto Cmr)	Amministrazione locale	nd	Progetto	nd
Nanjing vertical forest	Nanjing	sviluppo misto	Due torri per uffici, albergo e commerciale, progetto Studio Boeri	Nanjing Yang Zi Invest.	$ 80 mn	in opera	2018
Nanjing World Trade Center	Nanjing	sviluppo misto	Due torri, la più alta oltre 320 metri, per commerciale uffici, hotel e residenze	JP Morgan GCPF, USA F & T Group, USA	nd	in opera	2019
Ferrari Land	nd	sviluppo commerciale	Parco tematico in progetto con Beijing Automotive Group e BAIC Eternaland Property	Baic Eternaland Property.	nd	progetto	nd
Zun Tower	Pechino	sviluppo misto	Torre di 538 metri svasata verso l'alto, headquarters di Citic Group con spazi commerciali	Citic Group	nd	In opera	2018
Central Park Plaza Residences	Pechino	sviluppo residenziale	Nel Central Business District, di fronte al Chaoyang Park, il più grande parco urbano in Asia, complesso di lusso ispirato a criteri di sostenibilità ambientale	Smart Hero Group	nd	In opera	2018
Shanghai Media City	Shanghai	sviluppo misto	Il masterplan del secondo Central Business District della città prevede lo sviluppo di un'area di 280 ettari lungo il fiume Huangpu, intorno all' Oriental Sports Centre	Shainghai Lujiazui Development	nd	Progetto	nd
Guosen Securities Tower	Shenzhen	grattacielo	Torre di 300 metri per retail, uffici e residenze (progetto Fucsas)	nd	nd	in opera	2018
China-Eu Future City	Shenzhen	polo urbano	Polo industriale, direzionale e residenziale progettato da Progetto Cmr	Huan De Group	nd	nd	nd
International Finance Square	Suzhou	sviluppo misto	Grattacielo di 450 metri per uso misto, uffici, appartamenti di lusso, spazi commerciali e residence	Hong Kong The Wharf Holdings	nd	In opera	2017
The Summit - Plot 554	Suzhou	sviluppo misto	Complesso a uso misto per uffici, retail e residenze di lusso su una superficie di 1,23 milioni mq	Tishman Speyer	nd	Progetto	nd
Goldin Finance 117	Tianjin	sviluppo misto	Secondo edificio più alto in Cina (597 metri) con fondamenta che sprofondano per 100 metri. Permasteelisa ha firmato disegno e fornitura dei rivestimenti (264 mila metri quadrati).	China Construction Third Engineering Bureau Co.	nd	In opera	2017
Yuexiu International Financial City	Wuhan	sviluppo misto	Progetto da 147mila metri quadrati per ufficii, residenziale, alberghi e grandi spazi pubblici da destinare a commerciale e ristorazione	Amministrazione locale	nd	In opera	nd
Fujian Wuyi Paradise	Wuyi Mountain	sviluppo misto	Su un'area di 36 kmq, resort, parco diverimenti, centro sportivo	Gangtai Group	Rmn 20 bn	in opera	nd
Shimao Straits Towers	Xiamen	sviluppo misto	Due grattacieli di di 64 piani con uffici, appartamenti, hotel e rivestimento curato da Permasteelisa	Fujian Shimao New Journey Investment	Rmn 5 mdi	in opera	2021

AZIMUT
DEFINING INVESTMENT DIRECTION

Identità italiana e approccio globale nella gestione dei patrimoni.

ITALIA · STATI UNITI · IRLANDA · LUSSEMBURGO · SVIZZERA · HONG KONG · SHANGHAI

MESSICO · CILE · BRASILE · MONACO · TURCHIA · SINGAPORE · TAIWAN · AUSTRALIA

Operatore globale ed indipendente con oltre 46 miliardi di euro di patrimoni in gestione

Uffici in Europa, Asia, America e Australia

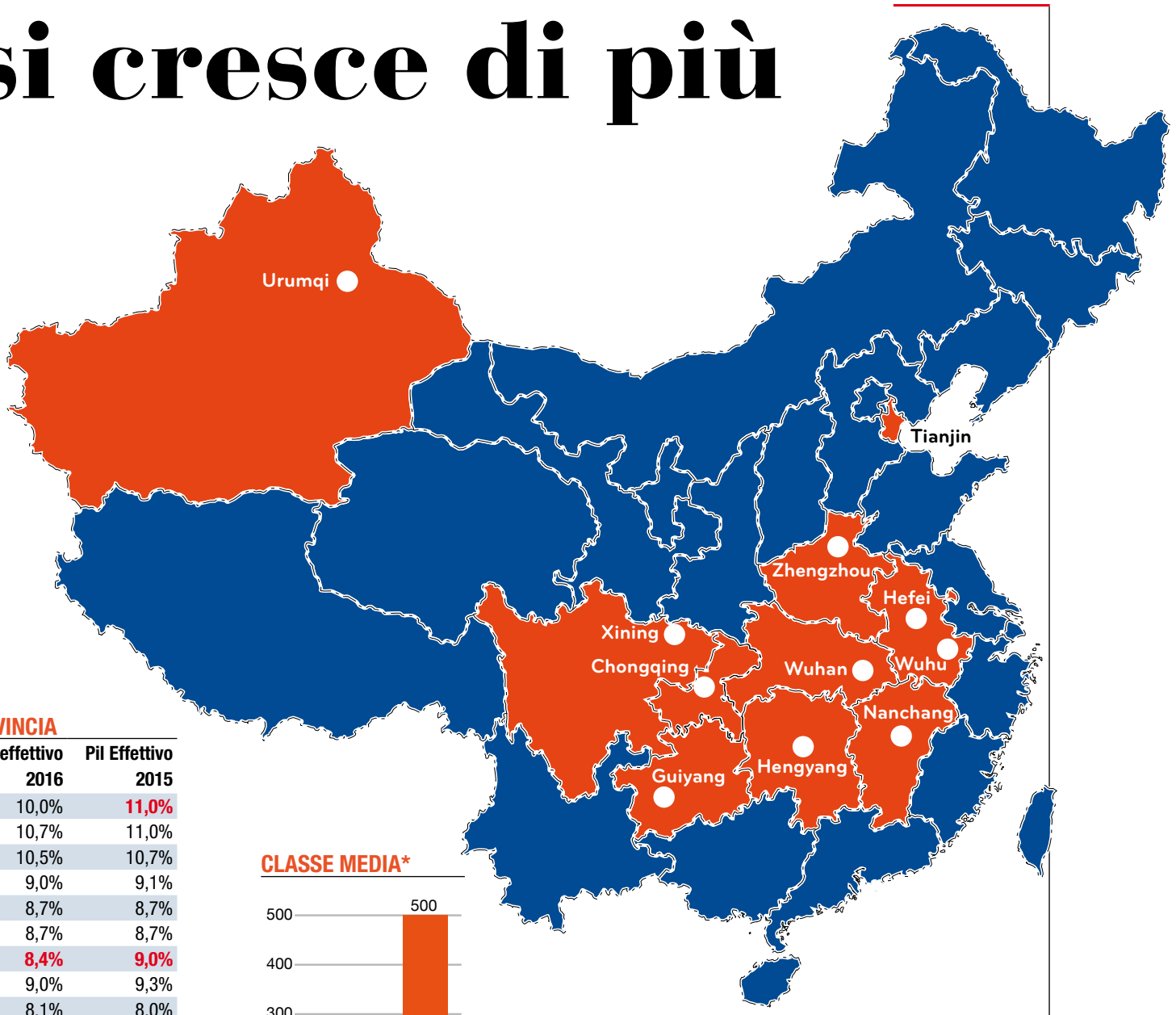
Oltre 50 gestori e 1.650 financial partner

Dati a fine marzo 2017

www.azimut-group.it

Dove si cresce di più

Nella mappa a fianco sono indicate le città e le province di appartenenza che nei prossimi due anni dovrebbero registrare tassi di crescita sensibilmente superiori alla media nazionale

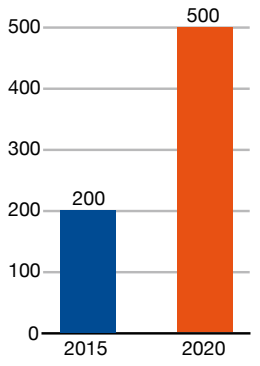


LA CRESCITA PROVINCIA PER PROVINCIA

Le province	Target Crescita Pil 2017	Pil effettivo 2016	Pil Effettivo 2015
Tibet	>11%	10,0%	**11,0%**
Chongqing	10% ca.	10,7%	11,0%
Guizhou	10% ca.	10,5%	10,7%
Jiangxi	8,5% ca.	9,0%	9,1%
Anhui	8,5% ca.	8,7%	8,7%
Yunnan	8,5% ca.	8,7%	8,7%
Fujian	8,50%	**8,4%**	**9,0%**
Tianjin	8%	9,0%	9,3%
Ningxia	8% ca.	8,1%	8,0%
Hubei	8% ca.	**8,1%**	**8,9%**
Hunan	8% ca.	**7,9%**	8,5%
Shaanxi	8% ca.	**7,6%**	**7,9%**
Henan	>7,5%	8,1%	8,3%
Qinghai	7,5% ca.	8,0%	8,2%
Jiangsu	7-7,5%	7,8%	8,5%
Sichuan	7,5% ca.	7,7%	7,9%
Gansu	7,50%	7,6%	8,1%
Shandong	7,5% ca.	7,6%	**8,0%**
Guangxi	7,5% ca.	**7,3%**	8,1%
Mongolia Interna	7,5% ca.	**7,2%**	**7,7%**
Xinjiang	>7%	7,6%	8,8%
Guangdong	>7%	7,5%	8,0%
Zhejiang	>7%	7,5%	8,0%
Hainan	>7%	7,5%	7,8%
Jilin	7% ca.	6,9%	6,3%
Hebei	7% ca.	6,8%	**6,8%**
Shanghai	6,5% ca.	6,8%	6,9%
Beijing	6,5% ca.	6,7%	**6,9%**
Heilongjiang	6-6,5%	6,1%	**5,7%**
Shanxi	5,5%	**4,5%**	**3,1%**
Liaoning	6,50%	**-2,5%**	**3,0%**
Nazionale	**>6,5%**	**6,7%**	**6,9%**

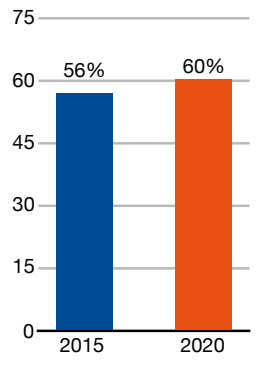
Fonte: Cesip

CLASSE MEDIA*



** milioni di persone*

URBANIZZAZIONE*



** in percentuale sulla popolazione*

Tibet e Chongqing in testa

Con il Tibet e l'area di Chongqing stabili su un percorso di crescita della loro economia a doppia cifra, gran parte della Cina è avviata a superare le previsioni del governo di incremento del Pil, anche per quest'anno. In quasi tutte le province i dati previsionali del 2017 sono, infatti, superiori alle media nazionale del 6,5%. Ma il fatto più significativo è che nei due anni precedenti la crescita è stata stabile sui livelli di previsione, senza scostamenti importanti, un segnale di equilibrio e diffusione del benessere abbastanza omogeneo. Uno degli effetti è che, di questo passo, la classe media cinese conterà 500 milioni di persone alla fine del decennio, una massa d'urto impressionante per i consumi e l'organizzazione sociale.

GLI INDICATORI ECONOMICI CHIAVE

Pil (US$)	10.9 trillioni
Tasso di crescita annua (%)	6.9%
Pil pro capite ($)	7,925 (Global rank: 70)
Import (% sul Pil)	18.8%
Export (% sul Pil)	22.4%
Debito pubblico (% sul Pil)	237% (1Q 2016)

Source: IMF, EY estimate

Le alleanze che contano per assistere i cinesi

Il flusso dei grandi affari riguarda soprattutto gli investimenti in Europa e in Italia. Per questo le grandi law firm hanno puntato a partnership strategiche, da Shanghai a Pechino a Hong Kong

di Gabriele Ventura

Il fattore chiave, ormai, è la presenza radicata non solo nelle grandi città, Pechino, Shanghai, Hong Kong, ma nelle aree in forte sviluppo, Shenzhen e Chongqing, e nelle metropoli di secondo e terzo livello. Per gli studi legali che ambiscono ad avere un ruolo significativo e, soprattutto, un flusso di lavoro sull'asse Italia-Cina avere collegamenti solidi nei due mercati è diventato più importante che in passato, perché le operazioni, partnership, alleanze, acquisizioni, che richiedono l'intervento del legal advisor, sono sempre più mirate, selettive e complicate, nonostante la progressiva apertura dei mercati. E il business si sta progressivamente spostando sul flusso di investimenti cinesi in Italia. «Lo sviluppo è guidato dai nuovi equilibri geopolitici che stanno rendendo sempre più centrale l'area asiatica nell'ambito dei flussi di beni, servizi e capitali, da un lato. Dall'altro, l'economia cinese sta spingendo sempre di più le imprese a tessere relazioni con controparti straniere, alla ricerca di nuovi sbocchi commerciali o per acquistare know-how», ha sottolineato Stefano Beghi, che a Hong Kong sovrintende alle operazioni di Gianni Origoni Grippo & partners in Cina. «C'è, però, un cambio di paradigma», ha avvertito Claudio Giammarino, responsabile del desk Cina di Dentons Milano, che grazie alla fusione con lo studio cinese Dacheng è diventato il network più grande al mondo, e, soprattutto, in Cina con 45 uffici in tutte le principali città. «I cinesi non vogliono investire in prodotti o quote di mercato, ma cercano tecnologie che aiutino le loro imprese a fare un salto produttivo», ha spiegato Giammarino che sta lavorando su due acquisizioni nel settore meccanico e fashion, e segue attivamente le possibili implicazioni per le imprese italiane dei finanziamenti cinesi legati alla Belt and Road Iniziative (Bri), le nuove vie della seta. «Si tratta di costruire strade, collegamenti ferroviari e nuove infrastrutture. I cinesi sono molto pragmatici e ai grandi piani seguono i fatti», ha concluso. Ne è convinto anche un decano dei legali che seguono il business con la Cina, Marco Marazzi, fluente in mandarino,18 anni di esperienze tra Shanghai, Hong Kong, Singapore e Pechino, dove ha incominciato da Chiomenti per poi passare agli americani di Baker & McKenzie. Marazzi ha promosso con un gruppo di commercialisti milanesi, riuniti nello studio Noverim, un think tank, Easternational, con la mission di fare da advisor alle aziende italiane su rischi e opportunità lungo la via che attraverso i paesi Stan, mette in collegamento Cina, Europa Orientale, Balcani e Italia. «Rischi da gestire ma anche molte

SARA MARCHETTA

Insieme all'altro partner di Chiomenti in Cina, Marco Nicolini, Sara ha lavorato per Camfin nel passaggio della maggioranza della società che controlla il gruppo Pirelli dagli azionisti italiani al gruppo statale cinese ChemChina. Ha seguito State Grid International Development nell'acquisizione di una quota del 35% del capitale sociale di Cdp Reti. Nicolini ha assistito il tycoon di Hong Kong Peter Woo nell'acquisizione delle quote di minoranza di Salvatore Ferragamo Italia, e Long Chen nell'acquisizione di quote di minoranza di Brunello Cucinelli. Marchetta, in particolare seguito le ristrutturazioni in Cina dei gruppi Techint e Leonardo

STEFANO BEGHI

Residente partner a Hong Kong per Gianni Origoni Grippo e Cappelli. Lo studio si è occupato della complicata cessione dell'Ac Milan dalla Fininvest alla Sino Europe Investment, della vendita del 67% della Costruzioni Motori Diesel alla Loncin Motor Co., quotata a Shanghai. Beghi ha assistito Safilo Far East nella cessione delle azioni della collegata Elegance Optical International e il Fondo strategico italiano nella cessione del 40% di Ansaldo Energia a Shanghai Electric

ANGELO BONISSONI

Dottore commercialista, dal 2007 è managing partner dello Studio Camozzi Bonissoni Varrenti & Associati oggi Cba Studio Legale e Tributario. In seguito all'accordo con lo studio cinese De Henh, presente a Pechino, Shanghai, Shenzhen e in altre 15 città cinesi, ricopre il ruolo di co-chairman di Belt & Road Service Connections, associazione di professionisti di oltre 65 paesi per fornire tutti i servizi necessari all'iniziativa Bri, di cui è uno dei promotori. Cba e De Heng lavorano insieme su aspetti legati alla contrattualistica, diritto commerciale e procedure di ingaggio tra le imprese

opportunità di lavoro», ha sintetizzato Marazzi, che, insieme al lancio della nuova struttura, sta seguendo, per conto di Baker, la ricerca di alberghi a Milano da parte di investitori cinesi, un'acquisizione nel settore fashion in Francia, oltre che l'espansione in Cina della Costa Crociere. Sullo stesso filone di Marazzi si sta muovendo lo studio legale Cba, che ha siglato un accordo con la law firm cinese DeHeng di Shanghai. Angelo Bonissoni, partner di Cba, in seguito all'accordo ricopre il ruolo di co-chairman di Belt & Road Service Connections, associazione di professionisti in 65 paesi per fornire tutti i servizi necessari all'iniziativa Bri, di cui è uno dei promotori. Cba e De Heng lavorano insieme su aspetti legati alla contrattualistica, diritto commerciale e procedure di ingaggio tra le imprese, ma stanno collaborando anche su operazioni di M&A non ancora chiuse. «La partnership si muove su due filoni», ha spiegato Angelo Bonissoni, «uno interno organizzativo dove i due studi hanno un team ciascuno che identifica le business opportunity nei vari settori, da presentare agli investitori cinesi e italiani. Il secondo filone riguarda invece l'attività professionale, vale a dire l'assistenza all'investitore cinese che viene in Italia nelle negoziazioni e viceversa». Per quanto riguarda l'attitudine degli studi legali cinesi verso l'internazionalizzazione e in particolare l'Italia, secondo Bonissoni «non tutti hanno un approccio da business lawyer, ma sono ancora avvocati focalizzati sulle operazioni domestiche. Sul fronte internazionale stanno comunque acquisendo know how, ma l'approccio alla negoziazione e la formalizzazione della contrattualistica è ancora timido rispetto al modello anglosassone. Non possiedono velocità e dimestichezza perché si sono affacciati da poco sul mercato internazionale». «Sono gli studi legali cinesi che stanno approcciando studi italiani di varie dimensioni per seguire le operazioni in cui i clienti cinesi hanno necessità di assistenza di diritto italiano», hanno confermato Marco Nicolini e Sara Marchetta, partner con base nell'ufficio cinese di Chiomenti, storica presenza italiana in Cina, l'unico dei grandi studi legali tricolori che ha optato per avere una propria struttura in loco con avvocati italiani e cinesi. «In questi casi vengono preferiti gli studi indipendenti, possibilmente con una presenza in Cina, e con referenze solide in tema di cross-border investments, ma molto spesso si tratta di collaborazioni transaction based, che nascono da reciproca conoscenza grazie a una presenza in Cina o alla condivisione di eventi internazionali», hanno specificato i due partner di Chiomenti, che hanno alle spalle una lunga sequenza di brillanti operazioni di M&A tra i due paesi.

In attesa che la strategia Bri esplichi le sue potenzialità in Europa, a tenere banco (e affari) è, in tutte le sue accezioni, il manufacturing, cioè la ricerca di aziende tecnologiche della meccanica, dell'aviazione, del food, del farmaceutico e dei beni di lusso. Nonostante le recenti restrizioni valutarie da parte del governo cinese, gli imprenditori stanno puntando sempre di più verso l'Italia, seguendo le indicazioni di sviluppo del piano China Manufacturing 2025. «In questo scenario agli studi legali cinesi viene sempre più richiesta la capacità di offrire una solida infrastruttura di servizi che renda possibile la realizzazione di deal cross-border», ha sottolineato Beghi, che da due anni opera in collaborazione strategica con Han Kun Law Offices, studio full-service cinese, basato a Pechino, Hong Kong, Shanghai e Shenzhen. «Questo accordo ha rappresentato un passo decisivo nell'internazionalizzazione del nostro studio e un'ulteriore crescita sul mercato asiatico, portando in più una capacità di assistenza di qualità in tutti i settori del diritto nonché una enorme capacità di penetrazione nelle relazioni di business in Cina e con soggetti cinesi a tutti i livelli», ha puntualizzato Beghi. «Questo modello di collaborazione ci ha consentito di mettere i nostri servizi a disposizione non solo dei clienti italiani o europei che guardano alla Cina come mercato di sbocco o già attivi nel territorio cinese, ma anche degli investitori cinesi con interessi strategici in Europa», ha puntualizzato.

CLAUDIO MARAZZI

Lunga esperienza di lavoro in Cina tra Shanghai, Hong Kong, Singapore e Pechino, dove ha incominciato da Chiomenti per poi passare agli americani di Baker & McKenzie, Marazzi è presidente di Easternational, che si occupa di promuovere la partecipazione di aziende italiane alla Belt & Road Iniziative. Sta seguendo, per conto di Baker & McKenzie, la ricerca di alberghi a Milano da parte di investitori cinesi, un'acquisizione nel settore fashion in Francia, oltre che l'espansione in Cina della Costa Crociere. In passato ha fatto da advisor a China Railways Construction per investimenti in Italia

CLAUDIO GIAMMARINO

Responsabile del desk di Milano di Dentons, il primo studio internazionale in Cina, con uffici in 45 città, sta seguendo in particolare le iniziative legate a Bri. Già associato allo Studio Gianni Origoni Grippo Cappelli, nel 2011 si è trasferito a Hong Kong per studiare diritto cinese e poi a Pechino dove ha conseguito un Mba. In Cina ha lavorato per lo studio Chiomenti su operazioni in bound

La sentenza

TORTO AI CINESI PER IL COPYRIGHT VIOLATO

Il risarcimento è stato quasi simbolico, 1.200 euro, ma la sentenza è di quelle storiche. Il tribunale di Shanghai ha condannato un'azienda cinese quotata, la Shenzhen Ellasay Fashion, portata in giudizio dalla Bonveri di Cento (Ferrara), specializzata nella produzione di manichini per l'alta moda, per avere dolosamente violato il copyright di una serie di successo degli italiani e di averla mandata sul mercato. Difesa dalla Gwa di Shanghai, lo studio italiano legale e tributario fondato da Giovanni Pisacane, specializzato nel lavoro di assistenza alle imprese italiane in Cina, la Bonaveri è stata in grado di documentare l'intero processo creativo che ha portato alla realizzazione del manichino, mentre i cinesi sono arrivati a falsificare delle prove per dimostrare le loro ragioni. Alla fine del procedimento, durato sei mesi, il giudice ha dato torto all'azienda cinese imponendo la distruzione degli stampi dei loro manufatti e il pagamento di un risarcimento per violazione del copyright della Bonaveri. «È la seconda sentenza favorevole e di gran lunga la più significativa che otteniamo da un giudice cinese», ha sottolineato Pisacane con MFI, «un segnale importante che anche sul fronte della giustizia le cose in Cina stanno cambiando in meglio». La sentenza Bonaveri ha un precedente illustre nella decisione della corte suprema di Pechino che nel 2008 confermò la sentenza di secondo grado a favore della Ferrero. L'azienda di Alba aveva citato la cinese Montresor accusandola di concorrenza sleale ai suoi cioccolatini Rocher, con i Tresor Doré made in China venduti nella stessa confezione dorata. Ma all'effetto pratico quella sentenza si è rivelata poco efficace perché gli scaffali dei supermercati sono tuttora inondati da prodotti cinesi molto simili ai Rocher italiani.

Un'Intesa per il retail

Il gruppo mira alla gestione dei risparmi dei cinesi, avviando la raccolta attraverso promotori finanziari In attesa che la banca centrale allenti i vincoli sugli operatori esteri. Intanto Mps e Banco Bpm...

di Andrea Pira

«Abbiamo siglato un accordo con Sinosure per assistere progetti nell'ambito dell'iniziativa Belt and Road Initiative (Bri) con linee di credito e assicurazioni fino a un miliardo l'anno». Sergio Bertasi, veterano di Intesa Sanpaolo in Cina, dove è responsabile della sede di Pechino, oltre che presidente della Camera di Commercio sino-italiana, è attivo sul doppio fronte delle imprese italiane che cercano opportunità di lavoro e alleanze in Cina e quello degli imprenditori cinesi interessati all'Italia. L'attività corporate è infatti il cuore dell'attività delle banche italiane in Cina, Unicredit, Banco Bpm, Mps oltre a Intesa, con qualche eccezione. La più significativa è la mossa del gruppo guidato da Carlo Messina nel retail, dove Intesa ha acquisito il 20% di Bank of Quingdao, un istituto efficiente, molto spostato sull'online, le cui azioni sono quotate a Hong Kong. La seconda mossa di Messina è stata di aprire un piccolo fronte sul promettente settore del wealth management. Lo scorso settembre Intesa ha costituito Yi Tsai (Talento Italiano), insediata a Quingdao, con la mission di vendere prodotti finanziari, essenzialmente fondi d'investimento di marca Eurizon e Penghua, un piccolo asset manager cinese controllato da Eurizon, alla classe medio-alta cinese. «Dobbiamo seguire l'evoluzione dei risparmiatori cinesi, che vogliono alternative al deposito bancario», ha spiegato Bertasi.

La strategia del Monte dei Paschi che ha due filiali, Shanghai e Hong Kong, sotto la supervisione di Fabrizio Schintu, responsabile della divisione estero, è di puntare sui servizi alle aziende italiane in Cina, facendo leva sul possibile allentamento delle normative per le banche estere. «Lo scorso marzo la Commissione di vigilanza bancaria, la Cbrc, ha allentato alcuni vincoli, istituti esteri e joint venture potranno, per esempio, sottoscrivere bond ed effettuare servizi di custodia e di consulenza senza l'approvazione delle autorità», ha spiegato Schintu, «i cambiamenti normativi, costanti e in continua evoluzione, lasciano prevedere un graduale assottigliamento delle politiche di contingentamento che fino ad oggi hanno caratterizzato l'azione delle autorità governative». La possibilità che anche le banche estere vengano autorizzate a fare raccolta diretta è sempre più concreta, valutando le recenti disposizioni della Banca centrale. «L'avvio di questa nuova politica può aiutare l'attività a breve termine della nostra filiale di Shanghai, consentendo di ampliare l'entità del sostegno alle attività commerciali della clientela», ha previsto Schintu. Al Banco Bpm, l'attività degli uffici di rappresentanza di Hong Kong e Shanghai, presidiati da Stefano Carrozzi e Giuliana Rusi, rispettivamente, è stata affidata di recente a Fabio De Rosa, da 20 anni in Asia e dal 2005 presidente della Camera di commercio italiana a Hong Kong e Macao. La sua mission è di implementare una presenza finora limitata ad assistere i clienti italiani soprattutto sul fronte del trading, quindi della loro presenza commerciale, soprattutto la ricerca di fornitori o clienti e l'assistenza nella risoluzione di eventuali dispute commerciali per accordi o contratti già in fase di esecuzione.

Nella mappa, la posizione strategica di Quingdao, dove ha sede la banca partecipata da Intesa, qui accanto. Sopra, Maurizio Bertasi

Testimonial/Alex Cheung

UN BOOM TRA VITA E DANNI

Alex Cheung, general manager di Generali China Life

«Generali China è una delle joint venture assicurative di maggior successo nel Paese». Alex Cheung, general manager di Generali China Life da poco più di un anno, è consapevole della forza sul campo del Leone di Trieste. «Abbiamo una distribuzione multicanale con oltre 14 mila agenti e una copertura geografica estremamente ampia in dieci tra province e municipalità, oltre a 20 branche e 2.400 dipendenti; siamo quindi ben posizionati per trarre tutte le opportunità legate alle occasioni di crescita di questo mercato». Ciononostante la mission che gli è stata affidata da Frédéric de Courtois, responsabile global del business internazionale, non sarà una passeggiata: in dieci anni in Cina dovrà esserci la più grande compagnia Generali al mondo. Un check point è stato stabilito al 2020, quando l'Asia dovrà produrre il 28% del new business del Leone in termini di valore. D'altra parte si sta parlando di un mercato che sta crescendo a doppia cifra sia nel vita che nei danni, ancora ampiamente sotto-assicurato, dove i premi raccolti nel 2016 da Generali sono cresciuti del 30,5% nel ramo vita, a 2,6 miliardi di euro, e del 54,6% nel ramo danni, a 198 milioni, generando un risultato operativo pari a 60 milioni di euro. Il gruppo triestino opera nella Repubblica popolare in joint venture con il colosso energetico China National Petroleum, grazie alla cui alleanza è decollato il business sui premi vita per gli oltre 100 mila dipendenti. Nel 2008 il Leone è stato scelto dalla commissione di supervisione e amministrazione degli asset Statali, la Sasac, quale consulente per i piani pensionistici degli ex dipendenti delle imprese statali. Ruolo oggi di primissimo piano nell'ambito del processo di riorganizzazione, fusione e aggregazione delle società pubbliche, con l'obiettivo di renderle più competitive. Per raccolta premi il Leone si colloca al quinto posto in Cina, con una quota di mercato del 7,4% sul ramo danni.

Il chi è da Changshu a Yangzhou

Dove	Azienda	Contatto	e-mail	ufficio
Changshu	Danieli Changshu Service Co., Ltd	Matteo Bavaresco	info@china.danieli.com	WFOE
Dalian	Eldor Corporation	Luca Forte	luca.forte@eldor.it	Controllo Diretto
Guangzhou	Esaote Medical Equipment (Guangzhou) Co.,	Alberto Boni	esaotegz@esaote.com.cn	Rappresentanza
Guangzhou	Candy Group	Chris Henderson	nd	Controllo diretto
Guangzhou	C&A Advisors - Tax & Accounting	Elisa Malvestio	info@ca-advisors.net	Gz branch
Guangzhou	Banca Monte Paschi di Siena	Giulia Cao	mpsgz@126.com; info@banca.mps.it	Rappresentanza
Guangzhou	Fiat Guangzhou	Guo Weixiong	gz_yifei@vip.163.com	Joint Venture
Guangzhou	Unicredit Group	Marco Bettin	unicreditgz@unicreditgz.com	Rappresentanza
Hangzhou	Sipa Machinery Hangzhou	William Pasquali	william.pasquali@zoppas.com	Controllo diretto
Ma'Anshan	Salumi Beretta	Mario Padovani	mario.padovani@yuberfood.com	Joint Venture
Nanjing	Iveco-Fiat	Wang Ning	ning.wang@iveco.com	Rappresentanza
Nanjing	Brembo Foundry	Mario Almondo	mario_almondo@brembo.cn	Controllo diretto
nd	Santulin & Partners	Francesco Santulin	nd	Rappresentanza
Pechino	Agusta	Huo WenLan	whuobeibei@augustawestlandbj.com.cn	Rappresentanza
Pechino	Ambrosetti	Paolo Borzatta	paolo.borzatta@ambrosetti.eu	Rappresentanza
Pechino	Banco Monte Paschi di Siena	Paolo Lucioli	bmpekino@public.bta.net.cn	Rappresentanza
Pechino	Bracco International	Shen Yong	bj-office@bracco.com.cn	Rappresentanza
Pechino	C&A Advisors - Tax & Accounting	Veronica Ciolli	info@ca-advisors.net	Bj branch
Pechino	Chiomenti Studio Legale	Sara Marchetta	Pechino@chiomenti.net	Rappresentanza
Pechino	Danieli Changshu Pechino	Nicola Palummieri	dme@danchina.com	Rappresentanza
Pechino	Dezan Shira& Associates	Sabrina Zhang	sabrino.zhang@dezshira.com	Rappresentanza
Pechino	Enel	Salvatore Miranti	salvatore.miranti@enel.com	Rappresentanza
Pechino	Esaote China	Shen Yong	jason.dou@esaote.com.cn	Rappresentanza
Pechino	Fata Group	Carlotta Perrozzi	infoPechino@fatagroup.it	Rappresentanza
Pechino	Fiat International	Paolo Arpellino	fiat.china@fiat.com.cn	Rappresentanza
Pechino	Finmeccanica	Davide Cucino	davide.cucino@Finmeccanica.com	Rappresentanza
Pechino	Generali Life Insurance Co., Ltd	You Yi Bin	info@generalichina.com	Joint Venture
Pechino	Glacomini	Roberto Ferraro	customer.service.cn@giacomini.cn	Rappresentanza
Pechino	Interchina Consulting	Lisa Wang	lisa.wang@interchinaconsulting.com	Rappresentanza
Pechino	Jesa Industrial Limited	Saro Capozzoli	saro@jesa.com.cn	Controllo diretto
Pechino	Lung Tin Law	Luca Maina	luca.maina@gmail.com	Senior consultant
Pechino	Mandarin Capital Partners	GaoZhen	z.gao@mondorincp.com.cn	Controllo diretto
Pechino	Marcegaglia Impianti	Sauro Angeline	sagec@public.bta.net.cn	Rappresentanza
Pechino	Prelli Eco Terchnology	Giancarlo Grech	g.grech@pirellicina.com	Rappresentanza
Pechino	Sipa	Osvaldo Carloni	osvaldo.carloni@zoppas.com	Rappresentanza
Pechino	Sira Group	Andrea Bettini	andrea@siragroup.com.cn	Rappresentanza
Pechino	Telecom Italia Sparkle	Alberto Bassi	teleitbj@public3.bta.net.cn	Rappresentanza
Pechino	Tesmec	Paolo Celeri	paolo.celeri@tesmec.cn	Rappresentanza
Pechino	Unicredit Group	Paolo Madella	paolo.madella@unicreclitgioup.cn	Rappresentanza
Pechino	Valvitalia	Anthony Ellis	anthony.ellis@valvitalia.com	Controllo diretto
Renhe Region	Brembo Brake Systems	Giuseppe Ottini	giuseppe_ottini@brembo.cn	Joint Venture
Shanghai	Agusta Westland	Stefano Zalonis	stefano.zalonis@agustawestland.com	Controllo diretto
Shanghai	Monte Paschi di Siena	Paolo Lucioli	mps_shanghai@banca.mps.it	Controllo diretto
Shanghai	C&A Advisors - Tax & Accounting	Marco D'Amore	marco.damore@ca-advisors.net	WFOE
Shanghai	Chiomenti Studio Legale	Gianluca D'Agnolo	shanghai@chiomenli.net	Rappresentanza
Shanghai	CNH Case New Holland	Luca Biagini	luca.biagini@cnh.com	Joint Venture
Shanghai	Coop	Guido Forni	guido.forni@italmenu.com	Controllo diretto
Shanghai	Costa Crociere (Shanghai)	Buhdy Bok	bok@costa.it	Rappresentanza
Shanghai	Danieli Company	Matteo Bavaresco	info@china.danieli.com	Rappresentanza
Shanghai	Dhl Danzas Air & Ocean	Silvia Gadina	nd	Controllo diretto
Shanghai	Eni Chemicals Trading Co.,Ltd	Giuseppe La Scola	giuseppe.la.scola@polimerieuropa.com	Controllo diretto
Shanghai	Esaote China Limited	Jin Xuekun	xuekun.jin@esaote.com.cn	Rappresentanza
Shanghai	Ferragamo	Christian Foddis	christian.foddis@ferragamo.com	Controllo diretto
Shanghai	Ferrari	Matteo Torre	matteo.torre@ferrari.com	Conlrollo diretto
Shanghai	Ferrero	Angelo Giardini	angelo.giardini@ferrero.com	Controllo diretto
Shanghai	Fiat China Business	Leonardo Guan	leonardo.guan@fcagroup.com	Controllo diretto
Shanghai	Florentia Village	Maurizio Lupi	mlupi@fingen.it	Controllo diretto
Shanghai	Generali Life Insurance Co., Ltd	Chen Can	ccd.sh@generalichina.com	Joint Venture
Shanghai	Giocomini	Roberto Ferraro	customer.service.cn@giacomini.cn	Rappresentanza
Shanghai	Gwa-Tax, legal, accounting	Giovanni Pisacane	gp@gwa-asia.com	Controllo diretto
Shanghai	Inalca Food&Beverage	Augusto Cremonini	augusto@inalca.it	Controllo diretto
Shanghai	Intesa Sanpaolo	Rosario Pedicini	rosario.pedicini@intesasanpaolo.com	Controllo diretto
Shanghai	Jas Int'L Services cargo Transport	Valeria King	valeria.king@jas.com	Controllo diretto
Shanghai	Loccioni Trading	Andrea Alcini	a.alcini@loccioni.com	Controllo diretto
Shanghai	Luxottica (China) Investment	Filippo Resini	Filippo.Resini@cn.luxottica.com	Controllo diretto
Shanghai	Magneti Marelli Powertrain	Sylvain Dubois	sylvain.dubois@cn.al-lighting.com	Controllo diretto
Shanghai	Manuli Hydraulics	Lu Zheng	manulisha@sh163.net	Controllo diretto
Shanghai	Marcegaglia (China) Co., Ltd.	Giancarlo Buga	giancarlo.buga@marcegaglia.com	Controllo diretto
Shanghai	Marposs Electronic Gauges	Michele Corso	michele.corso@mna.marposs.com	Controllo diretto
Shanghai	Maserati China	Mirko Bordiga	mirko.bordiga@maserati.com	Controllo diretto
Shanghai	Natuzzi China Limited	Richard Tan	rtan@natuzzi.com	Controllo diretto
Shanghai	Natuzzi Trading Shanghai	Paolo Cuman	pcuman@natuzzi.com	Conlrollo diretto
Shanghai	Nctm	Hermes Pazzaglini	hermes.pozzaglini@nctm.it	Rappresentanza
Shanghai	Piaggio China	Massimiliano Guelfo	massimiliano.guelfo@piaggio.com	Controllo diretto
Shanghai	Pirelli Tyre	Giuseppe Cattaneo	giuseppe.cattaneo@pirelli.com	Controllo diretto
Shanghai	Poltrona Frau	Valeria Maria Lanzilotta	vlanzilotta@poltronafrau.it	Controllo diretto
Shanghai	Prada Fashion Commerce	Alessandra Marsicola	alessandra.marsicola@prada.com	Controllo diretto
Shanghai	Private Equity Partners	Bonnie Sue	pepchino@privateequitypartners.com	Joint Venture
Shanghai	Santoni Knitting Machinery	Gianpietro Belotti	generalinfo@santonichina.com	Controllo diretto
Shanghai	Shanghai Bracco Sine Pharma	Valtero Canepa	valtero.canepa@braccosine.com	Joint Venture
Shanghai	Sofima Industrial Filters	Francisco Carrasco	ying.chen@cn.ufifilters.com	Controllo diretto
Shanghai	Stefano Ricci Shop Shanghai Center	Enrico Zhou	nd	Controllo diretto
Shanghai	Tod's Trading	Edoardo Tocco	e.tocco@todsgroup.com	Controllo diretto
Shanghai	Unicredit Group	Antonio D'Angio'	antonio.dangio@unicreditgroup.cn	Controllo diretto
Shanghai	Value Partner	Jenny Ng	jenny.ng@valuepartners.com	Rappresentanza
Shanghai	Zegna Trading	Paolo Zullo	paolo.zullo@zegna.com	Controllo diretto
Shengzhou	Zhejiang Puiion Electric (Elica)	Sandro Gatuso	s.gattuso@elica.com	Joint Venture
Shenzhen	Esaote	Jin Xuekun	esaotesz@esaote.com.cn	Rappresentanza
Wuxi	Ariston Thermo	Salvatore Serio	salvatore.serio@cn.aristonthermo.com	Controllo diretto
Yangzhou	Pirelli Baosheng Cables	Andrew Shaw	alan.ren@prysmian.com	Joint Venture

I campioni di rotta

Tra Air China, Cathay e Alitalia è guerra su tariffe e orari per intercettare il flusso crescente di passeggeri. Mentre a terra lo scalo di Roma si qualifica per la qualità dell'accoglienza

di Francesco Bisozzi

Tabelloni delle partenze e arrivi anche in cinese, per lo scalo di Fiumicino ormai una necessità

La novità è il collegamento diretto con Nanchino, capoluogo della provincia del Jiangsu, dove da maggio atterrano i Boeing 737-800 della flotta Neos, decollati da Milano. Per la compagnia low cost controllata da Alpitour è una scommessa importante, anche se confortata dal positivo andamento dell'esperimento fatto l'anno scorso, collegando Roma con Tientsin, Shenyang e Zhengzhou. Alpitour, che mira a trasportare quest'anno circa 30 mila passeggeri, punta soprattutto sul fatto che Nanchino, oltre a essere una meta turistica apprezzata in tutto il mondo e una delle città in maggior sviluppo della Cina, ospita centinaia di imprese italiane. D'altra parte i concorrenti più agguerriti, le compagnie cinesi, volano, senza scalo, solo su Pechino, Shanghai e Hong Kong, per il momento. Il mercato, infatti, è in evoluzione, visto il flusso crescente di traffico, sia passeggeri che merci, nei due principali aeroporti italiani. A Fiumicino sono passati, nel 2016, 690 mila passeggeri (+51%), considerando la cosiddetta Greater China, che include Hong Kong, Macao e Taiwan, il record europeo, che qualifica come lo scaleo più cinese del continente. Anche Milano Malpensa si è difesa bene la rotta con 220 mila passeggeri da e per Shanghai, metà dei quali ha effettuato però uno o più scali per giungere a destinazione. Sul dato positivo dello scalo romano ha influito la decisione di Alitalia di ripristinare, dall'estate scorsa, i voli diretti con Pechino con gli Airbus A330 da 250 posti che a bordo offrono il servizio di connettività completa, WiFi per internet, email e telefonate. L'ex compagnia di bandiera è più che mai determinata a crescere nel mercato cinese puntando sulla frequenza dei collegamenti, quattro volte la settimana, e soprattutto sul meccanismo degli orari di andata, da Roma alle 14,20, in coincidenza con i principali voli dall'Italia e dalle città dell'area mediterranea. La concorrenza cinese è tuttavia agguerrita. Air China, con 590 euro in economy, quindi il 15% in meno dell'Alitalia, collega Milano e Pechino quotidianamente, con un volo diretto di 10,40 ore, quaranta minuti in più del Roma Pechino di Alitalia, con la possibilità di viaggiare in una super prima classe, con biglietto a 9 mila euro.

La tratta Milano-Hong Kong è servita sette giorni alla settimana da Cathay Pacific con voli diretti a un costo di 800 euro circa in Economy e di 2.800 euro in Business, mentre per un posto in Prima Classe la spesa supera i 6 mila euro.

TEMPI & TARIFFE

Tratta	Compagnia	Durata h	Economy €	Business €
Roma-Pechino	Alitalia	10.00	700	2.100
Milano-Nanchino	Neos	11.30	930	-
Milano-Pechino	Air China	10.40	590	2.000
Milano-Shangai	Air China	11.20	550	2.000
Milano-Hong Kong	Cathay Pacific	12.00	800	2.800
Roma-Pechino (1 scalo)	Aeroflot	18.00	490	1.900
Milano-Shanghai (1 scalo)	Turkish Airlines	14.00	590	2.200

Fonte: compagnie al 27/04/2017

Marketing

LE BUONE IDEE DI FIUMICINO

All'aeroporto Leonardo da Vinci è sbarcata, assieme al flusso crescente di cinesi, Alipay, l'app per lo shopping online più utilizzata da loro, con oltre 450 milioni di utenti. Sarà attiva a breve nei negozi situati nella nuova area di imbarco E, e si aggiunge a un altro sistema di pagamento, la carta di credito Union Pay, anch'essa molto diffusa in Cina. Per andare incontro alle esigenze della clientela cinese, Aeroporti di Roma, la società che gestisce l'hub della Capitale, ha avviato numerose altre iniziative che, considerando i numeri del traffico, stanno riscuotendo successo. Un servizio apprezzato è il sito web in cinese con informazioni di servizio, shopping e turistiche. Nelle aree di imbarco dei voli per la Cina è presente una segnaletica commerciale dedicata. Le informazioni sui monitor dei voli vengono tradotte anche in cinese. Il personale aeroportuale segue corsi di formazione sulle modalità e la gestualità di accoglienza dei passeggeri asiatici. Adr mette anche a disposizione dei passeggeri cinesi shopping helper che in mandarino illustrano ai viaggiatori l'offerta commerciale in aeroporto. Grazie a questi accorgimenti China Tourism Academy ha accreditato Fiumicino come Welcome Chinese Airport.

In alto, il Capodanno cinese festeggiato a Fiumicino e qui sopra uno dei ristoranti dello scalo

La crescita accelera - *da pag. 43*

D. Con che risultati?

R. Dagli anni 90 fino al 2011 la crescita annuale delle imprese private è stata, consecutivamente, intorno al 25%, due punti in più degli investimenti in attività fisse e statali. Lo Zhejiang da 15 anni è il quinto maggiore contributore al Pil nazionale.

D. E nel Jiangsu che cosa è accaduto?

R. Era indietro nello sviluppo economico, poi dagli anni 80 un gruppo di riformatori e tecnocrati, fra cui il vicesindaco Wang Guoxing, un tecnico, direttore di un'importante fabbrica biochimica, ha preso la leadership diventando il perno della riforma orientata all'imprenditorialità. Per stimolare lo sviluppo, hanno puntato sulla riforma finanziaria e del lavoro, sulle infrastrutture e l'apertura ai mercati. Hanno migliorato l'istruzione cercando di attirare lavoratori istruiti e progetti di investimento orientate all'innovazione.

D. Lo stato imprenditore ha funzionato?

R. I funzionari locali, entrati come imprenditori nella creazione e gestione delle imprese, comprese quelle di proprietà statale, hanno avuto in molti casi la capacità di creare jv con investitori stranieri e successivamente di privatizzarle interamente. Il Jiangsu ha registrato una forte crescita degli investimenti esteri e del commercio, soprattutto nel corso degli anni 90.

D. Sono modelli replicabili nella prospettiva dei nuovi traguardi della Cina 2025?

R. Il modello dello Zhejiang meno perché risponde più a logiche locali, mentre la trasformazione di aziende semi-statali in imprese private a opera di funzionari pubblici del modello Jiangsu è più esportabile. Entrambi indicano, tuttavia, che il motore della crescita economica straordinaria in Cina è stato alimentato dalla privatizzazione dell'industria e dalla creazione di modelli di impresa in una logica in cui il pubblico e il privato giocano ruoli abilmente ed efficacemente intrecciati.

Si apre il grande mercato - *da pag. 45*

politica di aderire, nel 2001, alla World Trade Organization e alle sue ferree regole sui dazi e il rispetto degli interessi reciproci: una mossa sofferta per un Paese fra i maggiori esportatori del mondo, soprattutto grazie alla capacità di concorrenza ai prezzi. L'adesione al Wto aveva comportato anche l'inizio di un processo di liberalizzazione delle attività commerciali sul territorio cinese, per cui gli operatori esteri avevano la possibilità di creare nuove attività totalmente controllate, senza l'imposizione di partner cinesi. Quello che resterà negli occhi e nella mente di chi quel periodo l'ha vissuto è la velocità del cambiamento. I progetti industriali si concretizzavano rapidamente. In due, tre mesi si riusciva ad aprire una società e in un anno si incominciava a produrre. E se l'attività non dava utili, non si pagavano tasse. Le amministrazioni locali si facevano in quattro per attirare gli investitori esteri e compiacerli: se si accorgevano che le società appena avviate erano in difficoltà, chiedevano agli amministratori come poterli aiutare, se il business funzionava e si incassavano tasse, l'amministrazione pubblica spediva una lettera di ringraziamento all'azienda per aver contribuito alla crescita della Cina.

La campagna acquisti - *da pag. 51*

grossa cifra ma solo il 20% dei 255 miliardi spesi a livello globale. Nel 2011-2012 la quota europea degli investimenti cinesi all'estero era cresciuta al 33%, in buona parte come conseguenza degli investimenti italiani. A guidare la campagna acquisti in quegli anni furono colossi, tra cui Huawei (elettronica), ZTE (energia), China National Chemical (chimica), ICBC (banking), Shanghai Automotive Industry, Suntech Power Holdings (solare), Shandong Heavy Industry (meccanica), mentre nel campo della moda e del lusso si affacciavano Fosun, Redstone, Hengdian Group, gruppi potenti con asset miliardari, in dollari, guidati da imprenditori determinati a espandersi in Europa, con l'Italia come piattaforma di lancio. «Ricordo soprattutto l'aggressività dei cinesi, una volta imparato volevano far loro nelle trattative, senza lasciare spazio agli intermediari qualificati. Così spesso hanno sbagliato, pagando prezzi fuori mercato per aziende da cui, se ora volessero uscire, subirebbero sonore perdite», ha aggiunto Forchielli, «sono andati sprecati così molti soldi pubblici, finché il governo, con il senno di poi, ha detto basta». Era chiaro infatti che le acquisizioni fatte in quegli anni anche in Italia erano incoraggiate direttamente da Pechino, che aveva dato una specie di nullaosta ufficiale sull'Italia. Nel 2014 la banca centrale, People's Bank of China, diede il là a una serie di investimenti finanziari su Piazza Affari concordata con il governo italiano. In marzo comprò poco più del 2% di Eni ed Enel, superando la soglia (2%) che richiedeva l'autorizzazione della Banca d'Italia. Poi, in giugno, comprò quote analoghe in Terna, Fiat, Prysmian, Telecom Italia e Generali mentre, sul fronte industriale la State Grid Coporation acquisì, sempre nello stesso periodo il 35% di Cdp Reti, che controllava attraverso Snam la distribuzione del gas in tutta la penisola.

Il crollo delle borse - *da pag. 53*

via di casa senza risultati concreti. Chi invece ha approfittato dello scenario per dare lustro alla propria immagine personale e politica è stato Matteo Renzi, che ha incassato sia da Obama che dal padrone di casa i complimenti per la via riformista imboccata dal suo governo. Per Renzi è stata anche l'occasione di stringere la mano e pranzare insieme ai nuovi tycoon cinesi che più si sono esposti investendo in Italia. A tavola con il premier italiano si sono seduti Zhang Jindong, presidente del gruppo Suning, che nel giugno 2015 aveva rilevato l'Inter, Ren Jianxin, presidente di China National Chemical, il gigante della chimica proprietario della Pirelli, Guo Guangchang, proprietario di Fosun, leader nel lusso, Xu Niansha, presidente di Poly Group, uno dei maggiori conglomerati cinesi, Tian Guoli nume tutelare di Bank of China, Liu Zhenya, presidente di State Grid Corporation of China, l'azienda statale di distribuzione di energia elettrica, e Wang Shi, numero uno di Vanke, il primo gruppo immobiliare del Paese. A Jack Ma, fondatore e grande capo di Alibaba, Renzi ha riservato un faccia a faccia, tra un meeting e l'altro con i grandi capi della politica.

Aerospaziale - *da pag. 59*

Group, il colosso francese (€ 1,354 milioni di euro l'ebit nel 2016), che però ha nello stabilimento di Gorgonzola, alle porte di Milano, il centro nevralgico della sua produzione industriale. «L'aviazione civile continua a crescere a una velocità impressionante che, a differenza di altri Paesi, non accenna a diminuire il ritmo», ha confermato Andrea Capolei, direttore Air traffic management di Thales Italia, che ha aggiunto: «Un aereo su due vola e atterra grazie ai sistemi prodotti nello stabilimento lombardo». Dagli hangar di Gorgonzola sono usciti gli oltre 600 moderni sistemi di radionavigazione, sorveglianza e controllo del traffico aeroportuale a terra installati in Cina dove Thales segue anche la manutenzione dei dispositivi. «Thales si è aggiudicata quasi il 60% delle gare indette dal governo cinese e più di un terzo dei device prodotti a Gorgonzola è destinato a quel mercato», ha raccontato a *MFI* Giuseppe Panebianco, export sales manager di Thales Italia e massimo esperto del processo di selezione cui ogni azienda deve sottoporsi prima di poter diventare fornitore ufficiale per l'aviazione civile. Capolei nel suo ultimo viaggio in Cina è rimasto impressionato dagli sforzi che le autorità stanno mettendo in campo per terminare entro il 2019 il nuovo aeroporto di Pechino in costruzione alle porte sud della città. Diventerà lo scalo con maggior capacità di traffico al mondo e per realizzare le otto piste previste, che nel progetto iniziale erano solo sei, sono stati stanziati quasi 10 miliardi di euro. «È certamente un mercato in forte crescita, molto ricettivo ma allo stesso tempo complesso e intricato», ha insistito Plinio Innocenzi, «ci sono molte opportunità che vanno esplorate e incentivi messi a disposizione per le aziende soprattutto all'interno dei parchi tecnologici di Chengdou (Sichuan), di Harbin, a nord, nella provincia Heilongjiang, e Tianjin, vicino a Pechino dove è stata ristrutturata gran parte della produzione missilistica e spaziale del paese». «Ma attenzione», ha avvertito, «l'industria cinese, per mentalità, è meno predisposta alla condivisione e tende a inglobare con voracità i propri partner una volta acquisite le competenze tecniche e gestionali. Il pericolo numero uno è la perdita del know-how ed è altrettanto fondamentale avere chiaro fin da subito quale approccio e modello di business sviluppare».

Biotech - *da pag. 62*

gli antitumorali, che rappresentano il 9,4% del mercato, sono in forte crescita (+14,7% dal 2011). «In Cina ci stiamo concentrando in particolare sulla Sabarubicina, che combatte un particolare tipo di tumore al polmone. Lo sviluppo sta completando la fase I, con l'obiettivo di una registrazione in classe 1, la più rilevante per l'autorità regolatoria cinese», ha detto a *MFI* Pio Mei, direttore generale di Menarini, il maggior gruppo farmaceutico italiano, con 3,4 miliardi di fatturato. «Ci vogliono almeno sei anni per arrivare a commercializzare un prodotto in Cina e per sviluppare ricerche in loco, gli investimenti toccano i 15 milioni di euro per prodotti già registrati nel resto del mondo. La via del mercato in un Paese così grande è costellata di difficoltà a ogni passaggio. «Ogni confezione deve essere tracciabile, dal produttore al venditore: l'autorità cinese comunica al produttore i numeri seriali e il produttore appone sulla confezione un codice specifico. Poi i prodotti vanno registrati nei prontuari delle province», ha continuato Mei, «successivamente è necessario andare in ogni ospedale per farsi inserire nei loro prontuari, visto che manca il medico di base e il cuore del mercato è negli ospedali». Menarini, in Cina dal 1990 dopo l'acquisizione di Berlin Chemi, operativa a Shanghai, Pechino e Wuhan, è la prima farmaceutica di proprietà interamente estera. Quest'anno prevede di fatturare quasi 40 milioni di euro, in crescita del 45%. Punta, invece, sulla cura delle patologie respiratorie, la neonatologia e le malattie rare, Chiesi Farmaceutica, l'azienda di Parma da 1,5 miliardi di fatturato, che nel 2008 è entrata da pioniere nel mondo della medicina rigenerativa e nel 2013, con l'acquisizione della danese Zymenex, nell'area delle biotecnologie, posizionandosi all'apice dell'innovazione. «Negli ultimi tre anni abbiamo triplicato il fatturato ma soprattutto abbiamo rinforzato il portafoglio prodotti, ampliando il campo d'azione nella neonatologia», ha raccontato Ugo Di Francesco, ceo di Chiesi, che vede i membri dell'omonima famiglia proprietaria impegnati nell'attività. Nel 2016 il fatturato cinese è stato di 70 milioni di euro con 210 dipendenti. La chiave del suo successo in Cina è l'iperspecializzazione nei prodotti per i neonati, in cui è leader mondiale, grazie ai quali nel 2013 ha avviato una joint venture con la cinese Eddingpharm, per sfruttare la sua piattaforma di marketing per la commercializzazione, anche nell'area terapeutica respiratoria, l'altro punto forte. «L'asma ha il bacino di pazienti più elevato causa l'inquinamento e viene curata ancora con metodi tradizionali», sottolinea Di Francesco, il cui impegno nella ricerca e sviluppo, che ha raggiunto il 20% del fatturato, sta consentendo alla multinazionale di Parma di guardare alla Cina con crescente ottimismo.

Logistica - *da pag. 73*

dallo Stato, ne ha fatto un perno della strategia a piovra nel Mediterraneo, considerato sempre più una base logistica permanente e non solo un punto di transito. In questa strategia i porti lungo al Via della Seta diventano presidi da controllare direttamente. Per questo Cosco ha rilevato un anno fa il 50% del nuovo terminal container di ultima generazione di Vado Ligure (Savona), che dal 2018 sarà operativo assieme al suo principale concorrente, il gruppo danese Maersk. In Spagna il gigante cinese ha manifestato interesse per un nuovo terminal portuale nel porto spagnolo di Algeciras a ridosso dello Stretto di Gibilterra, uno dei più importanti centri di smistamento dei container. La strategia mediterranea si affianca a tenaglia con quella nel Nord Europa dove Cosco ha investito 125 milioni di euro per acquisire il 35% di Euromax Terminal di Rotterdam. «Per il Dragone l'economia del mare è imprescindibile, ha un valore di 970 miliardi di dollari e contribuisce al 9,4% del pil», ha ricordato a *MFI* Alessandro Panaro, analista di Srm, centro studi collegato a Intesa Sanpaolo. «Attualmente il traffico container nella Greater China vale 200 milioni di Teu, il 31% delle merci spostate via mare a livello globale», ha concluso Panaro. La strategia Cosco nel Mediterraneo è la dimostrazione di come il Dragone punti a rafforzare questa egemonia.

Il who's who delle istituzioni che promuovono business

Ettore Sequi
Ambasciatore a Pechino
ettore.sequi@esteri.it

■ Nato in Sardegna, a Ghilarza, nel 1956, ha preso incarico a Pechino nell'agosto 2015. Si è distino soprattutto in Afghanistan dove è stato uno degli ambasciatori più apprezzati, prima d'Italia e poi dell'Ue, per la quale ha rappresentato anche il Pakistan. È stato, da gennaio 2011 rappresentante dell'Unione europea in Albania e da aprile dello scorso anno capo di gabinetto dell'allora ministro degli esteri, Federica Mogherini e poi di Paolo Gentiloni. È laureato in scienze politiche all'università di Cagliari con specializzazione in islamologia e negoziati multilaterali.

Stefano Beltrame
Console generale a Shanghai
stefano.beltrame@esteri.it

■ Veronese, classe 1960, laureato all' Università di Padova in scienze politiche, è stato, tra l'altro, a Teheran, come primo consigliere di ambasciata, consigliere commerciale a Washington, e da marzo 2014 è in Cina.

Antonello De Riu
Console generale a Hong Kong
antonello.deriu@esteri.it

■ Nato a Chieti nel 1968, laureato all'Università di Roma in scienze politiche, ha servito dapprima alla Farnesina e successivamente all'ambasciata di Teheran. Primo segretario a Seoul, nel 2004, ha lavorato poi con il Direttore Generale per la Cooperazione allo Sviluppo e nel 2010 si è trasferito a Tunisi, che ha lasciato nel 2014 per l'attuale destinazione.

Laura Egoli
Console generale a Canton
laura.egoli@esteri.it

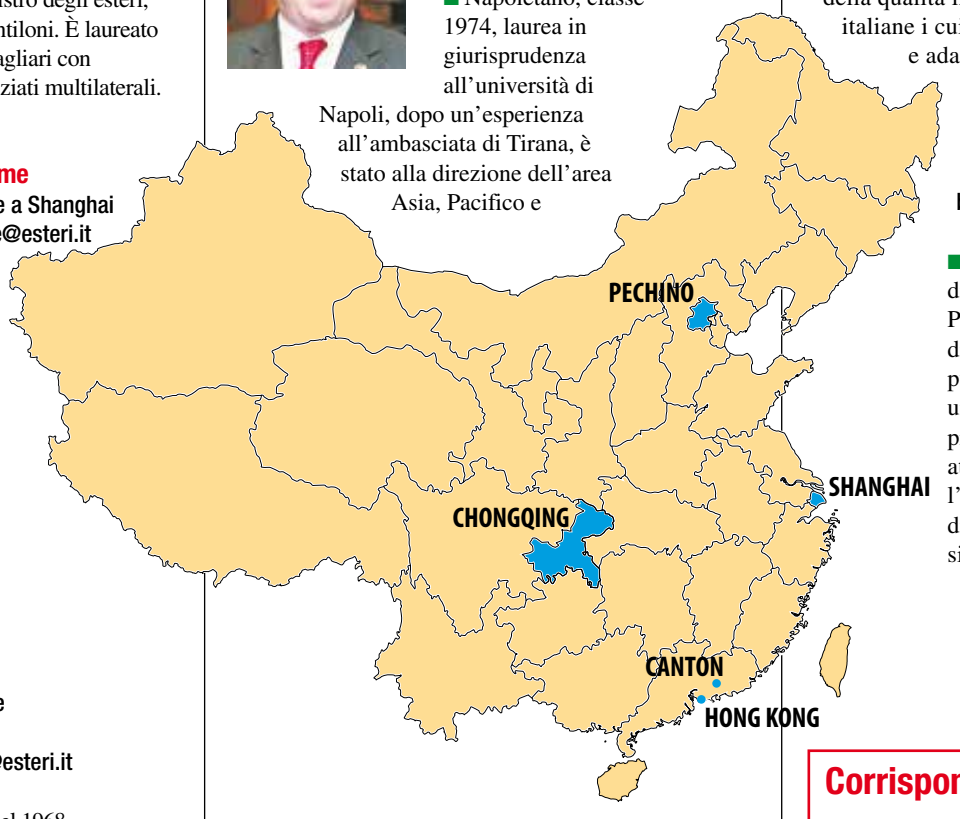
■ Classe1968, laurea in scienze politiche all'Università di Roma, è entrata per concorso in carriera diplomatica. Ha servito all'ambasciata di Tunisi come primo segretario, poi si è trasferita alla Direzione generale per i paesi mediterranei della Farnesina. Nel 2010 è stata Consigliere alla Rappresentanza permanente presso l'Onu a New York, che ha lasciato in ottobre, l'anno scorso, per Canton.

Sergio Maffettone
Console Generale a Chongqing
sergio.maffettone@esteri.it

■ Napoletano, classe 1974, laurea in giurisprudenza all'università di Napoli, dopo un'esperienza all'ambasciata di Tirana, è stato alla direzione dell'area Asia, Pacifico e Antartide della Farnesina. È in Cina dal 2010, primo segretario all'ambasciata di Pechino, e quindi a Chongqing, dove ha aperto la prima rappresentanza diplomatica occidentale, all'inizio del 2015.

Amedeo Scarpa
Responsabile Ice, Pechino
a.scarpa@ice.it

■ Classe 197, pugliese di Lecce, Scarpa ha assunto l'incarico a Pechino in novembre scorso dopo aver diretto per due anni l'uffico di New Delhi, con responsabilità per tutta l'area dell'Asia meridionale. In passato ha servito anche a Madrid, Damasco, Kuwait City, Riad e San Paolo, dove è stato cinque anni.
Fluente nelle principali lingue europee, Scarpa ha una lunga carriera in Ice dove è entrato nel 1992 dopo la laurea in Scienze Politiche alla Sapienza di Roma. Ha avuto anche un lungo periodo di servizio nella sede centrale di Roma occupandosi di strategie. Grazie anche al suo impegno, l'Italia è stata ospite d'onore alla China Shanghai International Technology Fair del 2016 appuntamento biennale delle aziende tecnologiche mondiali. «È il momento della qualità in Cina, che non manca alle pmi italiane i cui asset migliori sono anche flessibilità e adattabilità,» ha commentato.



Sergio Bertasi
Presidente Cdc italiana in Cina
bertasi@cameraitacina.com

■ È il rappresentante di Intesa Sanpaolo a Pechino. La Camera di commercio, pur essendo un'istituzione privata, collabora attivamente con l'Ambasciata e l'Ice ai progranmmi di promozione e comunicazione sul sistema Italia in Cina.

Corrispondenti consolari

A Shenzhen (Guangdong)
Stefano Pipino
Tel.: +86-755-83412260
Cell.: +86-18575596343
E-mail: stefanopipino@gmail.com

A Hainan
Francesco Guarnieri
Tel.: +86-898-88298141
Cell: +86-18889167879 - +86-13637530570
E-mail: fdhainan@gmail.com

A Fujan
Mauro Di Lazzaro
Cell: +86-13906021098
E-mail: mdlmail@tin.it

喜游世界
HYCHINESE.COM

中歡國迎®
• EXCLUSIVELY ISSUED BY •
CHINA TOURISM ACADEMY
WELCOMECHINESE.COM.CN

ROME FIUMICINO LEONARDO DA VINCI AIRPORT

The first in the world to achieve
the Welcome Chinese Certification.

10 CITIES OF GREATER CHINA

directly connected

BEIJING · CHONGQING · GUANGZHOU · HAIKOU · HONG KONG
SHANGHAI · TAIPEI · WENZHOU · WUHAN · XI'AN

7 OPERATING AIRLINES

in Rome FCO

ASK FOR MORE

ADR Aeroporti di Roma