

Highlights

“La Cina nel 2016. Scenari e prospettive per le imprese”

In lieve calo Pil ed export ma crescono consumi interni e servizi, è la svolta New Normal.

Le imprese italiane devono imparare a fronteggiare una Cina a due velocità mentre continuano a crescere gli investimenti cinesi nel nostro Paese.

TRASFORMAZIONI _ La Cina sta affrontando una profonda transizione, che la porterà ad essere un'economia avanzata e basata su consumi, servizi e innovazione. Il percorso di trasformazione è cruciale per rilanciare il tessuto industriale cinese, che non si può più fondare su lavoro a basso costo e interventi statali. Ci troviamo dunque in una fase denominata dalle stesse autorità cinesi “**New Normal**”. Il nuovo corso dell'economia cinese si deve al riconoscimento che **il modello di crescita a doppia cifra che ha caratterizzato la Cina dagli anni '80 non è più possibile. Alla quantità bisogna ora sostituire la qualità.** Per queste ragioni il *New Normal* è caratterizzato da:

- **Tasso di crescita del Pil ridotto:** l'obiettivo del Tredicesimo piano quinquennale è di mantenere un tasso di crescita medio del 6,5% fino al 2020.
- **Crescita di qualità:** una crescita più sostenibile e basata su prodotti tecnologicamente più avanzati.
- **Meno investimenti pubblici:** gli investimenti pubblici effettuati a seguito della crisi economica nel 2008-2009 hanno generato una crisi da sovraccapacità ed alimentato il debito.
- **Meno export:** il calo della domanda estera e la sua volatilità costringono la Cina a trovare fonti più solide per la domanda di consumo.
- **Più consumi interni:** lo sviluppo del consumo interno consentirà di sostituire il calo della domanda estera.
- **Più servizi:** nel percorso di innovazione la Cina sta ampliando la quota dei servizi, che rappresenta oggi il principale driver di crescita.

Il 2015 si è rivelato **un anno di transizione**, soprattutto considerando la fluttuazione dei mercati cinesi, che hanno spaventato le Borse mondiali in estate e a cavallo del nuovo anno. La ricerca di un “atterraggio leggero” per l'economia cinese è stata una delle principali priorità della leadership cinese negli ultimi tre anni, e il crollo delle Borse ha rivelato al mondo l'esistenza di una trasformazione economica in atto.

<p>2016: I TEMI CHIAVE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Boom dei consumi (anche digitali)* 2) Crescita del costo del lavoro 3) Demografia 4) Robotica 5) Ricerca & sviluppo 6) Urbanizzazione 	<p>NEW NORMAL - È <u>finito il periodo della crescita a doppia cifra</u> che ha caratterizzato il miracolo cinese negli ultimi anni. In tale senso si parla di “<u>nuova normalità</u>” per l'economia cinese: una crescita meno rapida non significherà una crescita lenta, ma sostenibile, che nel processo di trasformazione strutturale può contenere i rischi ed al contempo migliorare il benessere e la sicurezza dei cittadini nonché preservare la stabilità e l'armonia politico-sociale.</p>
---	--

* Con poco meno di 1,4 miliardi di persone e 688 milioni di queste che regolarmente accedono a internet, la Cina è il Paese con il più alto numero di utenti web al mondo. In pratica, un cinese su due naviga, utilizza chat, si informa e finalizza acquisti attraverso il proprio computer o dispositivo mobile.

INTERSCAMBIO_

- Import + Export: 3.956 miliardi di dollari Usa (-8%);
- Export: 2.274 miliardi di dollari Usa (-2,9%);
- Import: 1.681 miliardi di dollari Usa (-14,2%) un crollo rispetto ai dati 2014;
- Surplus commerciale: avanzo per l'economia cinese di 592 miliardi di dollari Usa.

Nel corso del 2015 l'**interscambio cinese** con il resto del mondo si è ridotto dell'8%, con una diminuzione che ha coinvolto le importazioni in maniera maggiore rispetto alle esportazioni, con un conseguente aumento del surplus.

Il 2015 è stato un anno purtroppo negativo anche per l'**export italiano** in Cina: oltre 2,4 miliardi di dollari Usa in meno di esportazioni rispetto al 2014 (-12,56%). L'**import** è invece calato di circa 1 miliardo di dollari Usa (-3,18%). Il disavanzo nella bilancia commerciale dunque aumenta di quasi il 16% (poco meno di 11 miliardi di dollari Usa), e soprattutto l'**interscambio** cala a 44,71 miliardi di dollari Usa (-6,93%). Come detto, i dati negativi non derivano però solo da difficoltà italiane, ma soprattutto dalla riduzione dell'import cinese. Si può dunque osservare come i dati italiani siano in linea con quelli dell'Unione Europea e dell'interscambio Cina-mondo.

→ Questa congiuntura è dovuta al processo di riforme che sta portando la Cina verso una nuova normalità e un mercato più maturo, con una crescita più basata sui consumi che su investimenti ed esportazioni nette.

ECONOMIA _ L'economia ha un ruolo centrale nell'agenda di Xi Jinping. Il Presidente cinese, all'inizio del suo mandato, ha fissato degli obiettivi dentro la cornice del **Sogno Cinese** - un progetto volto allo sviluppo domestico e internazionale, politico ed economico della Cina - che possono essere realizzati solo con una performance economica positiva. Il primo di tali obiettivi è il **raddoppio del Pil pro capite entro il 2020** rispetto al livello del 2010. Tale proposito è in linea con la volontà di ampliare i consumi domestici. Oltre ai consumi, l'obiettivo del *New Normal* è quello di **accrescere la quota dei servizi**. Nel 2015 si è segnato un passaggio importante su questa strada, visto che è il primo anno in cui **il settore terziario contribuisce a più della metà del Pil cinese** (50,5%).

ONE BELT, ONE ROAD _ In attesa di portare a compimento la trasformazione economica nazionale, Xi Jinping ha avviato un piano di integrazione economica e infrastrutturale che abbraccia il Sud-est asiatico, l'Asia centrale, l'Africa Orientale e l'Europa. Tale piano è denominato "Una Cintura, Una Via" (in inglese **One Belt, One Road**) e si ispira all'esperienza storica della Via della Seta. Questo progetto si pone l'obiettivo di avviare una cooperazione con i Paesi che ricadono entro il suo perimetro, connettendo mercati attraverso imponenti opere infrastrutturali, condividendo una parte del processo produttivo e delocalizzando alcune delle industrie affette da sovraccapacità e crescita salariale.

In sintesi_

1. Il target di crescita del Pil per il 2016 è tra il 6,5% e il 7%
2. Il target di crescita entro il 2020 – periodo di applicazione del Tredicesimo Piano Quinquennale – è del 6,5%, legato all'obiettivo di raddoppiare entro la fine del decennio il Pil pro capite rispetto ai livelli del 2010
3. Per la prima volta nel 2015 i servizi hanno contribuito a più della metà del Pil, rendendo evidente come la Cina stia perseguendo un nuovo modello economico orientato ai consumi e ai servizi a discapito di investimenti ed export (*New Normal*)
4. Sovraccapacità e indebitamento crescente rappresentano le maggiori criticità
5. La crisi di Borsa del 2015 ha uno scarso impatto sull'economia reale, ma dimostra la necessità di riformare il mercato finanziario cinese
6. In linea con il Tredicesimo Piano Quinquennale, il Governo Cinese ha avviato progetti per promuovere l'innovazione del tessuto industriale, puntando ad una crescita legata a prodotti di qualità e non più al basso costo del lavoro
7. Crescono i consumi, trainati dal boom del digitale
8. Crescita degli investimenti cinesi all'estero, con una particolare attenzione all'Europa

IL XIII PIANO QUINQUENNALE_

Parola d'ordine: **continuità** con il XII Piano Quinquennale

→ Obiettivi:

- Tasso di crescita – 6,5% fino al 2020
- Servizi – 56% entro il 2020
- Consumo energetico – non oltre 5 mld Tonnellate equivalenti carbone
- Intensità energetica – Ridurre consumi del 15% e emissioni del 18%
- Qualità dell'aria – livello buono per almeno l'80% delle città
- Energia nucleare – da 28,3 a 50 GW
- Rete infrastrutturale – Alta velocità da 19 a 30 mila Km, 50 aeroporti
- Reddito pro capite – aumentarlo del 6,5% ogni anno
- Occupazione – 50 milioni di posti di lavoro
- Urbanizzazione – 60% entro 2020

BUSINESS _ Chi si appresta ad investire in Cina si trova così di fronte ad una **crescita a due velocità**, sia sul piano settoriale che su quello della localizzazione geografica. **I settori più innovativi**, quelli legati ai servizi e alla crescita dei consumi, offrono importanti opportunità di cogliere i benefici derivanti da un ingresso alle prime fasi di sviluppo, mentre **investimenti volti a beneficiare di costi del lavoro inferiori** all'Europa e di standard ambientali non adeguati andranno incontro a difficoltà crescenti. Allo stesso tempo, la **scelta della localizzazione degli investimenti in Cina è cruciale** per cogliere le peculiarità della domanda di consumo, della logistica e dell'apertura all'estero tipiche di ciascuna provincia.

La Cina offre ancora molteplici opportunità per gli investitori italiani, ma rispetto al passato richiede una maggiore conoscenza delle dinamiche settoriali e locali in vista dell'ingresso nel mercato.

PROTEZIONISMO CONTRO APERTURA

Protezionismo

1. **Controllo sul mercato** tramite aste e bandi pubblici gestiti in maniera tale da favorire le imprese locali;
2. **Restrizione agli investimenti** in determinati settori e nicchie;
3. **Accesso privilegiato al credito** delle imprese statali, che sono sempre più competitive;
4. Dipende dal **livello di importanza strategica dei settori**;
5. Il **Governo ha cambiato l'approccio** nei confronti delle multinazionali estere. Finita la *golden age* per le multinazionali;
6. La **Legge sulla Sicurezza Nazionale** imporrà ulteriori restrizioni e controlli sulle attività straniere in Cina, in diversi settori.

Maggiore accesso al mercato

1. **FTZ** (Oltre Shanghai, anche le FTZ di Tianjin, Guangdong, Fujian possono essere considerate pienamente operative, e l'area della Shanghai FTZ è stata considerevolmente ampliata);
2. **Revisione catalogo investimenti 2015**: settori ristretti da 79 a 38 (e Negative List FTZ Shanghai).

UN IMPERATIVO STRATEGICO _ Per molte società, la Cina è diventata un **Paese chiave** nel contesto di una continua frammentazione della catena produttiva. In molti casi, la quota della Cina rappresenta oltre il 10% del fatturato globale delle imprese, e mostra una rapida crescita. Tuttavia, per altre società il ruolo della Cina risulta ancora contenuto, se confrontato con le attività globali. Per queste imprese si impone allora una strategia più orientata a questo mercato e alla Cina che cambia, sempre più strategico e rilevante, ed in definitiva un maggiore contributo delle attività cinesi sul fatturato totale dell'impresa stessa. Inoltre, la Cina è caratterizzata da un boom dei consumi interni, e le nostre previsioni indicano un'enorme crescita del mercato nei prossimi 10-15 anni. La Cina è già un mercato significativo, ma prevediamo che la sua importanza relativa rispetto a quello globale crescerà sempre più rapidamente grazie all'aumento dei consumi.

→ Il quadro presenta difficoltà ma c'è spazio per l'ottimismo: nessuna società con ambizioni di internazionalizzazione può permettersi di ignorare il mercato cinese.

IMPORTANZA FORMAZIONE + INFORMAZIONE_ La presenza sul mercato cinese porta con sé, com'è ovvio, anche una serie di **sfide** e **difficoltà** da affrontare. Le indagini del CeSIF hanno evidenziato quali sono le criticità di maggior rilievo che le imprese italiane devono affrontare sul mercato cinese. Tra le dodici categorie disponibili, è interessante notare come siano tre quelle definite "molto importanti/ fondamentali" da oltre il 50% delle società intervistate. Al terzo posto vi è l'annosa questione della **violazione dei diritti di proprietà intellettuale** (al primo posto per quanto riguarda la singola voce "fondamentale"), mentre ai primi due posti vi sono le **difficoltà culturali e linguistiche**.

→ Questo conferma come le stesse imprese riconoscano che nelle strategie di business orientate al mercato cinese un **adeguato percorso formativo-informativo** non sia solo un utile orpello, bensì un **aspetto fondamentale** per approcciare in maniera adeguata e vincente un mondo così diverso dal nostro.

ATTRATTIVITÀ DELLE PROVINCE CINESI _ Per accedere al mercato cinese è fondamentale riconoscere l'esistenza di profonde differenze fra le diverse aree del Paese. Dato il differente livello di sviluppo fra le province, **un'analisi del solo tasso di crescita del Pil non è sufficiente** per comprendere l'attrattività delle singole province. Per questa ragione, nel 2015 il CeSIF ha pubblicato il **China Indicator of Provincial Business Attractiveness (CIBA)**, un indice sintetico che misura il grado di attrattività delle province cinesi per l'export e gli investimenti diretti italiani in Cina. Secondo l'indice, le province più attrattive si trovano nelle aree costiere, mentre le aree più interne offrono opportunità in divenire. -

IL TURISMO CINESE _ Il dato turistico per il mercato italiano è frammentario, anche perché l'Italia fa parte dell'area Schengen: secondo i dati del CeSIF, nel 2013 gli arrivi diretti di turisti cinesi in Italia hanno raggiunto quota 478 mila (+10,39% rispetto al 2012), mentre le stime sono di 590 mila per il 2014 e di 730 mila persone per il 2015, e l'obiettivo 2016 potrebbe essere il raggiungimento di 900 mila turisti cinesi in Italia, contro i 220 mila del 2011. Tuttavia l'Italia ha perso posizioni fra le mete preferite dai viaggiatori di lusso, un elemento che secondo il CeSIF indica come ci siano **ancora potenzialità da sfruttare nel mercato turistico italiano che si rivolge alla Cina**.

LO SHOPPING CINESE_ **L'acquisto di prodotti di lusso è uno dei motivi principali che spinge il turista cinese a viaggiare all'estero**: nonostante la crisi infatti, secondo i dati Global Blue, si registra una crescita del 56% della spesa del turista cinese in Italia nel 2015, che si aggiunge al +13% del 2014. Tale dato è nettamente superiore all'andamento generale degli acquisti in Italia, che si ferma ad una crescita del 16%.

Sulla base della continua crescita dell'economia cinese, dell'aumento stabile del reddito dei cittadini e di una ulteriore apertura verso il mondo esterno, nel 2015 la spesa per turismo *outgoing* è cresciuta di oltre tre volte rispetto al 2011, passando da 68 a 229 miliardi di dollari Usa. Il tasso di crescita del 2015 si è assestato al 39%, in aumento rispetto al 34% del 2014. Inoltre, la quota cinese degli acquisti di turisti stranieri in Italia è pari a un terzo (33%).

Non vi sono grandi novità rispetto alle categorie merceologiche: partendo dalla considerazione che sono sempre prediletti i brand del lusso che esprimono qualità e *status symbol*, gli acquisti dei turisti cinesi sono rivolti prevalentemente al settore della **moda** (68%, -3% rispetto al 2014) e a quello della **gioielleria** (23%, +2% rispetto al 2014).

I turisti cinesi continuano a prediligere lo **shopping nelle grandi città**, anche se va evidenziata una distribuzione degli acquisti maggiormente diffusa sul territorio nazionale. Anche per il 2015 non si registrano grandi cambiamenti: è **Milano**, come prevedibile, la **principale città dello shopping in Italia**. Nel 2015 si è registrato un incremento del 64%, un ritorno di crescita ai livelli del 2011-2012 dopo la flessione del biennio successivo (rispettivamente +17% e +10% nel 2013-2014). Milano rappresenta infatti il 34% della spesa cinese in Italia. Seguono a distanza Roma (17% della spesa e crescita del 49%), Firenze con il 10% della spesa e una crescita dell'8%, e Venezia, con il 7% di spesa e una crescita del 7% dopo avere registrato per la prima volta un dato negativo nel 2014.

INVESTIMENTI_ A fine 2015 risultano direttamente presenti in Italia, attraverso almeno un'impresa partecipata, 162 gruppi cinesi e 69 gruppi con sede principale a Hong Kong (il riferimento è all'investitore ultimo. Dunque, nel caso non infrequente di partecipazioni detenute da gruppi cinesi attraverso società di Hong Kong, l'investimento è attribuito alla casa-madre cinese).

Le imprese italiane da essi partecipate sono in tutto 417, di cui 313 partecipate da investitori cinesi e 104 da investitori di Hong Kong. L'occupazione delle imprese partecipate supera ormai le 22.800 unità, mentre il giro di affari complessivo delle imprese italiane partecipate da investitori cinesi e di Hong Kong è di oltre 12,2 miliardi di euro. In particolare, le 313 imprese italiane a partecipazione cinese occupano poco meno di 17.600 dipendenti, mentre il loro giro d'affari è di quasi 9,5 miliardi di euro; le 104 imprese partecipate da multinazionali di Hong Kong occupano invece 5.270 dipendenti e il loro giro d'affari è vicino a 2,8 miliardi di euro.

Questi numeri confermano la significativa crescita degli investimenti cinesi nel nostro Paese nell'ultimo anno: **i gruppi investitori sono cresciuti di quasi il 32%** (22% se consideriamo anche Hong Kong), una crescita lievemente accelerata rispetto al 2014. Anche le imprese italiane partecipate crescono di circa un terzo, contro il 26% circa del 2014 (considerando anche Hong Kong, si passa dal +18 al +29,5%). Le crescite dei dipendenti e del fatturato sono meno accelerate rispetto al 2014, ma in entrambi i casi stiamo parlando di valori più che triplicati tra il 2012 e il 2015.

OPPORTUNITÀ SETTORIALI _ (VEDERE ANCHE TABELLA ALLEGATA)

Le **7 industrie emergenti**, che nel 2020 dovranno rappresentare secondo gli obiettivi del Governo, il 15% del Pil rispetto al 5% del 2010:

- Risparmio energetico e protezione ambientale
- Tecnologie informatiche di ultima generazione
- Biotecnologie
- Produzione di macchinari avanzati
- Energie alternative
- Nuovi materiali
- Veicoli ecologici