

INDICE

12 1. QUADRO GENERALE

L'esigenza di armonizzare un quadro esterno sfavorevole

13	1.1 Uno sguardo al 2019	68
22	1.2 Il tema chiave: lo scenario esterno in evoluzione e il rapporto tra dipendenza/indipendenza	68
23	1.3 Panorama della ricerca in Cina	
26	1.3.1 Settori emergenti in R&S in Cina	70
29	1.4 Prospettive per la crescita: consumi e urbanizzazione	70
29	1.4.1 Continuano a crescere i consumi, B2B e B2C	73
30	1.4.2 L'urbanizzazione come driver dei consumi	
33	1.5 Lo scenario digitale oltre la Muraglia	78
36	1.5.1 I principali social network cinesi	
41	1.5.2 Influencer marketing	
47	1.6 L'Italia e la Cina	79
52	1.7 Conclusioni: il Sistema Paese e la relazione con la Cina	79

56 2. POLITICA

	Dalla preparazione alla gestione del rischio	86
57	2.1 La leadership al tempo del rischio	87
57	2.1.1 La gestione della crisi pandemica	
61	2.2 Il contesto e il dibattito sulla leadership di Xi prima del Covid-19	88
61	2.2.1 Il completamento dell'accentramento del potere nel 2017-2018	94
64	2.2.2 Il senso dell'azione politica di Xi Jinping: dalla nuova era alla gestione del rischio	96
65	2.2.3. Il Quarto plenum e la Sesta	101

generazione	103
2.3 La politica estera – Globalizzazione cinese a rischio?	108
2.3.1 Il rapporto con gli Stati Uniti: tra competizione strategica e Nuova guerra fredda	108
2.3.1.1 La guerra commerciale: dal lancio fino alla Phase One	111
2.3.2 La Belt and Road Initiative: fondamenti e prospettive	116
2.3.3 L'Europa e il cambio di passo del rapporto con la Cina nel biennio 2017-2019	

3. ECONOMIA

Favorire i consumi interni e sostenere l'occupazione

3.1 L'economia cinese: un secondo New Normal	
3.2 L'andamento dell'economia a livello provinciale	
3.3 Il Rapporto del Governo alle "Due sessioni" del 2020	85
3.4 La strategia economica di Xi e le prospettive per il 2020	86
3.5 Le misure di contenimento dei costi economici dell'epidemia di Covid-19	87
3.6 I temi più caldi: riforma delle Soe, tutela ambientale e indebitamento	88
3.7 Riformare la manifattura: oltre Made in China 2025	94
3.8 Stabilità macroeconomica e fattori di rischio	96
3.9 Dinamiche strutturali consolidate	101
3.9.1 Aumento del costo del lavoro	101

3.9.2 Demografia: un Paese che invecchia	154
3.10 Consumi	157
3.10.1. Consumi: il principale fattore di crescita	157
3.10.2 Persiste la crescita dei consumi cinesi, trainata dai consumi digitali	157
3.10.3 Consumi: l'imperativo della localizzazione nelle città di seconda, terza e quarta fascia	160

123 4. SETTORE ESTERO

Investimenti e interscambio

4.1 Interscambio cinese in terreno negativo	124
4.2. Investimenti diretti esteri: stabili i flussi verso la Cina	130
4.2.1 Gli investimenti diretti esteri italiani in Cina	136
4.2.2 Gli investimenti diretti esteri cinesi nel mondo	148

150 5. ACCESSO AL MERCATO E REGOLAMENTAZIONI

La Nuova legge sugli investimenti stranieri e l'impatto del Covid-19

5.1 I lavoratori italiani in Cina	151
5.1.1 Una via della seta non solo sanitaria. Lavoratori italiani in Cina, come gestire l'emergenza?	151
5.1.2 Tutele previdenziali per gli italiani in Cina	151
5.1.3 Aspetti fiscali nella gestione delle risorse umane	151
5.2 Risorse umane in Cina: le conseguenze della crisi epidemica	153

5.3 La tutela della proprietà intellettuale	
5.4. Una nota sul diritto fallimentare	
5.5 La Nuova Legge sugli investimenti stranieri	
5.5.1 La nuova legge entra in vigore	
5.5.2 Gli effetti per le imprese della FIL	
5.5.3 Ulteriori implicazioni della Nuova legge sugli investimenti esteri	
5.6 La nuova Negative List e il Catalogo degli investimenti incoraggiati	
5.7 Covid-19: indicazioni per le aziende	
5.7.1 Vademecum per le aziende in caso di nuova epidemia	
5.7.2 Nuovi ruoli in azienda per gestire una futura Pandemia	
5.7.3 Strumenti per la gestione del remote working, servizi cloud, adozione di strumenti innovativi	
5.7.4 Opportunità di revisione dei contratti commerciali	
5.8 Alcune strategie a tutela del business	
5.9 Il Protocollo per la doppia imposizione tra RPC e Hong Kong SAR	

170 6. OPPORTUNITÀ SETTORIALI

Una Cina per settore

6.1 Alimenti e bevande	
6.1.1 Trend del mercato	
6.1.2 Distribuzione e strategia di crescita	

184	6.2 Settore sanitario	247	6.7 Macchinari
193	6.2.1 Le nuove dinamiche del settore medico e sanitario cinese nel 2019	250	6.8 Automotive
196	6.2.2 Il settore farmaceutico: maggiore innovazione per crescere	261	6.9 Settore Media e Intrattenimento: cinema e piattaforme digitali
200	6.2.3 Apparecchiature medicali: politiche preferenziali per i prodotti locali	265	6.10 Arredamento
201	6.2.4 Infrastrutture sanitarie e informatiche	265	6.10.1 Il posizionamento dell'Italia sul mercato dell'arredo cinese
202	6.3 Retail	268	6.10.2 Il ruolo della Cina tra i fornitori della Filiera L-A
203	6.3.1. Ipermercati/Supermercati	268	6.10.3 I territori italiani più coinvolti con il mercato cinese per la Filiera L-A
206	6.3.2 Grandi magazzini	272	6.10.4 Emergenza Covid-19. Cosa può succedere? Macro tendenze in atto
208	6.3.3 Centri commerciali (shopping mall)		
210	6.3.4 Convenience store	274	7. OPPORTUNITÀ IN ITALIA
211	6.3.5 Outlet		Turismo, investimenti e studenti cinesi nel nostro Paese
212	6.3.6 E-tailing	275	7.1. Il turismo cinese e lo shopping
213	6.4 Beni di lusso	275	7.1.1. Il turismo cinese all'estero e in Italia
221	6.5 Settore della protezione ambientale	277	7.1.2 Lo shopping dei turisti cinesi in Italia
225	6.5.1 Strategia generale	279	7.2 Gli investimenti diretti cinesi in Italia
229	6.5.2 Inquinamento dell'aria e riduzione delle emissioni	287	7.3 Attrattività del sistema formativo italiano: l'importanza dei programmi governativi Marco Polo e Turandot e l'attività di promozione di Uni-Italia
229	6.5.3. Inquinamento e trattamento dell'acqua		
231	6.5.4 Inquinamento del suolo		
232	6.5.5 Trattamento del rifiuto solido urbano	295	8. CONTRIBUTI SCIENTIFICI
234	6.5.6 Accesso al mercato cinese		
237	6.5.7 Considerazione conclusiva in materia di protezione ambientale		
238	6.6 Prodotti chimici		