



Camera di Commercio Italiana in Cina

中国意大利商会

China-Italy Chamber of Commerce

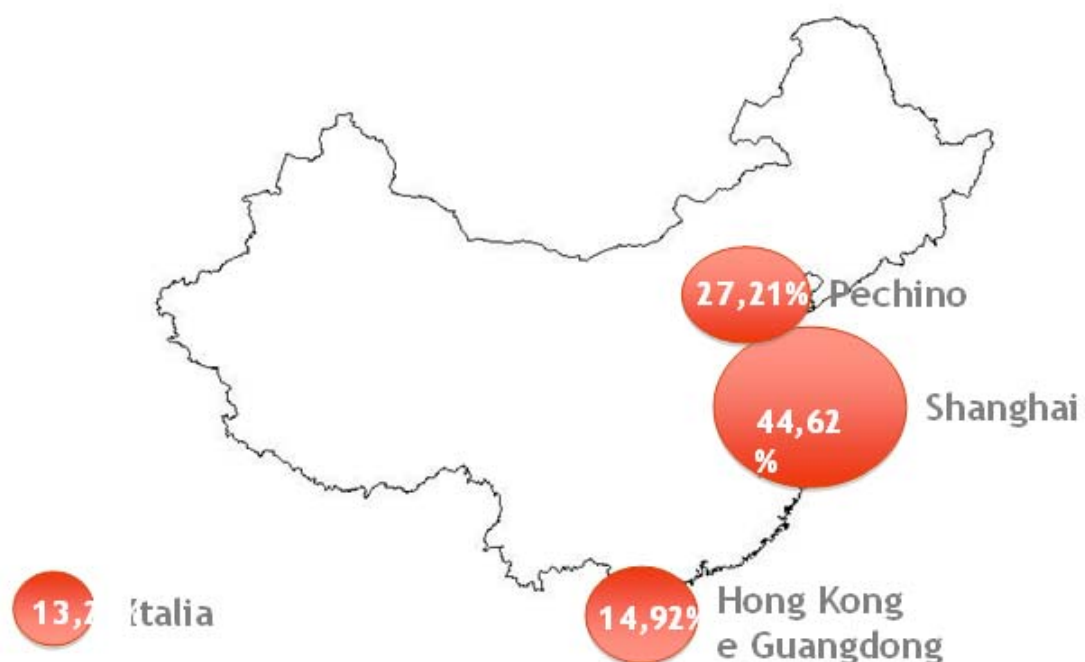
CCIC
Presentazione
Roadshow Italia
Febbraio 2011

La Camera di Commercio Italiana in Cina

- **La Camera di Commercio Italiana in Cina (CCIC)** è un'associazione di operatori ed imprese italiane, libera ed elettiva, apolitica e senza finalità di lucro costituita nel luglio 1991.
- La CCIC annovera tra i Soci i principali gruppi industriali italiani, banche, studi legali, società di trasporto, imprenditori e piccole e medie imprese e, periodicamente, li informa sull'andamento dell'economia cinese tramite la e-newsletter, la rassegna stampa CCICInforma, il Quaderno, il Bollettino Economico e documenti specifici e fornisce, su richiesta, informazioni e supporto volti a verificare opportunità di business.
- Organizza, inoltre, incontri con personalità politiche italiane e funzionari governativi ed economisti cinesi.
- La CCIC opera in sintonia con le Autorità diplomatiche e con l'ICE per coordinare e realizzare programmi di comune interesse.
- Quale membro della Camera di Commercio Europea in Cina, la CCIC fornisce contributi e supporto alla stessa per lo svolgimento del suo ruolo di tutela degli interessi delle società degli stati membri dell'Unione Europea.

Società' Italiane in Cina

2010



Società italiane in Cina

- Circa 2.100 (Fonte ICE)
- 724 Soci (2010), circa il 30% delle società italiane in Cina

Soci della CCIC per area geografica

- | | |
|-------------|-----|
| • Pechino | 197 |
| • Shanghai | 323 |
| • Hong Kong | 6 |
| • Italia | 96 |
| • Guangdong | 102 |

Chi sono i nostri associati?

In breve	Composizione	
<i>Investimenti nel Settore Terziario crescono rapidamente</i>	• Consulenza, servizi legali	70
	• Macchinari	94
<i>High Tech</i>	• Assicurazione	6
	• Automobilistico/Ricambi Auto e Accessori	53
<i>Prodotti di nicchia</i>	• Costruzioni/Materiali per Edifici/Forniture	49
	• Tessile/Abbigliamento/Scarpe/Accessori	64
<i>Settore F&B in fase di consolidamento</i>	• Commercio, Import/Export	40
	• Elettrico / Prodotti Elettronici	34
<i>Trading Companies sono meno del 7%</i>	• Logistica / Spedizioni	31
	• Hotel e Ristoranti	23
	• Food & Beverage	34
	• Architettura / Design di Interni	28
	• Banche / Servizi Finanziari	20
	• Chimico	21
	• Aerospaziale	1
	• IT/ Internet	7
	• Fornitura di Energia	12
	• Ingegneristico	15
	• Organizzazione Esposizioni	13
	• Metallurgico	12
	• Altri settori	97

I Nostri Servizi

Dato 2010

Erogazione Servizi

Pechino	441
Shanghai	318
Guangdong	463

Numero utenti

Soci	328
Non-Soci	849
Società Cinesi	45

Analisi di Mercato e monitoraggio

- Supporto Legale
- Opportunità di Business
- Risorse Umane

Servizi Logistici

- Light Desk
- Supporto alle Delegazioni Aziendali
- Gestione Visti

Pubblicità ed Eventi

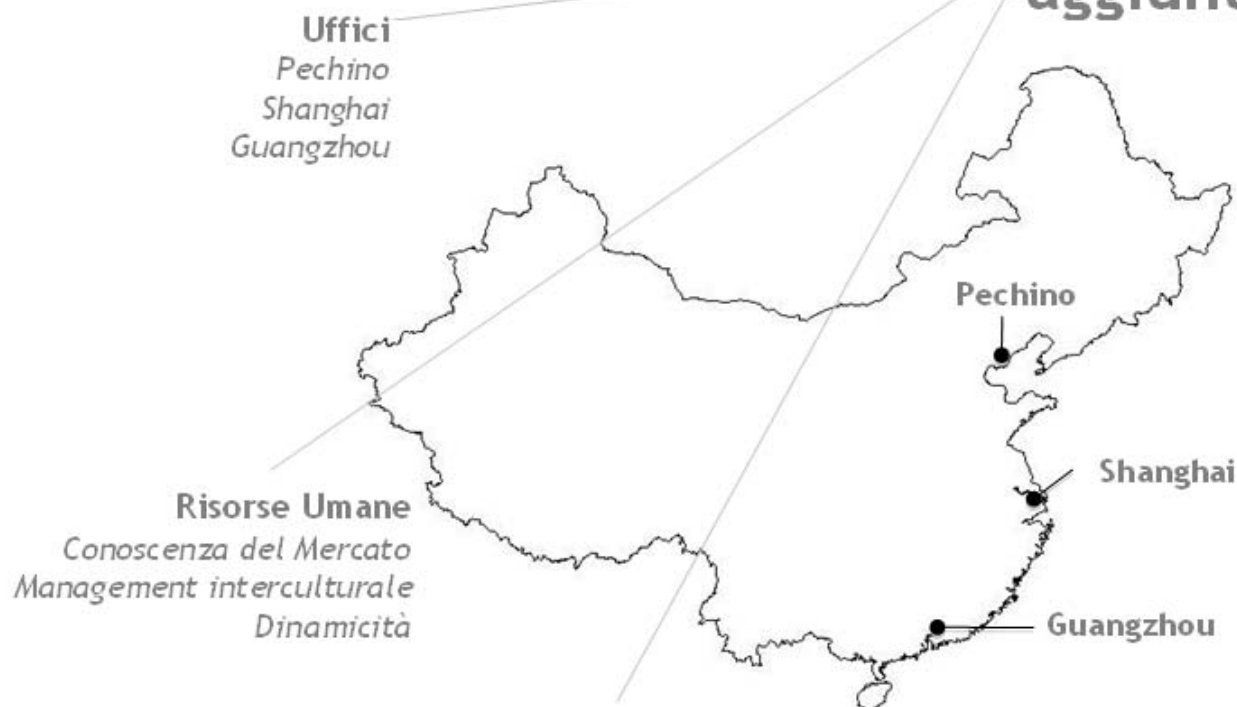
- Organizzazione Eventi
- Marketing Diretto
- Campagne Pubblicitarie

Pubblicazioni

- Bollettino Economico
- Il Quaderno - Rivista di Business Monografica
- CCICINforma - rassegna stampa bisettimanale
- Annuario dei Soci delle CCIC
- E-newsletter mensile

CICC - fattori chiave

Il nostro valore aggiunto



Associati e Network
Piu' di 700 Associati e un
network integrato di
istituzioni e imprenditoria
locali che facilitano la
conclusione di opportunita'
d'affari

Beijing

Unit 1612, Zhong Yu Plaza,
A6, Gongti North Road,
Chaoyang District, 100027,
Beijing China
Tel: 0086-10-85910545
Fax: 0086-10-85910546
info@cameraitacina.com

Shanghai

Room 1604, Xin Cheng Mansion,
No. 167 Jiang Ning Road,
200041 Shanghai, China
Tel: 0086-21-54075181
Fax: 0086-21-54075182
infoshanghai@cameraitacina.com

Guangzhou

Room 948, Garden Hotel,
368, Huanshi Dong Road, Garden Tower,
510064 Guangzhou, China
Tel: 0086-20-83652682
Fax: 0086-20-83652983
infohuangdong@cameraitacina.com



Approccio al mercato cinese

Ricerca di Mercato:

- Primo approccio per una conoscenza del settore di mercato.

Partner:

- Ricerca di un partner affidabile sia per attività di Import/Export che per Investimenti in loco.

Forme di investimento di estero:

- Join Venture: entità giuridica cinese ad investimento congiunto con entità straniera. Presenta difficoltà gestionali legate all'interazione con il partner.
- WFOE (Wholly Foreign Owned Enterprise): preferita alla JV perchè evita potenziali conflitti con il partner locale.
- Trading: per vendita al dettaglio, vendita all'ingrosso, distribuzione con contratti di agenzia, apertura di punti vendita.
- Franchising: necessari almeno 2 punti vendita diretti operanti in Cina da almeno un anno.
- Ufficio di rappresentanza: non è un ente giuridico; ha limitazioni operative; la nuova legge sui R.O. Del Dicembre 2010 ne limita fortemente l'operatività e ne aggrava il peso fiscale.

Sensibilità locali:

- Concetto di faccia
- Percezione dei tempi

Materia Doganale

Barriere Tariffarie:

- Avendo aderito al protocollo OMC, la Cina sta procedendo alle riduzioni previste dei dazi specifici di ciascuna posizione tariffaria; ad oggi la tariffa media e' stata ridotta dal 15,6% al 9,8%;
- dal luglio 2007, la Cina ha rivisto le restituzioni IVA su molti prodotti esportati: nel 2010 la revisione tocca 7500 diverse linee tariffarie, circa il 58% dell'intera edizione 2010. L'obiettivo e' limitare l'esportazione di taluni prodotti.

Barriere non tariffarie:

- Importazioni suddivise in 3 macro categorie: merci di contrabbando e proibite (armi, chimici tossici, prodotti contraffatti etc); merci di limitata importazione (licenze e quote); merci di libera importazione.
- Permangono i seguenti scogli all'importazione di:
 - Prodotti cosmetici di origine animale dalla UE (importabili solo previa doppia certificazione);
 - CCC applicato a 132 categorie di prodotti (elettronici, video, telecomunicazioni, automotive etc);
 - Prodotti alimentari preconfezionati (cfr capitolo F&B);
 - Settore agricolo e farmaceutico: difficoltà di protezione IPR e divieti di importazione.

Autorita' competenti:

- GACC (General Administration of China Customs) - competenze tariffarie e doganali;
- AQSIQ (Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) - controlli sanitari;
- SIPO (State Intellectual Property Office) - competenze TRIPS (trade related aspects).

Interscambio Italia-Cina 2010

- Nel 2010 l'Italia rappresenta il **quindicesimo partner commerciale** della Cina per il volume complessivo degli scambi commerciali;
- Il principale settore esportatore del *made in Italy* in Cina, tra i diversi comparti del manifatturiero, risulta quello delle **macchine, degli apparecchi meccanici, elettrici e di precisione**, con una quota del 45% circa del totale (in crescita del 7,3 per cento rispetto all'anno precedente);
- Per quanto riguarda i flussi commerciali di direzione opposta si evidenzia il ruolo particolarmente rilevante tra le importazioni in Italia dalla Cina dei prodotti dell'industria tessile e dell'abbigliamento, del cuoio e delle calzature;
- Si rileva inoltre, in una tendenza di fondo caratterizzata dall'aumento dei legami commerciali tra i due paesi, che si sta progressivamente realizzando una ricomposizione delle esportazioni cinesi in Italia a favore dei comparti a più elevato valore aggiunto e complessità produttiva, in particolare nel settore della **componentistica informatica** (computer e unità periferiche), delle **componenti e schede elettroniche**.

* Dati ICE





INTERSCAMBIO: composizione merceologica prodotti importati da Cina verso Italia

VALORE TOTALE IMPORTAZIONI	13,491	% of Total 100	Var.% 10/09 Jun 41.96
Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers, and parts and accessories of such articles (code 85)	2,651	19.65	46.79
Machinery & mechanical appliances (code 84)	2,394	17.74	48.67
Woven Apparel (code 62)	765	5.67	4.39
Ships And Boats (code 89)	742	5.50	160.34
Knit Apparel (code 61)	679	5.04	31.68
Iron And Steel (code 72)	495	3.67	364.85
Furniture And Beddin (code 94)	443	3.29	31.68
Organic chemicals (code 29)	442	3.28	41.03
Vehicles, Not Railwa (code 87)	428	3.17	32.62
Leathr Art;Saddlry; (code 42)	343	2.54	19.57
Iron/Steel Products; (code 73)	313	2.32	18.37
Optical, photographic, cinematographic, measuring, checking, precision, medical or surgical instruments and apparatus; parts and accessories thereof (code 90)	286	2.12	40.69
Others	3,510	26.02	/

•Dati *World Trade Atlas*.

•Statistiche a Giugno 2010. Dati espressi in miliardi di USD.



INTERSCAMBIO: composizione merceologica prodotti importati in Cina dall'Italia

VALORE TOTALE ESPORTAZIONI	6,601	% of Total 100	Var. % 10/09Giugno 25.60
Machinery & mechanical appliances (code 84)	2,665	40.38	21.45
Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers, and parts and accessories of such articles (code 85)	610	9.24	-17.07
Hides And Skins (code 41)	335	5.07	51.73
Pharmaceutical Production (code 30)	282	4.27	53.89
Plastics and articles thereof (code 39)	268	4.07	76.52
Optical, photographic, cinematographic, measuring, checking, precision, medical or surgical instruments and apparatus; parts and accessories thereof (code 90)	254	3.85	13.98
Articles of iron or steel (code 73)	177	2.69	-22.84
Leather Art; Saddlry; Bags (code 42)	151	2.29	90.85
Copper + Articles Thereof (code 74)	141	2.14	370.80
Vehicles, Not Railway (code 87)	138	2.08	95.01
Organic Chemicals (code 29)	113	1.71	70.96
Woven Apparel (code 62)	110	1.67	31.82
Others	1,625	24.62	/

•Dati *World Trade Atlas*.

•Statistiche a Giugno 2010. Dati espressi in miliardi di USD.

FTA: accordi Italia - Cina

ACCORDI E NORMATIVE DI RIFERIMENTO:

- Comitato Governativo Cina-Italia, Roma, 07.05.2004;
- Memorandum d'intesa sulla cooperazione degli investimenti bilaterali, Xiamen, 08.09.2005

VANTAGGI PER LE AZIENDE ITALIANE:

- Missione di promozione di investimenti bilaterali e partecipazione a fiere bilaterali di investimenti;
- SETTORI PRINCIPALI DI INVESTIMENTO CINESE IN ITALIA: meccanica, elettronica, biotecnologie, abbigliamento, logistica, farmaceutica, spedizioni, distribuzione commerciale;
- SETTORI PRINCIPALI DI INVESTIMENTO ITALIANO IN CINA: prodotti ad alta tecnologia, prodotti per la protezione ambientale, estrazione e lavorazione di gas e petrolio, lavorazione di prodotti agricoli, biotecnologie e farmaceutica, trasporti e produzione di veicoli, produzione di apparecchiature speciali.

NUOVI ACCORDI COMMERCIALI E OBIETTIVI FUTURI:

- Firmati 10 nuovi accordi commerciali tra Italia e Cina nel 2010, in occasione dell'incontro a Ottobre tra il Premier Berlusconi e Wen Jiabao, per un valore di 100 mld di Usd in 5 anni;
- In aumento i settori di cooperazione;
- Maggiore spinta all'internazionalizzazione delle imprese italiane;
- Servizi finanziari ad hoc per le PMI presenti in Cina;
- Assicurazione da parte del governo cinese di uguale trattamento per tutte le imprese;
- Maggior tutela della Proprietà Intellettuale.

ENERGIA: il mercato in Cina

Nel 2010 la Cina diventa il primo consumatore al mondo di energia *:

- Raddoppia il consumo di petrolio;
- Triplica la produzione di energia elettrica: più dell' 80% è prodotta da impianti alimentati a carbone.

Il carbone copre il 70% del consumo di energia primaria**

Prospettive future:

- Aumento della produzione e importazione di carbone;
- Risparmio energetico;
- Sviluppo di energia pulita;
- Rafforzamento della cooperazione energetica con altri paesi.

* Dati IEA (Information Energy Agency).

**Dati AGI-ENERGIA- portale informativo.

Nuovi Accordi Italia / Opportunita'

Roma, Ottobre 2010:

- 10 accordi commerciali tra Cina e Italia;
- Tra gli obiettivi: incrementare gli investimenti comuni in centrali fotovoltaiche nel Mezzogiorno (intesa con China Development Bank Corporation SICAR).

Pechino, Maggio 2010:

- Nasce il Centro SINO-EUROPEO per le energie pulite*; Politecnico di Torino e Tsinghua University vincono la gara d'appalto;
- Stretta partnership UE-China per la ricerca e l'innovazione; costituzione di un Consorzio con enti italiani e Istituzioni di altri Stati Membri UE.
- Obiettivo futuro: promozione dell'interscambio e investimenti reciproci.

* Dati Ministero degli Affari Esteri.



AMBIENTE: il mercato in Cina

La Cina è il primo Paese al mondo per emissione di CO2*:

- Stretta dipendenza dalla fonte fossile più inquinante: il carbone;
- Delle 10 località più inquinate al mondo 8 sono cinesi.

Necessità di diminuire il consumo energetico**:

- Canalizzazione degli investimenti nella Green Economy;
- Incremento delle fonti di energia rinnovabile;
- Auspicata istituzione di una banca-dati delle tecnologie e degli esperti ambientali per agevolare la cooperazione tra PMI italiane e cinesi.

*Dati Istituto Affari Internazionali (IAI).

**Dati Ministero degli Affari Esteri Italiano.



Nuovi Accordi Italia / Opportunita'

Roma, Ottobre 2010:

- Accordo sulla mobilità sostenibile tra il Ministro italiano *Prestigiacomo* e il Ministro cinese della Scienza e della Tecnologia *Wang* intensificano la collaborazione Italia-Cina nella produzione di auto elettriche e ibride;
- La collaborazione coinvolgerà le imprese italiane operanti nei settori dell'elettronica, delle batterie e della componentistica.

Roma, Novembre 2010:

- Memorandum d'Intesa per la Cooperazione sui cambiamenti climatici;
- Dialogo e scambio di informazioni di strategia ambientale tra i due Paesi;
- Trasferimento tecnologico a basso impatto climatico;
- Sensibilizzazione e formazione del pubblico.

* Dati Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare.



AUTOMOTIVE: il mercato in Cina

Il più grande mercato mondiale*:

- 17 milioni di veicoli venduti nel 2010;
- 35% di crescita annua;
- costituzione di nuove joint-ventures tra industrie internazionali e locali.

Un mercato in continua crescita:

- Reddito pro-capite in aumento** con imponente ingresso di auto come bene di consumo tra le famiglie cinesi;
- Forte attenzione alle tecnologie verdi: auto ibride di terza generazione;
- Controtendenza rispetto al mercato mondiale in crisi: possibilità di crescita per aziende straniere attraverso partnership con aziende locali (macchine utensili e per lavorazione plastica, motoristica, componentistica, design automobilistico, progettazione etc).



Forum “Sostenibilita’ ed eccellenza nell’industria Itlaiana dell’automotive e del trasporto su rotatia”

- Jiading, Dicembre 2009;
- Presenza in Cina di aziende italiane impegnate nella produzione di prodotti e sistemi ad alta tecnologia e di Atenei impegnati in R&S e insegnamento;
- Ufficio Scientifico Tecnologico Ambasciata d’Italia a Pechino.

*Dati *China Automobile Industry Association*.

**Reddito Pro-Capite nel 2010 3600USD, dati C.I.A, www.cia.gov.

Nuovi Accordi Italia / Opportunita'

Roma, Luglio 2009*:

- Accordo tra Fiat e Guangzhou Automotive Company (Gac), valore complessivo di 225 milioni di dollari. Il gruppo torinese ha oggi in Cina tre uffici di rappresentanza, 14 società totalmente controllate e 9 joint ventures, con un totale di 13.000 dipendenti.

Roma, Ottobre 2010:

- Accordo tra Ministero Italiano dell'Ambiente e Ministero della Scienza e della Tecnologia Cinese - Progetto cinese a partecipazione italiana "Mille auto elettriche-ibride in 10 città".

Opportunità per le aziende italiane**:

- Domanda di rifornimento componenti auto in aumento;
- 14,7 miliardi di dollari di investimenti statali per lo sviluppo di auto elettriche.

*Dati G.Paolucci, www.lastampa.it.

**Dati Confindustria.

AEROSPAZIO: il mercato in Cina

Piano di sviluppo del settore*:

- Dal 2009 ad oggi, 45 miliardi di euro di investimenti nel settore;
- Costruzione di un centinaio di aeroporti entro il 2020;
- Triplicazione della flotta aerea entro il 2015 c.a.

Mercato Areospaziale Civile**:

- Acquisto di oltre 300 velivoli, entro il 2015;
- produzione entro un quinquennio di un aereo civile in grado di competere con Boeing e Airbus (peraltro già localizzate in Cina);
- Sviluppo settori aerei regionali, elicotteri, aerei standard, equipaggiamento aereo, sistema e accessori aerei.

Mercato Areospaziale Militare***:

- Nel 2010, 78 miliardi di dollari di investimenti in sviluppo e ricerca di tecnologie militari.
- Particolare interesse nei settori italiani di elicotteristica, radaristica, elettronica della difesa, avionica, satellitare.

*Dati CASC e UK Trade&Investment.

**Dati Amministrazione Statale dell'Aviazione Civile Cinese.

***Dati Osservatorio di Politica Internazionale, www.iai.it.

Nuovi Accordi Italia / Opportunita'

Italia, Marzo/Aprile 2011:

- Missione incoming aziende cinesi nel settore areospazio;
- Coinvolge sia aziende produttrici, aziende interessate ad acquisto parti/materiali, centri ricerca;
- La CICC è promotrice della verifica di fattibilità di incontri B2B a latere della Missione.

Guangdong, Novembre 2012:

- China Int. Aviation & Aerospace Exhibition*;
- Fiera commerciale internazionale del settore areospaziale, organizzata dal Governo Cinese.
- Previsti a latere "Airshow China B2B Meetings", in collaborazione con la francese BCI AEROSPACE, incontri B2B customizzati.

*<http://www.airshow.com.cn/en/>.

R&S e ICT - mercato e opportunita'

- 2009: allocati dal governo cinese 16.3 mld Euro (151 mld RMB) all'innovazione scientifica e tecnologica, 30% in piu' rispetto al 2008;
- 7 Ottobre 2010 - firmato a Roma il MoU tra il Ministero dell'Innovazione Italiano e della Scienza e Tecnologia cinese, con lo scopo di promuovere la collaborazione tra le PMI italiane e cinesi;
- Il MoU comprende la creazione di un centro per il trasferimento tecnologico che possa stimolare la cooperazione tra PMI nei settori dell'innovazione industriale;
- 12imo piano quinquennale, Dicembre 2010: particolare attenzione rivolta a S&T (System & Technology) e ICT (Information & Communication Technology), con 16 programmi, tra cui core electric devices, high-end general purposed chips; extra large scale integrated circuits manufacturing technology; new generation broad band wireless comms; advanced digital controlled machine tools; large scale oil and gas fields development; etc.
- investimenti incoraggiati nei parchi industriali e tecnologici ed incubatori;
- sussidi, riduzioni fiscali e credito agevolato per le PMI nei comparti industriali innovativi;



Cina: necessita' di dotarsi di centri di ricerca, universita' e centri R&S di assoluta eccellenza

-Vantaggio competitivo italiano: capacita' nella fase di stereotipazione ed ingegnerizzazione;

-Strategia: va assecondata la tendenza di trasferimento in Italia di tecnologie cinesi, per il loro ulteriore sviluppo e l'elaborazione di protocolli applicativi;

-Criticitita': JV in Telecomunicazioni possibile solo con controparte cinese di pregressa esperienza (cio' limita la libera concorrenza)

BENI STRUMENTALI - mercato e opportunità

L'Italia e' protagonista nel fornire il mercato cinese:

- il comparto manifatturiero cinese si sta ri-orientando verso produzioni ad alto valore aggiunto (automotive, aerospazio, biotecnologie, green economy), amplificando le possibilità di sviluppo nei settori a più elevato tasso tecnologico;
- la domanda interna continuerà a crescere nei settori:
 - Macchine utensili
 - Meccanica di precisione
 - Componenti e semi-lavorati
 - Automazione e logistica interna
 - Meccanica strumentale



MADE IN ITALY - mercato e opportunita'

La crisi mondiale ha prodotto effetti limitanti sulle attivita' a vocazione esportativa dalla Cina, favorendo invece un incremento dei consumi interni, sostenuti dalle politiche monetarie e fiscali del Governo. Per quanto concerne la penetrazione commerciale dei prodotti italiani sul mercato locale, e' da notare quanto segue:

- Nel medio periodo si stima che i consumatori d'interesse per il Made in Italy ammontino a circa 250 mln di consumatori, concentrati nelle aree urbane*;
- la penetrazione commerciale delle citta' di seconda e terza fascia e' strategica, in quanto dal punto di vista reddituale e socio-culturale, appaiono pronte ad accogliere il prodotto italiano;
- il mercato del lusso nei prossimi anni si stima crescerà ad un tasso del 20-30% annuo, forte dell'espansione del ceto medio-alto attesa nel periodo 2010-2020; se cio' accadrà, la Cina sostituirà il Giappone quale secondo mercato mondiale del lusso;
- attualmente il gusto del consumatore cinese e' legato allo status-symbol: questo lo spinge a favorire le produzioni di nicchia.

Vi sono pertanto ottime opportunita' per i settori calzaturiero, pellettiero, occhialeria, tessile e abbigliamento, e a dispetto degli elevati dazi, per oreficeria e gioielleria.



Italian Brand Mall, Pechino

- prossima apertura, autunno 2011;
- Investimento cinese;
- Mall del lusso, di soli prodotti Made in Italy.

* Dati ICE



SISTEMA ABITARE - mercato e opportunità

Il comparto dell'abitare presenta notevoli opportunità sia commerciali che di insediamento produttivo:

- 29 mld di USD il giro d'affari del settore, nel 2009, tra Cina e mondo.
- 755 mld di USD, import complessivo dal mondo verso la Cina, I semestre 2010.
- 18 mld di USD, export complessivo delle aziende cinesi del settore arredo-legno nel mondo, I semestre 2010.

- il cambiamento delle esigenze abitative della popolazione cinese massimizza le opportunità di approccio al mercato;

- il prodotto italiano può al momento tuttavia indirizzarsi solo sui segmenti a più alto reddito, in considerazione del consumatore tipo le cui scelte sono ancora dettate dallo status-symbol;

- la strategia per ampliare l'approccio al mercato dovrebbe pertanto:
 - 1) Mirare alla filiera del contract (attraverso un importatore di fiducia);
 - 2) considerare delocalizzazioni produttive (almeno parziali, per mitigare il gap di prezzo dovuto agli elevati costi di trasporto e di dazio);
 - 3) puntare a partnerships di design, industrial design, R&S.

NAUTICA - mercato e opportunità'

Mercato in espansione**:

- 300 mila individui ad alto reddito con un patrimonio netto superiore a 1mln di USD;
- Più di 1000 isole vicino alla costa;
- Più di 50 marine in progettazione o in fase di realizzazione in varie aree del paese.

Opportunità nel settore**:

- 30% di aumento di produttività annua nel settore specifico e nell'indotto (arredamenti d'interni, motoristica etc);
- Giro di affari stimato a 7.5 mld di USD entro il 2020;
- Armonizzazione delle leggi in ambito marittimo agli standard di mobilità internazionale.

Genova, Settembre 2010:

- Accordi tra UCINA* e la Camera di Commercio Cinese di Qingdao;
 - Co-organizzazione di un Salone Nautico internazionale.
 - Creazione di una base velica e navale nella città di Qingdao.

Shanghai, Aprile 2011:

- China (Shanghai) International Boat Show.
 - Espositori locali e internazionali nel settore delle imbarcazioni, Yachts di lusso, componentistica ed equipaggiamento navale, servizi di supporto.
 - Più di 25 mila visitatori e 400 espositori nel 2010**.

* Unione Nazionale dei Cantieri e delle Industrie Nautiche e Affini.

** Dati ufficiali China Prospect, e Boat Show China.

LOGISTICA - mercato e opportunita'

Pechino, Giugno 2010*:

- I governi di Italia e Cina hanno raggiunto una intesa “per creare un gruppo di lavoro italo-cinese su logistica e trasporti”.
- Le due Parti hanno espresso l’interesse ad ampliare gli ambiti di collaborazione nel settore delle infrastrutture, particolarmente delle infrastrutture di trasporto e nella logistica, quali strumenti per potenziare il commercio nelle due direzioni.
- L’ accordo ha l’obiettivo di coordinare tre progetti che riguardano collegamenti aerei, marittimi e ferroviari tra i due paesi:
 - collegamento aereo Venezia-Shanghai;
 - base europea del trasporto merci via mare per la Cina a Genova;
 - collegamento ferroviario diretto alla linea Chongqing-Brest.

Opportunita':

- Investimenti in componentistica ferroviaria e navale;
- partnership con operatori portuali cinesi interessati ad investire in Italia;

Evoluzioni:

- Servizi di rimorchio portuale: possibile apertura alla privatizzazione.

Shanghai, 5-7 Giugno 2012:

- Transport and Logistic International Exhibition.
- Più di 13 mila visitatori e 441 espositori da 62 paesi, nel 2010 (dati ufficiali).

* MAE, www.esteri.it.

AGROALIMENTARE: il mercato in Cina

Il Food & Beverage italiano in Cina, nel 2009:


- +13,55% di esportazioni del settore agroalimentare italiano in Cina;
- Vendite per un totale di 44mld di € nel settore.

Settori principalmente coinvolti:

- Prodotti Vinicoli: 11mln di € di esportazioni verso la Cina, nel 2009;
- Olio d'Oliva e Olio Extravergine di Oliva, 6.5 mln di € di esportazioni verso il mercato cinese, nel 2009;
- In crescita i settori della cioccolata, del caffè e dell'industria casearia.

Si sono alleggerite le restrizioni all'importazione del prosciutto certificato e dei latticini; si consiglia comunque prudenza prima di iniziare qualsiasi operazione di esportazione di questi prodotti.

Opportunita' e sfide: citta' della seconda e terza fascia

- 
- prima fascia: concorrenza troppo forte e mercato in fase di saturazione;
 - Intense operazioni di marketing e formazione, dirette a B2B e B2C;
 - Sistema distributivo frammentato/mancanza di operatori nazionali nella grande distribuzione e nel franchising: conseguente necessita' di definire segment geografici da penetrare;
 - Fondamentale sfruttare il settore *ho.re.ca* come canale di entrata oltre al trade;
 - Crescente attenzione del consumatore alla "sicurezza alimentare";

* Dati Eurostat. Dati 2010 ancora in fase di elaborazione. Le stime si attestano simili a quelle dell'anno precedente.



Nuovi Accordi Italia / Opportunita'

Pechino, 2009:

- Promulgato un nuovo Regolamento* dall'Autorità cinese preposta ai controlli di qualità** alimentare.
- Il regolamento prevede il controllo delle etichette di prodotto al momento dell'ingresso in Cina.
- L'esportatore deve preparare una documentazione dettagliata di c.ca 11 certificati, tra cui packing list, certificato di origine, certificato sanitario per l'esportazione, coppie di campione dell'etichetta tradotte in cinese etc... *(il documento e' disponibile richiedendone copia alla CICC).*

Procedure alla dogana:

- Controllo della conformità dell'etichetta alle norme cinesi;
- Eventuali procedure specifiche per prodotti particolari;
- Certificazioni sanitarie particolarmente sensibili, al fine di garantire la "sicurezza alimentare" dei prodotti importati;
- Tempi previsti per le procedure di sdoganamento: da 1 a 3 settimane;
- Dazi applicati: da verificarsi in base all'HS Code del prodotto.

* Adjustment of Import/Export Food and Cosmetic Label Examination System.

** General Administration of Quality Supervision, Inspection, and Quarantine" (AQSIQ).



Camera di Commercio Italiana

中国意大利商会

China—Italy Chamber of Commerce

Grazie per l'attenzione

Elena Tosana

Segretario Generale

Camera di Commercio Italiana in Cina

Per informazioni:

info@cameraitacina.com

www.cameraitacina.com