



# IN QUALE DIREZIONE STA ANDANDO LA CINA

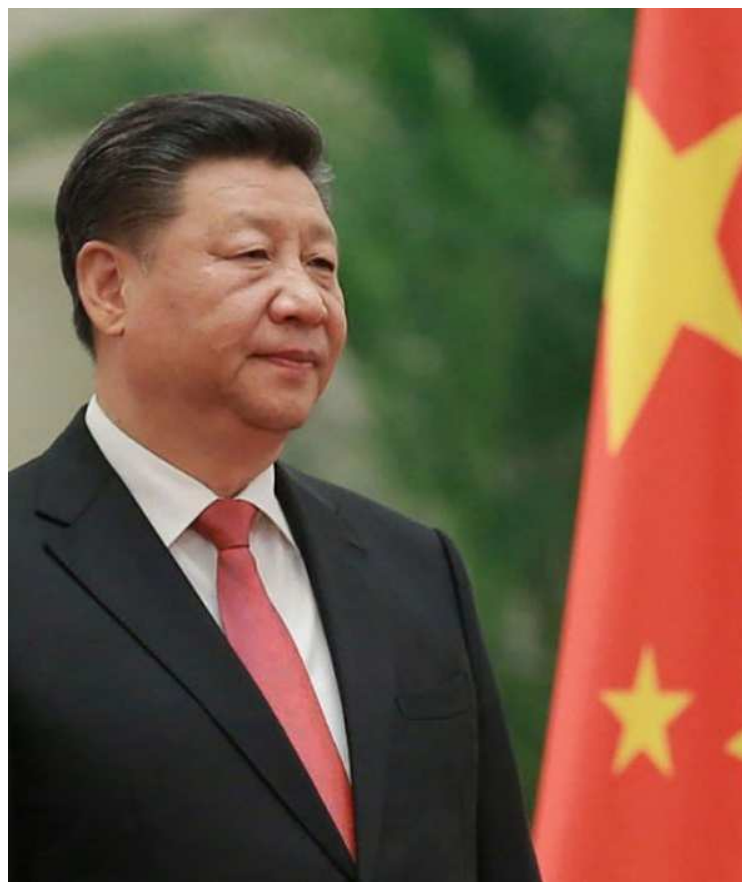
ANCONA, REGIONE MARCHE, 6 MAGGIO 2019

# CONTENUTI

- Contesto geopolitico – Belt & Road Initiative
- Analisi economica
- Accenni di marketing
- Schede settoriali
- Opportunità per le PMI



# CONTESTO GEOPOLITICO



# BELT & ROAD INITIATIVE

STRATEGIA GLOBALE



## KEY POINTS

- Menzionata per la prima volta da Xi Jinping nel settembre 2013, ribadita come prioritaria al XIX Congresso del Partito
- Progetto che ambisce a migliorare la connettività attraverso corridoi di trasporto multimediali sia via terra che via mare.
- Stimolare integrazione economica, free flow di beni e servizi tra paesi interessati.
- Utilizzo sovraccapacità produttiva cinese in alcuni settori.
- Accelerare sviluppo regioni centro-occidentali della Cina.
- Contribuisce a processo di integrazione economica euroasiatica.
- È una «initiative» non un «piano» quindi presuppone il coinvolgimento di altri paesi anche in fase decisionale su progetti specifici.
- 6 corridoi economici



# CHINA'S PROPOSED BELT AND ROAD INITIATIVE



Infrastrutture

Utilizzo  
sovraccapacità  
industriale cinese

Sfida  
all'egemonia  
americana

Nuove rotte  
commerciali

Cooperazione  
tecnologica ed  
energia

Sviluppo aree  
interne

---



68 Paesi coinvolti  
70% della popolazione mondiale  
75% delle risorse energetiche globali  
55% del PIL mondiale  
2 nuovi istituti finanziari (ADB – AIIB)  
8 Paesi già in grave stato di dipendenza dal credito cinese (altri 15 a rischio)

Passaggio strategico nel consolidamento di una leadership negli **investimenti infrastrutturali** è stata l'istituzione della Asian Investment Infrastructure Bank (AIIB). Lanciata dal presidente Xi Jinping nel gennaio del **2016**, la **banca finanzia attualmente 32 progetti**



# OPPORTUNITÀ PER L'ITALIA



Collaborazione in Paesi terzi



Flussi commerciali



Terminale logistico



Trasferimento tecnologico e progetti in settori chiave



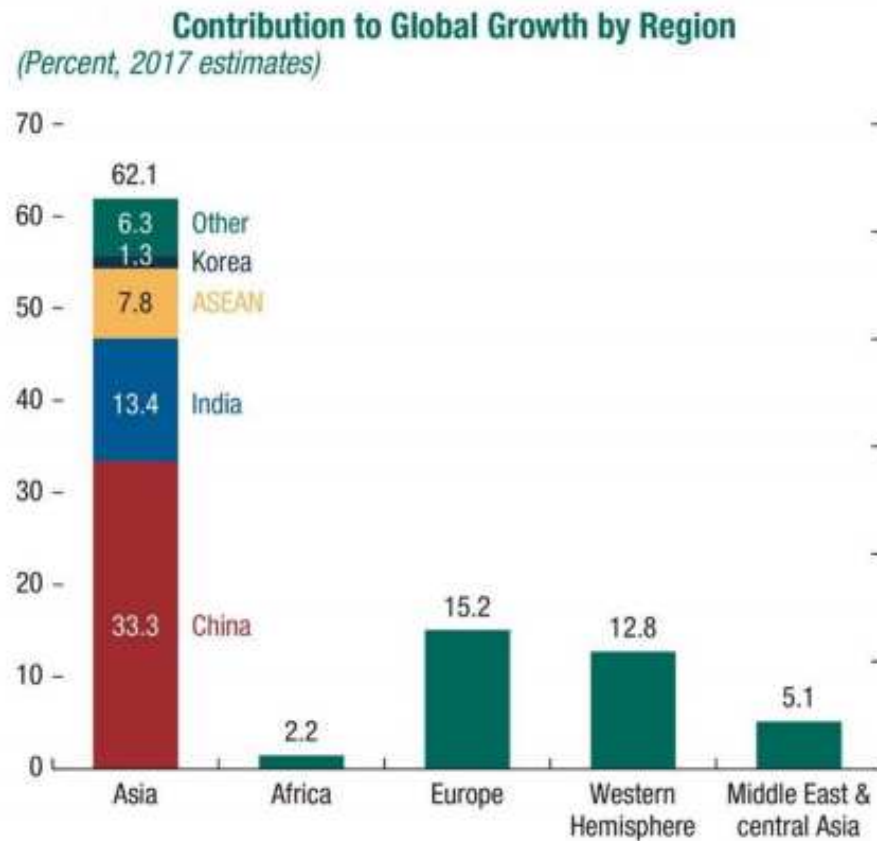
# ANALISI ECONOMICA

# LO SVILUPPO DELLA CINA NON HA PRECEDENTI NELLA STORIA DEL MONDO

- Negli ultimi 40 anni, crescita senza precedenti del Pil (\$244.985 bn nel 1976 a \$9.504 tn nel 2016)
- Più grande economia globale a PPP
- Maggiore quota globale di risparmio (32,4% del Pil nel 1978 vs 45,4% nel 2017 contro media globale del 25,8%)
- Maggiore potenza manifatturiera (quota globale: Cina 27%, Indonesia 22%, Giappone 19%, India 16%)
- 740 milioni di persone portate fuori dalla povertà
- Transizione verso economia di mercato con caratteristiche cinesi applicata a molteplici dimensioni: innovazione, educazione, infrastrutture hard e soft

# FONDAMENTALI

- L'Asia contribuisce al 60% della crescita globale. La Cina, da sola, contribuisce per 1/3.





# I NUMERI DELLA CRESCITA



## TENSIONI COMMERCIALI

Il rallentamento dell'ultimo trimestre 2018 rischia di protrarsi e venir confermato anche per il 2019 se non verranno risolte le tensioni commerciali con gli USA e il cui impatto sull'economia cinese è stimato tra il 1% del PIL, nel breve periodo, e fino al 3%, nel medio-lungo. Anche gli scambi con il resto del mondo hanno risentito di tali tensioni e, dopo forti incrementi registrati fino a settembre, nell'ultimo trimestre hanno decisamente rallentato il passo. A dicembre, il valore delle esportazioni di beni - misurati secondo la metodologia cinese in dollari USA - era in calo del 5% su base annua, mentre le importazioni sono diminuite di quasi l'8%.

# NEW NORMAL

- Il modello di crescita a doppia cifra non è più possibile
- Sostituire qualità a quantità
- Economia più sostenibile e basata su prodotti tecnologicamente più avanzati
- Meno investimenti pubblici, più mercato
- Meno export, più consumi interni, più servizi

*ENTRO IL 2020 RAGGIUNGERE LA CONDIZIONE DETTA  
«XIAOKANG» OVVERO DI PAESE MODERATAMENTE PROSPERO*



# OBIETTIVI XIII PIANO QUINQUENNALE

## IL XIII 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 i consumi del 15% e le 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 il 2020

1. mantenimento di una crescita economica stabile
2. cambiamento del modello di crescita
3. coordinamento e miglioramento della struttura industriale
4. promozione dello sviluppo dell'innovazione come forza motrice
5. riforma dei meccanismi istituzionali
6. rafforzamento della costituzione di una cultura ecologica
7. tutela e miglioramento delle condizioni di vita della popolazione
8. promozione dello sviluppo e lotta alla povertà.

# FATTORI DI TRANSIZIONE

- Nel 2017 il settore terziario ha occupato 55% della forza lavoro complessiva, avvicinandosi in tendenza al 70-80% dei Paesi sviluppati
- Transizione da economia basata su manifattura a basso valore aggiunto + esportazioni a economia basata su servizi e mercato interno
- Soddisfatti i bisogni primari della popolazione, benessere e qualità della vita sono al centro dell'agenda politica
  - Ambiente
  - Educazione
  - Leisure/tempo libero/viaggi
  - Servizi per anziani
- Invecchiamento della popolazione, diminuzione delle nascite, migrazione interna





# SFIDE STRUTTURALI

- Reddito pro-capite ancora 1/6 di quello statunitense
- Enormi margini di miglioramento funzionale delle istituzioni
- Qualità della vita (ambiente, salute → trend positivi)
- Diseguaglianze sociali (incluso accesso all'educazione per i migranti interni)
- Aspetti critici della struttura economica
  - Eccessiva dipendenza dal debito;
  - Crescita salari non proporzionata ad aumento costo vita



# AMBIENTE

- Paese più inquinante e allo stesso tempo leader nel processo di lotta al cambiamento climatico
- Economia dipendente dal carbone (brucia metà del carbone mondiale e miniere impiegano 4,5 milioni di persone) e modello inquinante esportato nel mondo con Belt & Road Initiative
- Metà dei veicoli elettrici e 99% dei bus elettrici. Paese che più contribuisce al «green development» globale
- 1/4 dell'energia prodotta deriva da rinnovabili



| MINIMUM WAGE |                                |                          |                      |
|--------------|--------------------------------|--------------------------|----------------------|
| Città        | Lavoratori in tutta la società | Unità non private urbane | Unità private urbane |
| Beijing      | 92,477                         | 119,928                  | 65,881               |
| Shanghai     | 78,045                         |                          |                      |
| Zhejiang     | 56,385                         | 73,326                   | 45,005               |
| Guangdong    |                                | 72,326                   | 48,236               |
| Jiangsu      |                                | 74,574                   | 47,156               |
| Chongqing    | 54,899                         | 65,545                   | 47,345               |
| Sichuan      | 54,425                         | 63,926                   | 37,763               |
| Shandong     | 63,562                         | 62,539                   |                      |
| Fujian       |                                | 61,373                   |                      |
| Yunnan       | 63,562                         | 60,450                   |                      |
| Shaanxi      | 59,637                         | 59,637                   | 35,676               |
| Hubei        | 51,415                         |                          |                      |
| Hunan        |                                | 58,241                   | 34,528               |
| Henan        |                                | 49,506                   | 33,312               |

# SETTORI EMERGENTI

Le 7 industrie emergenti, che nel 2020 dovranno rappresentare secondo gli obiettivi del governo il 15% del Pil (rispetto al 5% del 2010) sono:

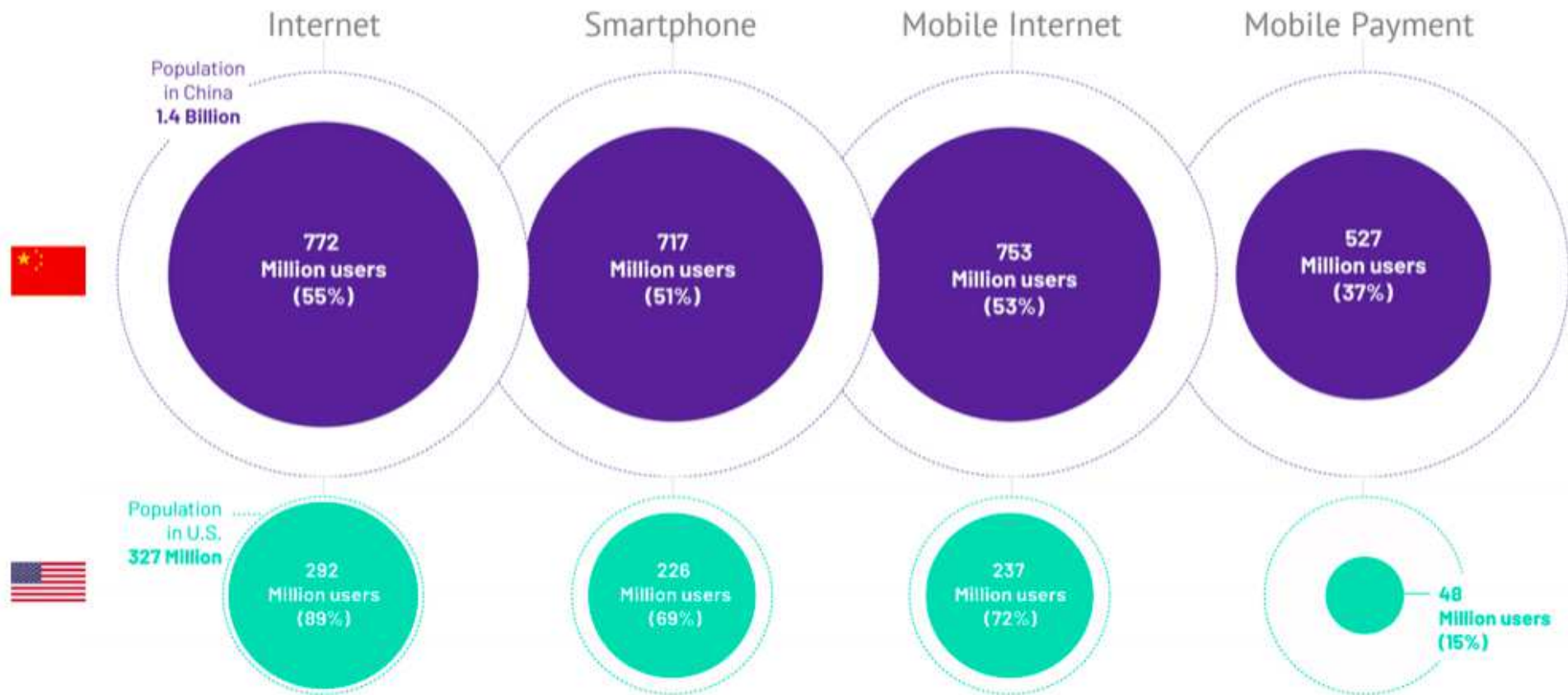
- Risparmio energetico e protezione ambientale
- Tecnologie informatiche di ultima generazione
- Biotecnologie
- Produzione di macchinari avanzati
- Energie alternative
- Nuovi materiali
- Veicoli energetici





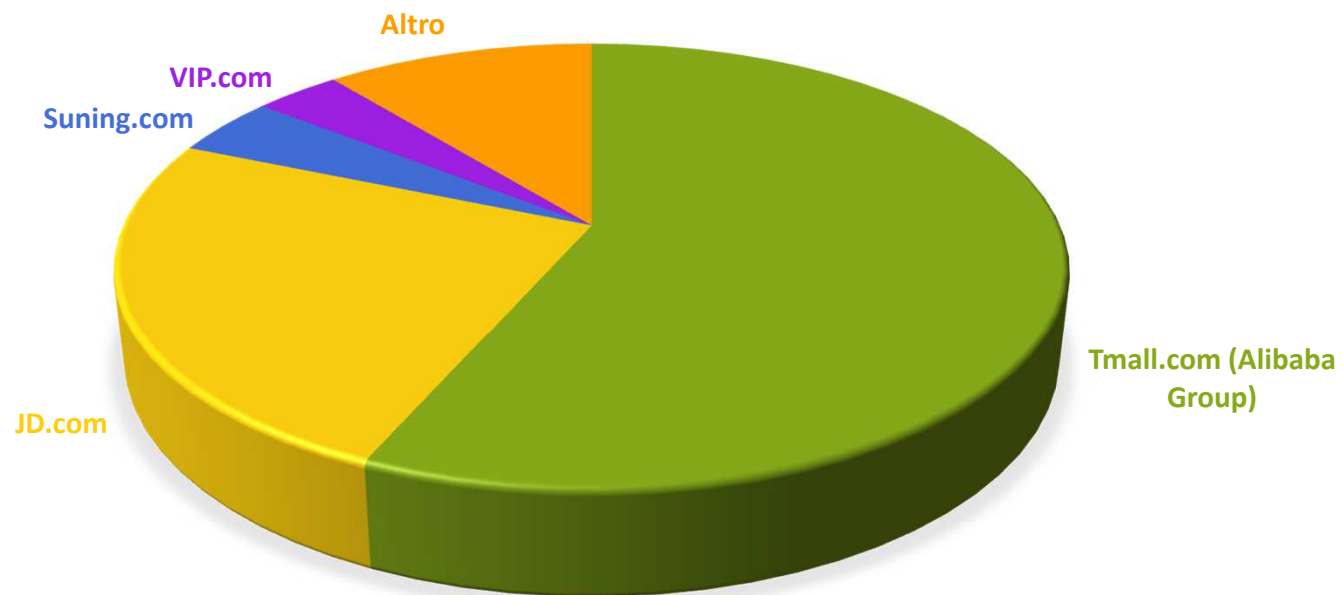


# PEOPLE ON-LINE

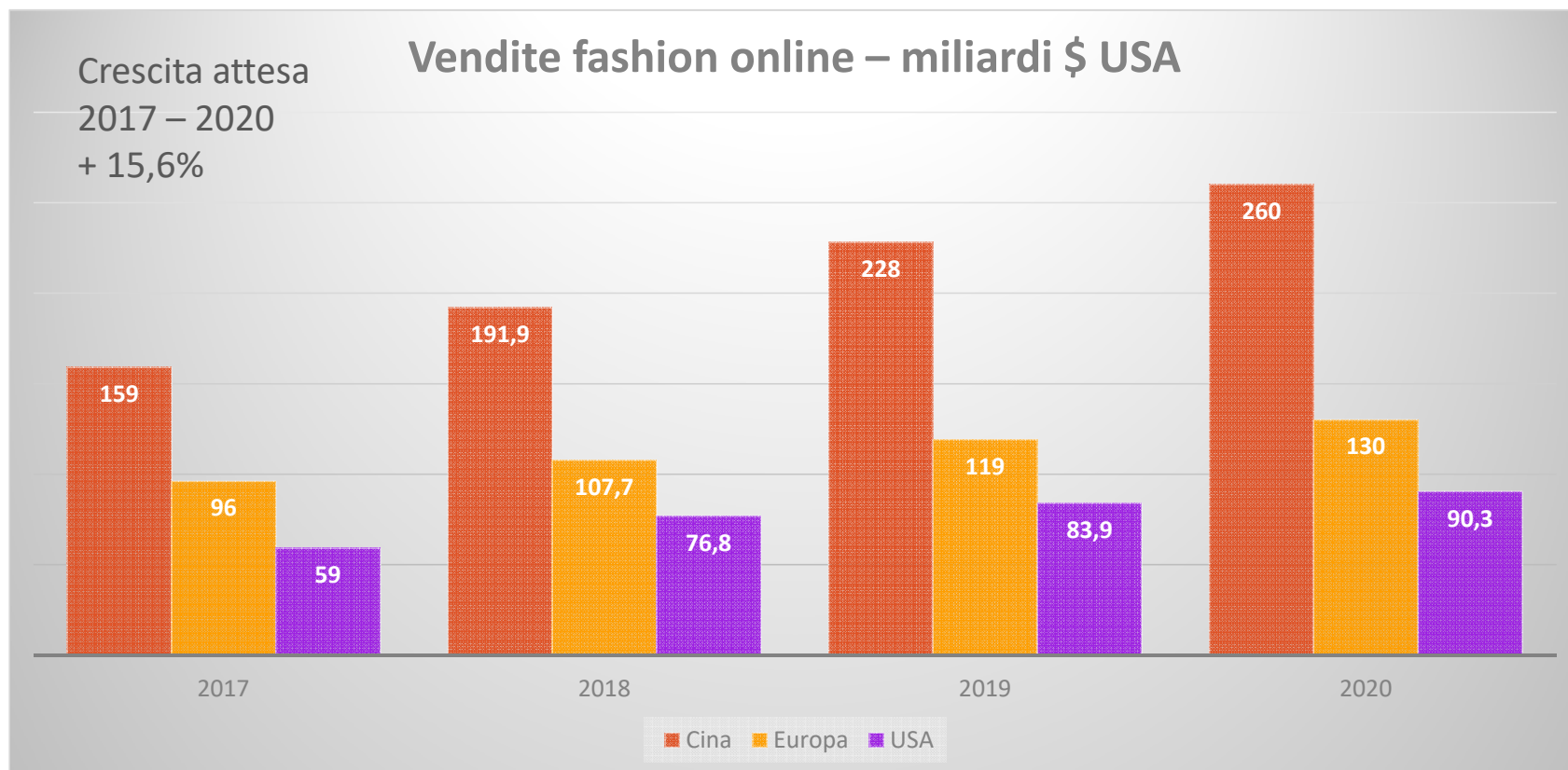


# PIATTAFORME ONLINE

TMALL DOMINA ASSIEME A JD.COM



# CINA LEADER NEL FASHION E-COMMERCE





## KEY ELEMENTS

- **Occasion- based marketing:** i trending topics si sviluppano su Weibo e da lì diventano virali su Weixin, Douyin, Little Red Book. Necessario monitorare costantemente i trend e sfruttare le occasioni.
- **Eccezionale sistema CRM** (Customers Relationship Management): gestire il database clienti, garantire assistenza online per aumentare engagement e reputazione. Non si usa email: Weixin.
- **La forza dei KOL** (Key Opinion Leaders): il 29% dei consumatori cinesi usano i social media per verificare i consigli d'acquisto di influencers e celebrità.
- L'importanza di un buon nome cinese: **LOCALIZZAZIONE**



# EVOLUZIONE DEL MERCATO

- **New Retail Revolution:** termine coniato da Alibaba per definire un nuovo modello che unisce online ed offline facilitato da tecnologie come pagamenti digitali, Wifi, AI, sensori, servizi basati sulla localizzazione e servizi logistici evoluti.
- **Sharing Economy:** incredibile rapidità di penetrazione nella vita quotidiana. Non solo trasporti urbani ma anche moda, travel, accommodation, cucine, power charging
- **Short videos:** crescita esplosiva di piattaforme come Douyin (Tik Tok). Contenuti più immediati e coinvolgenti rispetto ai social tradizionali.
- **Big Data**



# COMPLESSITÀ

- **Ecosistema.** Ci sono oltre 60 piattaforme social media, molte delle quali estremamente di nicchia. Necessaria ricerca approfondita, analisi su target audience e concentrarsi su un massimo di 3/4 piattaforme
- **Eccesso di offerta.** Facilità per i consumatori di trovare il medesimo prodotto altrove
- **Costo.** Fare marketing in Cina è mediamente più costoso che in qualsiasi altro Paese del mondo.
- **Eterogeneità.** E' spagliato pensare alla Cina come un mercato omogeneo. E' come chiedere: cosa piace agli Europei? Mentre l'Europa ha 23 Paesi, la Cina ha 33 mercati diversi.
- **Responsiveness.** Alibaba offre 100% di rimborso. Taobao assiste 24/7. I consumatori cinesi sono estremamente sofisticati e richiedono un servizio impeccabile. Non solo i prodotti ed il packaging devono essere adattati al mercato ma anche i servizi.



*15 ANNI FA, I CONSUMATORI CINESI VOLEVANO  
PRODOTTI IMPORTATI. ORA VOGLIONO PRODOTTI  
IMPORTATI DI QUALITÀ E PERSONALIZZATI  
APPOSITAMENTE PER LORO*



## INTEGRAZIONE ONLINE E OFFLINE



Sistema OMNICHANNEL  
perfezionato da Ali Baba

Creare un'esperienza **fluida** per il  
consumatore

«nel futuro l'e-commerce da solo  
diverrà un business maturo e  
tramonterà venendo soppiantato  
dal concetto di **New Retail**, che si  
posiziona al convergere di  
quattro forze: online, offline,  
piattaforme logistiche e Big  
Data» - *Jack Ma*

Modello HEMA

- Acquisti tramite app
- QR code in-store per info
- Consegna gratuita
- Prenotazione/ritiro
- Shopping fisico/virtuale
- Pagamento cashless

# ANALISI SETTORIALE

## CHINA'S IMPORTS: MAJOR SUPPLIER COUNTRIES

### ANNUAL SERIES (January-December) [Billion USD]

Source: Trade Data Monitor, Data Processing: ICE Beijing

| Rank      | Country        | 2016           | 2017           | 2018           | % Change     |
|-----------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
|           |                |                |                |                | 18/17        |
|           | <b>Mondo</b>   | <b>1524.70</b> | <b>1790.00</b> | <b>2118.49</b> | <b>18.35</b> |
| 1         | Corea del Sud  | 158.93         | 177.52         | 204.57         | 15.24        |
| 2         | Giappone       | 145.43         | 165.33         | 180.51         | 9.19         |
| 3         | Taiwan         | 139.93         | 155.38         | 177.41         | 14.18        |
| 4         | Stati Uniti    | 132.74         | 150.40         | 153.95         | 2.36         |
| 5         | Cina           | 128.78         | 131.62         | 146.22         | 11.09        |
| 6         | Germania       | 86.16          | 96.79          | 106.25         | 9.78         |
| 7         | Australia      | 63.54          | 86.25          | 102.67         | 19.03        |
| 8         | Brasile        | 45.41          | 58.30          | 77.14          | 32.30        |
| 9         | Vietnam        | 37.19          | 50.56          | 64.07          | 26.73        |
| 10        | Malesia        | 49.04          | 54.35          | 63.40          | 16.65        |
| 11        | Russia         | 32.02          | 41.01          | 58.86          | 43.52        |
| 12        | Arabia Saudita | 23.60          | 31.76          | 45.90          | 44.51        |
| 16        | Francia        | 22.55          | 27.29          | 32.32          | 18.42        |
| 22        | Regno Unito    | 18.65          | 22.25          | 23.88          | 7.32         |
| <b>24</b> | <b>Italia</b>  | <b>16.72</b>   | <b>20.40</b>   | <b>21.15</b>   | <b>3.64</b>  |
| 38        | Spagna         | 6.20           | 8.00           | 8.78           | 9.81         |

## DATI INTERSCAMBIO

- La Cina rappresenta per l'Italia un partner commerciale imprescindibile, tuttavia i rapporti sono caratterizzati da due squilibri: uno riguardante i flussi di import/export, l'altro i flussi di investimenti.
- L'interscambio complessivo di beni con la Cina (attualmente nostro 5° partner commerciale) Page 5 of 18 rappresenta circa il 5% del volume totale dei nostri scambi a livello internazionale, per un valore totale che supera di poco i 38 miliardi di Euro. Il deficit commerciale italiano, negli ultimi 6 anni, è oscillato tra 13,2 mld Euro (nel 2013) e 19,5 mld (nel 2011).
- La performance finale 2018 dell'Italia è stata fortemente condizionata dall'andamento del settore automotive che con il suo -61% in valore ha portato in territorio negativo (secondo ISTAT), o ridotto di molto (solo +3,64%) il totale di un anno che ha visto crescere quasi tutti i settori del Made in Italy esportato in Cina (ad eccezione dell'automotive). Dall'arredo, ai vini, al farmaceutico, alla meccanica, ecc.



## NUOVI TREND

Già da alcuni anni, il Paese si è dimostrato attento a problematiche sociali e ambientali che erano finora sempre state trascurate per dare priorità a produttività ed efficienza. Tra i nuovi trend emersi, un sentito bisogno di **food safety** dovrebbe stimolare l'agroindustria italiana, compresi i settori di sicurezza alimentare e di **macchinari agricoli**, a replicare il modello di una coltivazione che, pur sostenibile, non sacrifica l'eccellente qualità del prodotto. Secondo quanto previsto dall'AFI (Association of Food Industries) “Entro il 2018, la Cina diventerà il più grande consumatore al mondo di **cibo importato**, con un mercato stimato fino a 80 miliardi di dollari.” Il Paese dimostra anche forte interesse per il tema di **green design** e di riciclo delle **risorse rinnovabili**; l'Italia, per la diversità geografica e la flessibilità delle piccole e medie imprese, vanta delle tecnologie e soluzioni all'avanguardia nel riciclo delle risorse rinnovabili e nel **trattamento ambientale** (bonifiche suoli, trattamento fanghi industriali, hazardous waste).



# INVESTIMENTI

- Secondo l'ultimo aggiornamento Reprint (31.12.2018) in Italia risultano esserci 511 aziende partecipate da capitali della Cina continentale, 457 di controllo, per 29.939 dipendenti e 16,258 miliardi di euro fatturato.
- Nel 2018 sono state censite 18 operazioni, di cui 17 acquisizioni e 1 greenfield.

- Dal 2012 al 2018 sono stati effettuati 106 investimenti greenfield dalla Cina continentale in Italia. In particolare, dal primo semestre del 2014 si è registrato un flusso di investimenti con acquisizione di quote da parte di organismi cinesi in F.C.A., Telecom Italia, Eni, Enel, Generali, Terna e altre acquisizioni di minore importanza. Nello stesso anno, Bright Food, gruppo cinese di proprietà dello Stato, ha acquistato una quota di maggioranza dell'italiana Salov, che controlla il brand Filippo Berio. Relativamente al settore manifatturiero, la China National Chemical Corporation, ha acquisito nel 2015 il 26,2% delle azioni della Pirelli, per un valore di 8,8 miliardi di dollari. Tra le altre transazioni di rilievo si segnalano l'investimento di 400 milioni di Euro da parte di Shanghai Electric in Ansaldo Energia e l'acquisizione del 35% di CDP Reti da parte di China State Grid

# CONSUMI: L'OUTLOOK DEI PROSSIMI 5 ANNI

- Crescita del consumo interno sostenuto da forti incentivi governativi
  1. Maggior controllo sugli acquisti overseas
  2. Limitazione ritiro valuta RMB overseas
  3. Maggiore contrasto rivenditori illegali
  4. Abbassamento dazi su prodotti d'importazione
- Evoluzione del consumatore cinese
  1. Più attenzione al rapporto qualità prezzo
  2. Maggior focus sui temi della salute
  3. Maggior interesse verso entertainment, viaggio e experience
  4. Sempre più mobilità fisica e digitale
  5. Omnichannel come stile di vita

- Il mercato retail crescerà tra l'11,5 ed il 15% circa nei prossimi 4 anni superando gli USA;
- A guidare la crescita saranno **urbanizzazione, reddito crescente, infrastrutture, aumento dei consumi**;
- A fine 2017 le vendite online erano circa il 20% del totale retail. Di queste, oltre il 50% delle operazioni è avvenuto da mobile. Le previsioni al 2020 ipotizzano che la quota di vendite online sul totale retail sarà del 24% con punte come il 55% nell'elettronica, il 50% nella cosmetica ed il 35% nell'abbigliamento.
- La Cina è già il principale driver dell'industria globale del lusso.
- Il settore della distribuzione si sta trasformando in una **piattaforma differenziata, multistrato e multiformato**;
- Opportunità crescenti nelle città di seconda e terza fascia;

## BENI DI LUSSO E RETAIL





- Nel 2018 crescita al 10% circa. **Stime più positive nel lungo termine.**
- La crescita del settore, trainata dai crescenti consumi delle famiglie, è data dai seguenti fattori: vasta base dei consumatori, distribuzione ancora in via di sviluppo, tasso di penetrazione dei servizi ancora relativamente basso, grandi margini per lo sviluppo ed il consumo di prodotti di fascia alta (*premiumization*);
- I modelli di consumo si stanno allineando ai più avanzati e stanno diventando maggiormente riconoscibili da un punto di vista occidentale.
- Lo **sviluppo** e l'**urbanizzazione** stanno contribuendo ad una rapida crescita ed estensione del potere di acquisto da circa 30-40 città di prima e seconda fascia ad oltre 600 città emergenti;
- Per quanto riguarda le bevande alcoliche, la Cina è il principale mercato di consumo al mondo;
- Il mercato digitale dei prodotti alimentari in Cina ha un valore attuale di circa 41 miliardi di dollari e si stima per il 2020 una crescita fino a 180 miliardi. In quell'anno, la Cina, da sola, varrà almeno 70 miliardi di dollari in più dei nove successivi mercati a livello mondiale.

## AGROALIMENTARE



- Il mercato della protezione ambientale è stato rivoluzionato nel corso del 2016. Il complesso delle riforme apre spazi di mercato enormi in condizioni sempre più mature e stabili;
- Nel quinquennio 2016 – 2020 l'aspettativa complessiva è che gli investimenti, sia provati che pubblici, sia in infrastrutture che in tecnologie, superino i 2 mila miliardi di euro, tanto che la Cina rappresenterà il primo mercato al mondo per questo settore;
- Il governo ha innalzato i requisiti per il risparmio energetico ed il controllo delle emissioni creando forte domanda a valle;
- Anche se le piccole e medie imprese tecnologiche dispongono di poche risorse per approcciare il mercato cinese, è sempre meno complesso identificare potenziali partner che dispongano di un'adeguata conoscenza tecnica.
- Attrezzature ed i **prodotti chimici** di fascia alta (es. per il trattamento delle acque); Trattamento specializzato delle **acque reflue** (es. derivanti da cartiere e da impianti per la produzione di cemento); Trattamento dei **rifiuti solidi**: metodi di trattamento alternativi allo smaltimento in discarica, sistemi di raccolta differenziata dei rifiuti urbani, trattamento dei rifiuti industriali; Trattamento dei **suoli inquinati da metalli pesanti**

## PROTEZIONE AMBIENTALE



- I farmaci brevettati continueranno ad essere promossi sia dal governo che dalle strutture ospedaliere.
- Maggiori opportunità per i farmaci per malattie cardiovascolari, cerebrovascolari, per malattie metaboliche, cancro, malattie autoimmuni, infettive, neurologiche e psichiatriche; farmaci biotech.
- Opportunità per le tecnologie di produzione dei farmaci sopracitati;
- Attrezzature mediche di alta qualità importate dall'estero e relative tecnologie di produzione di componenti e macchine/dispositivi di consumo, per la diagnostica, per chirurgia mini e non invasiva, impiantabili, per compensazione di handicap.
- Nei prossimi 5 anni le imprese che si occupano di progettazione delle strutture ospedaliere avranno opportunità senza precedenti in Cina.

## SANITARIO



# OPPORTUNITÀ E CRITICITÀ PER LE PMI ITALIANE



# CRITICITÀ

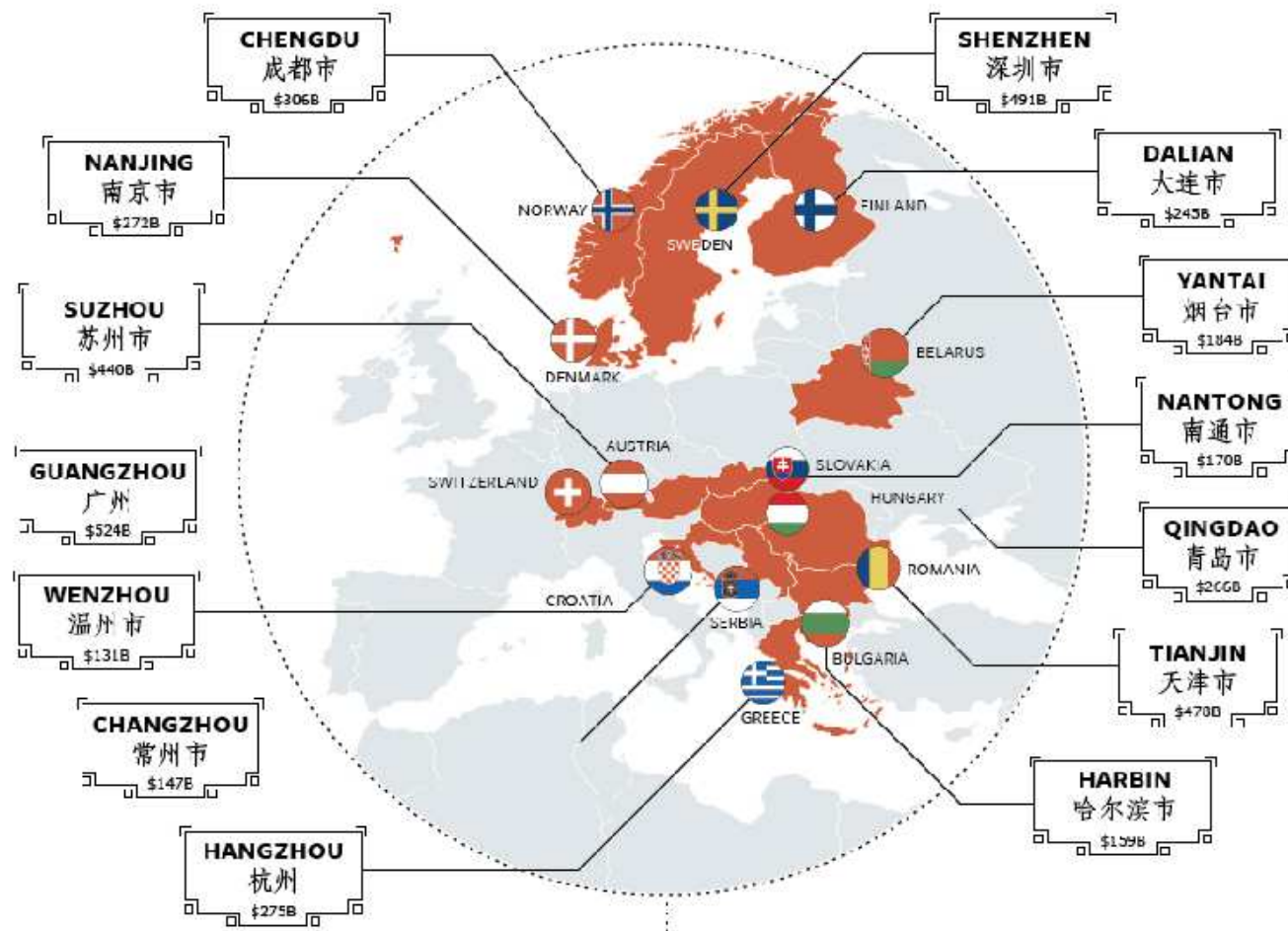
- **Differenze culturali:** nonostante l'apertura che il Paese dimostra verso l'occidente e il particolare apprezzamento per le eccellenze italiane nei settori di moda, design e agroalimentare, la società si rivela piuttosto conservatrice e legata ai valori tradizionali. Mercato poco consapevole e poco informato.
- **Dimensioni e disponibilità di risorse finanziarie delle imprese italiane:** si rileva una certa attitudine delle imprese cinesi ad instaurare partnerships in prevalenza con grandi multinazionali.
- **Rischi di violazione delle proprietà intellettuali:** in materia di marchi, le registrazioni in malafede consentite dall'applicazione del principio di first-to-file, in luogo del first-to-use, ha impedito a molte PMI italiane lo sbarco in Cina perché, seppure l'ordinamento cinese preveda la decadenza dalla titolarità del marchio in caso di mancato utilizzo, ricorrere a vie legali implica ingenti costi e lunghe tempistiche.
- **Applicazione discrezionale delle normative:** è prassi che le dogane assumano diversi atteggiamenti relativamente alle stesse categorie di prodotti. Nonostante esista un'unica normativa nazionale, gli uffici doganali agiscono con alti livelli di discrezionalità. La rete personale di conoscenze e la loro influenza, guanxi, rappresenta tuttora il mezzo più rapido per risolvere gli imprevisti o accelerare l'ottenimento di autorizzazioni e pratiche burocratiche
- **Corruzione:** la Cina si è classificata intorno all'83esimo posto (su 168 nazioni) della classifica "Corruption Perceptions Index" di Transparency International. Il fenomeno può portare a investimenti di scarsa qualità, sia in patria sia all'estero.

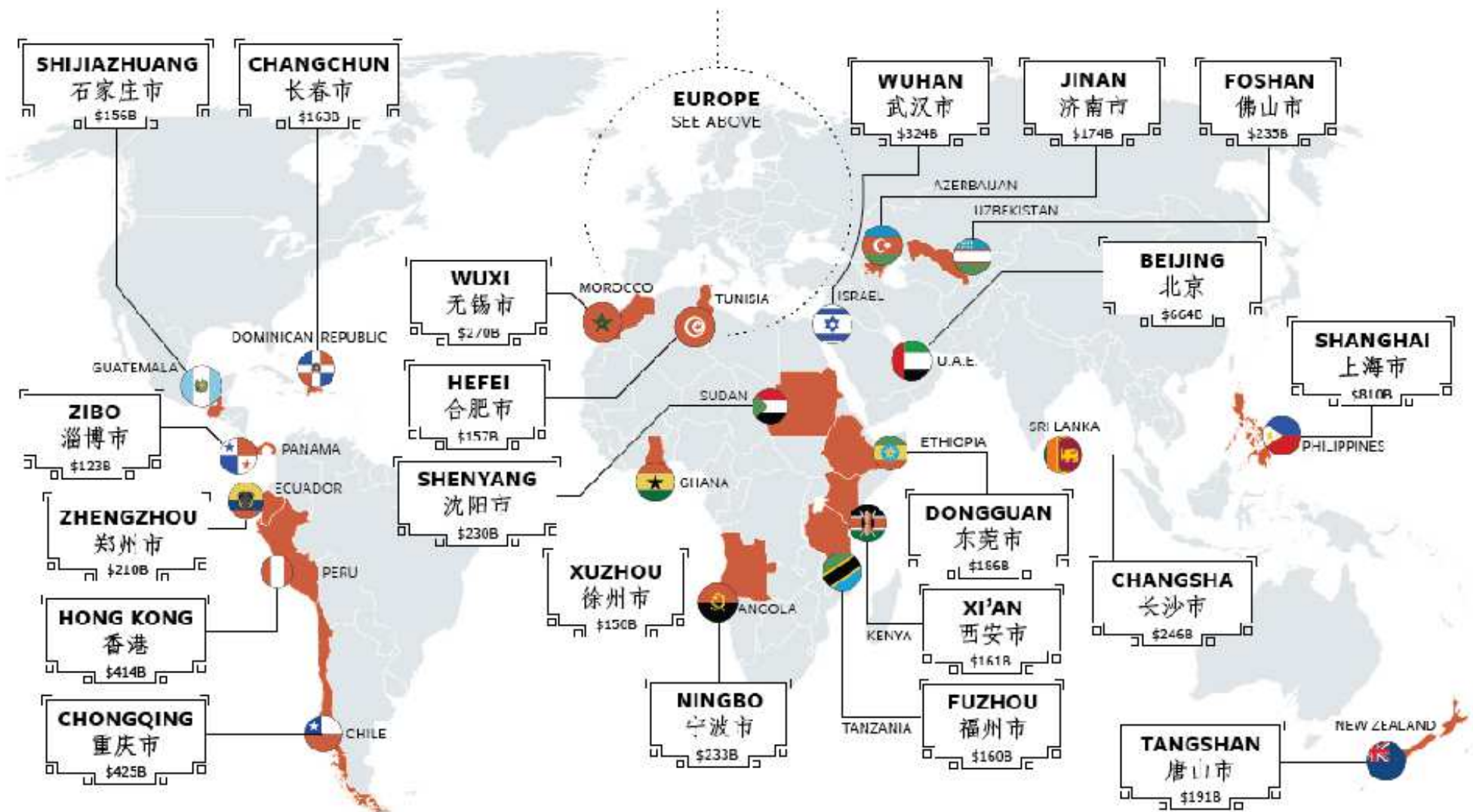
# SETTORI DI OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

I settori di opportunità per le imprese italiane non si limitano alle tradizionali eccellenze del Made in Italy di **Fashion** e **Food and Beverages**. I principali settori di interscambio tra i due Paesi individuati negli incontri istituzionali sono i seguenti:

- a) ambiente ed energia sostenibile;
- b) agricoltura/meccanizzazione agricola e food (intera filiera);
- c) urbanizzazione sostenibile e smart cities;
- d) sanità;
- e) aviazione;
- f) tecnologie spaziali /space economy e relative applicazioni;
- g) infrastrutture e trasporti
- h) industrie culturali e creative (design)

# CITTÀ CINESI GRANDI COME STATI









国内生产总值

## Chinese Megaregions compared with Countries



For most of the past millennium until the Industrial Revolution, the Yangtze River Delta was the world's leading economic region, and it has reclaimed its role as a key mega region on the world stage. ”

— WINSTON MOK

**BEIJING—TIANJIN**  
北京天津城市圈



\$1.14T

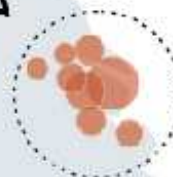
\$1.13T



**AUSTRALIA**  
澳大利亚

**YANGTZE RIVER DELTA**  
长江三角洲城市群

**MAJOR CITIES:** SHANGHAI,  
SUZHOU, HANGZHOU, WUXI,  
NANTONG, NINGBO,  
NANJING, CHANGZHOU



\$2.62T

\$2.31T



**ITALY**  
意大利

**PEARL RIVER DELTA**  
珠江三角洲城市群

**MAJOR CITIES:** GUANGZHOU,  
SHENZHEN, HONG KONG,  
FOSHAN, DONGGUAN, MACAO



\$1.89T

\$1.83T



**KOREA**  
韩国

# OPPORTUNITÀ NELLE CITTÀ DI SECONDA E TERZA FASCIA



Competizione  
tra città

Incentivi per  
investimenti

Spazi  
commerciali

Grandi  
progetti

Costi

### List of Potential Policy Subsidy Items

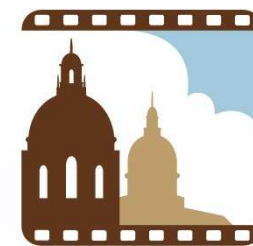
| Type of Service  | Name of Project Declaration   | Governmental Reward Fund<br>RMB | Declaration Time                     | Responsible Department                  |
|------------------|---|---------------------------------|--------------------------------------|---|
| Items for Charge | Candidate for Hi-tech Enterprise of Nanjing   | 200,000                         | Apr;Sept                             | Scientific and Technological Department |
|                  | Candidate for Hi-tech Enterprise of Jiangsu Province  | 100, 000 to 200, 000            | May                                  | Scientific and Technological Department |
|                  | Certification for National High-tech Enterprises  | 500,000                         | May;Jun;Jul                          | Scientific and Technological Department |
|                  | Set up New Style R&D Institutions (should certified by government)  | 500,000                         | Mar                                  | Scientific and Technological Department |
|                  | Application for Intellectual Property Protection by Jiangsu Province government (E-commerce)                            | Financial Support               | Jan;Feb;Mar                          | Intellectual Property Department        |
|                  | Patent-funded projects in Jiangsu Province  | Financial Support               | Jan;Feb;Mar                          | Intellectual Property Department        |
|                  | Certification for Implementing the National Standard of "Standards for Intellectual Property Management of Enterprises" | 40,000 to 200,000               | Mar                                  | Intellectual Property Department        |
|                  | Certification for Small and Medium-sized Enterprises of Specific/niche market/innovation/competitive in Nanjing City    | 10,000 to 50,000                | accept materials in Centralized time | Credit Department                       |
|                  | Specific Funds for the Development of Strategic Emerging Industries at Municipal Level                                  | 500,000 to 1000,000             | Oct                                  | Development and Reform department       |
|                  | Electronic Commerce Specific Fund of Nanjing  | 5000,000 to 8000,000            | Oct                                  | Business sector                         |
|                  | Subsidy for Start-up Company of High-level Entrepreneurial Talents in Nanjing   | Up to 1500,000                  | Oct                                  | Talent Department                       |
| Items for Free   | Evaluation of Technology-based Small and Medium-sized Enterprises   | —                               | accept materials for the whole year  | Scientific and Technological Department |
|                  | Certification of Science and Technology Enterprises in Jiangsu Province   | Qualification certification     | Sept;Nov                             | Scientific and Technological Department |
|                  | other support for the bussiness development related to the government   |                                 |                                      |   |



## PIATTAFORME

Grandi progetti gestiti dai principali  
developers cinesi





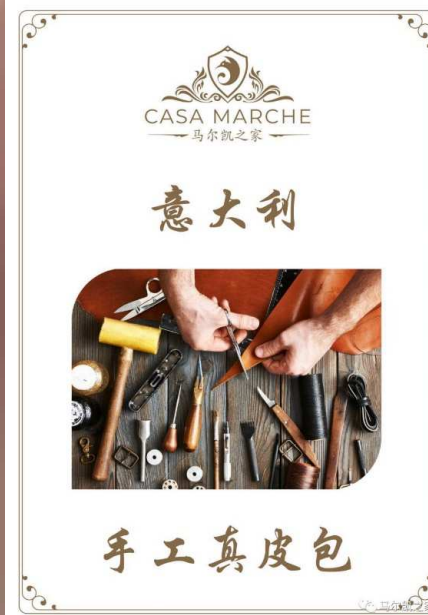
**HB TOWN**  
華誼兄弟電影小鎮(長沙)

CASA MARCHE



CASA MARCHE  
—— 马尔凯之家 ——







# BUSINESS DEVELOPMENT

1. Retail (B2C)
2. Promozione & Distribuzione (B2B)
3. Marketing online (Wechat, Weibo..)
4. Customer service
5. Promozione del territorio
6. Partnership con influencers e piattaforme online
7. Eventi e networking
8. Franchising



# CONCLUSIONI



## Nuove opportunità derivano dal posizionamento dell'Italia come partner strategico della Cina (B&R)

- Aumento flussi commerciali
- Cooperazione in Paesi terzi
- Rischi di dipendenza finanziaria

## Prospettive di crescita per il commercio nei settori tradizionali

- Piattaforme integrative per sopperire alle criticità delle imprese italiane e ridurre i costi
- Multichannel: online/offline
- Città di seconda e terza fascia

## Opportunità in nuovi settori

- Tecnologie di protezione ambientale, sanità, biotecnologie, nuovi materiali, energia

## Collaborazione industriale e trasferimento tecnologico

- Opportunità derivanti dagli strumenti messi a disposizione da parchi industriali, distretti e amministrazioni locali

# CRISTIANO VAROTTI

Responsabile PAT CINA Regione Marche – SVIM

MAIL: [cristiano.varotti@gmail.com](mailto:cristiano.varotti@gmail.com)

TEL (Italia): 392.7046221

TEL (Cina): +86.15616143885