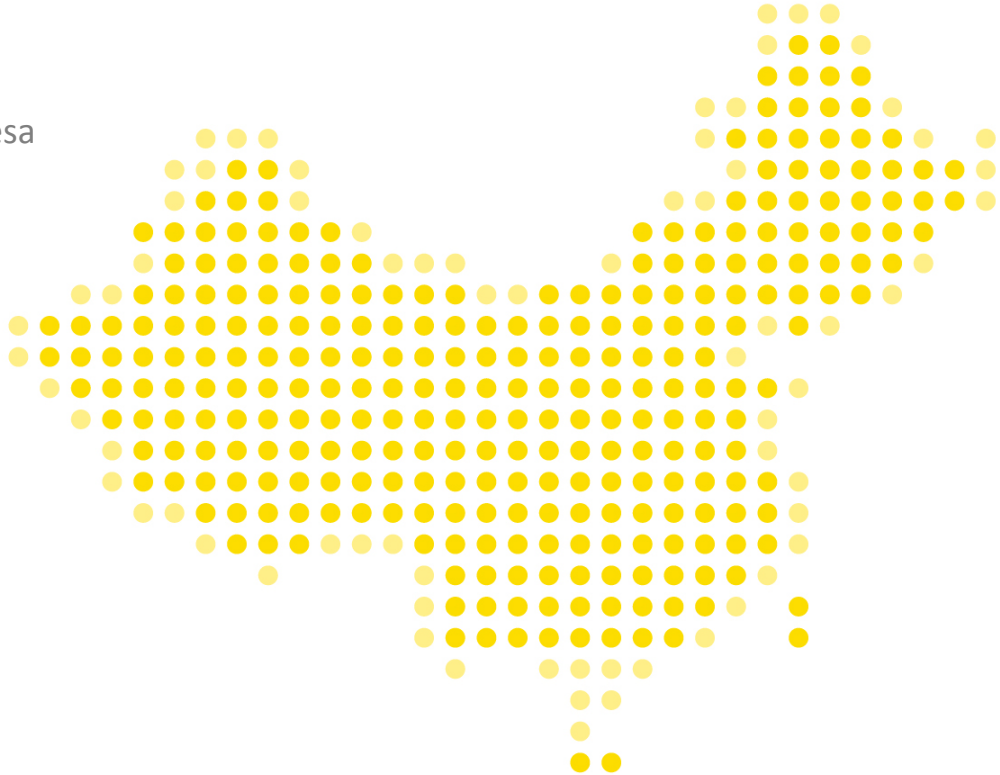
Fondazione Italia Cina
意中基金会

CeSIF

Milano, 27 ottobre 2016
Alberto Rossi
Responsabile Marketing
Analista CeSIF
Centro Studi per l' Impresa
Fondazione Italia Cina
rossi@italychina.org

il CLUB delle TESTE PENSANTI
il primo think tank turistico italiano



La Cina nel 2016

Scenari e Prospettive per le Imprese

NEW NORMAL
E FALSI MITI

1. QUADRO GENERALE

La Cina in trasformazione

1. LA CINA CROLLA!

OH NO, SOLO IL 6,9%!

1) Nel 2015 l'economia cinese ha mostrato un ulteriore raffreddamento della crescita economica.

-2013: 7,68%; 2014: 7,26%

-2015: 6,9%, con un PIL pari a 67.670 miliardi di Rmb, mancando per la seconda volta consecutiva (prima volta nella storia) il target (7,5% nel 2014 e 7% nel 2015).

2) NEW NORMAL - È finito il periodo della crescita a doppia cifra che ha caratterizzato il miracolo cinese negli ultimi anni. In tale senso di parla di "**nuova normalità**" per l'economia cinese: una crescita meno rapida non significherà una crescita lenta, ma sostenibile (ES. AMBIENTE), 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. **MATURITÀ**

3) **2016 –** Non target fisso, ma raddoppiare crescita Pil pro capite tra 2010 e 2020. Per farlo, crescita 6,5% da qui al 2020. Il Governo difficilmente può permettersi ulteriori passi falsi. In caso di rischi, possibili misure di stimolo mirate possibilmente su alcuni settori strategici e sui consumi.

Parole chiave: i «Due 100» ed il «sogno cinese»

- Società moderatamente benestante nel **2021** (100 anni da nascita Partito) (Pil pro capite raddoppiato 2010-2020)
- Paese pienamente sviluppato nel **2049** (100 anni da nascita RPC) **ma anche …**

- R&S: Paese innovativo nel 2020
- R&S: Leader nella tecnologia nel 2050

2. I TEMI CHIAVE

- **NEW NORMAL: CARATTERISTICHE**

1) ↓ Tasso di crescita Pil
2) ↓ Investimenti pubblici
3) ↓ Export a basso costo

4) ↑ Consumi interni
5) ↑ Servizi
6) ↑ Crescita di qualità

(Upgrading industriale con Made in China 2025 e Internet Plus)

FATTORI DI CRESCITA, NUOVE SFIDE, FALSI MITI

A) CONSUMI INTERNI

1) Boom dei consumi (anche digitali)
2) Crescita del costo del lavoro
3) Demografia
4) Robotica

B) SERVIZI

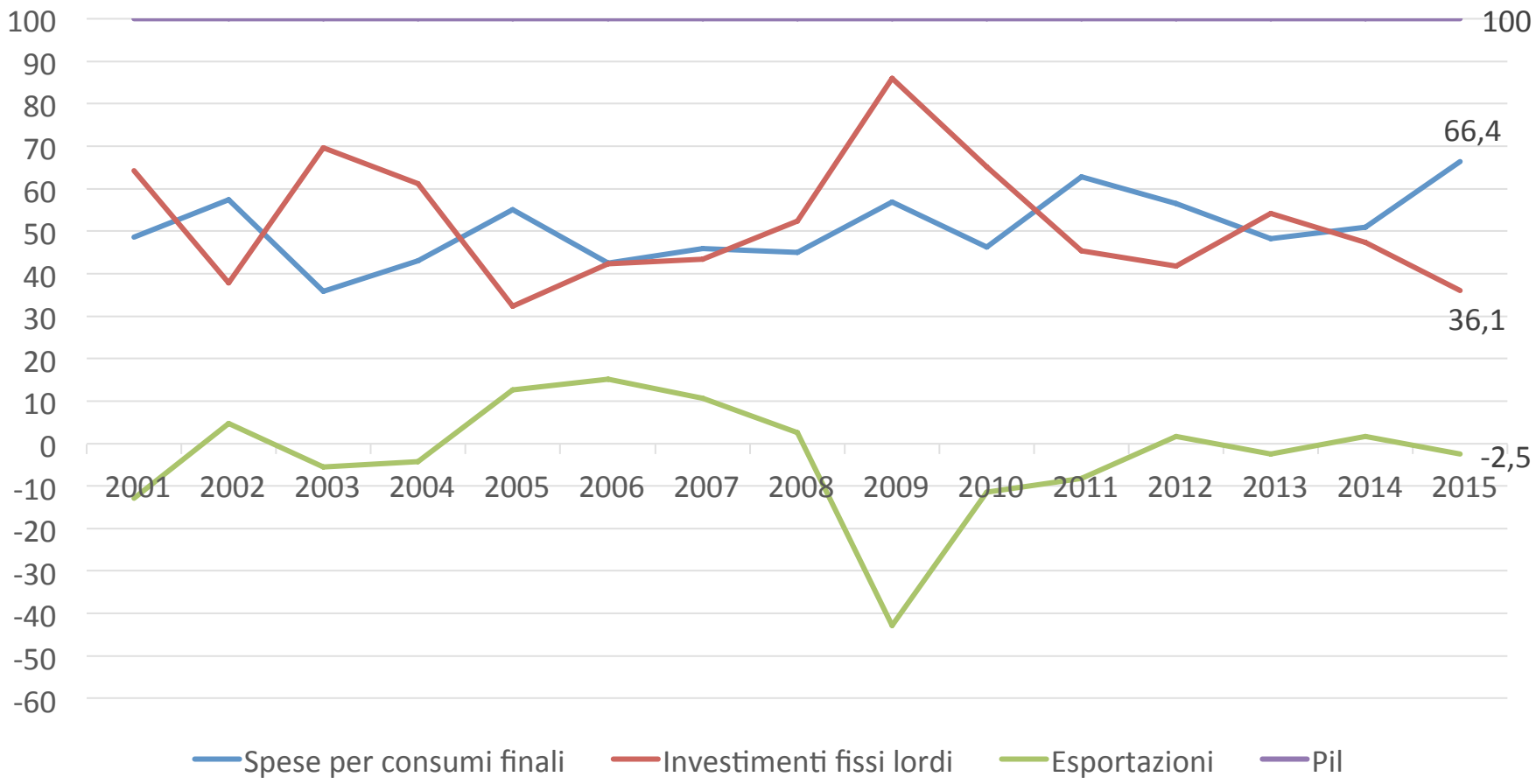
5) Urbanizzazione

C) CRESCITA DI QUALITÀ

6) Ricerca & sviluppo

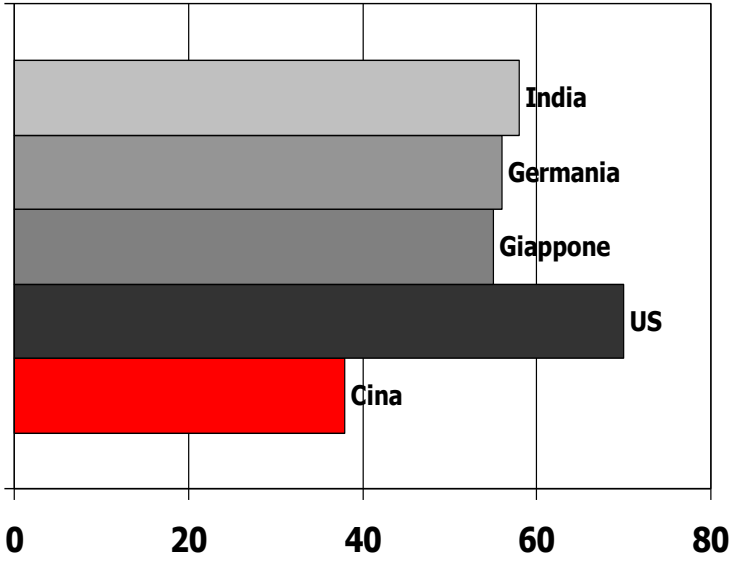
Crescita dei **consumi**, contributo % sul Pil

La quota dei **consumi** 2015 è la più alta degli ultimi 15 anni

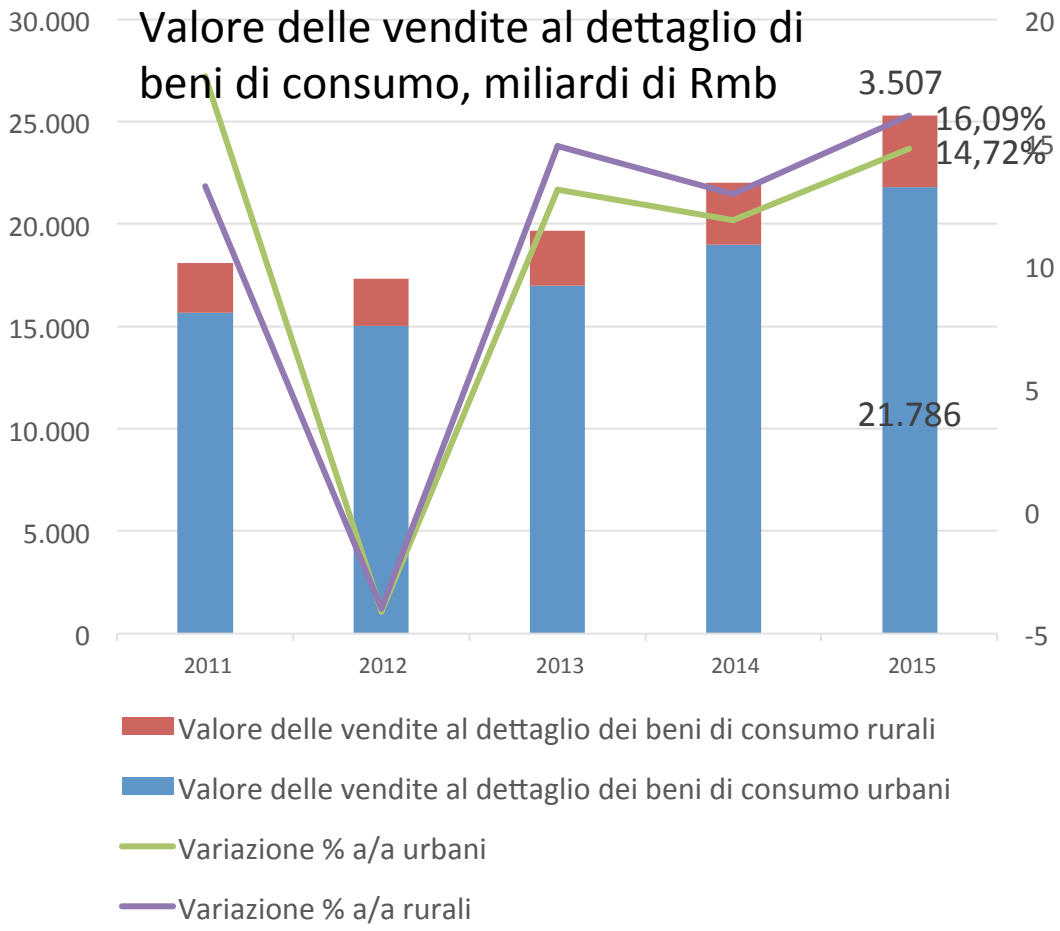


Contributo consumi privati alla crescita del Pil

Consumi privati/Pil, in rapporto a Paesi selezionati 2014

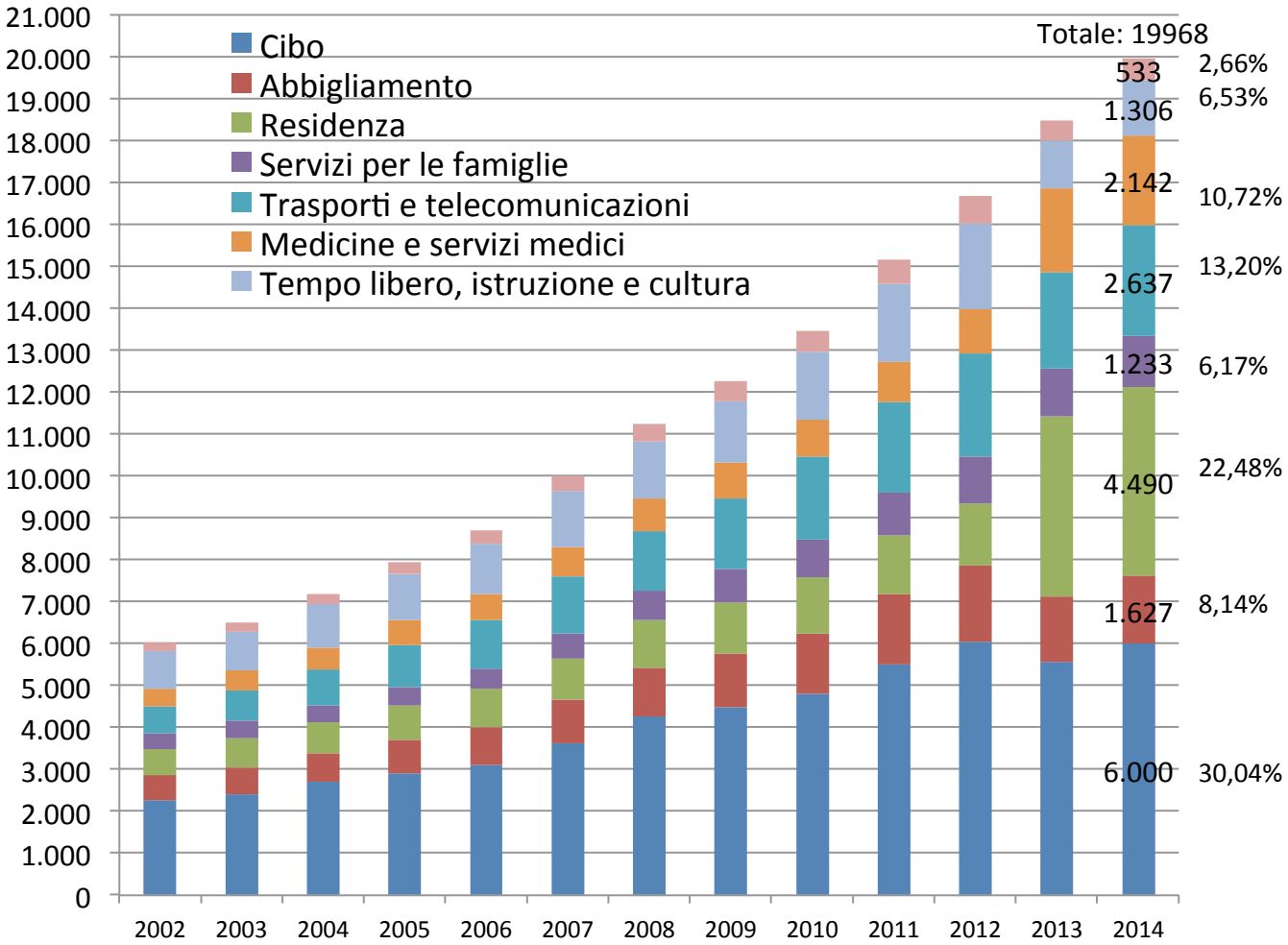


Mondo: 60%
Economie a medio reddito: 55%
Cina: 38,2%



Consumi urbani

Spesa pro capite per consumi in Rmb dei residenti urbani, suddivisione per categoria



L'alimentazione ancora rappresenta oltre un terzo dei consumi (ma conterà sempre meno)

Il consumo di beni durevoli rappresenta il doppio del consumo dei beni non durevoli/di sussistenza

CeSIF

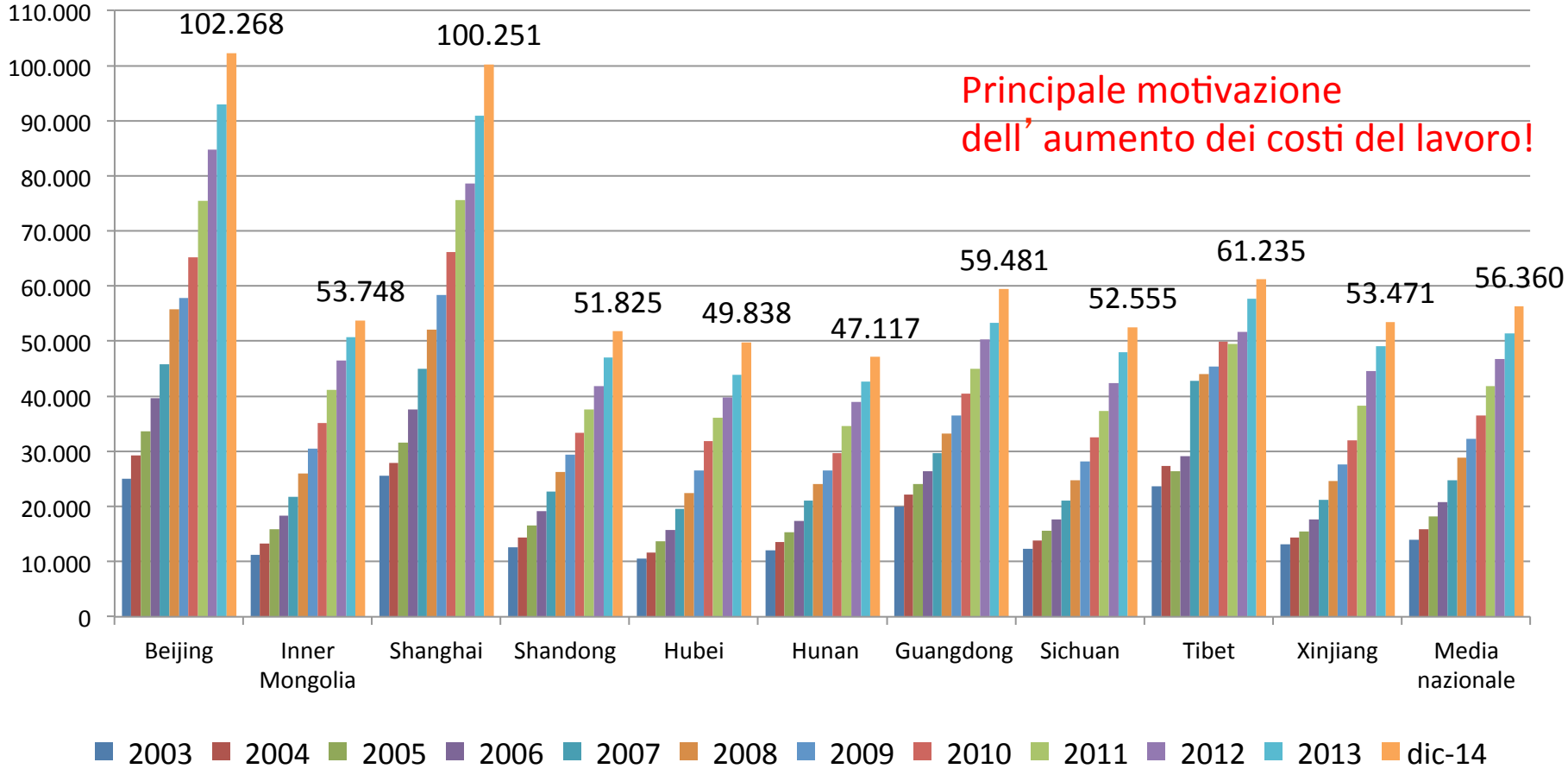
Boom dei consumi digitali!
50,3/54/90

Fondazione Italia Cina
意中基金会

Crescita consumi e classe media

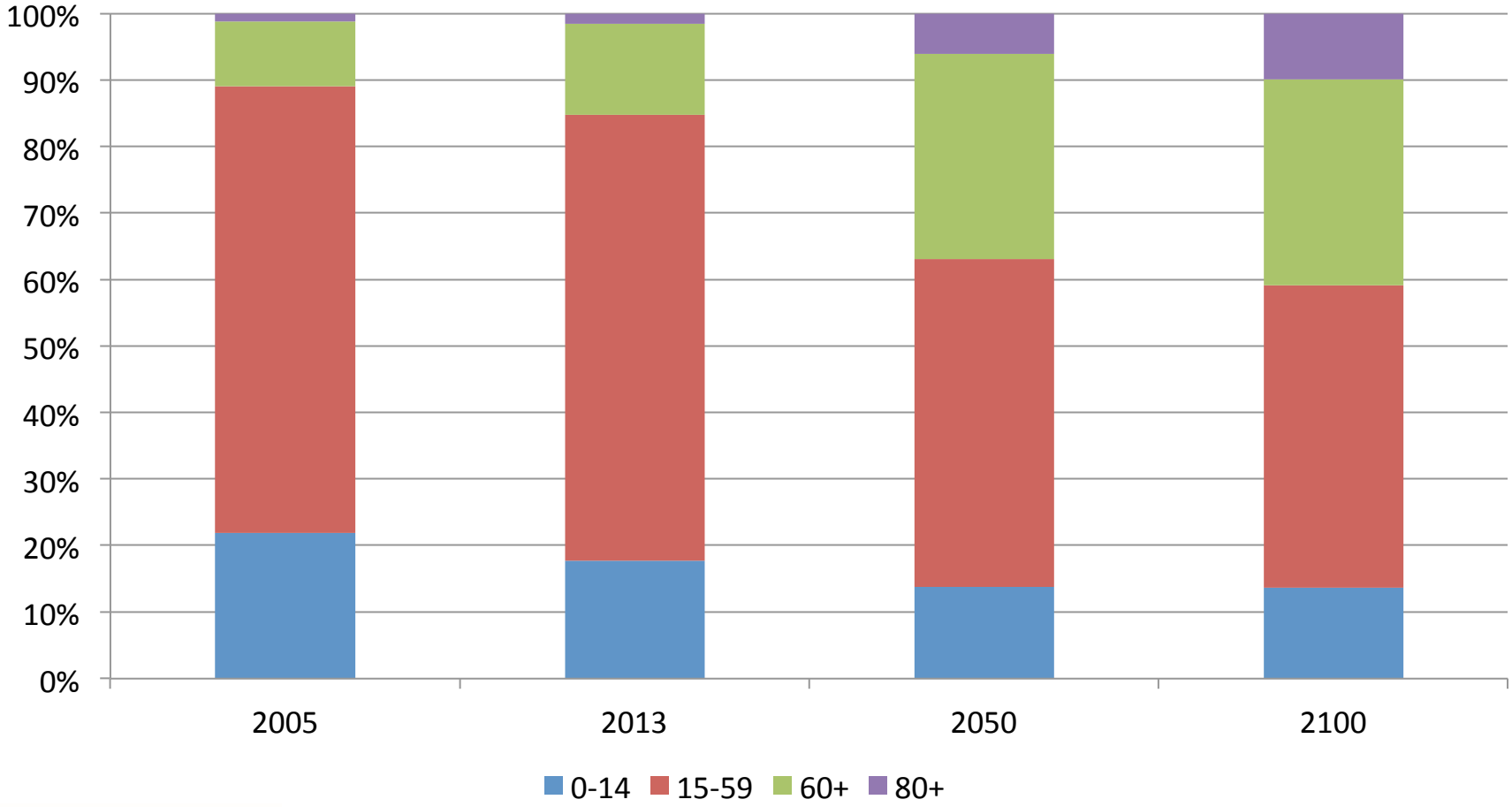
2. DELOCALIZZAZIONE E BASSO COSTO

Salari medi annui in Rmb, province selezionate



Struttura demografica, %

Implicazioni: politica figlio unico, welfare, sanità, calo entranti mondo lavoro



Costi del lavoro e Robotica

1) Crescita rapida dei costi aziendali e del lavoro (tra il 200 e il 300% tra il 2010 e il 2020). Impennata nella retribuzione del lavoro industriale, di natura strutturale.

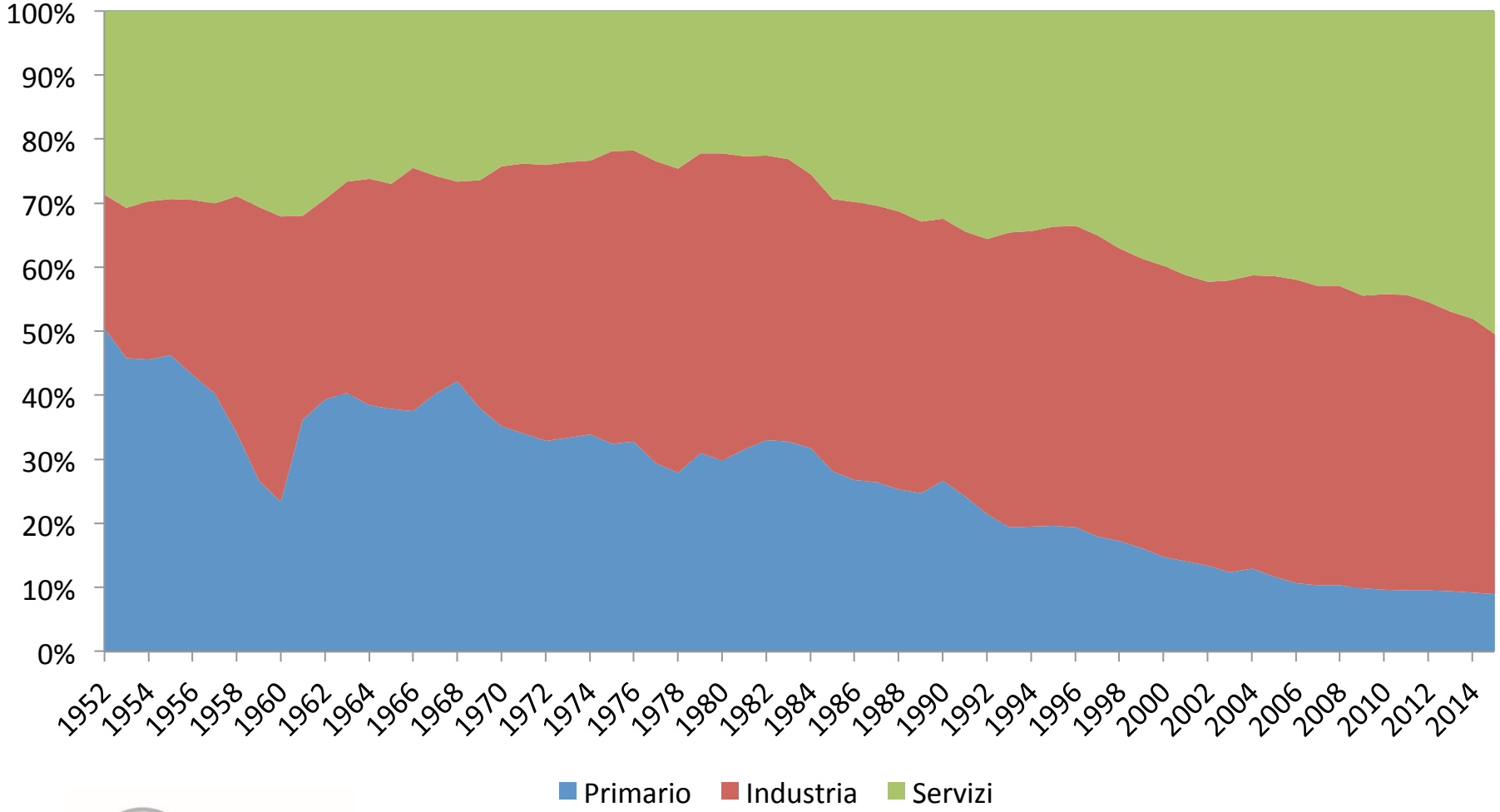
2) Impatto sulle strategie di sviluppo/revisione della localizzazione (da città di prima fascia ad altre province/Paesi Asean. **CIBA: Non solo Pechino e Shanghai!)**

3) Aumento dei costi del lavoro e invecchiamento popolazione sono tra i principali fattori di una **maggiore automazione industriale e del ricorso sempre più sostenuto alla robotica industriale:** primo Paese al mondo per stock di robot installati già nel 2016.

SERVIZI: quota su composizione Pil

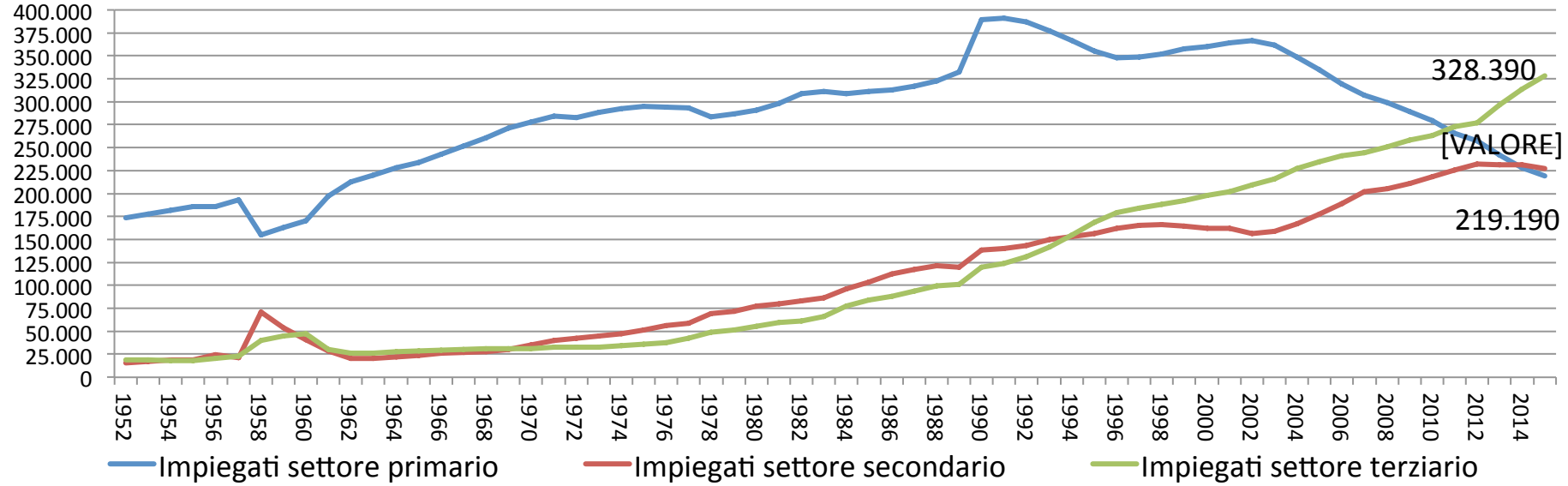
3. LA FABBRICA DEL MONDO

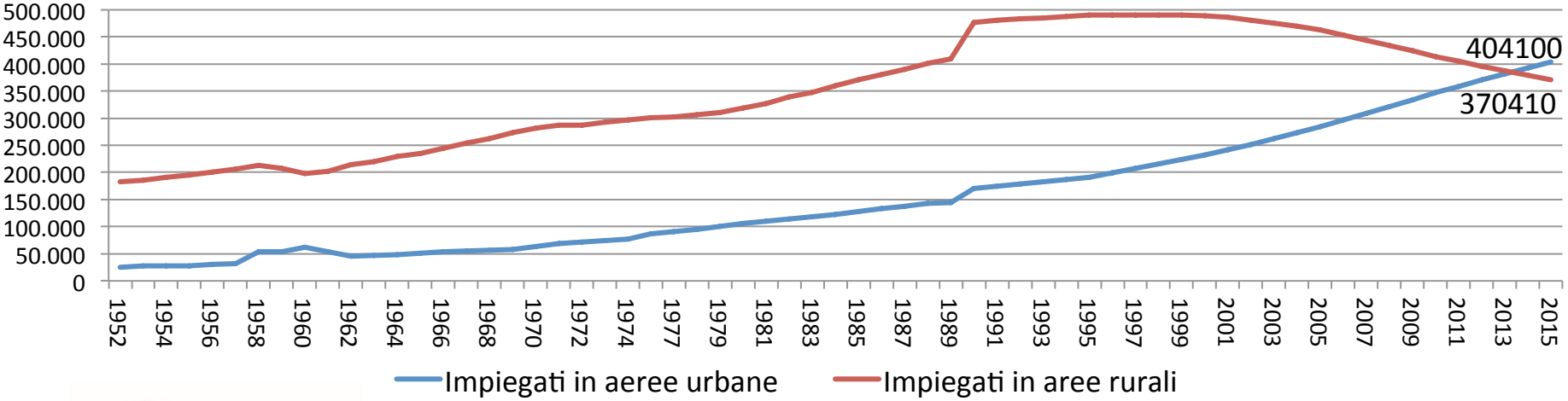
Prima volta oltre il 50% nel 2015



Servizi e Urbanizzazione

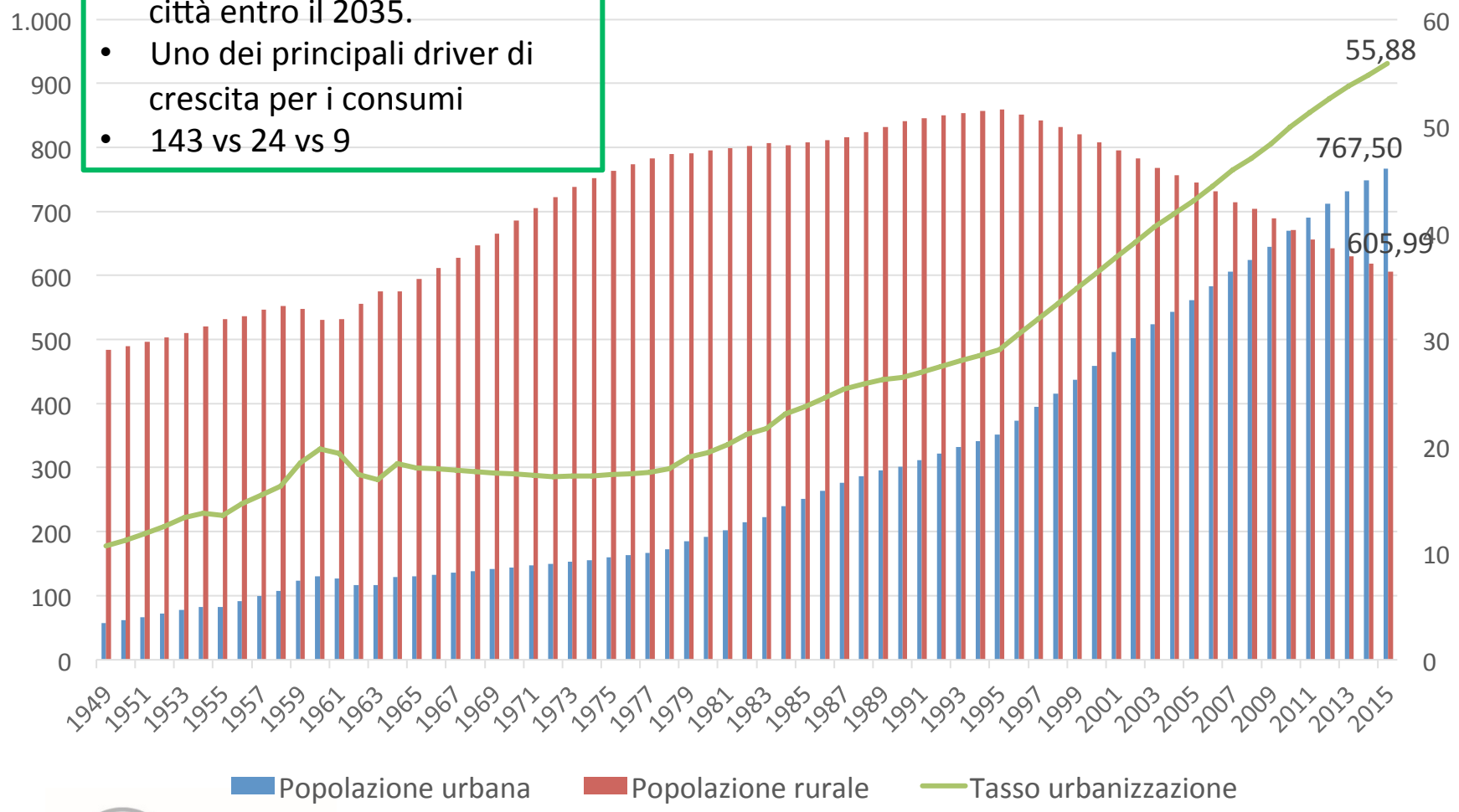
Impiegati urbani-rurali e suddivisi per settore, in migliaia di persone





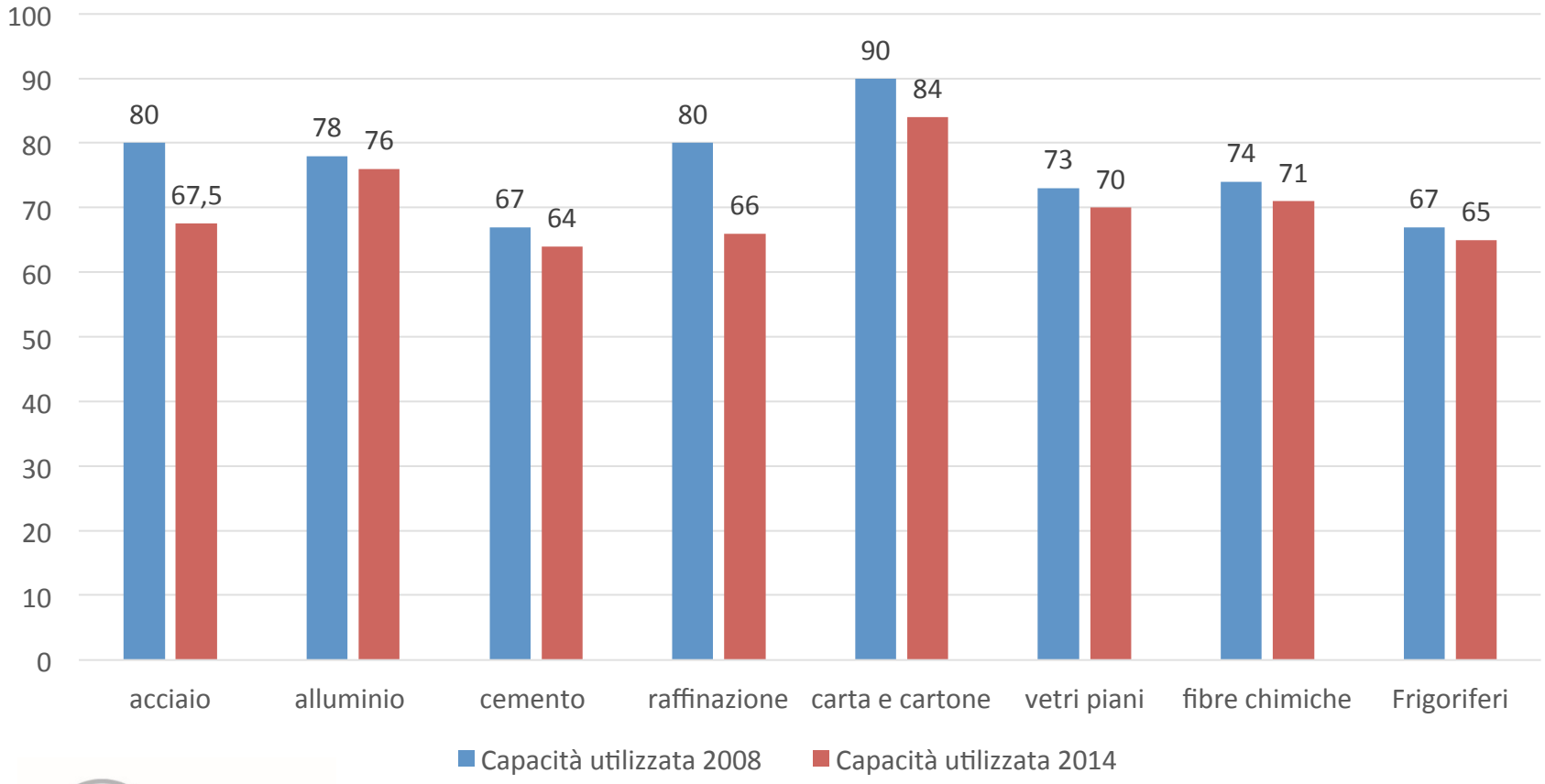
Urbanizzazione

- Crescita oltre l'1% annuo (15-20 milioni di persone).
- Il 70% dei cinesi vivrà in 600 città entro il 2035.
- Uno dei principali driver di crescita per i consumi
- 143 vs 24 vs 9



Crescita di qualità. Il problema sovraccapacità

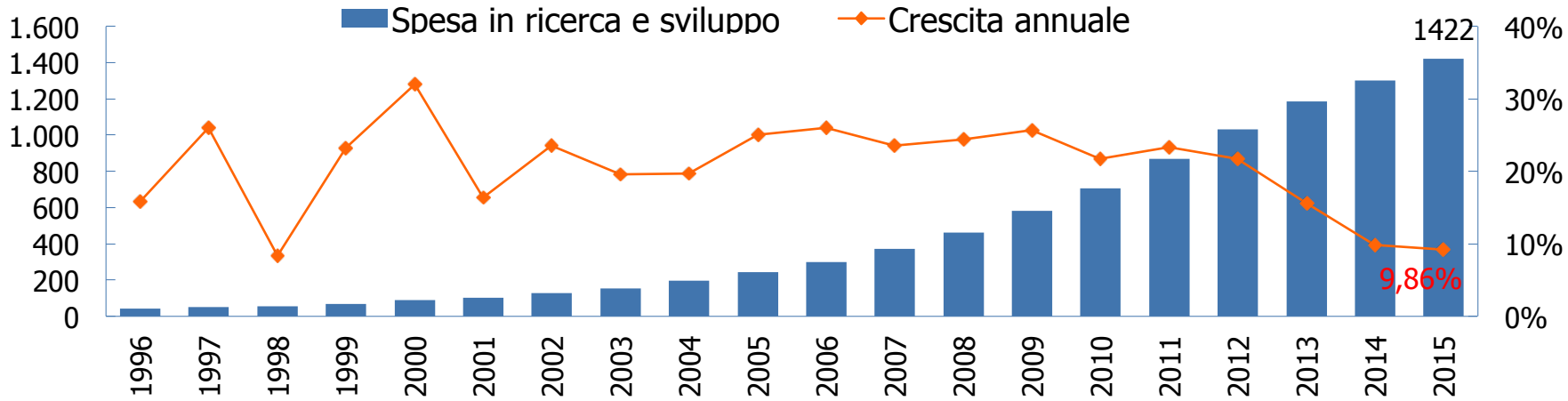
Il modello di sviluppo basato su investimenti in capitale fisso, produzione a basso valore aggiunto ed esportazioni che ha caratterizzato gli ultimi 20 anni non è più sostenibile, perché porta a squilibri rilevanti, di cui la sovraccapacità è il più evidente

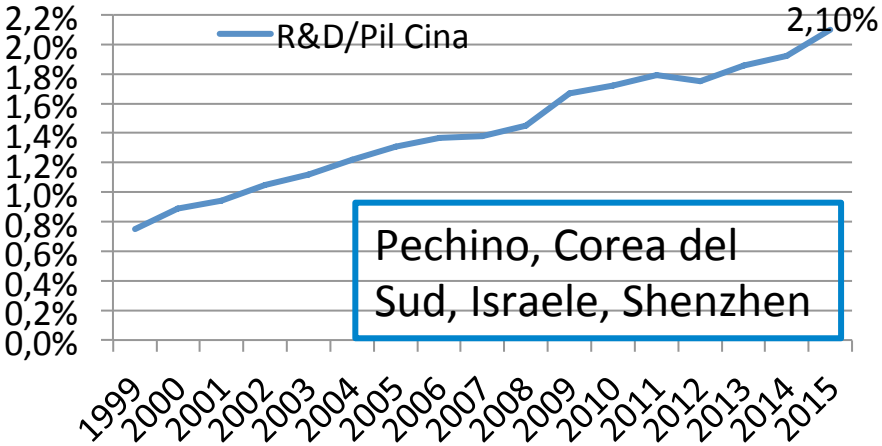


R&S: non solo copie!

La spinta verso la capacità tecnologica interna

4. IL PAESE DELLE COPIE





Pechino, Corea del Sud, Israele, Shenzhen

Protezionismo e sostegno alle imprese domestiche vs maggiori aperture al commercio

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);

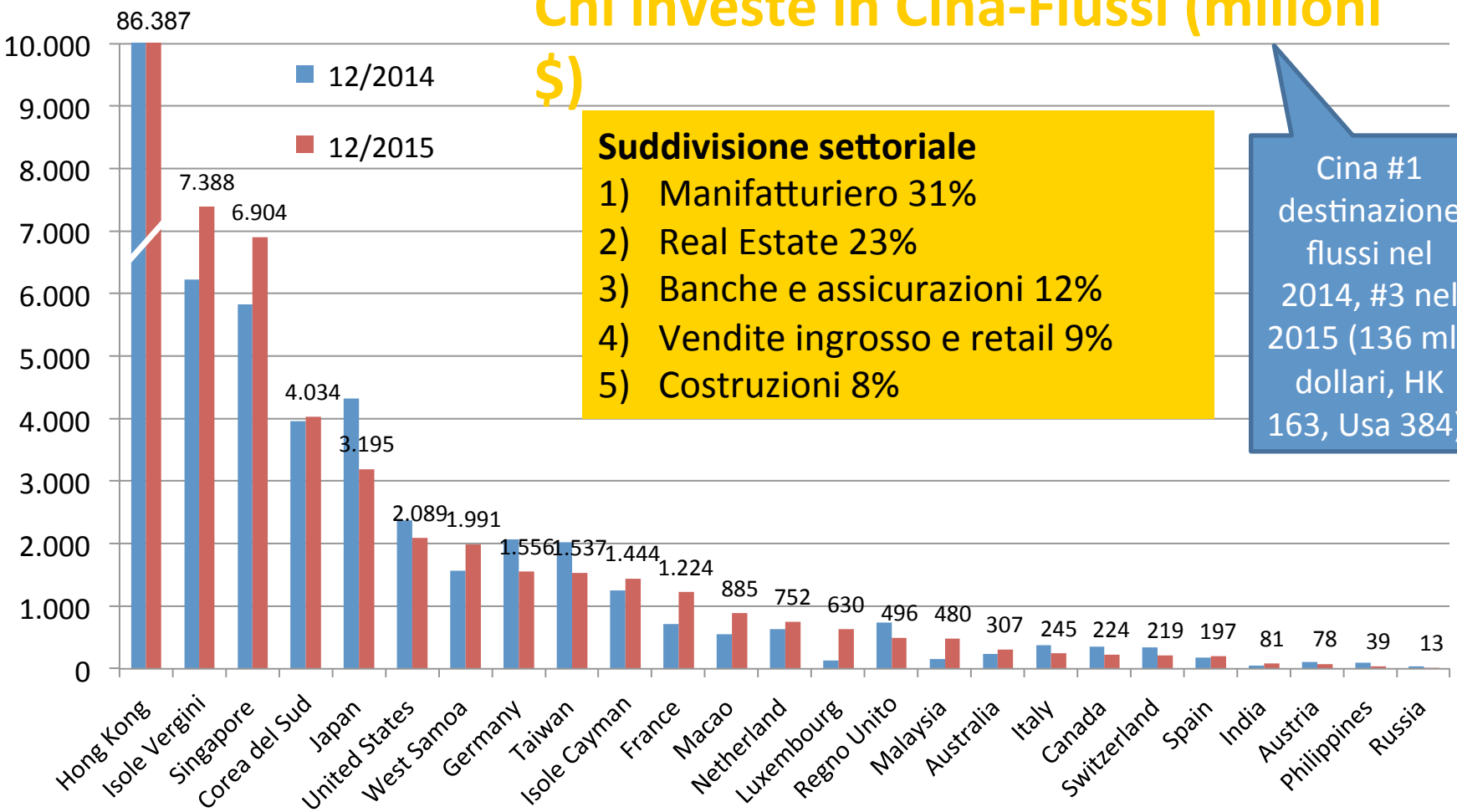
2. **Revisione catalogo investimenti 2015**: settori ristretti da 79 a 38 (e Negative List FTZ).

Tredici!

- Parola d'ordine: continuità col XII Piano Quinquennale
- Obiettivi:
- 1) Tasso di crescita – 6,5% fino al 2020
- 2) Servizi – 56% entro il 2020
- 3) Consumo energetico – non oltre 5 mld Tonnellate equivalenti carbone
- 4) Intensità energetica – Ridurre consumi del 15% e emissioni del 18%
- 5) Qualità dell'aria – livello buono per almeno 80% delle città
- 6) Energia nucleare – da 28,3 a 50 GW
- 7) Rete infrastrutturale – Alta velocità da 19 a 30mila Km, 50 aeroporti
- 8) Reddito pro capite – aumentarlo del 6,5% ogni anno
- 9) Occupazione – 50 milioni di posti di lavoro
- 10) Urbanizzazione – 60% entro 2020 (143 vs 24 vs 9)

3. SETTORE ESTERO-INVESTIMENTI

Chi investe in Cina-Flussi (milioni $)



Suddivisione settoriale

1) Manifatturiero 31%
2) Real Estate 23%
3) Banche e assicurazioni 12%
4) Vendite ingrosso e retail 9%
5) Costruzioni 8%

Cina #1 destinazione flussi nel 2014, #3 nel 2015 (136 mld dollari, HK 163, Usa 384)

Investimenti italiani in Cina e HK: 2070 imprese, 137.500 dipendenti, 17,5 mld € fatturato. Flusso 2015 più basso dal 2002 (Ferrero)

CeSIF

Fondazione Italia Cina
意中基金会

INVESTITI DALLA CINA!

La svolta del 2015 (dati in milioni $)

Distribuzione settoriale mondo

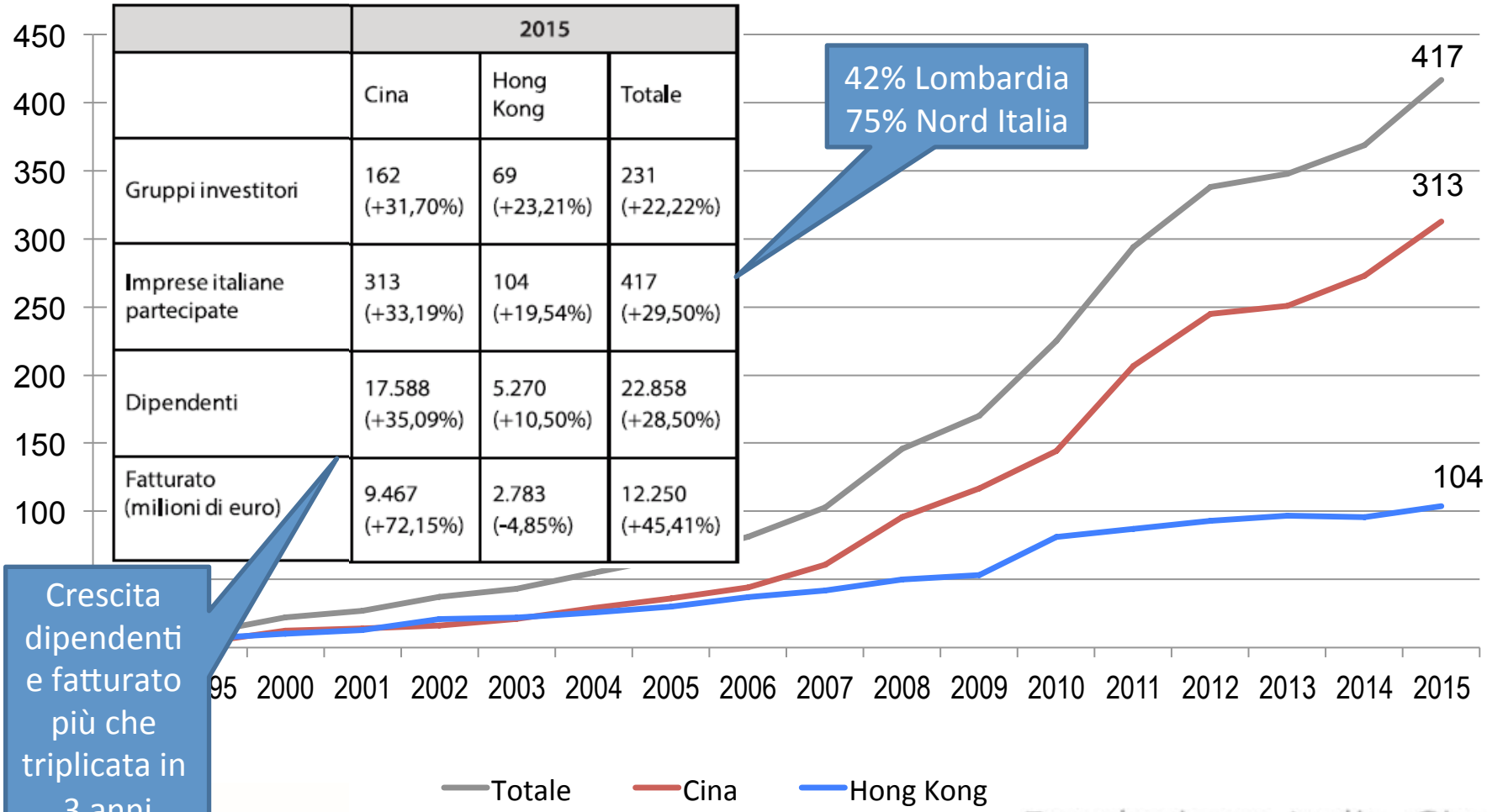
1)Leasing e servizi commerciali 30%
2)Vendita all' ingrosso e retail 15%
3)Minerario 13,5%
4)Banche e assicurazioni 13%
5)Manifatturiero 8%

Distribuzione settoriale Europa

1) Leasing e servizi commerciali 43%
2) Manifatturiero 13%
3) Real Estate 10%
4) Minerario 9%
5) Banche e assicurazioni 8,5%

Imprese italiane partecipate da investitori cinesi e di Hong Kong

	2015		
	Cina	Hong Kong	Totale
Gruppi investitori	162 (+31,70%)	69 (+23,21%)	231 (+22,22%)
Imprese italiane partecipate	313 (+33,19%)	104 (+19,54%)	417 (+29,50%)
Dipendenti	17.588 (+35,09%)	5.270 (+10,50%)	22.858 (+28,50%)
Fatturato (milioni di euro)	9.467 (+72,15%)	2.783 (-4,85%)	12.250 (+45,41%)



42% Lombardia
75% Nord Italia

Crescita dipendenti e fatturato più che triplicata in 3 anni

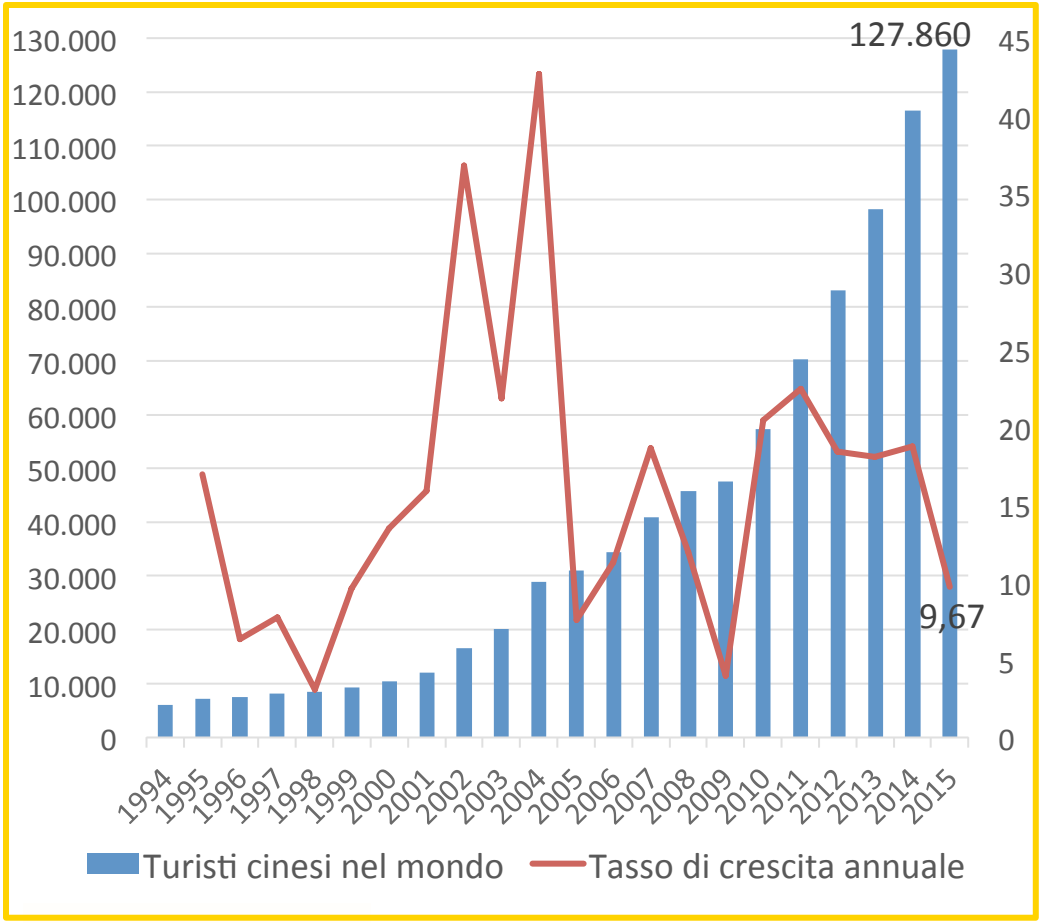
CeSIF

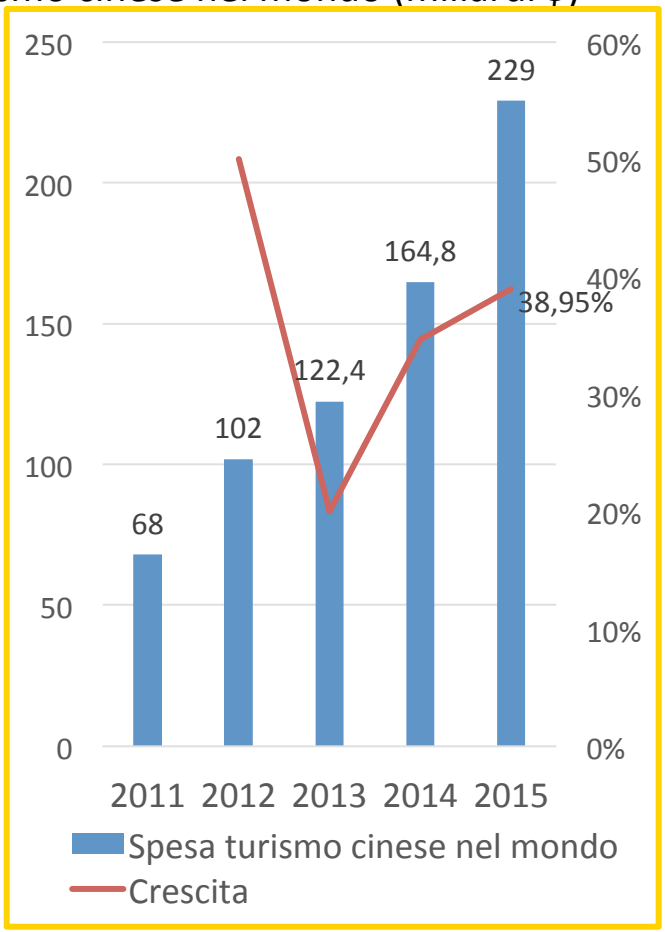
Fondazione Italia Cina
意中基金会

Opportunità in Italia

Non solo investimenti: turismo cinese!

Turisti cinesi nel mondo (migliaia di persone) e spesa turismo cinese nel mondo (miliardi $)

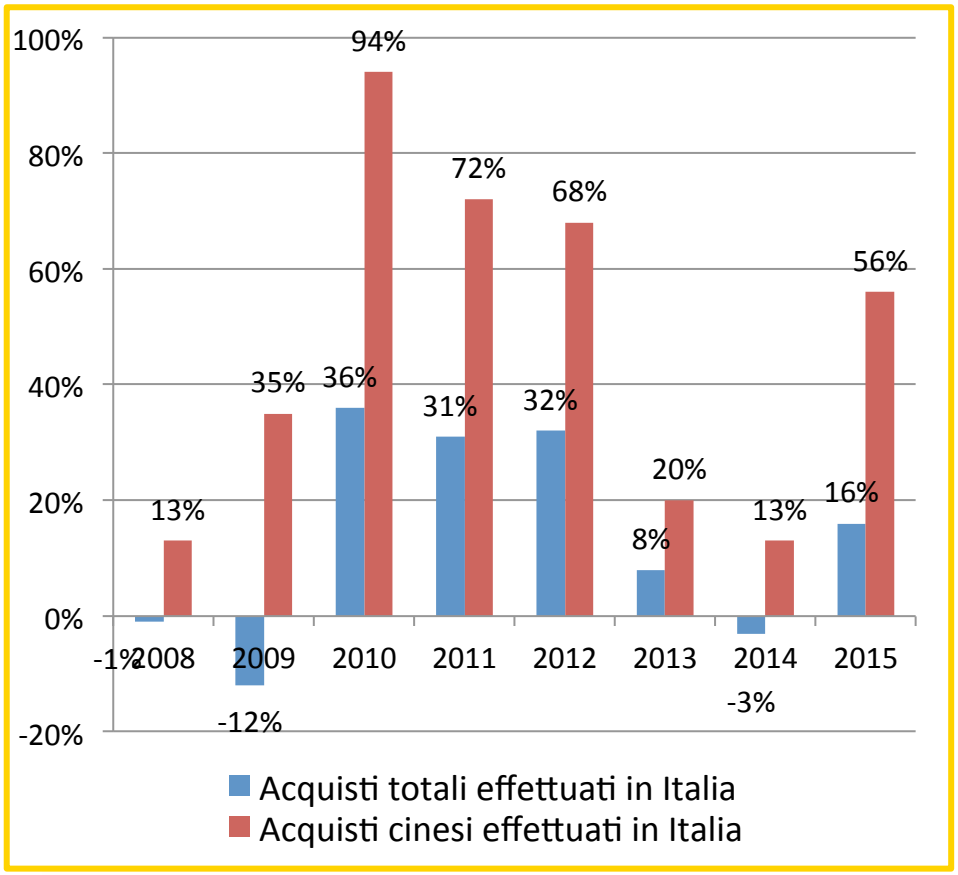




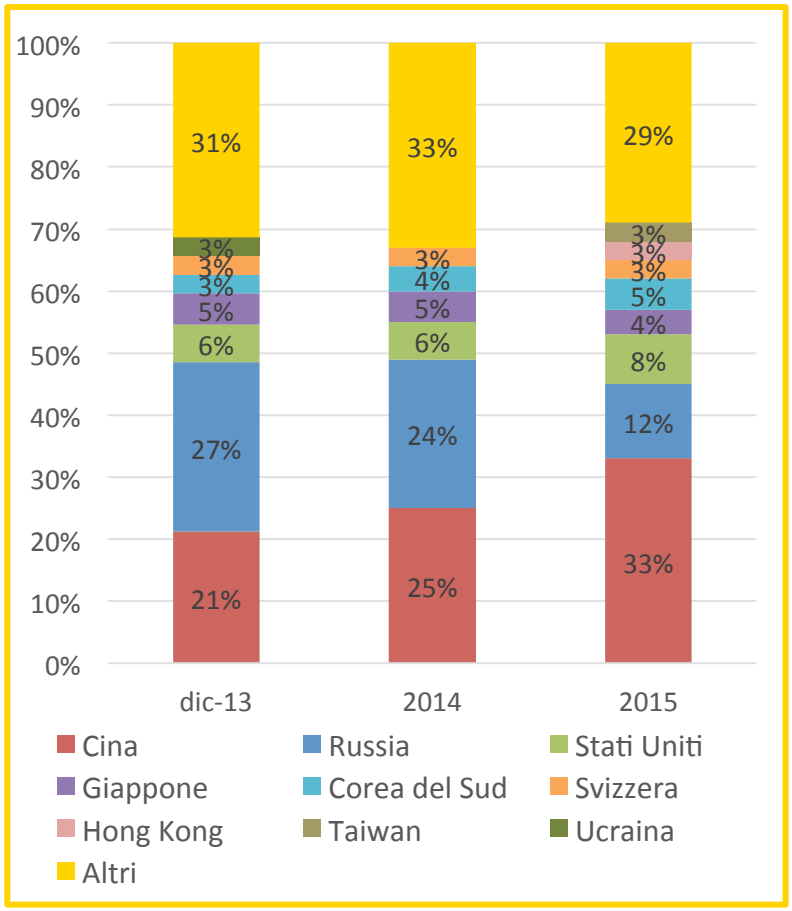
CeSIF

Fondazione Italia Cina
意中基金会

Tassi di crescita spesa Tax Free in Italia e spesa Tax Free dei turisti cinesi



Spesa Tax Free in Italia per Paesi di provenienza



CeSIF

Fondazione Italia Cina
意中基金会

4. IMPLICAZIONI PER LE IMPRESE

Opportunità settoriali:

- 1) Alimenti e bevande
- 2) Sanitario-farmaceutico
- 3) Vendite al dettaglio-Retail
- 4) Beni di lusso
- 5) Energia e tecnologie pulite
- 6) Protezione ambientale
- 7) Prodotti chimici
- 8) Macchinari
- 9) Automotive

Le **7 industrie emergenti** che nel 2020 dovranno rappresentare, secondo gli obiettivi del Governo, il 15% del Pil rispetto al 5% del 2010 (CRESCITA DI QUALITÀ!)

1. Risparmio energetico e protezione ambientale
2. Tecnologie informatiche di ultima generazione
3. Biotecnologie
4. Produzione di macchinari avanzati
5. Energie alternative
6. Nuovi materiali
7. Veicoli ecologici

Sfide e opportunità per le imprese

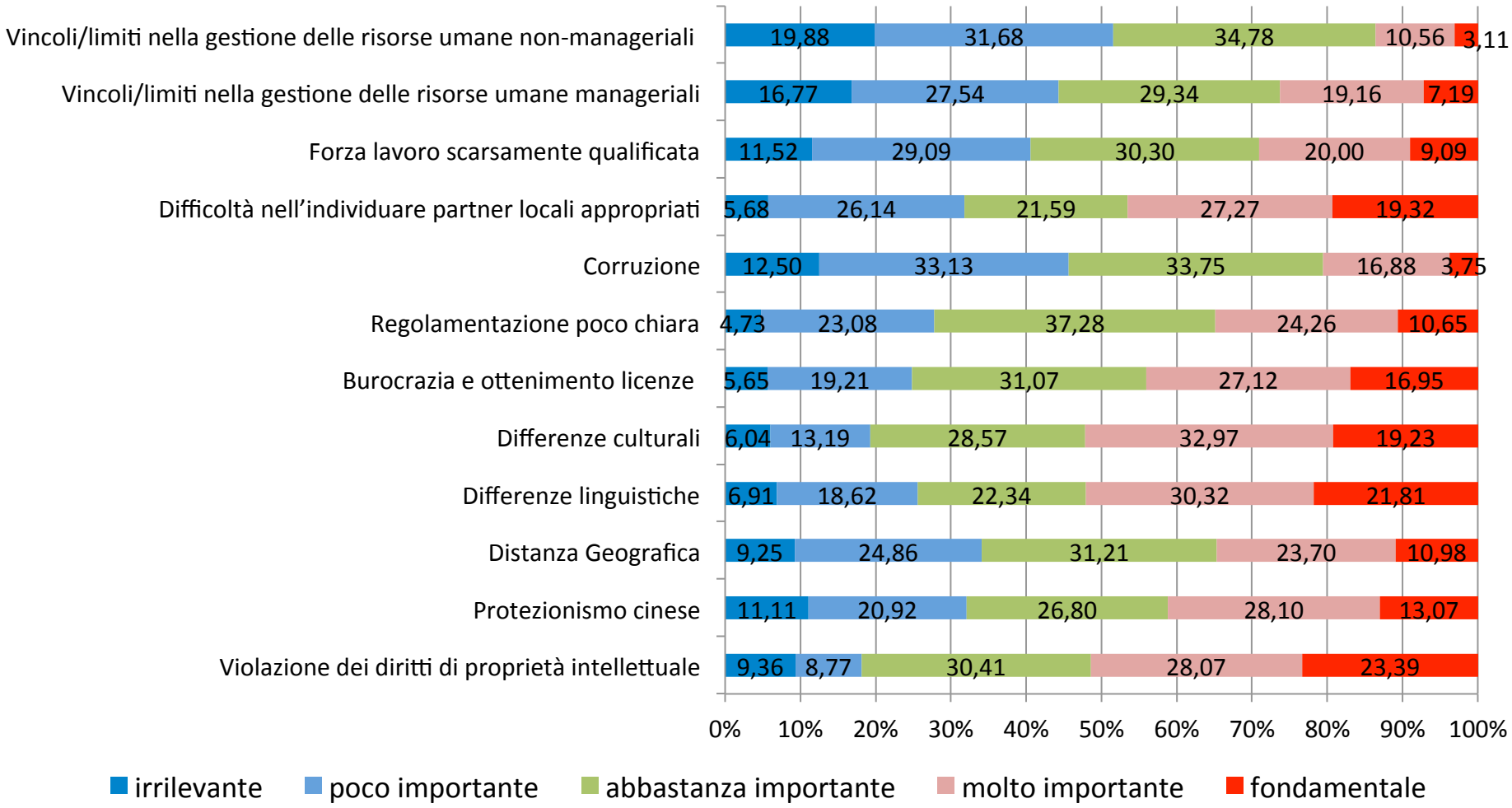
1. Aumento dei costi
2. Scarsità risorse umane
3. Protezionismo e barriere all'entrata
4. Pressioni competitive…

   è finita l'età dell'oro?

1. Stabilità interna
2. Boom dei consumi, anche su stimolo governativo

Criticità più rilevanti quando si opera in Cina

1. Violazione dei diritti di proprietà intellettuale
2. Protezionismo cinese
3. Distanza Geografica
4. Differenze linguistiche
5. Differenze culturali
6. Burocrazia e ottenimento licenze
7. Regolamentazione poco chiara
8. Corruzione
9. Difficoltà nell'individuare partner locali appropriati
10. Forza lavoro scarsamente qualificata
11. Vincoli/limiti nelle gestione delle risorse umane manageriali
12. Vincoli/limiti nelle gestione delle risorse umane non-manageriali



CeSIF

Fondazione Italia Cina
意中基金会

La Cina cambia… e noi?

Nuove strategie per cogliere opportunità

Il successo sul mercato di massa cinese dipenderà dai seguenti fattori chiave:
1. qualità a basso costo (valore);
2. Flessibilità e dinamismo;
3. rapida innovazione di prodotto;
4. distribuzione efficiente;
5. marketing & *branding* efficaci;
6. comprensione delle necessità del consumatore cinese.

Fattori di successo gestionale
1. Manager capaci
2. Assegnare alla Cina un ruolo decisivo nel processo decisionale delle aziende
3. Parametri decisionali corretti… cosa vuol dire??

E noi? «Farsi cinesi»… ma non troppo!!

Adeguare il proprio modello di business alle nuove sfide cinesi

- Per adeguarsi alla Cina, per "**farsi cinesi**", occorrerà competere con i cinesi sul loro stesso terreno:

  _ produzione e rete distributiva a basso costo;
  _ valutare spostamento verso Ovest per sfruttare i vantaggi di costo esistenti;
  _ ristrutturare le operazioni per trarre vantaggio da dinamiche di aggregazione tipiche dei distretti;
  _ equilibrare processi ad alta intensità di lavoro e automazione, riducendo i costi del lavoro.

- Una strategia di successo dovrà comunque fondarsi sul **mantenimento di alcuni caratteri di differenziazione** rispetto alle imprese locali.

- Competere esclusivamente su basi "cinesi" potrebbe non rivelarsi possibile né auspicabile in un'ottica di breve periodo (margini ridotti) o medio periodo (posizionamento di prodotto non differenziato).

- Un'alternativa? **Concentrarsi sui mercati di fascia alta**: la sfida è trovare il posizionamento giusto.

Il quadro presenta indubbie difficoltà. C'è ancora spazio però per l'ottimismo!
Adattarsi a nuova normalità, adattare approcci e modelli.
Nessuna impresa può permettersi di ignorare il mercato cinese.

La Cina nel 2016

Scenari e Prospettive per le Imprese

Il Rapporto Annuale elaborato dal **CeSIF – Centro Studi sull'Impresa** e pubblicato dalla Fondazione Italia Cina, giunto alla sua settima edizione, è il più importante outlook sulla Cina attualmente presente in Italia, finalizzato a mostrare le prospettive per le imprese italiane in Cina. Questa guida tramite analisi di rischio Paese presenta gli scenari politici, economici e di accesso al business in Cina, con le implicazioni per le società estere e le opportunità settoriali e provinciali per le imprese italiane, oltre alle opportunità in Italia relative all'incoming cinese (investimenti, turisti, studenti).

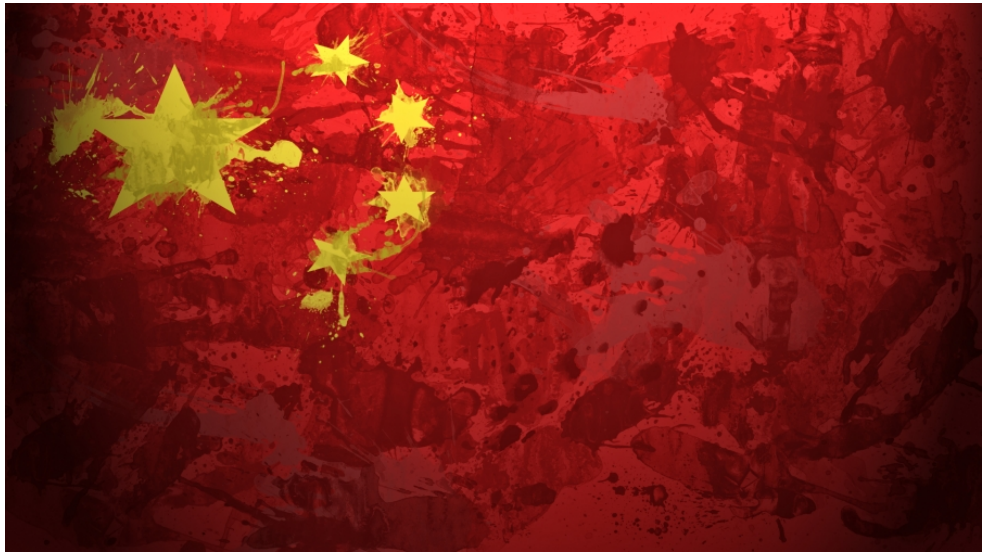
È possibile acquistarlo al costo di 20 euro mandando una mail a savoldi@italychina.org.

CeSIF

GRAZIE!
XIE XIE!
谢谢!

Copyright Fondazione Italia Cina

Alberto Rossi
Responsabile Marketing
Analista CeSIF
Centro Studi per l' Impresa
Fondazione Italia Cina
rossi@italychina.org



CeSIF

Fondazione Italia Cina
意中基金会

le Teste Pensanti di oggi

Andrea Tucci, SEA Milano

Antonella Ferrari, Gattinoni Mondo di Vacanze

Arny Aiolfi, Club Med Italia

Corrado Lupo, iGroup / Nuove Vacanze

Dino Scaggiante, Albatravel

Giorgio Trivellon, Club Med Italia

Graziano Binaghi, Travel Experience T.O.

Frederic Naar, Naar T.O.

Gian Paolo Vairo, imprenditore

Luca Caraffini, Geo Travel Network

Luca Martellosio, Europ Assistance

Luigi Maderna, Fiavet Lombardia

Mario Mazzei, consultant

Massimo Diana, OTA Viaggi

Paolo Cereda, 7pixel

Paolo Locatelli, Trenitalia

Roberto Lavarini, Università IULM

Rosemary Restieri, Zanox Italia

Sandro Ferrari, Gattinoni Mondo di Vacanze

Sheng Song, China Power Group

Simone Cassanmagnago, A.G.I. Travel Service

Stefano Bajona, Onirikos

Stefano Colombo, Rari Nantes

Stefano d'Ayala Valva, Ass.ne Albergatori MI

Stefano Simei, TH Resorts

Tiziano Ragni, Costa Crociere

i numeri del Club

- ✓ **oltre 6 anni di vita**: il Club è stato fondato a Milano il 13 maggio 2010
- ✓ **da 4 anni e mezzo a Roma**: la community capitolina si è riunita per la prima volta il 15 marzo 2012
- ✓ **93 i soci attivi**: **47** a Milano, **46** a Roma
- ✓ **41 i colleghi in valutazione** (ospiti, stand-by, pending)
- ✓ **13 donne presenti** (il 14% del totale)
- ✓ **27** imprenditori, **54** top manager, **12** docenti universitari e professionisti
- ✓ **78 i Focus organizzati** in 6 anni (44 a Milano, 34 a Roma)
- ✓ **24 presenze in media** per meeting
- ✓ **173 speaker**
- ✓ **1.807 partecipanti**

dati aggiornati al 28.10.2016

i prossimi FOCUS on

Disaster Recovery: come trasformare un problema in una opportunità

Milano, Starhotels Rosa Grand, 24 novembre 2016

speaker: Luciana Zamboni, operation director Europ Assistance

europ assistance
you live we care

il CLUB delle TESTE PENSANTI

per contatti

Roberto Gentile

335 6419780

rgentile@network-news.it

www.ilclubdelletestepensanti.it