

ITALIA-CINA: L'INTERSCAMBIO COMMERCIALE SUPERA I 50 MILIARDI DI DOLLARI

Le partnership strategiche fra aziende italiane e cinesi creano opportunità di crescita per le eccellenze del made in Italy contribuendo a sviluppare nuovi mercati in Cina.

Il settore delle crociere è uno degli esempi più promettenti. Costa Crociere prenderà in consegna il prossimo 28 febbraio una nuova nave progettata appositamente per il mercato cinese, mentre Carnival Corporation ha sottoscritto una joint venture con CSSC, una delle più grandi aziende cinesi di costruzioni navali.

*Trieste, 26 febbraio 2019 – Oggi presso il Palazzo dei Congressi della Stazione Marittima Trieste si è tenuto un importante forum dal titolo “The China-Italy business relationship – partnerships building the future”, promosso dalla **Fondazione Italia Cina** e dal **Gruppo Costa Crociere**, in collaborazione con **PwC Italia**.*

Al centro del dibattito le relazioni commerciali sull'asse Italia-Cina e le partnership strategiche quale modello di sviluppo vincente per entrambi i Paesi. I dati parlano chiaro: **nel periodo 2000-2017 il Paese del Dragone ha investito in Italia 13,7 miliardi di euro** posizionandoci al terzo posto quale nazione europea di destinazione delle risorse cinesi dopo UK e Germania. Non solo. Secondo i dati elaborati dalla Fondazione Italia Cina **sono oltre 600 le aziende italiane a capitale cinese principalmente nei settori chiave del Made in Italy**. Queste aziende generano quasi 18 miliardi di euro di fatturato e impiegano più di 30 mila dipendenti. Ma ben superiori sono le aziende cinesi a capitale italiano: **oltre 2000 per un totale di 160.000 dipendenti in Cina e giro d'affari complessivo di 25 miliardi di euro**. Non vanno poi sottovalutati i **benefici derivanti dall'interscambio commerciale tra i due Paesi, consolidato ormai sopra la soglia dei 50 miliardi di dollari** annui e contraddistinto da un trend di crescita delle esportazioni italiane maggiore rispetto all'aumento delle importazioni dalla Cina.

Interviene Andrea Manchelli, partner di PwC Italia e membro del PwC China Desk: *“Quello che notiamo è che stanno assumendo sempre maggiore rilievo gli accordi di partnership commerciale sotto varie forme incluse le joint venture strategiche. Ne sono un esempio gli accordi siglati a novembre 2018 al China International Import Expo dove erano presenti le nostre istituzioni e quasi 200 campioni nazionali del Made in Italy. Per cogliere al meglio le grandi opportunità che offre la Cina oltre a mettere in risalto il sistema Italia è essenziale valorizzare l'esperienza e la capacità di fare squadra delle nostre eccellenze italiane che con successo stanno già lavorando in Cina”.*

Mentre Vincenzo Petrone, direttore generale Fondazione Italia Cina evidenzia: *“La nuova Via della Seta costituisce la sfida sistemica più ambiziosa in termini di raccordi intercontinentali, connettività euroasiatica, investimenti, produttività ed efficienza logistica. L'industria italiana ha tutte le qualità per affrontarla in maniera positiva, investendo, competendo e approfittando dei nuovi scenari economici che la Cina, la sua industria e i suoi consumatori propongono. Per far sì che le aziende italiane possano realizzare al massimo il proprio potenziale, soprattutto in un progetto che, come questo, ha il suo cuore nel Mediterraneo, occorre che il settore privato e quello pubblico agiscano in*

modo sinergico. Si tratta di un'occasione epocale di sviluppo per fare del nostro Paese il crocevia infrastrutturale e logistico, che non possiamo perdere."

Tra i mercati a maggiore crescita in Cina c'è quello turistico. In particolare, il settore crocieristico ha vissuto in un arco di tempo ravvicinato una crescita ingente e velocissima. Al punto che **la Cina ha tutte le carte in regola per diventare il polo più importante al mondo**, con ben 20 milioni di passeggeri nel 2030, pari a 10 volte o quasi quelli attuali. Strategico in tal senso il ruolo di **Costa Crociere, sbarcata per prima in assoluto nel Paese del Dragone**. Correva l'anno 2006 e l'azienda, che fa capo a Carnival Corporation, compiva con Costa Allegra il suo primo viaggio da Shanghai.

Michael Thamm, Amministratore Delegato del Gruppo Costa e Carnival Asia, afferma: *«Il mercato delle crociere in Cina ha iniziato a svilupparsi dal 2006, grazie all'arrivo di Costa. Una azienda espressione dell'eccellenza italiana che da allora ha contribuito a una notevole crescita: nel 2018 ci sono stati 2,5 milioni di cinesi in crociera. Il potenziale di sviluppo futuro è ancora enorme: i crocieristi in Cina rappresentano al momento meno del 2% dei cinesi che fanno vacanze all'estero».*

Ora bisogna fare un salto ulteriore per raggiungere il target, costruendo navi su misura per il mercato cinese, come **Costa Venezia, l'ultimo gioiello di Costa costruita da Fincantieri nello stabilimento di Monfalcone**. Una nave che offrirà il meglio dell'Italia alla clientela cinese, rafforzando la leadership di Costa in Cina. Rientra nel piano di espansione anche la recente partnership siglata tra Carnival e China State Shipbuilding Corporation, una delle più grandi aziende cinesi di costruzioni navali. Obiettivo: creare un nuovo brand di crociere che opererà in Cina. **Come spiega Michael Thamm:** *«La joint venture che abbiamo siglato ha un'importanza strategica per tutte le parti coinvolte: rafforzerà ulteriormente la presenza di Costa sul mercato, genererà un impatto economico significativo per l'Italia, con il coinvolgimento di altre realtà imprenditoriali di eccellenza quali nostri partner, ad esempio per la costruzione di nuove navi, e creerà opportunità per accrescere i legami economici fra Italia e Cina creando un ecosistema globale».*

Lei Fanpei, Chairman di China State Shipbuilding Corporation sottolinea che: *“L'ingresso di CSSC nel settore delle crociere in partnership con Carnival Corporation/Gruppo Costa e Fincantieri è una decisione strategica che ha ricevuto particolare attenzione e un forte sostegno dai leader del governo cinese e italiano.”* E aggiunge: *“Attraverso le partnership con aziende internazionali leader come queste, costruiamo una intera catena industriale che include il design e le costruzioni navali, operazioni e supply chain, e promuoviamo insieme una crescita del sistema industriale creando un ecosistema virtuoso per una crescita sostenibile del settore crocieristico”.*

Per ulteriori informazioni:

Costa Crociere

Gabriele Baroni – Communication Director – cell. 349 7668013 - baroni@costa.it

Davide Barbano – Media Relations manager – cell. 334 6525216 - barbano@costa.it

Comunicati stampa e foto disponibili su www.costapresscenter.com