

HONG KONG – CINA 2019 COMMERCIALISTI E IMPRESE VERSO I MERCATI ESTERI

In vista della prossima missione dell'A.I.C.E.C. che si svolgerà dal 2 al 10 novembre 2019, un breve vademecum per chi cerca opportunità di investimento nel mercato cinese e ad Hong Kong.

Hong Kong riveste un ruolo primario nell'economia mondiale, rappresentando uno dei più grandi centri finanziari e di commercio internazionali.

È da 25 anni la più libera economia mondiale ed è anche considerato il migliore luogo per fare business, non avendo restrizioni nel libero scambio e nella proprietà straniera.

Hong Kong è caratterizzata dalla multiculturalità dei suoi abitanti che per la maggior parte parlano più lingue offrendo una forza lavoro con elevate competenze e professionalità.

È una regione amministrativa della Cina che, dopo la sua uscita dal Commonwealth, ha mantenuto la sua moneta (HKD), il suo sistema politico e giuridico con una burocrazia quasi inesistente ed un'imposizione tributaria tra le più competitive al mondo.

Il sistema governativo svolge importanti attività di facilitazione e di promozione del mondo degli affari prevedendo importanti investimenti e specifici programmi di supporto alle aziende.

In particolare, nel biennio 2019-2020 sono previsti 5,5 mld USD per l'insediamento e lo sviluppo di attività tecnologiche e start-ups, 16 mld per l'università e 20 mld per lo sviluppo di progetti di ricerca.

Tra i programmi principali di supporto allo sviluppo economico rientra il **Cyberport Incubation Programme**, il **Design Incubation Programme** e l'**Hong Kong Science & Technology Park**.

Hong Kong ha una localizzazione geografica ideale che con le moderne infrastrutture di trasporto e logistica copre, con un massimo di 5 ore di viaggio, la metà della popolazione mondiale. È quindi il principale punto di partenza e di scambio per gli investimenti ed il commercio con la Cina e tutto il Sud-est asiatico.

Per le sue caratteristiche Hong Kong rappresenta, quindi, il naturale punto di partenza delle iniziative economiche e finanziarie verso la Cina e soprattutto nello sviluppo della *Belt & Road* che collega la Mainland China alle altre nazioni asiatiche, europee e del Mid-east. Le relazioni economiche tra Italia e Hong Kong si basano fundamentalmente sull'interscambio commerciale. Hong Kong rappresenta il terzo mercato di destinazione delle nostre forniture in Asia, dietro a Cina e Giappone. Ciò soprattutto in quanto molto dell'export italiano verso Hong Kong viene riesportato nei mercati limitrofi, quali quello della RPC, Macao, Corea del Sud, Taiwan, Singapore e Giappone.

La Cina nel business è amore e odio, tutto e il contrario di tutto. Ci sono 1001 motivi per pensare di investire la propria professionalità o indirizzare il proprio business in Cina ed altrettanti per non farlo.

Le difficoltà che noi intravediamo sono anche opportunità, la lontananza avvicina la possibilità di pensare alla Cina come un mondo che non conosciamo e proprio per questo interessante e da approfondire.

Sono così tante e complesse le barriere in entrata che costringono il professionista e l'azienda a strutturarsi per poterne affrontare i mercati. E questo è solo un bene, una spinta ad una crescita consapevole. Una opportunità di business per chiunque decida di fare questo lento e lungo passo verso un mercato che è già - e lo sarà ancora di più in futuro - un importante sbocco per profittevoli attività.

Qualche numero? Oltre 1,5 miliardi di persone; 100 città sopra un milione di abitanti con oltre 10 città metropolitane tra 10 e 28 milioni di abitanti.

Il PIL ha attualmente una crescita del 6,9 %, ciò porta la Cina ad essere la nazione con la più importante attività commerciale. La crescita del reddito pro capite annuale per i residenti nelle città è passata da 4.283 RMB a oltre 31.000 RMB nel 2016. Gli utenti dei telefoni cellulari sono 1,4 miliardi, oltre 800 milioni gli utenti internet e 28,9 milioni le macchine vendute nel 2017 che portano la Cina ad essere il più grande mercato

automobilistico del mondo. PIL sempre positivo e ben oltre quello medio europeo; oltre 60 milioni di persone definite “ricche”, mercati in costante crescita e forte interesse per tutto quello che rappresenta l’*Italian Life Style*.

L’Italia, in base ai dati Eurostat del 2018 è il quarto paese fornitore in Cina, rappresentando l’1% dell’import cinese, rispetto a Corea del Nord (10,4%), USA (9%) Giappone (8,5%) e resto del mondo (71,1%).

L’Italia è anche al quarto posto tra i paesi europei che comprano dalla Cina con 30,7 miliardi importazioni, che rappresentano l’1,2% dell’export cinese rispetto a USA (18%), Hong Kong (14,7%), Giappone (6%) e resto del Mondo (60,1%)

I punti di forza delle attività commerciali in Cina si basano su una prospettiva di crescita del mercato e sulla sua vastità, ma anche sull’evoluzione dei gusti dei consumatori cinesi il cui reddito è cresciuto e sta crescendo in questi anni. In questo senso può trovare una grande opportunità il *Made in Italy* che sta vivendo un momento di grande popolarità.

Per questo mercato occorre avere l’attenzione di creare partnership in loco, conoscerne usi e costumi, sviluppare connessioni culturali. Ci vuole tempo, ci vogliono reti e collaborazioni. Professionisti ed aziende insieme per unire i propri punti di forza ed utilizzarne le sinergie.

Investire ora nella Cina, quando tutti guardano a questo Paese con interesse, come dimostrano anche le ultime azioni del Governo e della Comunità Europea, può essere la scelta vincente.

Giovanni Cappietti – Consigliere A.I.C.E.C.

Andrea Meucci – Presidente Commissione Internazionalizzazione ODCEC Perugia