

AGENZIA PER LA CINA

- 1984** Dicembre, nasce a Milano l' Agenzia per la Cina, i soci fondatori sono sei.
- 1985** Inizia la collaborazione con la Regione Lombardia, l' Agenzia organizza la missione della delegazione regionale che visita Tianjin, Pechino, Shanghai e Hong Kong. Il Presidente della Regione, l' avv. Giuseppe Guzzetti, firma l'accordo di Cooperazione ed Amicizia con la Municipalità di Tianjin; viene aperto l' ufficio di Tianjin.
- 1986** Firma della Lettera di intenti tra la Regione Lombardia e la Municipalità di Tianjin per lo scambio di fiere e mostre, a dicembre firma dell' Accordo definitivo per lo scambio di manifestazioni fieristiche, l' Agenzia collabora con la Regione Lombardia nelle trattative e nella conseguente sottoscrizione dell'accordo.
- 1987** Firma con il TIM (Tianjin International Market) per la realizzazione di un' esposizione permanente dal titolo: "Tecnologia e Prodotto Italiano", inoltre l' Agenzia continua la propria attività di promozione e organizzazione di eventi fieristici.
- 1988** Viene creata e organizzata "Lombardia Produce", con il patrocinio di ICE, Confindustria e Centro Estero Camere di Commercio Lombarde, che si tiene a Tianjin alla quale partecipano 180 aziende. Viene promosso il gemellaggio tra il porto di Trieste e quello di Tianjin.
- 1989** Sono organizzate delle missioni commerciali per la Fiera di Canton che si tiene due volte l'anno (aprile e ottobre).
- 1990** L' Agenzia organizza la visita ufficiale in varie città cinesi di una delegazione della Regione Lombardia, che sigla gli accordi per incrementare l'interscambio commerciale. Inoltre l' Agenzia fa parte della delegazione ufficiale del Ministero del Commercio Estero in visita a Pechino e Shanghai, e in autunno organizza la mostra "Tianjin Export Commodities" alla Villa Reale di Monza alla presenza delle autorità fra cui il Presidente del Senato Giovanni Spadolini e il Presidente della Regione Lombardia Tabacci.
- 1992** Apertura di un ufficio a Shanghai. Il numero complessivo dei soci sale a 55.
- 1993** Apertura di un ufficio a Pechino. Numerosi incontri con il Ministero del Commercio Estero Cinese in Italia, mentre viene creato il catalogo di aziende italiane per operatori cinesi.
- 1996** Inaugurazione di Palazzo Lombardia a Shanghai con la mostra: "La Regione Lombardia a Shanghai". Sono presenti il Presidente della Regione Lombardia, Roberto Formigoni e le Camere di Commercio della Lombardia. I soci diventano 97.
- 1997** Partecipazione con un nostro stand ad "Italia Produce" a Pechino.
- 1998** A febbraio prima edizione della mostra dedicata alla decorazione dell'interno casa, "Decor Home From Italy".
- 1999** Accordi con la Trade Development Commission della Municipalità di Xiamen per reciproci scambi di presenza a manifestazioni e fiere. Visita a Palazzo Lombardia degli onorevoli Massimo D' Alema e Piero Fassino.

Nuova inaugurazione della mostra "Decor Home From Italy"

2000 Inaugurato il nuovo ufficio di Tianjin.

Convegno in Regione Lombardia con il Presidente Formigoni e il Governatore di Tianjin.

Viene aperto il primo sito di Agenzia per la Cina e pubblicato il catalogo cartaceo dei soci dell'Agenzia.

Convegno con rappresentanti del Foreign Affair Office di Tianjin.

Partecipazione al "Fashion Expo 2000" a Shanghai.

Delegazione del Vice Sindaco di Xiamen in visita agli uffici dell' Agenzia.

Mostra itinerante nelle città di Xiamen, Shanghai e Tianjin.

Accordo per apertura di un Centro Commerciale a Tianjin.

Viene riproposta la mostra "Decor Home From Italy"

2001 Agenzia per la Cina organizza l'evento "Why Lombardy", una serie di seminari mirati presso Palazzo Lombardia.

Il governo del Sichuan incarica l'Agenzia di organizzare una delegazione di giornalisti per una visita dal 17 al 23 settembre.

A settembre una delegazione di imprenditori lombardi partecipa alla Fiera degli investimenti di Xiamen.

Ad ottobre viene organizzata la fiera "Lombardia Produce" nel Quartiere Italiano di Tianjin.

Viene riproposta la mostra "Decor Home From Italy"

2002 Il numero di soci sale a 129. Nel corso dell' anno Agenzia organizza la fiera " Decor Home 2002" e la "Fiera Espositiva di complementi per Finiture di Alta Qualità per Abitazioni".

Agenzia partecipa anche con altri enti, all'organizzazione della Lombardia Trade Cup e della Missione Istituzionale dei Quattro Motori d' Europa in Cina. Il 19 Luglio 2002, Agenzia in collaborazione con il Centro Estero Camere di Commercio Lombarde e con il patrocinio della Regione Lombardia inaugura il Punto Operativo della regione Lombardia a Shanghai.

A novembre organizza la parte logistica della missione dei 4 Motori d'Europa in Cina, e la missione istituzionale del Presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni.

2003 Sono entrati a far parte dell'Agenzia, quali nuovi soci, due eccellenze della città di Milano: il Politecnico e l'Università Bocconi.

2005 Il 23 maggio è stato organizzato il Forum dell'Economia "I motori dell'economia: Shanghai e Milano. Come migliorare l'interscambio - 25° Anniversario del Gemellaggio" presso il Palazzo delle Stelline - Corso Magenta - Milano a cui è seguita la cena ufficiale con l'Ambasciatore cinese Mr. Dong Jinyi presso l'Hotel Principe di Savoia.

Presentazione del progetto "Tianjin Italian Villange" a Palazzo Giureconsulti alla presenza della dott.ssa Prete della Regione Lombardia. Il progetto prevedeva la

costruzione di un palazzo, progettato dallo studio di architettura Caputo & Partners, con lo scopo di sviluppare il Made in Italy a Tianjin.

Organizzazione del B2B al Palazzo delle Stelline "Tianjin e la Lombardia un'alleanza strategica".

2006 Visita ufficiale presso gli uffici dell'Agenzia a Milano della delegazione del Governatore della Tianjin Xiqing Economic Development Area, Mr Zhang Guoqing, assieme a Mr Yang Lingsheng (Direttore Generale), Mr Liu (Vice Direttore Generale dell'Area), Mr Sun Jing (Vice direttore del Tianjin Xiqing District Development Planning Commission e del Foreign Economic Relations and Trade), e Mrs Nancy Zhang (Direttore dell'Administrative Commitee).

Evento "Lombardy Food Promotion" in collaborazione con la società Be Food a Palazzo Lombardia.

Visita a Palazzo Lombardia della delegazione istituzionale composta da Marco Reguzzoni (Presidente della Provincia di Varese), Angelo Belloli (Presidente della Camera di Commercio di Varese), Bruno Amoroso e Grazia Cerini (Presidente e Direttore generale del Centrocot di Busto Arsizio) e inaugurazione del nuovo laboratorio della Shanghai Centrocot Textile Technology Consulting Service Co., Ltd.

Firma dell'accordo con le autorità cinesi per la costruzione dell'Italian Industrial Garden a Tianjin.

Workshop a Shanghai "Palazzo Lombardia:10 anni dopo" a cui hanno presenziato l'assessore all'Artigianato e ai servizi Domenico Zambetti e il vicepresidente del Consiglio regionale Enzo Lucchini, accompagnati dalle rispettive delegazioni, assieme alle delegazione dei vicepresidenti dell'Assemblea del popolo di Shanghai e di Pudong, Mrs Ren Wenyan e Mrs Peng Xulan.

Incontro istituzionale organizzato dall'Agenzia presso Palazzo Unioncamere di Milano di una delegazione della Federation of Industry and Commerce di Shanghai, guidata Mr Su Lin Vicepresidente della Shanghai Federation of Industry & Commerce, accompagnato da Mr Chen Zuming del distretto di Fengxian, Mr Jiang Haiping del distretto di Jinshan, Mr Qin Gaorong del distretto di Jiading, mentre per la parte italiana sono intervenuti il Presidente dell'Agenzia per la Cina Mario Tschang, il Direttore del Centro Estero Camere di Commercio Lombarde Sergio Valentini e l'Assessore all'artigianato e ai servizi Domenico Zambetti.

È stato organizzato presso il Consiglio Regionale della Lombardia l'incontro tra il vice presidente della Conferenza Politica Consultiva del Popolo Cinese (CPPCC) di Shanghai, M.me Xie Lijuan, e il vice presidente del Consiglio della Regione Lombardia, Enzo Lucchini.

2007 Inaugurazione della Fiera "Mare di Moda China 2007" a Palazzo Lombardia, organizzata da Mare di Moda e Intimo di Moda, parte del "Sistema Moda Italia".

Inaugurazione del nuovo ristorante per dipendenti a Palazzo Lombardia, capace di ospitare fino a 150 coperti.

Visita a Palazzo Lombardia dell'Ambasciatore d'Italia in Cina, S. E. Riccardo Sessa, accompagnato dal Console Generale d'Italia a Shanghai, Massimo Roscigno, il responsabile dell'ICE di Shanghai Maurizio Forte, il console Silvia Costantini, l'addetto commerciale della Ambasciata Italiana di Beijing, Andrea Ferrari e l'addetto commerciale del Consolato Generale di Shanghai, Serafino Piacere.

Costituzione della Lombardy Commercial Service Tianjin Ltd.

Inaugurazione area industriale a Tianjin nell'Italian Industrial Garden alla presenza dell'Ambasciatore Riccardo Sessa per la posa della prima pietra.

Stipula di accordi commerciali con l'Area di Pingu.

Workshop a Palazzo Lombardia "Forum Economia e Turismo" organizzato dalla società Be Food, erano presenti una delegazione della Regione Lombardia guidata da Isabella Molina, Dirigente Turismo Regione Lombardia, Alessandro Dalla Giovanna, Coordinatore Turismo Regione Lombardia, Carlo Fossati, Consorzio turistico di Milano, Paolo Pizziol, Consorzio Franciacorta, Giuseppe Azzolini, Dirigente Confartigianato Imprese Como, Sonia Cosentino Confartigianato Imprese Como, e una delegazione della Shanghai Federation of Industry & Commerce guidata da Winson Wang.

Organizzazione a Palazzo Lombardia di un B2B tra imprese artigiane dell'area di Como e imprese cinesi, presenti fra gli altri Xiang Ye Ping Direttore dello Shanghai Administrative Bureau for Industry & Commerci, Carlo Fossati Presidente del Consorzio Turistico Milano Italia Export, Wu Di Rappresentative China dell'Italian Government Tourist Board (E.N.I.T)

Partecipazione del Presidente di Agenzia per la Cina alla cena di gala offerta dal Senato di Shanghai e suo incontro con la Vicepresidente dell'Assemblea del Popolo di Shanghai Xie Lijuan.

Incontro formale tra il Presidente di Agenzia per la Cina, ospite del governo di Xiamen alla Fiera di Canton, con il sindaco di Xiamen, Liu Cigui, il vice sindaco, Huang Ling e il Direttore Generale del commercio estero Xiong Yauliang.

2007 APRILE : Con l'aiuto di Agenzia per la Cina si è avuto un incontro tra le delegazioni delle Università dello Sport di Shanghai e di Ca' Foscari, che hanno sottoscritto un accordo, al fine di promuovere la cooperazione tra i due atenei nel campo della ricerca e dell'insegnamento e lo sviluppo di progetti culturali di reciproco interesse. Dall'accordo nasce il primo Master in Gestione Manageriale dello Sport, che avrà durata biennale ed è rivolto a studenti cinesi e vede coinvolta nell'organizzazione la società Verdesport del gruppo Benetton, che metterà a disposizione il centro polifunzionale La Ghirada a Treviso. L'accordo tra le due università promuoverà la cooperazione tra i due Atenei nel campo della ricerca e dell'insegnamento, lo sviluppo di progetti e lo scambio di docenti e studenti.

GIUGNO : i Presidenti di Agenzia per la Cina, Armando Tschang e della Shanghai Federation of Industrial Economics, Mr. Jiang Yiren, Presidente della CPPCC di Shanghai, hanno firmato un importante accordo di partnership che intende offrire alle

aziende italiane e cinesi, un innovativa piattaforma di cooperazione, di servizi ed attività congiunte. Oltre a consolidare i rapporti istituzionali, economici, commerciali ed industriali già esistenti tra Agenzia per la Cina e la l'associazione Confindustriale di Shanghai, l'accordo stabilisce in maniera puntuale, tutta una serie di aree ed attività da svilupparsi congiuntamente. L'accordo prevede di dare vita ad una "task force" italo - cinese che incontrandosi periodicamente, possa definire congiuntamente e pianificare i progetti e le attività da sviluppare, oltre a poter fare il punto su quelle in corso. Attraverso questo gruppo di lavoro misto, sarà così possibile pianificare ed organizzare assieme Missioni e Forum Economici, Fiere ed Esposizioni Internazionali, con le quali favorire ed intensificare gli scambi, l'aggiornamento delle informazioni economiche, commerciali ed industriali, in materia di politica economica e commerciale, disposizioni legislative, i trend dei diversi mercati, il trasferimento di tecnologia e i progetti d'investimento. In linea poi con il nuovo corso dell'economia cinese e le priorità indicate per il suo sviluppo dal Governo Cinese, l'accordo prevede di contribuire ad intensificare la cooperazione tra i due paesi nei settori strategici ed innovativi, quali quelli dell'alta tecnologia e dell'agricoltura moderna, affiancando così i settori tradizionali quali ad esempio produzione, servizi, logistica, cantieristica navale, industria tessile e gli altri che hanno fatto da traino negli ultimi decenni del "miracolo" cinese.

2008 OTTOBRE :il Presidente di Agenzia per la Cina, Armando Tschang ed il Vice Presidente della Shanghai Federation of Industry and Commerce, Mr Chen Pingtang hanno siglato un importante accordo di collaborazione. La lettera d'intenti ha lo scopo di promuovere, incoraggiare e sviluppare la cooperazione economica tra le aziende italiane e quelle della regione di Shanghai.

NOVEMBRE : Il Presidente del Consiglio On.Silvio Berlusconi in occasione del 7'

meeting ASEM a Pechino ha incontrato la comunita' economica/finanziaria Italiana residente in Cina. Al meeting sono state invitate le maggiori aziende industriali e commerciali, tra cui Agenzia per la Cina rappresentata dal suo Presidente Armando Tschang.

DICEMBRE : Camera Nazionale della Moda Italiana ha da poco aperto un ufficio di rappresentanza a Shanghai, presso l'Italian Center. L'apertura della nuova sede è nata dalla collaborazione fra la CNMI e Agenzia per la Cina, che dal 1986 si pone lo scopo di promuovere il "Made in Italy" ed aiutare le aziende italiane ad affermarsi nel grande paese in crescente evoluzione economica, quale è la Cina.

2009 GIUGNO: Beijing 23 Giugno. Organizzata sotto l'egida del Ministero del Commercio Cinese (Mofcom) e la sponsorizzazione della Camera di Commercio Cinese per l'Import & Export dei prodottialimentari e prodotti locali, si è svolta a Shijiazhuang, capitale della provincia dell'Hebei, la prima Fiera Internazionale del Leather & Fur.Presente all'evento,

oltre al Vice Ministro per il Commercio Cinese (Mofocm), Mme. Qiu Hong, al Presidente della Camera di Commercio di Beijing (CFNA) Mr. Hou Jianguo emolte rappresentanze diplomatiche internazionali, anche una Delegazione Ufficiale Italiana, guidata dal Presidente della Agenzia per la Cina, Mr. Armando Tschang. Come affermato in conferenza stampa dal Presidente della Camera di Commercio di Beijing, Huo Jianguo, questo evento intende innovare profondamente l'approccio fin qui avuto dal settore ed essere l'occasione per un approfondito confronto con il mercato e la promozione a livello internazionale dell'industria del cuoio e delle pellicceria cinese. Nel contempo, si intende favorire l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, per tenere il passo con le nuove tendenze, sia per quanto riguarda le modalità di consumo che le mode del settore, per un sempre crescente sviluppo internazionale. La Cina è il più grande produttore al mondo di prodotti e capi in cuoio e pellicceria, con un giro d'affari che nel 2008, tra esportazione ed importazione di pelli, pellicce e altri prodotti connessi, è stato di 4,32 miliardi di dollari, coinvolgendo più di 16.000 imprese. La scelta di organizzare questo importante evento nella capitale della provincia dello Hebei, Shijiazhuang, è legata al fatto che proprio in questa area è presente uno dei poli produttivi più importanti a livello nazionale. Ma come affermato dal vice sindaco di Shijiazhuang, Zhang Diankui, per quanto importante questo mercato, l'intera filiera deve ancora fare un deciso salto di qualità, un settore dove gli eventi, anche quelli internazionali, sono stati spesso realizzati negli stessi centri di produzione o centri commerciali. Nel corso della cerimonia d'inaugurazione della Fiera, il **Presidente della CCCFNA Mr. Huo Jianguo e il Presidente della Agenzia per la Cina, Mr. Armando Tschang**, hanno deciso di sottoscrivere un protocollo d'intesa a supporto delle relazioni economiche tra gli imprenditori e le aziende dei due paesi che operano nel settore dell'Animal-by product, Native Produce e Agroalimentare. L'accordo raggiunto sarà sottoscritto, dalle parti, durante l'imminente missione economica che il Mofcom ha organizzato in Italia dal 2 al 7 Luglio p.v. a Roma. In un momento così difficile per l'economia mondiale, il rafforzamento dei rapporti di mutua cooperazione tra Imprenditori Cinesi ed Italiani, al fine di un incremento degli scambi commerciali e tecnologici, può essere una concreta risposta alla crisi in atto. In una situazione contingente come quella attuale, dove le economie occidentali sembrano continuare nel proprio arretramento, il fatto che l'economia cinese, anche per il 2009, sia stimata in crescita ad un tasso non inferiore al 7,7%, può rappresentare un solido volano anche per le PMI Italiane. A questo, va aggiunto il crescente interesse manifestato dalle aziende Cinesi per accordi strategici con le diverse eccellenze occidentali ed in particolare con l'Italia, che viene considerato uno dei partner privilegiati, date le spiccate competenze di cui dispone nei campi chiave per il futuro cinese: design, qualità delle vita, tecnologie industriali ed ambientali. Innovazione e cooperazione, possono quindi essere le "parole chiave" per le aziende dei due paesi nella propria sfida alla crisi finanziaria in atto, crisi che sicuramente colpisce duramente le multinazionali, ma in maniera meno appariscente e sistematica, sta ancora più seriamente danneggiando le prospettive di crescita e di

sopravvivenza di molte PMI. Nel sottolineare come sia crescente l'interesse degli imprenditori Italiani per la Cina, il Presidente dell'Agenzia per la Cina, Mr. Armando Tschang, ha presentato al Vice Ministro Cinese Mme Qiu, gli ottimi risultati fin qui ottenuti dalle intese già sottoscritte con l'Associazione Confindustriale di Shanghai e la Camera di Commercio di Shanghai, auspicandosi che la proposta lanciata oggi dal Presidente Huo, possa divenire una piattaforma che consenta ancora maggiori spazi di cooperazione tra le imprese Italiane e Cinesi.

Il Presidente dell'Agenzia Mr. Armando Tschang, nel ringraziare il Vice Ministro del Commercio, Mme. Qiu, e il Presidente della Camera di Commercio di Pechino, Mr. Hou Jianguo, per l'ospitalità ricevuta, ha confermato ad entrambi la sua partecipazione ad un incontro in Italia, durante la prossima missione economica Cinese, al fine di proseguire nella collaborazione fin qui sviluppata e poter entrare in contatto diretto con alcune delle eccellenze Italiane.

LUGLIO : Roma, 7 Luglio 2009. Il Presidente Cinese Mr. Hu Jintao dice di considerare l'Italia un "partner strategico" e incoraggia il nostro Paese a "rafforzare i rapporti bilaterali" e anche il Premier On. Silvio Berlusconi, davanti a circa 700 imprenditori riuniti al Forum Economico Italia-Cina, dichiara di voler far diventare l'Italia "entro tre anni" il terzo Paese per investimenti in Cina. Alle parole sono seguiti i fatti: nella sala che, poco prima, aveva ospitato i due Leaders, sono stati firmati 38 accordi per un valore complessivo di circa 2 miliardi di USD. Oltre a Fiat, Ansaldo-Breda, Marazzi, Mantero Seta, Mediobanca, Assolombarda e altre note aziende Italiane, e' stato firmato un accordo storico tra la China Chamber of Commerce of Import & Export of Foodstuff, Native Produce and Animal by Products e l'Agenzia per la Cina, sotto gli "occhi" del Ministro Cinese Mr. **Gao Huichen** e del Vice Ministro Cinese Mme **Qiu Hong**. Mr. **Huo Jianguo**, Presidente della Camera di Commercio di Pechino e Mr. Armando Tschang, Presidente di Agenzia per la Cina, hanno firmato un memorandum d'intesa con l'obiettivo di sviluppare la collaborazione, tra l'Italia e la Cina, nel settore Agro-alimentare e per sostenere investimenti e promozione dei prodotti tipici Italiani in Cina. Negli accordi e' previsto un Forum Economico che avra' luogo a Beijing nel 2010, allo scopo di evidenziare il patrimonio agroalimentare Italiano, con iniziative mirate, volte a caratterizzare le "eccellenze" del Made in Italy. Lo stesso Presidente Cinese, Mr. **HU Jintao**, ha insistito sulla grande richiesta dei prodotti italiani dichiarando: "I vostri prodotti piacciono molto ai Cinesi". Il memorandum d'intesa siglato a Roma e' un accordo importante, che getta le basi ad operazioni concrete, come il sostegno ad aziende italiane che vogliono entrare o crescere in Cina. La firma dell'accordo era stata preceduta dalla visita in Italia, della piu' importante delegazione dell'agro-alimentare Cinese, mai sbarcata prima nel nostro Paese: guidata dal Presidente Mr. **Huo** e composta dalle aziende leader quali COFCO (conglomerata con un giro d'affari di circa 160 Miliardi di Euro), ZJCOF rappresentata dal Chairman of the Board, Tianjin Food Imp. & Exp. Co. Ltd., EEI Universe dello Zhejiang, Dalian Xinnuo dal Liaoning, Yi Xing

Leather dal Guangdong, sono stati accompagnati da Armando Tschang presso alcune aziende Lombarde ed Emiliane leaders del mercato alimentare, gli incontri si sono conclusi con importanti accordi commerciali.

OTTOBRE :Si è svolta il 17 e 18 ottobre, presso lo Shanghai Centre Atrium, la missione "Italian Legwear Shanghai", organizzata dal Centro Servizi Calza di Castel Goffredo in collaborazione con la Camera di Commercio di Mantova e la Regione Lombardia. Gli studi di mercato preparatori all'iniziativa e il supporto organizzativo alla missione "Italian Legwear Shanghai" sono stati invece forniti da Agenzia per la Cina. L'organizzatore della missione a Shanghai, il Presidente di Agenzia per la Cina Armando Tschang, ritiene positivo l'esito dell'operazione, dove si sono succeduti diversi appuntamenti tra sfilate di moda, incontri con la stampa locale e le autorità locali cinesi, nonché l'esposizione dei prodotti di calzetteria delle aziende italiane protagoniste. Tra gli altri eventi in programma, anche una mostra di settore all'Italian Center, sede di rappresentanza e punto d'incontro tra le Aziende Italiane e quelle cinesi già da molti anni.

Soddisfatti anche i capi- delegazione Enzo Lucchini, vice presidente del Consiglio regionale Lombardo, Ercole Montanari, presidente della Camera di Commercio di Mantova, e Giovanni Battista Fabiani, presidente del Centro Servizi Calza di Castel Goffredo. La missione ha visto il coinvolgimento di ben 11 aziende del distretto di Castel Goffredo, situato nel nord-ovest della provincia di Mantova, nel nord Italia, in un territorio storicamente dedicato alla produzione di calze di alta qualità, grazie all'applicazione di tecniche produttive innovative e di design del prodotto. Le 11 aziende partecipanti, Bbf Gambetti, Calze Bc, Calzaturificio Franzoni Gianmauro, Calzificio Franzoni, Calzificio Mura, Calzificio Schinelli, Emy Calze, Gizeta Calze, Golden Lady, Levante e Nuova Virgiliana sono solo alcune delle 400 aziende del distretto di Castel Goffredo, distretto che fattura 1,3 miliardi di euro (dati 2007), il 90% del totale nazionale, e che nei primi sei mesi dell'anno ha visto crescere l'export del 6,7% a 176 milioni. Per anni la Cina, che nel 2005 ha superato l'Italia diventando il primo esportatore di calzetteria al mondo, ha intimorito le aziende del distretto mantovano della calza. La Cina infatti si avvale di un export complessivo di calze da donna pari a 954,4 milioni di euro, pari al 30,3% dell'export mondiale. Ora invece la paura si è trasformata in opportunità: la Cina rappresenta un mercato ancora tutto da conquistare; l'import per la calzetteria è di soli 7,5 milioni di euro. I produttori locali, inoltre, si posizionano su una fascia di prodotto di qualità medio-bassa, mentre le aziende italiane del distretto puntano ad una gamma di prodotti medio-alta. L'interesse dei cinesi è sempre più rivolto alla moda e alla qualità e, nonostante il costo più elevato, le consumatrici cinesi sembrano oggi più sensibili a un modello di consumo di tipo occidentale e sembrano disposte a spendere di più. Un primo riscontro positivo si è potuto certamente constatare dalla presenza all'esposizione dei prodotti italiani negli spazi attrezzati presso il Shanghai Centre Atrium prima, e in seguito alla sfilata di

moda, di operatori qualificati appartenenti a grandi catene commerciali e department store fra i quali Shanghai N.1 Department Store, Shanghai Mart e Grand Gateway Department Store, oltre ad aziende come Shanghai Dragon che conta 5.000 negozi in Cina. Anche la stampa e i media locali hanno riservato molta attenzione all'evento, dando una visibilità e una accoglienza davvero speciali all'immagine della calzetteria in Cina. A breve l'apertura a Shanghai di 30 punti vendita Golden Lady, ai quali seguiranno presto altre iniziative. La strategia del distretto di Castel Goffredo, alla luce anche dell'attuale andamento dei mercati finanziari, rappresenta una via d'uscita all'inevitabile crisi economica a cui ci stiamo avviando, dimostrando come, attraverso una promozione integrata del Made in Italy sul mercato cinese, si possa proporre un prodotto differenziato di successo. Non a caso la sfilata si è chiusa con un gran finale tricolore al quale hanno partecipato tutte le modelle abbigliate con calze verdi, bianche e rosse.

2010 GENNAIO : Nel quadro della missione in Cina del Ministro delle Politiche Agricole **Luca Zaia**, il Presidente dell'Agenzia per la Cina Armando Tschang ha ricevuto oggi all'Italian Center di Shanghai una delegazione del Ministero composta da Fabio Gazzabin, Capo della Segreteria Particolare del Ministro Zaia, Walter Brunello, Presidente di Buonitalia ed Alessandro Romano, Segretario Particolare del Ministro

La gradita visita è stata l'occasione per un contatto diretto con le diverse aree e servizi che compongono l'Italian Center, così da comprenderne la modularità e la flessibilità operativa, in grado di adattarsi alle più varie esigenze e di poter supportare le aziende, su tutto il territorio cinese a seconda delle loro esigenze: dal semplice ufficio virtuale, fino all'ufficio corporate, dalla gestione degli eventi istituzionali, alla organizzazione di vere e proprie fiere B2B. La delegazione del Ministero delle Politiche Agricole ha potuto così apprezzare la validità di una struttura, tutta di proprietà Italiana, in grado di essere concretamente braccio operativo per qualsiasi tipo di azione sul mercato cinese.

Con i suoi 10.000 Mq. e i suoi 6 piani, l'Italian Center rappresenta la più grande struttura italiana per il supporto al Business d'Impresa in Cina e la seconda, dopo il German Center a livello Europeo. Attivato nel 1996, ha nel tempo già svolto una proficua azione d'incubazione per molte delle più importanti realtà italiane in Cina come il Gruppo Camozzi, Gruppo Saati, Gruppo Osama, Baimex, Gruppo Siad, Otim, Travaglini, Caimi Brevetti, Carimali e per molte delle Camere di Commercio Italiane presenti sul territorio cinese come Bergamo, Brescia, Varese, Como e Milano.

Negli anni, l'Italian Center ha anche rafforzato le proprie relazioni istituzionali con le diverse entità governative locali e nazionali cinesi.

Una credibilità creata giorno dopo giorno che ha consentito di firmare alla Agenzia per la Cina, proprietaria dell'Italian Center, importanti accordi, quale quello con l'associazione confindustriale di Shanghai e a Roma lo scorso Luglio, quello con la Camera di Commercio di Beijing sull'Agro-Alimentare, uno dei 38 accordi firmati durante la visita

del Presidente Hu Jintao nel nostro paese. Ma molte altre esperienze si sono succedute in questi 14 anni all'Italian Center che ora è pronto per essere anche per il futuro, la casa del Business delle aziende Italiane in Cina, quale solido supporto per una sempre più brillante presenza del "Made in Italy" su questo mercato che promette ancora una crescita molto sostenuta per i prossimi anni.

SETTEMBRE : Pechino, 17 Settembre 2010 – A Beijing, il Presidente di Agenzia per la Cina, Armando Tschang e il Segretario Generale della CAREI (China Ass. of Rural Energy Industry), Mr.Wang Zheng Yuan, hanno firmato un importante accordo di partnership che intende offrire alle aziende italiane e cinesi, un innovativa piattaforma di cooperazione, nel campo delle energie rinnovabili. L'accordo prevede di dare vita ad una "task force" italo - cinese che incontrandosi periodicamente, possa definire congiuntamente e pianificare i progetti e le attività da sviluppare nel settore delle energia rinnovabile.

Attraverso questo gruppo di lavoro misto, sarà così possibile pianificare ed organizzare Missioni e Forum Economici, Fiere ed Esposizioni Internazionali, con le quali favorire ed intensificare gli scambi, l'aggiornamento delle informazioni economiche, commerciali ed industriali, in materia di energia, disposizioni legislative, il trasferimento di tecnologia e i progetti d'investimento.

In linea poi con il nuovo corso dell'economia cinese e le priorità indicate per il suo sviluppo dal Governo Cinese, l'accordo prevede di contribuire ad intensificare la cooperazione tra i due paesi nei settori strategici ed innovativi, quali quelli dell'alta tecnologia e dell'agricoltura moderna, affiancando così i settori tradizionali.

Molto originale ed innovativa è la parte dell'accordo che prevede due interessanti progetti:

- sviluppo di un " Green Ecological Farm Project" attraverso il programma integrato di sviluppo delle energie rinnovabili patrocinato dal Governo Cinese.
- creazione di una "Fattoria Modello" dotata di tutte le tecnologie moderne ad uso dimostrativo e sperimentale che servirà da prototipo per tutte le Province Cinesi.

L'accordo avrà una durata di dieci anni.

Un accordo quindi importante, all'insegna di una sempre maggiore, aperta e trasparente cooperazione tra i due paesi, per contribuire a raggiungere gli obiettivi di incremento degli interscambio tecnologico e commerciale, come auspicato dal Governo Italiano e da quello Cinese.

OTTOBRE Milano, 11 ottobre 2010 - Moda: cashmere fra presente e futuro.

Al Forum dedicato alla cooperazione economica fra Cina e Italia nei campi della moda e del design sono intervenuti importanti produttori cinesi del pregiato tessile e rappresentanti italiani del settore

La città ospita una delegazione della Repubblica Popolare Cinese composta da industriali del settore tessile e da rappresentanti governativi, guidata dal Console commerciale **Li Bin**. "Siamo qui" ha spiegato l'assessore alla Ricerca, Innovazione e Capitale umano, **Luigi Rossi Bernardi**, intervenendo all'apertura del forum 'Cashmere tra presente e futuro' " per cooperare allo sviluppo economico dei nostri paesi. Abbiamo anche altre importanti occasioni che ci uniscono, come l'Expo di Shanghai e l'Expo di Milano nel 2015".

L'incontro con la delegazione cinese conferma l'impegno delle istituzioni milanesi nella promozione a livello internazionale delle eccellenze legate al design e alla moda, sia dal punto di vista formativo che produttivo, come testimonia il progetto MIND, Milan Network for Design, sostenuto dall'assessore Luigi Rossi Bernardi, che ha radunato 11 scuole di alta specializzazione della città.

Il forum "Cashmere tra presente e futuro" è promosso dal Presidente dell'Agenzia per la Cina **Armando Tschang**; l'ideatore del progetto di collaborazione internazionale è **Giorgio Correggiari**, sperimentatore della materia tessile e coordinatore di ISAD, Istituto Superiore di Architettura e Design. All'incontro hanno partecipato i più importanti produttori di cashmere cinesi e i rappresentanti delle aziende tessili italiane **Brunello Cucinelli**, il **Dr. Colombo** del Lanificio Colombo e il **Dr. Pierluigi Loro Piana** i quali ospiteranno nei loro laboratori la delegazione cinese durante le giornate del forum.

L'iniziativa ha lo scopo di coniugare la lunga e ricca esperienza italiana nel settore tessile con le capacità imprenditoriali della nuova Cina per avviare una collaborazione nel campo della sperimentazione.

OTTOBRE: Roma, A SHANGHAI IL PRIMO "ITALIAN GOODS PROMOTION CENTER" Importante accordo tra BIBMC e AGENZIA PER LA CINA per la promozione del Made in Italy nella Repubblica Popolare Cinese. Agenzia per la Cina, in occasione della visita ufficiale a Roma del Premier Wen Jiabao, ha sottoscritto con la Beijing International Brand Management Center (BIBMC), la società costituita dal Ministero del Commercio Cinese (MOFCOM) per agevolare la commercializzazione di brand e prodotti internazionali in Cina, un'importante accordo per la creazione del primo "Italian Goods Promotion Center" nella città di Shanghai.

Come sottolineato dal Presidente di Agenzia per la Cina, Armando Tschang, "l'importante intesa sottoscritta oggi, prevede la diffusione sul mercato cinese di piccole e medie aziende italiane nei settori della moda, delle calzature, della valigeria,

dell'arredo casa, dei complementi d'arredo, dell'eno-agroalimentare e negli apparecchi elettromedicali".

"La collaborazione sottoscritta", ha dichiarato Xu Jing della BIBMC, "prevede un supporto efficace alle aziende italiane in tema di proprietà intellettuale, canali di vendita, marketing, ricerca distributori e sviluppo della clientela e di tutti i servizi correlati".

Quale parte integrante degli accordi di sistema sottoscritti in questi giorni tra Italia e Cina, questo progetto sarà anche l'occasione per una sempre maggiore e fattiva cooperazione tra Agenzia per la Cina e le Istituzioni Italiane (Ambasciate, Consolati e enti di promozione dei prodotti Italiani) che nel progetto forniranno il proprio attivo supporto, in un gioco di squadra che possa favorire una sempre maggiore presenza del "Made in Italy" a Shanghai ed in Cina.

Un progetto che sottolinea anche l'approccio fortemente cooperativo emerso dai meeting di questi giorni tra Cina ed Italia, atteggiamento che potrà sicuramente contribuire nel cercare di raggiungere nei prossimi 5 anni, il raddoppio del valore degli interscambi commerciali (80 Miliardi di Dollari), il target indicato dai rispettivi Premier per il futuro della cooperazione tra i due paesi.

Nei prossimi giorni, a Shanghai saranno attivati i primi incontri operativi bilaterali, con i quali si procederà al sopralluogo delle aree proposte dalla Municipalità di Shanghai, ben 5.000 Mq nel distretto di Changning sui quali verrà sviluppato il primo "Italian Goods Promotion Center".

Le associazioni d'impresa, gli enti locali e le imprese che intendessero ricevere maggiori informazioni o volessero essere coinvolte nel progetto di promozione, oggetto del presente accordo, potranno farlo semplicemente contattando Agenzia per la Cina direttamente nei suoi uffici di Milano e/o Shanghai.

2011 MAGGIO: Milano, 25 maggio - Il Vino Italiano affascina la Cina

Grande successo ha ottenuto la missione "Chinese Forum for Italian wine", l'iniziativa giunge dopo il successo riscosso dal 1° Forum Italiano del Cashmere a Milano dello scorso ottobre, sempre in collaborazione con la Camera di Commercio di Pechino.

La delegazione composta da rappresentanti del governo, da importatori e distributori provenienti dalle più importanti regioni della Repubblica Popolare Cinese hanno visitato le migliori cantine ed il sistema produttivo vitivinicolo in Toscana, Umbria, Piemonte e Veneto. Inoltre i delegati sono stati ricevuti dal Governatore del Veneto Luca Zaia, dal Sindaco di Valdobbiadene Bernardino Zambon, dal Presidente della Provincia di Grosseto Leonardo Marras e da altri esponenti istituzionali.

L'azione è propedeutica ad un ampio progetto di internazionalizzazione che Agenzia per la Cina, insieme a partner qualificati, intende sviluppare nel settore agroalimentare italiano. La missione è stata possibile grazie alla sponsorizzazione di UNICREDIT ed alla fattiva collaborazione del più famoso enologo italiano: Franco Bernabei ;oltre al

supporto logistico delle società Castello delle Regine, Lionello Marchesi, Felsina, Ampeleia, Astoria, Togni, Empson, Tramite, Fontanafredda e Poderi Luigi Einaudi ed ha avuto una durata di cinque giorni, dove per la prima volta in Italia, operatori professionali cinesi hanno potuto trovarsi a diretto contatto con la realtà vitivinicola italiana. Il progetto è quello di poter creare un "vero" interesse, in un mercato come quello cinese, che è particolarmente stimolante ma che negli ultimi anni ha visto un predominio della Francia, Australia e Cile.

I buyer cinesi hanno espresso un grande apprezzamento verso i vini italiani, ma è importante mantenere vivo il rapporto con i potenziali compratori, creando sempre maggiori occasioni di conoscenza dei nostri prodotti, dei processi qualitativi di produzione e di lavorazione ed enfatizzare il legame con il territorio che è sinonimo di qualità "Made in Italy". Il prossimo appuntamento è fissato in autunno, quando una nuova delegazione di operatori qualificati visiterà nuovamente il nostro paese per firmare accordi di collaborazione.

GIUGNO: Milano, 3 giugno 2011 - Visita del Vice Presidente Xi Jinping in Italia

Nella cornice di Villa Pamphili a Roma il Presidente del Consiglio, Silvio Berlusconi, ha incontrato il vice Presidente della Repubblica cinese, Xi Jinping.

In occasione dell'incontro bilaterale i due leader hanno parlato delle relazioni economiche e commerciali, le principali questioni internazionali, le relazioni Europa-Cina ed anche la riforma del Consiglio di sicurezza delle Nazioni Unite. L'On. Berlusconi e il Vice Presidente Xi, scrive una nota della Presidenza del Consiglio, «hanno verificato identità di vedute sui principali temi globali, in particolare in materia di riforma del Consiglio di Sicurezza delle Nazioni Unite». **SEDICI ACCORDI:** Sono stati firmati 16 accordi, due istituzionali e quattordici commerciali, per il valore di oltre tre miliardi di euro. Si tratta d'intese che vanno nella direzione indicata dal Piano d'Azione quinquennale, approvato nell'ottobre scorso. Il Piano pone, fra i suoi obiettivi, tra l'altro, anche il raddoppio dell'interscambio bilaterale entro il 2015. Non è un caso, quindi, se il Vice Presidente cinese Xi Jinping abbia scelto il nostro paese come unica tappa europea del suo viaggio. Nel primo quadrimestre dell'anno le nostre esportazioni sono cresciute di oltre il 13% e oggi l'Italia è il quarto partner europeo della Cina. **IL SETTORE COMMERCIALE:** In ambito commerciale, invece, le intese riguardano diversi settori strategici. Nel settore delle telecomunicazioni Telecom e Huawei Technologies hanno firmato un memorandum per una cooperazione strategica, mentre la China Development Bank Corporation e Wind hanno sottoscritto una lettera di impegno per un progetto di finanziamento di un network di telecomunicazioni. Altri settori interessati, la cantieristica (gruppo Rizzo Bottiglieri De Carlini Armatori Spa) ma anche nel settore dei dispositivi medici e del tessile-moda nonché in quello dell'energia. Per quanto riguarda il

trasporto pesante, inoltre, è stato siglato un accordo tra la società cinese Guangzhou Automobile Group e la Fiat Powertrain Technologies Spa.

La presenza in Italia del Vice Presidente Xi Jinping per le celebrazioni della Festa della Repubblica e per la ricorrenza del 150° anniversario dell'Unità d'Italia, «rappresenta la conferma dell'intensità del rapporto politico ed economico tra l'Italia e la Cina» si legge ancora nella nota di Palazzo Chigi. LA SERATA A MILANO: Il Vice Presidente della Repubblica Popolare Cinese Xi Jinping è arrivato nel pomeriggio all'hotel Principe di Savoia a Milano ed ha partecipato ad una cena con 300 invitati sia italiani che cinesi, tra cui Armando Tschang, Presidente di Agenzia per la Cina. Presenti il ministro dell'Economia On. Giulio Tremonti e il collega allo Sviluppo economico On. Paolo Romani, il quale ha annunciato una visita ufficiale in Cina il prossimo settembre. La cena è stata preceduta da un incontro tra il Vice Presidente Xi Jinping, i Ministri e la Presidente di Confindustria Emma Marcegaglia.

GIUGNO: Milano, 15 giugno 2011 - Visita della delegazione cinese dello Sport e Turismo di Beijing

Nell'ambito degli accordi che Agenzia per la Cina ha sottoscritto con la China Tourism & Sport Association di Beijing, si è recentemente svolta in Italia, su invito di Agenzia, una missione cinese sul tema: "Il Camper come motore di sviluppo del turismo cinese itinerante".

La delegazione cinese era formata dai responsabili CTSA: la vice-presidente e segretario generale M.me Hu, il direttore della Hainan Expo Mr. Chen oltre che da Mr. Liao e Ms. Ding responsabili acquisti dell'associazione.

Il primo giorno la delegazione è stata ricevuta nella sala consiliare del Municipio dal Sindaco di Trivolzio Paolo Bremi che, dopo il saluto di benvenuto, ha voluto ringraziare la delegazione cinese per la visita nel territorio, auspicando che questo primo incontro possa essere l'inizio di una proficua collaborazione. La delegazione, formata da 6 persone, ha poi fatto visita alla SEA S.p.A. incontrando il management italiano per un approfondimento tecnico sulle caratteristiche dei veicoli prodotti. Il giorno seguente la delegazione ha fatto tappa alla Fiera di Parma, dove ha visitato una delle più importanti ed organizzate realtà fieristiche italiane, incontrando l'Amministratore Delegato di Fiere di Parma S.p.A, dottor Cellie. L'incontro è stato molto cordiale e proficuo.

A seguire la delegazione ha visitato la Giotti Line S.p.A. accompagnata dall'Amministratore Delegato Dott. Giotti e dopo una conferenza tenutasi a Firenze, la rappresentativa cinese è ripartita alla volta della Germania.

La visita della delegazione dello Sport & Turismo di Beijing, oltre a rappresentare un consolidamento dei rapporti con il Ministero dello Sport & Turismo cinese, vuole

concretamente testimoniare l'importanza e l'interesse per i prodotti "Made in Italy" in un settore, come quello del turismo itinerante, che rappresenta una novità assoluta per il mercato cinese.

GIUGNO: Milano, 20 giugno 2011 - Visita delegazione Shenzhen a Milano

L'Agenzia per la Cina ha accolto una delegazione della Municipalità di Shenzhen guidata da Mr. Zhu, Direttore Generale del dipartimento della Scienza, Tecnologia, Industria e Commercio, Mr. Chi, Direttore della Commissione sugli investimenti, Ms. Yang Vice Direttore del dipartimento oltre a Ms. Tang, Direttore del Futian Economic Bureau , per una serie di incontri dedicati agli investimenti Sino-Italiani.

A questo proposito è stata dedicata la visita alla sede della KPMG di Milano, dove la delegazione cinese ha incontrato i responsabili della Global China Practice, il dott. Wah Meng Gan e il dottor Maurizio Castello , i quali hanno presentato alcuni dati macro-economici del mercato italiano ed una panoramica sugli scambi commerciali tra i due paesi.

Nel corso della visita, Mr. Zhu, ha illustrato l'enorme potenziale e le notevoli opportunità riservate agli investitori Italiani nella regione del Guang Dong ed in particolar modo nella città di Shenzhen che dispone di soluzioni infrastrutturali ed innovazioni tecnologiche tra le più avanzate al mondo.

La visita della delegazione si è conclusa con lo scambio di interessi reciproci ad avviare una collaborazione tra le parti per lo sviluppo di un progetto condiviso, basato sulle tecnologie e la sostenibilità ambientale, che sarà discusso in una prossima missione a Shenzhen dalla KPMG, in collaborazione con Agenzia per la Cina, che hanno accettato l'invito della Municipalità a visitare la città e il parco tecnologico di Shenzhen.

SETTEMBRE: Parma 10 settembre 2011

Il Salone internazionale del Camper di Parma, uno degli appuntamenti più importante del settore a livello europeo, apre al mercato asiatico. In occasione della manifestazione, in programma dal 10 al 18 settembre alla Fiera di Parma, la manifestazione, per la prima volta, è stata visitata da una delegazione di operatori cinesi accompagnati dal presidente dell'Agenzia per le Relazioni Economiche Industriali e Commerciali con la Cina, Armando Tschang.

La Cina guarda infatti con particolare interesse al mondo del caravanning quale settore ideale per uno sviluppo armonico nel proprio territorio del turismo, sia locale sia internazionale. Per questo la delegazione cinese a Parma era composta anche da dealer fortemente interessati all'acquisto di veicoli ricreazionali per favorire il turismo

"en plein air" in Cina.

La Cina, con la partecipazione al Salone del Camper, conferma il crescente interesse verso l'Occidente - in particolare all'Italia - considerata uno dei partner privilegiati date le competenze di cui dispone nei campi chiave per il futuro cinese, dal turismo itinerante alla qualità della vita, dal design alle tecnologie industriali ed ambientali.

NOVEMBRE: Milano, 14 novembre 2011

Agenzia per la Cina ha invitato a Milano la Federazione Industriale e Commerciale di Shanghai nell'ambito delle attività di scambi economici ed industriali istituiti con l'accordo sottoscritto in data 3 giugno 2008.

La delegazione cinese in visita in Italia era composta da:

Mr. Liang Vice Chairman Shanghai Federation of Industry and Commerce

Mr. Sang Qi Deputy Secretary General & Director of Foreign Economic Cooperation Division Shanghai Municipal Commission of Commerce

Mr. Ji Defa Board Chairman Shanghai STEP Electric Corporation

Mr. Tao Liqiang Chairman Shanghai Jinshan Federation of Industry and Commerce

Ms. Su Xieyu Vice Chairman Shanghai Luwan District Federation of Industry and Commerce

Mr. Jin Fuyin Board Chairman Shanghai People Enterprise Group

Mr. Wang Xiaopeng Board Chairman WanLong International Consulting Group Co., Ltd

Mr. Shen Wenda Board Chairman Shanghai TengDa Enterprise Development Co., Ltd

Ms. Yang Rongyong General Manager Shanghai High Victory Fine Chemical Co., Ltd

Mr. Huang Chen General Manager Shanghai Jichen Sanitary Service & Management Co., Ltd

Mr. Lu Weimin Board Chairman Shanghai South Investment Development Co., Ltd

Mr. Li Zhongming General Manager Shanghai Image Clothing Co., Ltd

Mr. Xu Xiaodong General Manager Shanghai Infinite-Era Telecommunication Co., Ltd

Mr. Liu Yong Sourcing Manager Shanghai Chaobo Industry Co., Ltd

Ms. Wang Qian Section chief Shanghai Federation of Industry and Commerce

Dopo la presentazione delle attività dell'Agenzia, che dal 1984 è un supporto permanente alle piccole e medie imprese italiane che desiderano operare nella Repubblica Popolare Cinese, il dott. Gianni Semprini, responsabile dell'antenna di Agenzia per la Cina in Emilia Romagna, ha presentato le potenzialità di collaborazione tra le aziende italiane affiliate ad Agenzia e quelle cinesi affiliate alla Confindustria di Shanghai.

Dopo gli interventi dei rappresentanti italiani e cinesi, si è ulteriormente rafforzata la volontà di cooperare e di promuovere al meglio le aziende italiane e cinesi nelle prossime missioni dell'Agenzia per la Cina previste il prossimo anno a Shanghai.

Successivamente, Agenzia per la Cina ha presentato il nuovo socio KPMG agli ospiti cinesi, il quale ha illustrato le attività, le iniziative, i progetti sui temi industriali italiani e alcuni dati macro-economici italiani destando grande interesse tra gli interlocutori cinesi.

L'incontro si è svolto come previsto dagli accordi sottoscritti a Shanghai nel giugno del 2008 e prevede di contribuire ad intensificare la cooperazione tra i due paesi nei settori strategici ed innovativi, quali quelli dell'alta tecnologia e dell'agricoltura moderna, affiancando così i settori tradizionali quali ad esempio produzione, servizi, organizzazione di manifestazioni fieristiche, logistica, cantieristica navale, industria tessile e progetti d'investimento in Italia.

2012 FEBBRAIO: Milano, 5 Febbraio 2012 – L'industria nautica italiana punta sul mercato cinese.

Agenzia per la Cina ha invitato in Italia una delegazione del governo di Hainan, guidata dal responsabile dell'Industria, Informazione e Tecnologia Mr. Qiang Liao, allo scopo di siglare accordi di collaborazione e cooperazione con enti, associazioni ed industrie nel settore del turismo e della nautica da diporto.

Durante la permanenza in Italia, la delegazione ha fatto visita alla Ucina :l'Unione Nazionale dei Cantieri e delle Industrie Nautiche e Affini associazione senza fini di lucro, che opera per lo sviluppo, la promozione del settore nautico e la crescita della cultura del mare e del turismo nautico. Ucina, con sede a Genova, aderisce a CONFINDUSTRIA, nell'ambito della quale è presente nella commissione Trasporti ed in quella delle Infrastrutture.

L'incontro si è svolto nella sede Ucina alla presenza del Presidente Dott. Anton Francesco Albertoni e dei rappresentanti di Agenzia per la Cina e della Provincia di Hainan allo scopo di siglare un protocollo d'intesa per la realizzazione a partire dal 2013 di un salone nautico nella provincia cinese di Hainan.

APRILE : Radda in Chianti 11 Aprile 2012 - Consorzio Chianti classico

Una delegazione composta dai maggiori importatori e distributori nazionali cinesi di vino e guidata dal direttore della Camera di Commercio di Beijing ha fatto visita al Consorzio del Chianti Classico. Durante gli incontri a Radda in Chianti presso la sede del Consorzio i delegati cinesi hanno avuto la possibilità di conoscere e degustare le etichette di oltre 20 aziende, oltre alla visita di una tra le più prestigiose cantine del territorio.

Le visite nella zona del Chianti Classico sono state inserite in un programma organizzato da Agenzia per la Cina in collaborazione con il Consorzio volto a far conoscere agli ospiti cinesi le peculiarità e le caratteristiche dei prodotti del Gallo Nero.

Prossimo appuntamento a VinChina 2012 a Pechino.

MAGGIO: Rimini, 26 Maggio 2012- Assemblea Annuale Aimpes : dati pelletteria 2011 incoraggianti

Si è svolta, sabato 26 maggio a Riccione, l'Assemblea annuale di AIMPE (Associazione Italiana Pelletteria) dove sono emersi dati incoraggianti relativi al 2011 per il settore. Hanno infatti messo a segno un +30,4% le esportazioni, per un totale di 4,2 miliardi, mentre sono arrivate ad un + 11,8% le importazioni, sfiorando i 2 miliardi. Per quanto riguarda gli acquisti dall'estero, in quantità sono cresciuti dell'1%, a conferma di un mercato interno scarsamente ricettivo e i consumi delle famiglie italiane per acquisti di pelletteria hanno visto una flessione quantitativa superiore al 3%, con un aumento del prezzo medio di quasi il 6%.

Il Presidente Giorgio Cannara, nella sua relazione sull'attività svolta ha anche presentato lo "stato dell'arte" del settore nel 2011, evidenziando un "andamento a due velocità" che rispecchia le peculiarità strutturali e lo stato di salute delle aziende che lo compongono: per una parte di queste il forte appeal del Made in Italy ha rappresentato un'importantissima opportunità di sviluppo del business; mentre le imprese con caratteristiche di prodotto posizionato nella fascia media e medio bassa dell'offerta, spesso artigianali, poco internazionalizzate e prevalentemente rivolte al mercato nazionale hanno scontato serie difficoltà in un mercato domestico asfittico e con forte impronta al low-cost.

A margine dei lavori dell'Assemblea, un momento di particolare interesse per le imprese è stato l'intervento di Agenzia per la Cina e del suo Presidente, Armando Tschang, che ha rappresentato una panoramica del mercato cinese e delle opportunità che questo offre alla pelletteria Made in Italy. Fortissimo, infatti, l'incremento dell'export del settore in questo mercato nel 2011, che non ha riguardato, evidentemente, il solo segmento del lusso: + 89% la crescita in valore e + 62% quella in quantità.

Di Elena Passeri

FashionMag.com

Giugno 2012

NOVEMBRE : Pechino 7 Novembre 2012 - Vinchina 2012

E' stata inaugurata, alla presenza dei vertici del Ministero del Commercio cinese e dell'Ambasciatore d'Italia presso la Repubblica Popolare Cinese, Attilio Massimo Iannucci, la rassegna internazionale dedicata al vino, "Vinchina 2012", svoltasi presso il National Convention Center CNCC di Pechino dal 4 al 6 novembre. L'Italia era presente con uno stand istituzionale, realizzato ed ideato da Agenzia per la Cina, inaugurato dal Presidente Armando Tschang, giunto a Pechino nell'ambito di un road-show che lo porterà nelle Regioni del Sichuan e Fujian, e dall'Ambasciatore Iannucci, nonché da numerosi stand di produttori, esportatori e distributori italiani nel settore del vino, che hanno connotato la fiera internazionale con una forte immagine italiana.

Si è trattato di una prima importante vetrina per le aziende del vino italiano, a coronamento di un periodo di sforzi congiunti di Agenzia per la Cina e la China Chamber of Commerce di Beijing, che hanno dedicato molte risorse a un settore che si prevede offrirà sempre maggiori soddisfazioni per i nostri produttori di vini di qualità. La manifestazione è stata arricchita di contenuti di grande interesse per le autorità, gli addetti ai lavori e i consumatori cinesi, con la realizzazione di due seminari, uno sul Chianti Classico e l'altro sul Brunello di Montalcino, organizzati da Agenzia per la Cina in collaborazione con la Camera di Commercio Cinese di Pechino CFNA, che hanno riscosso grande successo.

Durante l'evento si e' svolta anche la prima assemblea della neocostituita associazione nazionale degli importatori e distributori cinesi seguita dalla conferenza stampa a cui hanno partecipato le principali testate giornalistiche cinesi e durante la quale il Presidente del Consorzio, Dott.Sergio Zingarelli, ha presentato la storia e gli obiettivi del Chianti Classico in Cina. "Nell'ultimo anno - ha dichiarato l'Ambasciatore Iannucci - abbiamo registrato un sensibile aumento dell'interesse dei cinesi per il vino italiano. I progressi compiuti dal settore enogastronomico italiano in Cina sono ragguardevoli, e sono il frutto dello sforzo congiunto di tutte le componenti del Sistema Italia. Le Regioni in questo sono state un eccellente motore, contribuendo a trainare le imprese in Cina, con la costante assistenza dell'Ambasciata e delle altre istituzioni italiane presenti sul territorio cinese. L'Ambasciata è stata coinvolta in numerosissime iniziative nei quattro angoli della Cina per la promozione e la tutela dei prodotti di qualità dell'enogastronomia italiana, a cominciare dal vino, che presenta le più interessanti prospettive di sviluppo negli anni a venire. E' una sfida, quella della conquista di fette sempre maggiori del mercato cinese, che ci sta vedendo risalire una difficile china. Sono ad ogni modo convinto che questo che abbiamo vissuto oggi a Vinchina, con il successo del vino italiano, sia lo spirito giusto". La cerimonia è stata preceduta da un ricevimento, svoltosi presso la Residenza dell'Ambasciatore d'Italia, che ha consentito ai protagonisti italiani e cinesi di Vinchina di confrontarsi e intavolare promettenti

negoziati commerciali. L'appuntamento ora e' fissato per la prossima edizione di Vinchina che si svolgera' a Pechino nel 2013.

NOVEMBRE: Pordenone 22 Novembre 2012 - Delegazione cinese a Unindustria Pordenone

Partnership e joint venture al centro del dibattito con Xu Datong Domani e venerdì Unindustria ospiterà una delegazione proveniente dalla Cina guidata da uno dei suoi massimi esponenti politico - economici, Xu Datong. Sarà un'occasione importante che Unione ha inteso valorizzare in un seminario a invito messo in calendario per il pomeriggio di domani. Si parlerà, anche, delle dinamiche che regolano il secondo mercato del mondo nel mondo e del ruolo della Cina nel complesso ed inarrestabile processo di partnership, joint venture ed equity a favore delle imprese estere, in questo caso italiane. La delegazione di Tianjin, l'area nei pressi di Pechino col maggior potenziale di crescita al mondo, simbolo dell'avanguardia e dell'innovazione cinese, composta da autorevolissimi rappresentanti della Municipalità di Tianjin, sarà guidata appunto da Xu Datong, presidente della Tianjin Binhai New Area Commerce Commission.

Qualche numero: il porto di Tianjin è il più grande nel nord della Cina ed è la porta marittima principale di Pechino (a 170 km). Il porto è parte della Binhai New Area, quartiere È anche uno tra i più grandi porti al mondo, si estende su 107 km quadrati di superficie terrestre, con oltre 32 km di banchina. del comune di Tianjin, una delle principali Free Zone della Cina del Nord e si trova direttamente ad est del (Teda) Tianjin Economic -Technological Development Area. Il porto di Tianjin è al centro del programma di sviluppo della Binhai New Area, con il più alto tasso di crescita economica di tutta la Cina. L'evento, che sarà introdotto dall'avvocato Gianluca Vigo di Torre Bairo e da Armando Tschang, presidente dell'Agenzia per la Cina, è organizzato localmente da Unindustria, Pordenone Export, Provincia di Pordenone ed Agenzia per la Cina. Agli imprenditori è riservata, per la giornata di venerdì 23 novembre, una parentesi di incontri individuali con i membri della delegazione. Xu Datong, 43 anni, nel 2010 è nominato presidente e direttore generale del comitato centrale per il commercio dell'area di Tianjin Binhai (Tbna) che costituisce il più sviluppato polo industriale e commerciale cinese contando su oltre 2.200 km quadrati (a regime previsto per il 2015) dedicati ad insediamenti produttivi, commerciali e del terziario avanzato. In tale area si concentrano già ora Boeing, Audi-Volkswagen, Toyota, Great Wall, Novartis, Samsung e similari. Di qui una lunga catena di successi.

2013 MARZO: Pordenone 21 marzo 2013 - Missione a Tianjin guidata da Camuccio e Zille

È in corso di svolgimento e si concluderà domenica l'incontro bilaterale Italia - Cina cui prendono parte Gino Camuccio, presidente di Pn Export, delegato Unindustria per l'internazionalizzazione e Nicola Zille, omologo al Polo Tecnologico di Pordenone, Armando Tschang presidente di Agenzia per la Cina e Xu Datong, Presidente della Tianjin Binhai New Area Commerce Commission. Il meeting, organizzato in collaborazione con la Camera di Commercio di Pordenone, è particolarmente atteso dal sistema economico pordenonese e segue di qualche mese l'incontro avvenuto in Unindustria dedicato principalmente a incontri commerciali one to one tra la delegazione e le imprese sia a un seminario di approfondimento sulle dinamiche che regolano il secondo mercato del mondo nel mondo. Una settimana di vero tour de force - in rappresentanza di aziende operanti in diversi segmenti produttivi - finalizzato a favorire l'avvio definitivo dei rapporti commerciali così come premesso lo scorso novembre. Camuccio ha parlato di «missione di altissimo livello istituzionale, necessario per poter avviare numerosi, proficui, stabili e duraturi rapporti commerciali tra Pordenone e Tianjin - Pechino, l'area col maggior potenziale di crescita al mondo, simbolo dell'avanguardia e dell'innovazione cinese».

APRILE: Verona 7 Aprile 2013 - Vinitaly

Il Vinitaly di Verona ha aperto le porte agli appassionati di vino. Alla cerimonia inaugurale di domenica 7 aprile 2013 hanno partecipato, tra gli altri, il ministro dell'agricoltura Mario Catania, Antonio Tajani, vice presidente della Commissione Europea, il presidente della Regione Veneto, Luca Zaia, e il sindaco di Verona, Flavio Tosi.

Agenzia per la Cina ha accompagnato la delegazione ufficiale del Ministero del commercio estero cinese, per la prima volta in Italia a un evento dedicato al business del vino. Grande interesse è stato manifestato quest'anno verso la Cina, presente con una delegazione del Ministero del commercio estero e buyers qualificati guidati da Agenzia per la Cina.

È anche per questo che Vinitaly quest'anno ha organizzato un seminario sulla Cina considerato che nel 2015 potrebbe diventare il primo paese al mondo consumatore di vino. Questo seminario sarà tenuto dal MOFCOM (The Ministry of Commerce People's Republic of China) il giorno 8 aprile alle ore 10. Attualmente il vino italiano, nella classifica dei vini più venduti in Cina, si trova al quinto posto dopo Francia, Australia, Spagna e Cile.

La Delegazione ufficiale cinese poi si trasferirà in Toscana ospite del Consorzio Chianti Classico per una serie di visite ad importanti produttori locali.

APRILE : Milano 29 Aprile 2013 -China - Italy Food Safety Forum

Agenzia per la Cina, Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, Camera di Commercio Milano, KPMG, MOFCOM (Ministero Commercio Estero Cinese) CFNA (Chamber of Commerce for Foodstuffs) hanno organizzato oggi a Milano, alla sede della Camera di commercio, il seminario "China-Italy food safety forum – la sicurezza dei prodotti agroalimentari nelle relazioni Italia-Cina".

All'evento sono intervenuti esperti italiani e cinesi del settore che si sono confrontati su sistemi di controllo, garanzie e certificazioni necessarie per la sicurezza dei prodotti agroalimentari italiani in Cina. Tra i presenti ai lavori, oltre all'assessore regionale all'Agricoltura, Gianni Fava, e a Carlo Franciosi, membro di Giunta della Camera di Commercio di Milano, il vice presidente della Chamber of Commerce for Import & Export of Foodstuffs, Native Produce and Animal by-products, Madam Yu Lu; il Console economico commerciale a Milano, Mr. Li Bin; il vice direttore generale del ministero del Commercio della Repubblica popolare Cinese, Mofcom, Madam Jiang Fan. "Vengo da una lunga battaglia contro la contraffazione _ ha detto l'assessore regionale all'Agricoltura, Gianni Fava, in riferimento al suo precedente impegno parlamentare _ che causa un danno enorme, se pensiamo che sui mercati mondiali l'elusione vale decine di miliardi di euro. Dobbiamo convincere i consumatori che soltanto i prodotti realizzati qui sono italiani. Di certo, quelli fasulli non dovranno essere più sostenuti con fondi pubblici".

E ancora: "I consumatori in giro per il mondo, che acquistano prodotti contraffatti pensando di acquistare eccellenze agroalimentari lombarde, devono sapere che non comprano italiano. Un trend che si può invertire solo con il meccanismo dell'etichettatura".

"Un tema, quello del sostegno e della tutela dei marchi, in particolare al di fuori del mercato continentale, sensibilmente oneroso dal punto di vista economico, e per il quale il presidente Maroni ha indicato di voler intervenire al più presto con interventi specifici, in collaborazione anche con il sistema camerale, a sostegno delle produzioni locali". "Un ulteriore passo _ dichiara Carlo Franciosi, membro di Giunta della Camera di commercio di Milano _ nello sviluppo delle relazioni economiche tra l'Italia e la Cina e per la crescita competitiva di un settore come quello agroalimentare tra i più internazionali nel nostro sistema imprenditoriale. Un comparto importante su cui continuare a puntare per la valorizzazione dei veri prodotti italiani". Nel corso degli ultimi anni sono state attuate parecchie modifiche alle procedure di controllo dei prodotti che entrano ed escono dal territorio cinese. Nel 2006 la "General Administration of Quality Supervision, Inspection, and Quarantine" (Aqsic), autorità cinese preposta ai controlli di qualità, alle ispezioni e alla quarantena, ha promulgato un

nuovo Regolamento denominato "Announcement No. 44 2006, "Adjustment of Import/Export Food and Cosmetic Label Examination System" (Modifiche al sistema per l'esame delle etichette dei prodotti alimentari e dei cosmetici destinati all'import/export).

Il Regolamento ha eliminato la procedura di controllo e approvazione preliminare delle etichette da applicare sui prodotti alimentari destinati all'importazione in Cina e le relative spese connesse all'ispezione. Pertanto, il controllo delle etichette avviene contestualmente alle altre ispezioni effettuate dall'Aqsic al momento dell'ingresso nel Paese.

Il 2012 è stato anno da ricordare per l'export alimentare nei mercati asiatici e, in particolar modo, in quello cinese. Stando a quanto affermano i dati forniti dalla Coldiretti, le esportazioni alimentari nel Paese asiatico sarebbero cresciute del 27%, facendo registrare una spinta record sulle tavole cinesi, dove i prodotti italiani sono sempre più diffusi.

Considerando i prodotti tipici, l'Italia è il primo fornitore di cioccolato, con una quota di mercato del 40,3%, mentre è seconda nelle esportazioni di pasta (18,8%), olio d'oliva (21,6%), spumante (12,2%), terza nelle acque minerali (14,2%), quarta nel caffè (5,1%), quinta nel vino (6,1%) e nei formaggi (3,2%). Nell'ultimo anno in particolare, alcuni prodotti hanno registrato incrementi straordinari: la vendita di pasta italiana in Cina, ad esempio è cresciuta dell'84% o quelle dell'olio (+28%) o ancora quelle del vino (+21%). Sono 7.937 le imprese individuali con titolare cinese in Lombardia, il 18,8% delle imprese cinesi attive in Italia, in crescita del 7,1% in un anno. Si concentrano a Milano (4.196 imprese, 9,9% nazionale, +7%) e Brescia (1.032, +5,5%).

Nel 2012 la Lombardia ha esportato in Cina prodotti alimentari per oltre 18 milioni di euro registrando una crescita del +84,3% ed importato per circa 71 milioni (+2,9%). L'export si concentra a Milano (36,3%) e Cremona (19,2%), l'import a Milano (47,9%) e Como (16,3%). Nell'export pesano, dopo i prodotti alimentari come caffè, zucchero, condimenti e pasti pronti (35,6%), la carne lavorata e conservata e i prodotti a base di carne (24,2%), nell'import il pesce (30,5%), i prodotti a base di carne (28,2%) e la frutta ed ortaggi lavorati e conservati (19,5%).

L'export dei prodotti lombardi legati alla carne è quello che cresce di più, +558% tra 2011 e 2012. Emerge da un'elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati registro imprese ed Istat 2013, 2012 e 2011.

MAGGIO: Pechino 6 Maggio 2013 - Incontro Consorzio Tradizione Italiana con CFNA

Il 6 maggio scorso il presidente del Consorzio Dr. Antonio Ferraioli con una delegazione di consiglieri ha incontrato a Pechino il Presidente della Camera di Commercio Cinese Mr. Bian Zhenhu e la Vice Presidente della Camera di Commercio Cinese M.me Yu Lu, grazie alla collaborazione di Agenzia per la Cina e del Cav. Armando Tschang. L'obiettivo dell'incontro è sviluppare un accordo di collaborazione al fine di favorire l'accesso del food di qualità Made in Italy in Cina.

Il Consorzio agroalimentare Tradizione Italiana - Italian Food Tradition, che ha sede al CIS di Nola (Napoli), il più grande polo di distribuzione commerciale B2B d'Europa, è nato per promuovere all'estero l'agroalimentare made in Italy (dalla pasta alle conserve di pomodoro, dall'olio al vino, dal caffè all'acqua minerale, dalla mozzarella ai sottoli, fino ad arrivare all'aceto balsamico, alla frutta secca ed ai liquori) e riunisce brand come Ferrarelle, Kimbo, La Doria, Strega, Besana, Olio Dante e Aceto De Nigris. Le aziende del consorzio hanno un fatturato consolidato di circa 1,4 mld di euro.

MAGGIO : Haikou 10 Maggio 2013 - Forum Nautica Haikou

Nell'ambito degli accordi che Agenzia per la Cina ha sottoscritto con la CCYIA China Cruise & Yacht Association di Beijing si è svolto ad Haikou (Hainan) , il Forum Yachting Industry sul tema: "L'industria nautica come motore di sviluppo del turismo cinese". Il Presidente dell'associazione Mr. Zheng ha invitato Agenzia per la Cina come unico relatore europeo al Forum. La delegazione italiana era rappresentata dal Presidente di Agenzia per la Cina Cav. Armando Tschang, dal Presidente di Ellevi Vito Lupo, dal Ceo di Sim Com VR Massimo Colautti e dall'Avv. Maurilio Fossati.

MAGGIO : Milano 28 maggio 2013 - Milano Global Purchasing Season

Presentazione della Global Purchasing Season a Milano presso la Camera di Commercio di Milano dal titolo : opportunità commerciali in Cina. Con la partecipazione del Console economico commerciale Mr. Li Bin e i relatori Mr. Xu Jing direttore della China Ass.of International Trade , Mr. Ercole Salazar Sarfield del Ministero degli Affari esteri Italiani e Armando Tschang presidente di Agenzia per la Cina.

MAGGIO: Alba 29 Maggio 2013 - Focus Cina Alba Passaporto per la Cina

Che la Cina sia un grande sbocco per l'export italiano non è una novità, non solo nel settore vinicolo. Si parla spesso delle potenzialità dei mercati emergenti, con riferimento soprattutto ai cosiddetti BRIC (Brasile, Russia, India, Cina), ma è

specialmente dalla Cina che arrivano i segnali più incoraggianti per il mondo del vino: con una crescita annua del 9%, il mercato cinese offre ai nostri produttori grandi prospettive di vendita.

Non a caso, uno dei temi portanti di Vinitaly 2013 è stato proprio questo: per la prima volta una delegazione del Ministero del Commercio Cinese ha ufficialmente partecipato alla kermesse veneta con lo scopo di spiegare le regole di accesso a un mercato che presenta delle evidenti criticità. Ha avuto lo stesso intento anche FOCUS CINA, l'incontro organizzato da WHY NET il 17 maggio scorso ad Alba., nel Palazzo di Banca d'Alba.

WHY NET è un'associazione di tre agenzie (Finanza d'Impresa, Vassallo&Delfino, Well Com srl) che ha come finalità principale quella di "rispondere alle necessità di fare rete tra le aziende vinicole". Cosa si intende per "fare rete"? Aiutare le aziende a guardare al di là dello sviluppo contingente di progetti di marketing strutturati a sufficienza per accedere ai contributi per azioni promozionali, previsti nell'ultima OCM Vino. Creare un sistema di sinergie positive tra i produttori, permanente e strutturato. WHY NET nasce dunque dall'esigenza manifestata dai produttori di organizzarsi in associazioni temporanee di scopo, per dialogare in maniera autorevole con le istituzioni europee, ma non solo: anche con grandi partner economici come, appunto, la Cina. Relatore principale del Focus è stato Armando Tschang, presidente di Agenzia per la Cina, società consortile senza scopo di lucro, costituita nel 1984 per instaurare e consolidare relazioni economiche con la Cina, impegnata da oltre trent'anni nella consulenza alle aziende italiane in tema di tutela intellettuale, mediazione culturale, incontri istituzionali e politici. In particolare, Agenzia per la Cina negli ultimi due anni ha svolto un'intensa attività di collegamento, sia a livello di aziende private sia a livello di istituzioni pubbliche, tra l'Italia e la Cina. Attività che ha portato nel 2012 alla nascita della prima associazione nazionale degli importatori e distributori cinesi, e nel 2013 alla partecipazione attiva della delegazione cinese a Vinitaly, di cui Agenzia per la Cina era accompagnatrice ufficiale. La grande attenzione del settore viticolo italiano nei confronti della Cina è giustificata dai suoi numeri: quinto mercato mondiale per consumo di vino (attenzione: concentrato nelle grandi città), primo in Asia. Nel 2012 l'import ha segnato un +7.32%, per un valore di 1,5 miliardi di euro. L'importazione del vino avviene da oltre 50 Paesi, ma a fare la parte del leone sono Francia, Australia, Spagna, Cile e, in quinta posizione, Italia. La Francia, con le sue politiche aggregate di marketing., si accaparra il 53% del totale dell'import, mentre all'Italia rimane una quota del 6,2% per un valore 102,4 milioni di euro. □ Posizione migliorabile, questo è certo, purché non si incappi in quelli che Tschang ha definito "gli errori da manuale" dell'esportatore provetto (questo ce lo aggiungiamo noi...):

1. Esportare senza investire economicamente e strutturalmente nel Paese di destinazione;

2. Contributi europei, ma perché fare sistema (Francia docet) funziona;

3. Riferirsi solo a vettori HO.RE.CA. marcatamente italiani: i ristoranti italiani sono pochi, troppo pochi per pensare che possano determinare una presenza apprezzabile del prodotto nel panorama cinese. Inoltre dialogare esclusivamente con gli attori della "nostra" ristorazione ha portato finora a identificare il vino italiano quasi come un prodotto etnico, adatto solo a una cucina percepita a sua volta come etnica. In questo senso un parallelo con la Francia può essere utile: il fatto che la gastronomia d'oltralpe sia di fatto la cucina internazionale per antonomasia, svincola i vini francesi dagli abbinamenti "geograficamente determinati". Insomma, per intenderci: non è necessario mangiare francese per bere un vino francese. Per questo sarebbe necessario riuscire a traslare l'immagine del vino italiano, rendendolo (al pari di quello francese) un simbolo di status. In sostanza, un bene di lusso.

4. Esporsi senza tutelare la proprietà intellettuale. Qui si apre l'annoso capitolo delle falsificazioni di prodotto: la legislazione cinese prevede che il primo, in termini temporali, a depositare un marchio, ne diventi il titolare. Per questo motivo è di fondamentale importanza registrare il marchio presso le Camere di Commercio Cinesi, sia nei caratteri latini che nella corrispondente traduzione in ideogrammi. Per fare questo occorre dialogare con il Governo Cinese, e ottenere di conseguenza anche quello che Tschang chiama "il blessing politico delle istituzioni";

5. Sottovalutare i cambiamenti normativi: quello cinese è un mercato in fortissima evoluzione. Occorre quindi un aggiornamento costante su temi quali politiche doganali, fiscalità, etichettatura,...

6. Scarsa conoscenza della cultura cinese. Secondo alcuni esperti, la gastronomia cinese avrebbe familiarità con alcuni sapori compatibili con le caratteristiche dei vini italiani e, in particolare, piemontesi. Di solito si fa l'esempio del consumo abituale di tè verde, che essendo particolarmente astringente potrebbe aiutare il palato cinese a familiarizzare con i nostri tannini. Questo è solo un esempio di come conoscere la cultura di riferimento di un mercato possa giocare un ruolo chiave nel successo di politiche di promozione di un prodotto.

Alle giuste osservazioni del dott. Tschang ne aggiungiamo qualcuna: il mercato del vino cinese appare del tutto privo di una fascia intermedia. Si passa dai vini francesi che occupano la fascia alta dei consumi (quella dei cosiddetti Gentlemen's club) per cui c'è una disponibilità a pagare pressoché illimitata, alla richiesta di vini a bassissimo prezzo, perlopiù sfusi. Un'accorta politica promozionale del nostro prodotto dovrebbe quindi tener conto del fatto che i "vini bandiera", oltre che diventare beni simbolo di uno status, fanno anche da traino per tutto il resto del comparto: basti pensare ai fenomeni

di emulazione che il brand "Francia" ha avuto su tutto il settore produttivo cinese. Infine: l'esigenza della semplificazione, che non è per forza sinonimo di banalizzazione. Occorre trovare un modo di comunicare in maniera efficace il sistema delle denominazioni di origine, tenendo conto delle reticenze culturali cui si va incontro quando si cerca di spiegare un panorama così ricco, complesso e stratificato come quello italiano. Bisogna ragionare in termini di brand, non più di singola azienda. Scritto da Sara Cabrele

GIUGNO: Pechino 3 giugno 2013 - Accordo per l'export del Chianti a Pechino

«Vogliamo che in Cina il gallo sia nero e non bianco». Non è un gioco di parole: Bian Zhenhu, presidente della Camera di commercio cinese per l'import-export di prodotti alimentari, sfoggia all'occhiello della giacca il simbolo del consorzio Chianti classico, il più antico e prestigioso tra quelli italiani, anno di nascita 1924. Un animale portafortuna, il gallo, per la cultura locale, un simbolo ricevuto in dono all'ultima edizione di Vinitaly alla quale i cinesi hanno partecipato numerosi e, firmando un protocollo importantissimo per il vino Made in Italy, il primo che riguarda un consorzio italiano, per un'intesa quadriennale di cooperazione per l'import di vino italiano, il presidente esorta i produttori ad essere accorti e coerenti. «Va bene così - dice Bian Zhenhu - ma voi dovete tutelare la qualità del vostro vino e avere un progetto coerente. In tanti sono arrivati qui, molti hanno avuto successo, altri no perché un disegno non l'avevano e, soprattutto, non hanno saputo né venderci sul mercato cinese né tutelarsi. Bisogna sforzarsi di andare incontro ai gusti dei cinesi». Una mediazione, quella con le autorità cinesi per arrivare all'accordo, durata un lungo anno, resa possibile dal supporto di Agenzia per la Cina e sottoscritta oltre che dalla Camera, anche da Caws, l'associazione degli importatori e distributori vitivinicoli cinesi nata a novembre dell'anno scorso che garantirà la qualità degli importatori. Dice il segretario generale, Xuwei Wang: «Per il vino sono 400 i nostri distributori, in tutta la Camera 5.800. Ci sono enormi opportunità, ma bisogna procedere con grande attenzione».

«A partire da novembre - gli fa eco Sergio Zingarelli, presidente del consorzio e dell'azienda toscana Rocca delle Macie - diventa operativa la collaborazione tra il Consorzio del Chianti Classico e la Camera cinese e la Caws. Quattro anni di formazione, scambi, sviluppo della cultura del vino e soprattutto un comune sforzo per superare i problemi e i tempi dell'import-export di questo prodotto». D'ora in poi si dovrebbe procedere in maniera concertata, senza arrivi sparsi. «Noi siamo favoriti anche rispetto ad altri Paesi - dice Giuseppe Liberatore, direttore generale del consorzio - abbiamo un sistema di tracciabilità che aiuta la tracciabilità all'origine e che faciliterà gli arrivi». Il dipartimento del Commercio estero cinese viaggia su valori molto alti, circa 3,87 trilioni di euro, è il quarto bacino mondiale, con un livello di tariffe intorno al 9.8%.

L'import è di 1.8 trilioni di dollari. Per il vino sono stati importati 388 milioni di litri, l'import totale è stato di 1,5 miliardi di dollari nel 2012, di cui dall'Italia 31 milioni di litri, pari a 88,9 milioni. Francia, Australia, Cile e Spagna sono in pole position. Nel 2012 il principale esportatore è stata la Francia, con 127,4 milioni di litri venduti, un aumento annuo dell'8 per cento. Ci sono possibilità di portare in Cina anche le cantine, insomma di esportare l'industria del vino? «Non lo escludiamo», dice Michele Zonin, vicepresidente dell'azienda veneta che in Chianti ha investito 35 anni fa. Intanto il mercato cinese sta cambiando moltissimo. Ormai con i vini top fuori dalla portata dei più, causa la crisi economica e il cambiamento nei gusti, resta il fatto che, dicono le statistiche, l'anno scorso i cinesi hanno speso in media a testa 200 yuan in acquisti occasionali di vino. Il consumo si sta democratizzando. C'è posto per vini ottimi non particolarmente costosi. Ma c'è bisogno di più qualità: «Il vino di qualità è il vero business in crescita - dice Water Wang, senior vp di Utrans wines, tra top five importatori di vino in Cina - io punto tutto su questo e sono sicuro che è la strada giusta». Rita Fatiguso - il Sole 24 Ore-

AGOSTO: Pordenone 31 agosto 2013 - Visita in Confindustria a Pordenone della delegazione Cinese della municipalità di Tianjin

Un asse con la Cina per rilanciare il mobile Arredamento made in Pordenone per le città satellite del sol Levante a Tianjin Un legame favorito dal fattore-traino di brand come Zanussi, Acc e Nidec Mobili made in Pordenone per arredare le case delle nuove città satelliti da un milione di abitanti l'una di Tianjin, una municipalità di 13 milioni di abitanti, a nord della Cina, quarto porto del mondo. Mobili per abitazione e anche per le navi da crociera che saranno realizzate proprio nel FarEast, magari in partnership con imprese italiane. Il futuro disegnato ieri a Unindustria, dal presidente Michelangelo Agrusti e da Xu Datong, presidente della Tianjin Binhai New Area Commerce Commission, sembra molto vicino. Perché la delegazione cinese che questa settimana ha incontrato istituzioni (è stata ricevuta dal sindaco Pedrotti che ieri ha partecipato anche all'incontro con la stampa e con il vicepresidente della Regione Bolzonello) e imprenditori locali, ha già portato a una quindicina di incontri business to business e perché, come ha fatto capire Agrusti, «Il nostro amico Datong ha capacità decisionali molto alte».

E la parola "amico" non è stata usata a caso. Proprio Datong, accompagnato dal Cav. Armando Tschang, facilitatore della missione (suo nonno è stato «il pruno cinese ad arrivare in Italia») e il suo legame con Pordenone non nasce sulla carta geografica ma dai grandi nomi dell'industria (Zanussi, Acc e Nidec in testa), ha chiarito come il business nasca solo da un rapporto di fiducia che si costruisce "step by step", passo dopo passo, perché «senza una forte amicizia non ci può essere una forte collaborazione». Ha aggiunto Agrusti: «I nostri amici ci hanno detto di averci messo in

mano la chiave per aprire una porta e noi abbiamo l'intenzione di girare quella chiave». Perché se il primo "step" della delegazione di Tianjin è quella di esportare prodotti made in Italy, dall'arredo di design italiano al vino e ai prodotti agroalimentari, il cammino può diventare ben più lungo e profittevole arrivando agli investimenti cinesi nella nostra regione. In che settori? «Avendo avuto un grande sviluppo nel settore automobilistico - ha chiarito Tschang - c'è interesse per tutto ciò che rappresenta l'innovazione e la meccanica di precisione».

Ma come guadagnare la fiducia che alimenta la catena del business avendo aziende lillipuziane rispetto ai volumi del mercato cinese? «Certo - ha tracciato la strada Agrusti - la dimensione delle nostre imprese è medio piccola ma attraverso l'istituto delle reti di impresa saremo, e siamo già ora, in grado di competere con il resto del mondo secondo gli standard richiesti dai nostri partner». E come ha spiegato il direttore Paolo Candotti (che segue le imprese locali assieme a Gino Camuccio, presidente di Pn Export), le imprese dovranno arrivare a produrre, in parte, direttamente in loco. Questo non significa de localizzare ma internazionalizzare perché attraverso le "multinazionali tascabili" (così le ha definite Agrusti citando Bombassei) si mantiene viva la casa madre. «Al vice presidente della Regione, Sergio Bolzonello - ha detto ancora Agrusti - abbiamo ribadito la necessità di implementare al massimo i processi di internazionalizzazione, rivedendo anche gli strumenti operativi. Finest prima di tutto». Un tema, quest'ultimo, nel cassetto della politica da troppo tempo.

Martina Milia

Messaggero di Pordenone

NOVEMBRE : Pechino 15 Novembre 2013 - IV Forum della collaborazione Italia Cina per l'innovazione tecnologica

Durante il IV Forum della collaborazione Italia Cina per l'innovazione tecnologica e' stato firmato un accordo tra il Polo tecnologico di Pordenone e il gruppo di aziende Hitech di Tianjin.

L'accordo promosso dall'Agenzia per la Cina conferma gli storici e buoni rapporti tra i due territori e apre concrete opportunità di consolidamento e sviluppo di rapporti di ricerca applicata, industriali e commerciali. Il tema del Forum, aperto dalla ministra della ricerca scientifica ing Maria Chiara Carrozza e dalla sua controparte Mr. Wan Gang, aveva focus sulle start up e Smart cities. Su quest'ultimo tema il Friuli Venezia Giulia era presente con l'ing Franco Scolari, direttore del Polo, che tiene i rapporti per il cluster FVGas@lab raggruppamento pubblico privato tra soggetti istituzionali, la Regione ed alcuni comuni, i parchi scientifici e oltre 60 aziende impegnati nella ricerca delle migliori

tecnologie domotiche per migliorare la vita delle categorie fragili, TAV tecnologie per gli ambienti di vita. La numerosa delegazione italiana di alto valore annoverava ricercatori del CNR, ENEA, Politecnico di Milano ed altri istituti, oltre a sindaci ed assessori di Bari, Torino e Brescia città che hanno sviluppato innovative esperienze di moderne applicazioni di città intelligenti. Per il Polo di Pordenone, per i suoi insediati e per le aziende del cluster TAV un'occasione importante di scambio, conoscenza e base di partenariati che danno accesso ai volumi più importanti del mondo

NOVEMBRE : Pechino 22 novembre 2013 - Roadshow in Cina per la promozione e valorizzazione del vino italiano.

Promozione e valorizzazione del vino italiano nel mercato più promettente per le produzioni enologiche italiane. Era l'obiettivo della missione istituzionale in Cina, organizzata dal presidente della Agenzia per la Cina, Armando Tschang, che si è appena conclusa, con la partecipazione dei consorzi del Chianti Classico, Prosecco Superiore Conegliano Valdobbiadene DOCG e di molte aziende vitivinicole delle maggiori regioni italiane tra cui Toscana, Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli e Puglia. Dieci giorni di incontri che hanno toccato cinque città cinesi: Pechino, Chengdu, Ningbo, Xiamen e Tianjin. Giornate intense, nel corso delle quali si sono avuti confronti con le autorità e con oltre 500 operatori professionali cinesi, conclusasi con la partecipazione di S.E. Alberto Bradanini, Ambasciatore d'Italia a Pechino. Il Roadshow e i B2B si sono svolti con la collaborazione della Camera di commercio agroalimentare cinese e la CAWS per lo sviluppo degli scambi nel settore enologico in Cina, a seguito degli accordi sottoscritti dall'Agenzia per la Cina. "Le aziende italiane del settore vinicolo – evidenzia Tschang – hanno avuto la possibilità di partecipare ad una serie di eventi particolari (era la prima volta che si svolgevano B2B di questa portata), in una realtà in forte espansione, con la quale Agenzia per la Cina ha stabilito una stretta collaborazione in campo economico e culturale. I nostri produttori non possono trascurare un mercato complesso, come quello cinese, dove secondo i dati ufficiali, quest'anno siamo cresciuti del 24%, passando dal quinto al terzo posto in classifica tra i maggiori paesi esportatori. La crescita andrà di pari passo con la ricerca di un prodotto di maggiore qualità. I nostri vini, come è stato constatato in questi giorni e come testimoniato dagli importatori coinvolti, soddisfano le esigenze dei consumatori cinesi. Se ben sostenuti da una mirata attività promozionale, avranno la possibilità di segnalarsi con maggiore successo. Per questo è importante che istituzioni e aziende operino in stretto contatto e in piena sintonia". Armando Tschang evidenzia anche come siano state proprio "le solide relazioni che legano l'Agenzia per la Cina con la Repubblica Popolare Cinese ad aver favorito la preziosa collaborazione accordataci dalle istituzioni cinesi, che ci hanno permesso di avere, in queste giornate, non incontri casuali, come spesso avviene in una fiera, ma momenti di relazione e di scambio fortemente mirati e concreti". Le diverse

tappe della missione hanno favorito la sottoscrizione di accordi tra aziende italiane e importatori/distributori cinesi. Di rilievo anche le visite alla Along Wines: la principale azienda privata che gestisce oltre 220 enoteche e della Jiuxian Wines il maggior operatore e-commerce di vini e liquori in Cina. Dall'incontro con i presidenti delle società visitate è emersa la volontà concreta di avviare una collaborazione con i produttori italiani e conseguentemente di promuovere i vini italiani nel continente cinese.

NOVEMBRE : Wuzhi 28 Novembre 2013 - Firmato da Agenzia per la Cina l'accordo con il Governo Cinese di Wuzhi

Firmato da Agenzia per la Cina l'accordo con il Governo Cinese di Wuzhi per la creazione di un parco industriale Italiano e rafforzata la partnership strategica con la Provincia dell'Henan nei settori dell'agroalimentare, dell'arredo-casa, della moda e della logistica. Agenzia per la Cina apre le porte della Repubblica Popolare Cinese alle aziende italiane che puntano sul mercato Cinese. Grazie all'Accordo commerciale firmato a Wuzhi dal presidente Armando Tschang, le aziende italiane interessate alla penetrazione commerciale in Cina potranno vendere e distribuire i loro prodotti anche nella Provincia dell'Henan che conta oltre 90 milioni di abitanti.

"Da oggi le aziende italiane potranno disporre di una soluzione efficace per sviluppare il loro business in Cina, spiega Armando Tschang, Agenzia per la Cina potrà assicurare supporto, assistenza e logistica alle imprese interessate nella fase di start up, un sostegno particolarmente importante per le Pmi, che puntano sul mercato cinese ma che da sole avrebbero grosse difficoltà ad affacciarsi su questa realtà a causa della onerosità degli investimenti e delle difficoltà di carattere fiscale e amministrativo". L'Accordo commerciale affida ad Agenzia per la Cina l'attività di promozione del progetto e il compito di selezione delle aziende nazionali interessate a vendere i propri prodotti nel mercato cinese.

Nel corso della missione cinese Armando Tschang ha incontrato il vice Governatore dell'Henan , Mr. Zhao Jiancai, allo scopo di rafforzare la collaborazione bilaterale tra Italia e la Provincia dell'Henan e i responsabili della CCPIT di Zhengzhou.

Link a <http://www.wuzhi.gov.cn>