

Il Sole
24 ORE Radiocor
Agenzia d'informazione

OSSERVATORIO ASIA

PAGINA DUE

Dogane: i cinque documenti obbligatori

PAGINA QUATTRO

E-commerce: La censura frena l'ulteriore sviluppo di Internet

BANCO POPOLARE
CASA DI RAVENNA

Queste le Banche del gruppo

- BANCA POPOLARE DI VERONA**
- BANCA S. GEMINIANO E S. PROSPERO**
- BANCO SAN MARCO**
- BANCA POPOLARE DEL TRENINO**
- Banca Popolare di Novara**
- CREDITO BERGAMASCO**
- BANCA ALETTI**
- BANCA POPOLARE DI LODI**
- BANCA POPOLARE DI CREMA**
- Banca Popolare di Cremona**
- BANCA POPOLARE DI MANTOVA**
- BANCA CARIFE**
- CASSA DI RISPARMIO DI LUCCA PISA LIVORNO**
- BancaValori**

ESPORTAZIONI E COMMERCIO VADEMECUM PER LE DOGANE

Le procedure doganali sono state per lungo la croce di chi si è trovato a operare con la Cina. C'era poca trasparenza delle regole, e quindi si restava sempre con il fiato sospeso ad attendere il tratto di penna del funzionario di turno. In questi anni le cose sono cambiate e chi affronta l'iter burocratico in modo corretto ha buone probabilità di evitare sorprese sgradevoli. Anche se resta comunque un forte gap tra la pratica e quanto è scritto nelle leggi. Inoltre le stesse norme a volte sono poco chiare (l'ultima edizione della 'Custom Law' cine-

se risale a sette anni fa) e resta una forte discrezionalità di interpretazione da parte delle Dogane cinesi. Quali sono quindi le precauzioni più importanti da prendere? Ne parliamo con Simona Rissone, rappresentante del Csd (centro spedizionieri doganali) a Canton che recentemente ha animato una serie di seminari sull'argomento insieme alla Camera di Commercio Italiana in Cina. L'iniziativa si è svolta presso le sedi della Camera a Guangzhou e Shenzhen, raccogliendo un forte interesse del pubblico.

Intervista a pag. 2

LAVORO, DAL 2008 LA NUOVA LEGGE CON PIU' GARANZIE PER I DIPENDENTI

"La nuova legge sui contratti migliorerà la salvaguardia degli interessi dei dipendenti ma non avrà effetti negativi sugli investimenti stranieri nel nostro Paese". Questo il commento Liu Jinchun, direttore del dipartimento legislativo della Federazione per il Commercio Cinese, sulla Labor Contract Law, appena varata dal Comitato Permanente dell'Assemblea Nazionale del Popolo con 145 voti favorevoli e un astenuto. Anche altre autorità cinesi si sono affrettate a rassicurare le aziende straniere preoccupate per un possibile impatto negativo in termini di costo del lavoro. Le norme entreranno in vigore dal gennaio 2008 affiancandosi a quelle previste dall'attuale Legge sul Lavoro. Nel corso dell'ultimo anno sono state oggetto di un vasto dibattito che ha coinvolto anche la business community internazionale. La prima bozza pubblicata con la fina-

lità di ricevere i commenti delle diverse parti sociali risale infatti alla primavera del 2006. I punti fondamentali a tutela dei dipendenti riguardano l'obbligo per il datore di lavoro di stipulare un contratto scritto, di pagare gli eventuali straordinari, di versare una liquidazione in caso di contratto non rinnovato senza ragioni plausibili, il diritto per il dipendente di licenziarsi senza preavviso in caso di sfruttamento e violenze sul luogo di lavoro, l'introduzione dei contratti a tempo indeterminato. La nota più interessante è l'introduzione del diritto da parte dei lavoratori di concordare, unitamente a sindacati e associazioni di categoria, alcune garanzie di base concernenti il salario minimo, la tutela della sicurezza, la definizione dell'orario di lavoro, il trattamento in caso di malattia, le ferie e altri eventuali benefit.

Articolo a pag. 3

Articolo a pag. 4

e-commerce

UN BUSINESS IN ESPANSIONE

Shopping on line: una passione che sta travolgendo anche il pubblico cinese sempre più sensibile alle tendenze del mercato globale. Nel Paese, secondo quanto evidenziano i dati di settore, è in forte aumento il numero degli utenti di Internet. L'ultima indagine del China Internet network Information Center (CNNIC - gennaio 2007), rileva come nel 2006 il numero degli utenti sia salito a 137 milioni di utenti rispetto ai 103 milioni nel 2005.

Ma chi sono? Qual è il loro identikit? Essi costituiscono circa il 10% della popolazione, di cui il 41,7% donne e il 58,3% uomini. La maggior parte degli utenti cinesi di Internet, è compreso nella fascia di età compresa tra 18 e 24 anni. Il loro grado di istruzione è medio-alta (diploma di scuola superiore). Inoltre, risulta che 76% si collega da casa propria, il 33,4% dal posto di lavoro, il 32,3% dagli Internet caffè. Non solo: nel 2006 il numero degli utilizzatori di Internet attraverso il telefono cellulare ha raggiunto i 17 milioni, vale a dire il 12,4% del totale.

Ma cosa si acquista on line nel Paese del Dragone? Principalmente libri, giornali, riviste e altre pubblicazioni (48,1%); prodotti audio e video (36,7%), attrezzatura per il computer (28,5%). A seguire, gli acquisti on line riguardano l'abbigliamento (15,8%), strumenti per i giochi on-line (15,7%), elettrodomestici e attrezzi per la casa, lettori MP3 e telefoni cellulari.

E-COMMERCE

Da indagini di settore, emerge che i fattori che maggiormente incentivano l'utilizzo dell'e-commerce sono i prezzi bassi dei prodotti, la facilità di accesso e l'accesso a merci non disponibili nella località di residenza. In base a un dato relativo al commercio B2C ('business to consumer'), il commercio elettronico, in Cina, alla fine del 2006 ha raggiunto un giro d'affari di circa 945 milioni di renminbi, con un incremento del 4,1% rispetto all'inizio dello stesso anno (rapporto pubblicato da Analysys International). L'indagine è stata fatta sondando l'utilizzo dei tre maggiori portali Internet utilizzati in Cina ovvero eBay, Taobao e Pipay. Nel quarto trimestre del 2005 il mercato e-commerce cinese C2C ('customer to customer') ha raggiunto la quota di 5,15 miliardi di renminbi ed il numero di 37,87 milioni di utiliz-

zatori del mercato. Secondo un'indagine condotta nel maggio 2006, il 25,5% della popolazione che naviga su Internet fa acquisti on line. In genere le transazioni sui maggiori portali sono sicure ma non mancano le lamentele. Per questo, il governo cinese ha preso diversi provvedimenti a tutela dei consumatori. La Banca Popolare Cinese che regola il settore creditizio nazionale e la politica monetaria ha emanato una direttiva che limita a 1000 RMB (103 euro) ogni transazione on-line effettuata dagli utenti cinesi. Pone inoltre una restrizione a 5000 RMB dei pagamenti giornalieri effettuati via internet. Solo le transazioni che richiedono l'utilizzo della firma digitale e del certificato di identificazione del compratore, sono esenti da queste restrizioni. Si tratta di un modo per indurre le banche a adottare sistemi di pagamento di nuova generazione e a aumentare i controlli per evitare possibili frodi tramite quelli



Internet point all'aeroporto di Beijing

di vecchio tipo. Infine, va evidenziato come il sistema distributivo cinese si trova oggi in grande difficoltà di fronte alle nuove sfide dell'e-commerce soprattutto per i colli di bottiglia imputabili alla logistica: infrastrutture inadeguate, inefficienza e inaffidabilità dei servizi di trasporto e consegna, uso limitato delle tecnologie da parte degli operatori del settore. Si aggiungono le even-

tuali restrizioni imputabili al protezionismo locale. Manca anche un'adeguata regolamentazione della materia contrattualistica legata all'attività delle vendite e del commercio online: il sistema giuridico cinese è di formazione recente e non sempre risulta in grado di rispondere coerentemente alle esigenze di un mondo in continua trasformazione.

LA CENSURA FRENA L'ULTERIORE SVILUPPO DI INTERNET

L'evoluzione di Internet e l'avvento dell'e-commerce sono una chiara espressione della globalizzazione ed informatizzazione che ormai è propria delle società avanzate. Oggi in Cina il tipo di connessione più diffusa è quella di banda larga, di cui usufruiscono 90,7 milioni di utenti, seguita dalle connessioni dial-up (modem) con 39 milioni utenti. L'Istituto di ricerca Ovum ha pronosticato che nel 2007 la Cina avrà un numero di connessioni a banda larga superiore a quello degli Stati Uniti. Non a caso,

China Telecom e China Mobile, i due operatori nazionali, hanno in progetto di ampliare le infrastrutture. Via di questo passo, entro il 2010 il 10% della popolazione cinese ovvero 130 milioni di persone potrà usufruire della banda larga. Tuttavia, considerando la Cina nella sua totalità, bisogna comunque rilevare che il 90% della popolazione ancora non utilizza Internet e si affida alla televisione come fonte principale di reperimento delle informazioni. Un problema fondamentale per l'ulteriore sviluppo

di Internet in Cina sembra essere quello della censura sempre più pervasiva operata dal governo cinese. È da rilevare che il Parlamento americano, all'inizio di quest'anno ha condannato l'operato di Microsoft, Cisco, Google e Yahoo per aver accettato i diktat della Repubblica Popolare Cinese in fatto di censura. Yahoo (partner di Alibaba e Taobao) ha aiutato le autorità cinesi a catturare il giornalista dissidente Shi Tao. Una mossa che ha frantumato la speranza di molti utenti di Internet convinti che la presenza dell'industria ITC americana in Cina avrebbe ammorbidito la morsa della censura statale. L'indagine da parte del Parlamento americano sta proseguendo per un chiarimento sull'operato delle aziende accusate di aver calpestato i diritti umani. Anche Skype, il sistema di comunicazione via internet di eBay (ora acquisito dalla cinese TomOnline), ha

ammesso la propria collaborazione con il governo cinese applicando la censura sui messaggi degli utenti. Microsoft ha a sua volta ammesso, nel gennaio di quest'anno, di aver bloccato di sua iniziativa il blog del dissidente cinese Zhao Jing, troppo critico verso il governo di Pechino. È da rilevare che l'intero settore delle telecomunicazioni risente delle politiche di regolamentazione volute dal partito comunista. Sulla carta, gli impegni presi nell'ambito della WTO dovrebbero favorire l'ingresso nel Paese di operatori stranieri. In realtà, una riforma del settore appare ancora molto lontana proprio perché il monopolio delle telecomunicazioni, in mano ancora allo Stato, rappresenta uno strumento importante per esercitare controllo economico e sociale.

**di Beatrice Spagnoli
e Alessandra Spalletta
(Osservatorio Asia)**

Vuoi investire o sviluppare il tuo business con la Cina?

Il nostro Gruppo ha costituito uno specifico Desk China.

Contattaci ai seguenti numeri:

Marco Rubinelli - CHINA DESK

BANCO POPOLARE

cellulare: 335 6993811 - fax 02 8580200-203

email: marco.rubinelli@bancopopolare.it