

IL RESTO DEL CARLINO

ED. MODENA

21 maggio 2007

Sfida al mercato cinese

Nel Paese orientale vendite aumentate del 22%

UNA FOLTA CORNICE di pubblico ha partecipato a ‘Si può vendere in Cina?’, incontro promosso da Confindustria Ceramica in collaborazione con osservatorio Asia. L’incontro, che ha visto le relazioni di Alfonso Panzani, presidente di Confindustria Ceramica, di Giorgio Prodi dell’Università degli Studi di Ferrara, di Romeo Orlandi, direttore di osservatorio Asia, Francesco Merloni della Merloni TermoSanitari e di Alberto Forchielli, Presidente di osservatorio asia, è stato moderato dal direttore generale di Confindustria Ceramica Franco Vantaggi. Ha introdotto i lavori il presidente Alfonso Panzani, che ha sottolineato l’importanza, per il settore della ceramica italiana, di questo secondo studio presentato insieme a osservatorio Asia a distanza di circa un anno.

«**LA CINA IN POCHI ANNI** è diventato il maggiore produttore mondiale di piastrelle di ceramica con oltre 3 miliardi di metri quadrati – afferma Panzani – nel quale decine di milioni di persone hanno stili di vita e di consumo paragonabili a quelli delle più evolute economie mondiali. Questo studio dimostra l’attenzione che il settore rivolge al colosso cinese e a tutta l’area dell’estremo oriente».

NEL SUO INTERVENTO, Giorgio Prodi ha illustrato i tratti salienti dello studio, sottolineando che «le vendite di piastrelle italiane in Cina hanno registrato un aumento del +22%, anche se in valore assoluto restano pressoché irrilevanti e superano di poco il milione di metri quadri. La produzione nazionale cinese – ha proseguito Prodi – è stata sostenuta da una domanda interna in continua crescita trainata da un settore immobiliare estremamente dinamico anche se frammentato e con differenze enormi tra città e campagne».

«**NON ESISTE** in Cina una rete distributiva del lusso, mentre invece vi è una distribuzione consolidata per il settore della ceramica: dopo la riforma del 2004 – conclude Prodi – è possibile per gli stranieri investire direttamente nella distribuzione superando i vecchi limiti che imponevano una joint-venture con una azienda locale e anche la logistica sta decisamente migliorando».

NEL SUO intervento conclusivo, Alberto Forchielli ha evidenziato come gli investimenti cinesi nel mondo siano attualmente intorno ai 35 miliardi di dollari e sono attesi triplicare nei prossimi anni. Le autorità locali sono ora molto più selettive negli investimenti stranieri sul territorio e si iniziano a promuovere propri marchi.

«**L’ETÀ MEDIA** degli imprenditori cinesi – afferma Forchielli – è di 37 anni e il 40% di essi è laureato e proviene da esperienze nelle joint venture con aziende straniere».