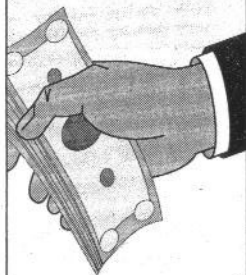


**I protagonisti  
della nostra  
economia**



**PER CONTATTARCI:  
FAX 800 252871**

**BOLOGNA** — Un seminario in grado di sviscerare tutti i segreti della Cina sotto il profilo dell'imprenditore italiano. E' questa la proposta presentata ieri nella sede della Fondazione Carisbo da Confindustria Emilia-Romagna, Osservatorio Asia e Almaweb, che hanno programmato tre giornate di studio il 4, 11 e 18 febbraio.

«Partiremo dalla cornice economica e da quella legale — ha detto Romeo Orlandi, esperto sinologo di Osservatorio Asia — per sviscerare la Cina nella storia e nella geografia, e la sua emersione come soggetto economico mondiale. Analizzeremo l'evento dei giochi olimpici 2008: insomma vogliamo inquadrare il grande Paese un po' come l'opificio del mondo».

Gli imprenditori che guardano con fascino, ma anche con timore alla Cina, si interrogano sulla proprietà intellettuale, sui marchi e brevetti e sull'uso non sempre rigoroso che ne viene fatto.

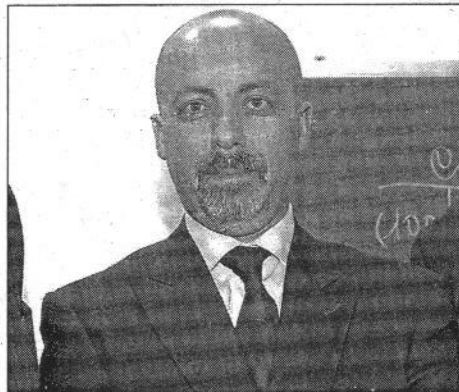
«Per questo — ha spiegato Orlandi, affiancato da Rocco Marcuccio di Confindustria regionale e Gianni Lorenzoni di Almaweb — dedicheremo ampio spazio al pro-

**BOLOGNA** Tre giornate di studio in febbraio

# «Spiegheremo i segreti della Cina agli imprenditori»

**Agli importanti seminari proposti da Confindustria Emilia Romagna parleranno esperti di Almaweb e Osservatorio Asia. Le difficoltà delle aziende sui mercati dell'Est**

**Romeo Orlandi, esperto sinologo di Osservatorio Asia**



blema delle imitazioni e contraffazioni, insomma alle regole del gioco. Il caso di studio del primo seminario sarà dedicato all'industria e al mercato automobilistico».

E gli altri seminari? Saranno affrontati temi-chiave come l'export verso la Cina, gli investimenti produttivi, la delocalizzazione degli impianti (conviene investire lungo la costa, attrezzata, ma più cara, oppure nell'entroterra arretrato, ma a costi più bassi?). Il mercato dei beni di consumo sarà il caso trattato in questo secondo seminario, mentre il terzo e ultimo

appuntamento affronterà la struttura del mercato, la reputazione e il futuro del made in Italy con le relazioni di Orlandi, del professor Alberto Forchielli, docente di economia aziendale all'Alma Mater e presidente di Osservatorio Asia, e di Cesare Gaetani

di Sanpaolo Imi.

«Occorre rinforzare le competenze dei soggetti — ha insistito il professor Lorenzoni — superare le diffidenze che ostacolano la creazione di insediamenti anche ripensando all'impresa che rimane qui. E, in prospettiva, pensa-



mo anche di organizzare corsi in Cina con personale docente del grande Paese».

«I dati dell'export delle aziende emiliano-romagnole verso la Cina — ha spiegato Rocco Marcuccio — tra il 2002 e il 2003 sono

aumentati del 15 per cento. Ma l'anno scorso questo processo si è contratto e nei primi 9 mesi registriamo una caduta del 22,6 per cento mentre dalla Cina l'import aumenta del 28,9. Il settore più trainante nel nostro export? Sicuramente quello metalmeccanico, con punte di particolare rilevanza nel packaging, nell'elettronica e nelle macchine utensili: la crescita rappresenta il 78 per cento di tutte le esportazioni regionali».

Marcuccio e Orlandi hanno aperto una interessante finestra su ciò che frena la propensione dei nostri imprenditori ad affrontare il mercato cinese.

«In particolare per le Pmi — hanno detto — c'è una difficoltà di capitalizzazione, unita a una generale diffidenza anche di carattere culturale per tutto ciò che è nuovo».

**Marco Tavasani**

## Focus

### Ditte emiliane all'assalto: solo a Shanghai sono 24

**S**ono 24 le aziende emiliano-romagnole presenti nell'area di Shanghai. E in tutta la Cina il numero è sicuramente superiore al centinaio tra uffici di rappresentanza, filiali commerciali e produttive. Quali sono i settori maggiormente coinvolti nel far east? Quelli made in Bologna, Modena e Reggio Emilia. Quest'anno è prevista una missione d'affari di Confindustria nell'ambito del progetto 'China Mech': studi di

fattibilità, di investimenti e missioni nel settore meccanico'. Uno degli elementi emersi alla presentazione del seminario è la diversità delle province e delle leggi del grande Paese asiatico, che richiedono approfondite conoscenze 'verticali' prima di intraprendere iniziative commerciali o industriali. Ma quali sono le imprese regionali che hanno già unità produttive in Cina? Fra le più importanti Arcotronics, SampUtensili, Brevin, Ima e Ref.