



CENTRO NORD

Il Sole **24 ORE**



€ 1,50
Il mercoledì con il Sole 24 Ore

I prezzi relativi ad altre combinazioni di vendita sono riportati sulle Dta

SETTIMANALE PER EMILIA-ROMAGNA, TOSCANA, MARCHE E UMBRIA

Poste Italiane SpA - D.L. 353/2003
com.L.46/2004 art.1 c.10 c.B. Milano

Mercoledì 6 Settembre 2006 - Anno 6° - N. 34
www.ile24ore.com

Internazionalizzazione. Nel 2005 le aziende del Centro-Nord hanno investito oltre 31 milioni (+61%)

Corrono gli scambi con la Cina

Export in ascesa ma l'import è ancora il doppio delle vendite

È un legame sempre più stretto quello che unisce il Centro-Nord alla Cina, terzo partner commerciale dell'area dopo Europa e Usa. Gli interscambi sono cresciuti l'anno scorso di oltre il 20% e gli investimenti diretti sono esplosi: +61% a quota 31 milioni di euro. Ma le potenzialità di sviluppo sono ancora quasi tutte da esplorare.

Nel primo trimestre 2006, secondo fonte Istat, gli scambi commerciali con il colosso asiatico hanno raggiunto i 1.090 milioni di euro a fronte dei 3,8 miliardi del 2005. Il saldo resta però negativo, fatta eccezione per l'Umbria, e il trend di crescita dell'import continua a essere più sostenuto rispetto a quello dell'export. Gli acquisti del Centro-Nord dalla terra di Mao, per lo più articoli di im-

porta, hanno superato i 2,75 miliardi di euro l'anno scorso (+23,4%), pari a oltre il doppio delle vendite in Cina, (1,07 miliardi nel 2005, +19,3%, soprattutto meccanica).

La concorrenza del tessile-abbigliamento cinese è così forte da mettere addirittura in crisi le imprese di concittadini emigrati in Italia: sono quasi 9mila gli imprenditori cinesi nell'area (5mila tra Prato e Firenze). Un centinaio per 9mila addetti, invece, secondo dati Reprint, le imprese da Piacenza a Terni con impianti produttivi nel Paese asiatico. E nuove opportunità si potrebbero aprire con la missione organizzata da Confindustria tra Nanchino e Canton, dove saranno presentati i marchi simbolo dell'imprenditoria del Centro-Nord.

Servizi > pagina 2

GOVERNO-CONFINDUSTRIA

In missione per cercare nuovi mercati

di Sara Cristaldi

Di Cina si sentirà parlare di nuovo nei prossimi giorni. Farà notizia molto più che in passato, almeno in Italia dove fino a poco tempo fa ha costituito un incubo con la sua concorrenza aggressiva e non è stata vissuta invece come un'opportunità.

Continua > pagina 2

