

# Il Treviso

Data: 10.11.06

Pagina: 1, 24

## Economia

### La Marca prima in Cina per aziende delocalizzate

■ ■ Treviso avanguardia veneta nella conquista dell'enorme mercato asiatico. Unindustria studia le strategie sostenere gli imprenditori. P. 24

**Convegno.** Dai dati di Unindustria, la Marca è la prima provincia veneta per numero di aziende in Cina

## Le piccola invasione trevigiana in Oriente per vendere qualità



◦ Non una minaccia, ma un grande mercato da conquistare. In Italia design e logistica

**Nicoletta Antonello**  
treviso@epolis.sm

■ La Marca alla conquista dell'Oriente: Treviso è la prima provincia veneta per numero di imprese in Cina, con 57 aziende sul totale regionale di 196, seguita da Vicenza a quota 56. Sono trevigiane il 27 per cento delle industrie manifatturiere aperte dai veneti in Cina, concentrate per quasi il 30 per cento nell'area di Shanghai.

**IL VENETO** si piazza tra le cinque regioni italiane con maggiori investimenti in estremo oriente, preceduto solo da Lombardia ed Emilia Romagna, e seguito da Piemonte e Toscana. I settori che vanno per la maggiore - quelli in cui i cinesi acquistano di più - sono il tessile (14%) e il metallurgico (13%), ma soprattutto le macchine per la produzione (35%): come a dire che le tigri asiatiche producono molto e bene anche perché si servono ampiamente di macchinari italiani. Delle enormi opportunità offerte dal mercato asiatico - che si espande a velocità ben

## La Marca d'Oriente



FONTE EPOLIS

INFOGRAFICA IL TRIVISO

# 57

**AZIENDE**

Treviso è la prima provincia veneta per imprese in Cina.

# 27%

**MANIFATTURIERO**

Il 27% delle manifatture venete in Cina è trevigiano.

# 30%

**A SHANGAI**

Le imprese di Marca sono concentrate nella regione.

lontane dai ritmi di crescita del vecchio continente - si è discusso ieri nel corso del convegno "Investire in Asia", promosso da Unindustria di Treviso in collaborazione con l'Osservatorio Asia di Bologna ([www.osservatorioasia.com](http://www.osservatorioasia.com)). Il monito lanciato dagli industriali è quello di non subire passivamente gli effetti della globalizzazione, ma

di sfruttarli come imperdibile possibilità di crescita, facendo decollare le esportazioni italiane in Cina e in India e cominciando a considerare i Paesi asiatici non più come meri invasori, ma come potenziali consumatori del Made in Italy. L'obiettivo delle medie imprese trevigiane è ora quello di incrementare le vendite dei propri

prodotti in Asia, puntando sulla qualità di design e tecnologie. Il metodo più auspicabile è quello dei consorzi: unirsi per affrontare insieme i costi della distribuzione. «La Marca si sta già muovendo in tal senso - spiega Alberto Zanatta, vicepresidente di Unindustria - abbiamo accresciuto le quote di mercato nei settori in cui operiamo. Ne sia-

## I dati



### Parchi commerciali «Investire di più»

■ Alberto Forchielli, presidente dell'Osservatorio Asia, si appella al sistema bancario perché si impegni in maggiori investimenti. E lancia la proposta dei parchi commerciali: «Acquistare grandi aree industriali in Asia da vendere alle imprese italiane, senza che i nostri imprenditori si muovano allo sbaraglio».

### Crescita triveneta Più forti del Nordovest

■ Il Nordest in Cina cresce in media del 10,3% ogni anno. Più lenta la crescita del Nordovest (5,3% l'anno), nonostante la massiccia presenza lombarda.

mo soddisfatti, ma siamo appena all'inizio nel monitoraggio e quindi nella conquista di Paesi che si stanno sviluppando alla velocità della luce». Delocalizzazione sì, dunque, ma solo della produzione su larga scala: «In Italia - sottolinea - devono rimanere i settori del design e della logistica, nonché la produzione di qualità e di nicchia». ■