

**COMMISSIONE III
AFFARI ESTERI E COMUNITARI**

RESOCONTO STENOGRAFICO

INDAGINE CONOSCITIVA

8.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 4 NOVEMBRE 2020

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE **PINO CABRAS**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Bazzoni Paolo, <i>presidente della Camera di</i>	
Cabras Pino, <i>presidente</i>	3	<i>Commercio italiana in Cina</i>	4, 6, 10
INDAGINE CONOSCITIVA SULLE DINAMICHE DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE E INTERESSE NAZIONALE		Comencini Vito (LEGA)	8
Audizione, in videoconferenza, del Presidente della Camera di Commercio italiana in Cina, Paolo Bazzoni:		Ehm Yana Chiara (M5S)	5, 10
Cabras Pino, <i>presidente</i>	3, 5, 6, 8, 9, 10, 12	Formentini Paolo (LEGA)	5
		Suriano Simona (M5S)	5

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: MoVimento 5 Stelle: M5S; Lega - Salvini Premier: Lega; Forza Italia - Berlusconi Presidente: FI; Partito Democratico: PD; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva: IV; Liberi e Uguali: LeU; Misto: Misto; Misto-Noi con l'Italia-USEI-Cambiamo !-Alleanza di Centro: Misto-NI-USEI-C !-AC; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Centro Democratico-Radicali Italiani-+ Europa: Misto-CD-RI-+ E; Misto-MAIE - Movimento Associativo Italiani all'Estero: Misto-MAIE; Misto-Popolo Protagonista - Alternativa Popolare (AP) - Partito Socialista Italiano (PSI): Misto-AP-PSI.

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE
PINO CABRAS

La seduta comincia alle 8.45.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati e la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati.

Audizione, in videoconferenza, del presidente della Camera di Commercio italiana in Cina, Paolo Bazzoni.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sulle dinamiche del commercio internazionale e interesse nazionale, l'audizione, in videoconferenza, del presidente della Camera di commercio italiana in Cina, Paolo Bazzoni.

Saluto e ringrazio per la disponibilità a prendere parte ai nostri lavori il dottor Bazzoni.

Ricordo che la Camera di commercio italiana — il cui Presidente onorario è l'Ambasciatore d'Italia in Cina, Luca Ferrari — è l'unica associazione di imprenditori e professionisti italiani ufficialmente riconosciuta dai competenti Ministeri della Repubblica italiana e della Repubblica Popolare Cinese ed opera per favorire l'internazionalizzazione delle imprese italiane e promuovere il *Made in Italy* in Cina.

Costituita nel 1991, la Camera è oggi radicata nel territorio con propri uffici a Pechino, Chongqing, Guangzhou, Shanghai e Suzhou. I soci della Camera di commercio comprendono le principali realtà im-

prenditoriali italiane: imprese a partecipazione statale e multinazionali, PMI manifatturiere e commerciali, società di servizi, etc. insieme alla Camera di commercio italiana di Hong Kong conta quasi mille imprese associate, su un totale di circa 1.400 che operano in tutta la Cina; oltre 150 realtà imprenditoriali italiane sono concentrate nella sola Suzhou e compongono il più grande distretto industriale italiano al di fuori dell'Unione Europea.

Per le aziende che già operano sul territorio cinese la Camera di commercio offre opportunità di informazione e formazione, nonché un'autorevole piattaforma di rappresentatività riguardo a tematiche di interesse comune; per gli imprenditori e professionisti interessati ad ampliare il proprio *business* in Cina, la CICC offre servizi di assistenza, consulenza e promozione, potendo sfruttare il legame con la comunità d'affari e le istituzioni locali.

Al riguardo, segnalo che un ulteriore e importante passo per la promozione e la connettività tra la comunità d'affari italiana e quella cinese è stato assicurato dalla creazione del *network* «*Friends of CICC*», che permette alle aziende cinesi di partecipare alle attività della CCIC ed entrare in contatto con i Soci.

La Camera di commercio italiana in Cina, inoltre, è parte di Assocamerestero, Associazione delle Camere di commercio italiane all'Estero, rete capillare di settantotto Camere in cinquantaquattro Paesi, riconosciuta assieme all'Agenzia-ICE e all'Agenzia Nazionale per il Turismo (ENIT) come terzo soggetto di promozione italiana all'estero.

Fatta questa premessa, sono lieto, quindi, di dare la parola al dottor Bazzoni affinché svolga il suo intervento. Prego.

PAOLO BAZZONI, *presidente della Camera di Commercio italiana in Cina*. Grazie a tutti voi per questa opportunità. Sono onorato di poter partecipare rappresentando la Camera di Commercio italiana in Cina. Mi presento brevemente: sono Paolo Bazzoni, sono in Cina da oltre tredici anni. Ho una carriera, diciamo, aziendale principalmente nel gruppo Pirelli, specializzato nella produzione di cavi, poi diventato Prysmian. Sono stato CEO di Prysmian in Cina e ora sono *board member* del gruppo Bonfiglioli. Sono stato eletto Presidente della Camera di Commercio italiana in Cina nell'aprile scorso insieme a un *board* di colleghi tutti aziendalisti, quindi le principali aziende rappresentanti il *business* italiano in Cina sono membri del *board*. Stiamo svolgendo un'operazione molto incisiva sul territorio cinese, abbiamo raggiunto oltre 550 soci nel giro di sei mesi — partivamo da meno di 400 — in un'azione sinergica, molto importante, svolta con le istituzioni, con l'Ambasciata ovviamente, con l'Ambasciatore Ferrari e tutti i Consoli delle circoscrizioni che lei ha nominato prima. Abbiamo l'ufficio, appunto, a Pechino, che copre però il territorio del nord, 126 soci a Chongqing, 50 soci nel sud-ovest, a Guangzhou e tutto il sud 81, a Shanghai 237 e a Suzhou abbiamo ne abbiamo una sessantina, quindi l'est rappresenta circa oltre il 60 per cento dei nostri soci e dove le nostre aziende si sono localizzate per prime.

Tenete presente che il *mix* delle aziende italiane in Cina localizzate è per oltre il 50 per cento rappresentato da aziende di meccanica, da piccole e medie imprese, da componentistica industriale, da automazione industriale. Poi, ovviamente, ci sono aziende di servizi, *food and beverage*, logistica e *retail* ed è proprio qui che noi pensiamo possano esserci importanti opportunità nel futuro. Sicuramente l'area della meccanica componentistica industriale è un'area consolidata. Non so se avete seguito la nostra partecipazione alla *China International Industry Fair* (CIIF), la fiera industriale che è stata organizzata a settembre nella municipalità di Shanghai, in cui abbiamo organizzato insieme ad Agen-

zia-ICE un padiglione italiano con oltre cinquanta aziende presenti in Cina, già localizzate, per dare *boost* alla nostra alla nostra immagine nel segmento della meccanica e componentistica. È molto importante, perché queste aziende, oltre a presenziare e a posizionarsi in modo molto interessante e anche, in alcuni casi, di *leadership* sul territorio cinese, trasmettono la tecnologia e l'innovazione italiana e danno un contributo importanti a importare dall'Italia anche i componenti e quindi anche questo è un *boost* per l'*export* italiano.

Ovviamente, questo settore della meccanica e componentistica è il *core*, ma abbiamo altri settori che sono, a nostro avviso, molto importante e in questo momento, a seguito anche dell'ultimo piano quinquennale che è stato varato dal Governo cinese in cui sostanzialmente la *dual circulation* prevede un *boost* al mercato domestico e ai consumi interni, quello che noi definiamo «*quality retail*» può essere un'opportunità interessantissima per le nostre piccole e medie imprese. *Quality retail* non è solo *fashion*, è *design* e *furniture* ed è su questo su questo filone che, lavorando sempre con le istituzioni, con ambasciate, consolati e con Agenzia-ICE, intendiamo aumentare la nostra presenza, la nostra pressione sul territorio.

Un'ultima considerazione che volevo portarvi è la nostra capillarità a livello territoriale. La Cina, come sapete, è un continente e con i nostri uffici copriamo il nord, il centro, il sud e il sud-ovest, però oltre a coprirlo, abbiamo interagito molto bene e stiamo interagendo con i Governi locali, siglando diversi *memorandum of understanding* in cui poniamo la Camera di Commercio come filtro per intercettare le opportunità di *business* per le nostre aziende italiane, sia per quelle già localizzate in Cina, ma soprattutto per quelle che dovranno e vorranno ancora arrivare. Charamente la situazione attuale è una situazione di blocco dei flussi logistici e le persone non possono arrivare, in questo momento, in modo facile in Cina, ma tutti ci auguriamo che nel 2021 si possa re-iniziare a viaggiare, e allora missioni per promuovere le nostre aziende possono essere sicu-

ramente molto importanti nei vari territori attraverso Camere di Commercio e Agenzia-ICE possiamo spingere il *quality retail* e la componentistica della meccanica e della mecatronica.

Io mi fermerei qui per non inondarvi di informazioni, ma sono disposto ovviamente a dar seguito a risposte alle vostre domande o considerazioni. Grazie.

PRESIDENTE. Grazie, dottor Bazzoni. Allora, chiedo ai colleghi se intendano porre domande o svolgere delle osservazioni. Sì, allora, c'è la collega Simona Suriano.

SIMONA SURIANO. Salve, buongiorno. Io avevo semplicemente una curiosità. Vorrei sapere quali sono le principali difficoltà che incontrano le nostre imprese nel localizzarsi in Cina e se è più ampia l'esportazione dall'Italia o è più forte la delocalizzazione e la localizzazione in Cina. Grazie.

YANA CHIARA EHM. Buongiorno anche da parte mia. Grazie per l'introduzione. Io avrei qualche domanda. La prima si affianca a quello che ha detto la collega Suriano, cioè, quali sono i campi principali che sono di interesse anche per l'Italia con la Cina e viceversa, quali sono i campi principali nel quale vi è interesse ad investire? Lei ne ha giustamente nominato alcuni, ma andando più nel dettaglio, sarebbe molto interessante vedere su quale campo specifico investire.

Vado alla seconda domanda, che era più una prima curiosità, che è la questione del fotovoltaico. Abbiamo visto che la Cina ha fatto un balzo negli ultimi anni incredibile, superando molto velocemente gli Stati Uniti e anche la Germania, che per anni erano stati comunque *leader* in quel settore, e la Cina poi li ha superati. In questo campo, per esempio, potrebbe essere la Cina proprio un *partner* credibile e nuovo di prima categoria da investire anche Italia-Cina?

Poi l'ultimo punto che mi interesserebbe sarebbe invece sulla parte dei diritti, sia dei diritti dei lavoratori sia sulla questione elementare dei diritti umani, se questo in qualche modo viene garantito e si può

conciliare. Ovviamente, la questione dei diritti umani in Cina è abbastanza nota e quindi se ci sono le garanzie anche su questo che fanno sì che vi sia comunque un'attenzione particolare in questi confronti. Grazie.

PRESIDENTE. Se posso, c'è anche un'altra domanda del collega Paolo Formentini. Le due colleghe che sono intervenute erano del gruppo Movimento 5 Stelle, Formentini della Lega.

PAOLO FORMENTINI. Grazie, presidente. Io vorrei sottrarmi un po' al quadro celebrativo dei rapporti commerciali tra Italia e Cina e fare qualche riflessione, se possibile. Noi un anno e mezzo fa abbiamo firmato un'intesa, quella del *memorandum of understanding* sulla Via della seta; però, come Italia, oggi non si capisce bene quali vantaggi abbiamo avuto per la promozione del *made in Italy*, anzi noi riteniamo che proprio non ce ne siano stati. In più, nel momento in cui tutto il mondo sta facendo una sorta di *reset* sulle relazioni con la Cina, non possiamo esimerci in questo contesto dal pensare che, sì certo, va benissimo la promozione del *made in Italy* in Cina, ma bisogna pensare anche a quanto sono pericolose queste relazioni commerciali quando si parla di furto di brevetti, di appropriazione di proprietà intellettuale e quindi serve una grandissima attenzione.

La collega che mi ha preceduto ha sollevato il tema difficile e drammatico delle condizioni di lavoro. Noi in piena pandemia abbiamo visto e letto su più quotidiani che addirittura alcuni dispositivi di protezione individuale sarebbero stati prodotti da carcerati o nei *laogai*. Ecco, quindi davvero ci troviamo in un momento cruciale, un passaggio storico in cui dobbiamo interrogarci sulla difesa delle nostre produzioni, sul *reshoring* e su questo proprio Le farei la domanda: in che modo, al contrario, voi avete segnali di ritorno, di rimpatrio di aziende che, in un momento così drammatico come questa pandemia, hanno capito che da tanti punti di vista, per interesse nazionale, è più importante tornare a produrre in Italia? Grazie.

PRESIDENTE. Bene, ci sono state un bel po' di domande e farei già un primo giro di risposte. Invito il dottor Bazzoni ad intervenire.

PAOLO BAZZONI, *presidente della Camera di Commercio italiana in Cina*. D'accordo. Io vorrei innanzitutto fare una premessa alla composizione delle nostre aziende in Cina. Le nostre aziende industriali in Cina sono qui per produrre valore per le aziende italiane, per le case madri per penetrare il mercato cinese. Non hanno delocalizzato, cioè la delocalizzazione forse in Cina è avvenuta agli inizi degli anni 2000 fino al 2005 o fino al 2006. Le aziende che adesso sono presenti in modo anche importante e positivo — io ne rappresento una, il gruppo Bonfiglioli per esempio, ma ce ne sono tante altre — sono in Cina *local for local*, quindi danno da lavorare a impiegati e operai che sono cinesi, molti dei quali sono anche italiani a livello di manager, di *professionals* e comunque creano valore, perché aumentano il loro posizionamento sul mercato cinese e hanno valore anche per le case madri. Questa è la fotografia. In questo momento noi rappresentiamo le aziende operanti sul territorio cinese.

Quindi, per venire alla prima domanda sulla localizzazione — quali sono gli elementi che possono generare gli elementi di successo o le criticità a operare in Cina come aziende —, quello che posso dire è che ovviamente le aziende hanno una loro *value proposition* e quindi, prima di decidere di venire in Cina, devono fare bene i conti e devono avere un *business plan* chiaro, devono capire qual è il mercato di riferimento, sapendo che il mercato cinese, in tutti i settori principali, è il mercato più attrattivo e il più grande al mondo, ma non è il solo. Quindi in Cina non c'è un *must*, non è obbligatorio venire in Cina, però è sicuramente un'opportunità e bisogna sfruttare questa opportunità da un punto di vista aziendale, quindi io sono un uomo di *business*, in termini di una localizzazione molto seria. La localizzazione seria passa attraverso una localizzazione della *supply chain*, mantenere un livello di qualità e di tecnologia identico a quello che abbiamo in

Italia o negli Stati Uniti, per le nostre aziende che sono globalizzate e quindi da questo punto di vista la localizzazione è un fattore chiave di successo. Qui ci sono tanti esempi in tanti settori: per andare nel settore della meccanica, sicuramente, della componentistica industriale, della mecatronica, dei macchinari e poi passiamo al *retail*, al *fashion*, al *furniture*, al *design*, sono tutti settori in cui le nostre aziende creano valore e possono dare un valore alle case madri.

A questo punto vado all'ultima domanda sull'attenzione alla *intellectual property rights* (IPR) e Lei ha citato anche le condizioni di lavoro. Allora, per le condizioni di lavoro esistono delle regole sul mercato del lavoro cinese per le aziende che operano su quel mercato. Sono regole che valgono per le aziende a capitale straniero, per le *joint venture*, per le aziende cinesi e quindi sono regolamentazioni che sono anche state implementate recentemente e sono molto — come dire — attente anche all'individuo, anche da un punto di vista ambientale. Non vorrei entrare in ambiti che non mi riguardano, o che perlomeno non conosco direttamente, che sono diritti umani in certe aree della Cina, di cui si parla, però sinceramente io non ne ho diretta conoscenza e penso siano più considerazioni che possono essere sviluppate a livello diplomatico. Da un punto di vista aziendale, noi garantiamo il supporto e la spinta, la promozione delle nostre aziende e su questo noi stiamo lavorando molto in stretta collaborazione con l'Ambasciata, con i Consolati, ma anche con le municipalità locali che — per venire alla domanda se l'accordo il *memorandum of understanding* siglato sulla *Belt & Road* ha dato dei vantaggi alle nostre aziende presenti in Cina — allora io posso dire che, da un punto di vista di progetti che la Cina ha sviluppato nei Paesi sulla *Belt & Road*, per esempio nei progetti infrastrutturali molte nostre aziende nate in Cina sono state coinvolte con forniture, questo sì.

Io ho visibilità per le aziende Cina su Cina, non ho una visibilità delle iniziative che sono partite in Italia, perché noi rappresentiamo le aziende operanti in Cina.

Da questo punto di vista, posso dire che le aziende italiane hanno avuto diverse *chance* di partecipare a gare internazionali promosse da società di Stato cinesi. Dopodiché, in questo momento in cui la Cina ha praticamente aumentato la sua spinta sul consumo interno, senza voler fare assolutamente della retorica, noi pensiamo che le nostre aziende hanno l'opportunità magari anche maggiore di altre aziende europee o, sicuramente, statunitensi, per aumentare la penetrazione sul mercato interno.

Sull'IPR ci sono delle regole che sono state, come dire, implementate e sviluppate. Abbiamo i nostri avvocati, abbiamo le nostre *best practices* nel fare delle valutazioni, degli *assessment* ogni volta che un'azienda intraprendere delle nuove iniziative o dei nuovi contratti di *joint venture*. Ovviamente, bisogna stare sempre molto molto attenti, non è un mercato facile, ma mi sentirei di dire che c'è stata un'evoluzione abbastanza importante nel campo dell'IPR e della protezione della proprietà industriale nel garantire più protezione alle aziende a capitale straniero. Ci sono stati, e a volte ci sono ancora, dei casi di fallimenti di società, soprattutto piccole, che sono incappate in *partnership* non fortunate, ma ancora una volta direi che non è un problema di sistema, bensì è un problema di azienda. È l'azienda che deve lavorare in modo serio, cautelarsi con dei professionisti seri e come Camera di Commercio noi cerchiamo di monitorare tutte le nuove opportunità che vengono avanti nel territorio in modo — come Camera di Commercio e insieme all'istituzione — da coprire e garantire il viaggio delle nostre aziende.

Per quanto riguarda l'energia rinnovabile, il nuovo piano quinquennale del Governo ha dato delle *guidelines* molto importanti sulla Cina *carbon neutral* entro il 2060. Noi abbiamo aziende qui che operano nel settore del *renewable*, anche come componenti, Bonfiglioli è una di queste e ce ne sono altre, abbiamo Snam, abbiamo importanti aziende che comunque si interfacciano nel settore del *renewable energy*. Certo, l'Italia è un'eccellenza, è un'eccellenza nel mondo ed è un'eccellenza in

Europa. Io penso che come sistema nell'ambito dell'energia possiamo fare ancora di più. Noi siamo disponibili a mettere sul piatto iniziative e incontri per aumentare la nostra presenza in questi settori, *business to business*, perché poi alla fine si parla di *business*, io non voglio entrare in altri in altri terreni. Quindi pragmatismo, sicuramente, attenzione ai dettagli e attenzione a come ci si muove, ma quello che posso dire è che in questo momento, rispetto, a forse cinque o dieci anni fa, le opportunità sul territorio cinese sono aumentate, nel senso che la qualità aspettata è aumentata, quindi la Cina ha aumentato il suo livello di tecnologia. Molte aziende sono *competitors* a pari livello con noi, molte altre invece faticano ed è qui che abbiamo un *gap* e possiamo sfruttare ancora questo *gap*.

Le aziende localizzate in Cina che ho citato prima, sono tutte aziende che hanno investito in Cina e stanno dando dei risultati positivi. Ieri abbiamo rilasciato una *press release*: ogni tre mesi noi facciamo una rilevazione *flash* sul *business sentiment* delle nostre aziende in Cina, è disponibile nei nostri canali ed è anche disponibile presso le agenzie di stampa. Su una rilevazione fatta nel terzo trimestre di quest'anno, su 550 soci, hanno risposto in 200 e oltre il 60 per cento di queste aziende — appartenenti al settore della meccanica e componentistica industriale — la fotografia del terzo *quarter* del 2020 dà una positività superiore al 2019. Teniamo conto che nei primi quattro mesi del 2020 c'è stato il blocco COVID-19 in Cina e quindi la Cina ha ripreso da maggio. Cosa vuole dire? Vogliamo dire che nei settori del digitale, dell'automazione, della componentistica industriale, dell'energia, del *retail* e servizi, la prospettiva delle nostre aziende localizzate in Cina è migliore per il 60 per cento dell'anno scorso e per circa il 20 per cento è uguale, mentre per il 12 per cento è inferiore. I settori inferiori sono gli elettrodomestici e la chimica.

Questo vuole dire che noi abbiamo comunque un sistema industriale in Cina che genera valore per le nostre case madri. L'esempio di Bonfiglioli: noi rappresen-

tiamo il 15 per cento del fatturato di gruppo e stiamo sicuramente creando valore in questo momento non facile per l'Italia e per l'Europa. Quindi, come dire, la mia testimonianza è ovviamente di essere molto cauti per tutte quelle piccole e medie aziende che non sono ancora in Cina, ma in questo momento c'è un sistema italiano in Cina che può, diciamo, accompagnare e monitorare possibili arrivi di nuove aziende per localizzarsi sul territorio cinese e per vendere ai cinesi: attenzione, non delocalizzare dall'Italia, non togliere lavoro alle aziende italiane. Qui in Cina ci sono circa 20 mila italiani che lavorano nelle nostre aziende: professionisti, manager, *general manager* e tecnici. Questo è capitale umano che è importante e dà valore alle nostre aziende e tiene alto la nostra competitività. Quindi mi sento di dire che sicuramente l'attenzione deve essere sempre alta, non bisogna assolutamente abbassare la guardia nei confronti della proprietà intellettuale, ma le garanzie ci sono e possiamo sicuramente controllare e monitorare questo tipo di investimento. Dopodiché è un discorso di *business to business*.

Vi sono particolari barriere all'entrata? Direi che in questo momento chi è in Cina da oltre cinque, dieci anni, e ha localizzato in modo serio la sua produzione e il suo *team* è sul territorio cinese, se la gioca alla pari con le aziende cinesi. Ovviamente il *size* è molto importante: aziende di piccole dimensioni devono essere protette dal sistema e possibilmente devono trovare dei *partner* locali affidabili. Su questo noi possiamo anche dare il nostro contributo, come l'abbiamo sempre dato. Forse mi sono dimenticato qualche domanda, perché non so se ho risposto a tutto. Vediamo un attimo: investimento, localizzazione, fotovoltaico, i settori, mi sembra di averli detti. Sulla *Belt & Road*, ho detto ci sono state delle possibilità su progetti *export* dalla Cina sui Paesi della *Belt & Road*, ai quali hanno partecipato alcune nostre aziende. Dopodiché, la panoramica generale delle aziende che sono anche in Italia, non le ho direttamente sotto la mia visibilità, perché, come dico, noi copriamo Cina su Cina.

Ovviamente siamo qui per promuovere il *made in Italy* in Cina e quindi insieme ad Agenzia-ICE e all'Ambasciata poi svolgiamo un'azione anche di promozione, ma fondamentalmente diamo un servizio alle nostre aziende associate in Cina. Abbiamo anche una parte di aziende che sono aziende cinesi interessate all'Italia, sono i cosiddetti «*friends*». Sempre di più le aziende cinesi sono interessate a *partnership* con aziende italiane, non sto parlando di acquisizioni, sto parlando di *partnership* o settori quali il *fashion*, il *design*, il *furniture*, in cui sicuramente c'è molta attenzione sul mercato cinese. Questa *dual circulation*, che sostanzialmente vuol dire aumentare il consumo interno ed essere quasi autosufficienti su tutte le richieste che il mercato ha, riteniamo, ancora una volta, che secondo il *quality retail* l'Italia abbia un vantaggio competitivo rispetto agli altri Paesi. Per cui, da un punto di vista aziendale, io penso ci siano le condizioni per migliorare anche il nostro *export* in questi settori.

PRESIDENTE. Bene, c'è lo spazio per ulteriori interventi. Ha chiesto la parola il collega Vito Comencini della Lega.

VITO COMENCINI. Sì, grazie. Ringrazio il dottor Bazzoni per questa audizione molto interessante e utile sicuramente per i nostri lavori. Chiaramente noi siamo qui per fare politica e sicuramente ci interessa anche il *business* per le nostre imprese, per il nostro Paese. Il *business*, però, come l'economia in generale si può basare su dei valori, su dei principi o meno e quindi credo che comunque sia fondamentale capire quanto in Cina le nostre imprese che vanno a investire o che comunque vanno a provare a sviluppare delle attività in quel territorio, si possono trovare di fronte a situazioni dove le condizioni dei lavoratori evidentemente non solo non sono quelle del nostro Paese, ma possono essere condizioni di vera e propria schiavitù e questo può comportare chiaramente un profitto maggiore per le nostre imprese. In parte Lei ha già risposto, insomma, dicendo che voi non siete a conoscenza in maniera specifica di determinate situazioni in determinate zone e regioni

della Cina dove ci possono essere queste criticità, diciamo, però credo che comunque sia importante capire come eventualmente voi sapete indirizzare, appunto, le imprese che tramite voi cercano di arrivare in Cina per investire e per evitare di trovarsi di fronte a persone, magari, che sono detenute nei *laogai* per motivi semplicemente di idee, opinioni, religione o quant'altro e quindi non detenuti per crimini, o comunque in generale detenuti per crimini che evidentemente da noi non sono tali, quindi insomma persone che sono ingiustamente detenute in questi campi di concentramento.

Detto questo, volevo poi fare delle domande su alcuni aspetti invece un po' più pratici, nel senso che una questione, molto importante secondo me e interessante da approfondire, per capire effettivamente l'appetibilità di questo Paese negli investimenti per le nostre imprese, è anche quello dell'energia. Che percezione avete voi di questo aspetto? Essendo che la Cina sappiamo che da diversi anni si sta ponendo il problema delle risorse energetiche e di come garantire l'energia alle imprese, alle industrie. Sappiamo il problema dell'inquinamento e quindi dei cambiamenti climatici, di cui in Occidente ci si preoccupa tanto, ma quando è la Cina a provarli, si fa finta di niente e parlo di industria a carbone o cose del genere. Sempre la Cina da qualche tempo, credo da circa un anno, ha attivato un gasdotto con la Russia, quindi ha questo rifornimento di gas direttamente dalla Russia, però è in continua ricerca di energia, dimostrando anche una propensione espansionistica, non dico dal punto di vista militare, ma sicuramente da quello politico per riuscire ad arrivare a queste risorse energetiche. Quindi vorrei capire effettivamente come è percepito da chi lavora in quei territori questo aspetto dell'energia, della possibilità dei costi e tutto quello che comporta.

L'altro aspetto — anche su questo in parte ha già risposto — riguarda la questione della proprietà intellettuale e quindi la tutela dei brevetti dei dati. Lei dice che sono garantiti e io vorrei capire meglio come, secondo Lei, sono garantiti, perché

per esperienza dico che la Cina è certamente un Paese, e soprattutto le attività in generale e molti cittadini della Cina, hanno un grande interesse verso quello che è l'Italia, verso quello che siamo in grado di produrre, il nostro artigianato, sono innamorati, si può dire, dei nostri prodotti e, nonostante ci siano delle città o comunque dei settori dove riescono a copiarci praticamente al 100 per cento, tante volte preferiscono il prodotto italiano proprio perché vogliono la qualità *top* che per loro è quella italiana. In particolar modo, faccio un esempio, quello dell'arte, dove appunto le opere, sono in grado di copiarle al 100 per cento, però ho avuto modo di verificare come se vogliono il *top*, vanno comunque a prendere le cose italiane. Ecco, quanto però questa contraddizione, quindi, tra il riuscire a copiare e comunque volere il prodotto italiano, perché è il prodotto migliore, effettivamente poi quanto questo arriva a garantire, secondo Lei, una tutela o non rischi così alti di essere copiati per i nostri brevetti e quant'altro?

Infine, Lei ha detto che ci sono aziende, non solo italiane, che tramite voi investono in Cina o comunque lavorano in Cina, ma anche aziende cinesi che sono interessate a entrare in società con aziende italiane o appunto investire in Italia. Da questo punto di vista, quando parliamo di aziende cinesi, quanto c'è dietro lo Stato? Spesso, quasi sempre, le aziende cinesi dietro hanno comunque lo Stato, perché sappiamo che là non c'è una democrazia come ce ne sono in Europa, come ce ne sono dall'altra parte dell'Oceano Atlantico, ma c'è chiaramente un regime comunista o che dir si voglia, che prevede appunto, comunque, una presenza forte dello Stato nelle aziende stesse, soprattutto se sono grosse aziende. Quindi anche questo è un aspetto molto importante, che secondo me è legato poi a sua volta alla tutela della nostra proprietà intellettuale, perché il rischio che se dietro c'è lo Stato, non è tanto il singolo privato che può copiare, ma che lo Stato abbia interesse a rafforzarsi anche da questo punto di vista. Grazie.

PRESIDENTE. Chiedo se ci sono altri interventi, raccomandando però brevità, per-

ché fra un po' avremo i lavori d'Aula in cui saremo impegnati. Ha chiesto di nuovo la parola Yana Ehm.

YANA CHIARA EHM. Sì. Soltanto brevemente, accodandomi a quello che ha detto il collega Comencini e quello che dicevo prima. Comprendo bene che la questione dei diritti umani non sia prettamente una sua e una vostra competenza, ma quello che non ho avuto neanche io, diciamo, la conoscenza diretta di nostre imprese in Cina, quindi è sicuramente soltanto da comprendere meglio, ma ho avuto l'esperienza, per esempio, delle aziende cinesi in Italia. Io sono toscana e la seconda comunità cinese più grande è a Prato e sicuramente il tema dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori interconnessi crea sempre una discussione molto ampia.

Quindi vorrei anche io un attimo ripuntare su questa tematica, facendo sì che vi sia comunque anche la questione commercio e, a livello economico, un'attenzione particolare a tal riguardo. Secondo me comunque sono interconnessi, ed è fondamentale. Grazie.

PRESIDENTE. Ulteriori interventi? Sennò, farei una domanda molto breve sulla situazione COVID-19 in Cina. C'è stato un *reset* delle attività da parte del sistema industriale cinese, perché abbiamo notato dai dati che c'è stata una buona reazione, tutto sommato, dal punto di vista economico e un riorientamento verso il mercato interno. Questo influisce anche sulle aziende italiane presenti in Cina, dottor Bazzoni?

PAOLO BAZZONI, *presidente della Camera di Commercio italiana in Cina*. Sì, è quello che ho menzionato prima. Poi mi date un indirizzo *e-mail* e vi faccio avere i dati di questo *survey* che abbiamo fatto. Sicuramente, come ho detto prima, la pandemia in Cina è terminata sostanzialmente verso aprile e maggio. Sono continuati ad esserci dei casi, ma molto ben controllati e circoscritti. Direi che dal mese di giugno in poi, con le dovute protezioni, nei luoghi pubblici con le mascherine e il controllo della temperatura negli aeroporti, nelle sta-

zioni, negli hotel, la vita sociale ed economica è in ripresa. La Cina dovrebbe chiudere l'anno in lievemente positivo a livello globale. Il terzo trimestre è stato molto importante, intorno al 6 per cento e il quarto dovrebbe essere uguale. Questo ha generato, ovviamente, dei ritorni molto interessanti sulle nostre aziende localizzate, principalmente, come ho detto, nei settori del digitale, dell'automazione, della mecatronica, della componentistica industriale, dell'energia, del *retail* e dei servizi.

Quindi in questo momento la Cina, ovviamente, è praticamente, come dire, *self-contained* ed è in questo senso che il Governo... concordo con l'intervento dell'ultimo onorevole, di cui non ricordo il nome, che diceva appunto che sostanzialmente il sistema economico cinese è un sistema *government driven*: è vero e lo sappiamo, però se è un sistema *government driven* da un punto di vista di politica economica, quindi questo è fuori dubbio, l'iniziativa imprenditoriale delle aziende di Stato o delle aziende private che poi hanno comunque sempre dei legami molto stretti con lo Stato e sono monitorate in modo molto più aziendale che non nel passato. Sono uscite delle leggi e delle implementazioni molto forti, sono state chiuse molte aziende di Stato che erano dei carrozzoni soltanto per generare occupazione o per creare delle posizioni di predominanza. Allora, l'economia di mercato in Cina è un'economia di mercato comunque molto avanzata da un punto di vista della competizione. Da questo punto di vista, quindi, le aziende che sono interessate a *partnership* o ad aziende italiane o a investire in Italia, sono aziende che hanno un razionale, *business plan*; e non parliamo di settori sensibili, parliamo dei settori della meccanica, della mecatronica, dell'*automotive*, del *fashion* e del *retail*. Ci sono degli esempi, non so se siete a conoscenza del gruppo Weichai-Ferretti, l'acquisizione del gruppo Ferretti che è avvenuta circa sette anni fa. Ferretti, che controlla le *shipboard*, che sono pilotine, e che ha dentro il gruppo Riva — quindi è diciamo una *boutique* del *luxury* nel settore della cantieristica navale — è stata acquisita dal gruppo Weichai. Il gruppo Weichai è un

colosso dell'*automated* e dell'*heavy industry*. Il gruppo Weichai sviluppa anche dei motori, dei motori industriali come li sviluppa CNH *Industrial*. CNH sta andando molto bene qui e anche il gruppo Weichai sta andando molto bene. Questo è un mercato enorme. Moltissime delle nostre aziende localizzate in Cina nella meccatronica sono fornitori del gruppo Weichai. Il gruppo Weichai ha acquisito in Italia e ha lasciato sostanzialmente gestire il gruppo Ferretti al *manager* italiano, dando sostanzialmente un supporto finanziario, perché il gruppo era un po' in difficoltà. Questo è un caso di successo.

Allora, quello che voglio dire è che bisogna fare degli *assessment* molto precisi, bisogna essere dei professionisti e quindi valutare caso per caso. In questo momento l'attenzione per la qualità si è alzata, quindi la Cina non è più interessata alla *mass production*, ma alla *quality production* e noi, come italiani, siamo i maestri nella qualità. Quindi il tema che produciamo qualcosa e magari c'è il rischio che ci copino, forse è avvenuto, sicuramente, ma adesso avviene sempre di meno, perché le aziende che generano qualità hanno un vantaggio competitivo e questo vantaggio è fatto da investimenti. Se non si investe nell'industria, non si rimane all'avanguardia. Le nostre aziende, con gli investimenti opportuni, possono essere sicuramente e avere successo in Cina. Bisogna stare sempre all'occhio. Noi, come Camera di commercio, proteggiamo e monitoriamo le situazioni e le aziende sono anche protette da questo punto di vista.

Per quanto riguarda le condizioni di lavoro, sono condizioni, come dicevo prima, molto chiare, c'è un'attenzione molto alta. Io parlo di aziende industriali con dipendenti oltre i quindici dipendenti, dai venti dipendenti in su. Faccio l'esempio di Bonfiglioli, noi abbiamo 220 persone. C'è un'attenzione molto alta, per esempio, all'*environment*, sono uscite delle nuove regolamentazioni sulla protezione ambientale. Sicuramente in passato la Cina ha fatto un po' quello che voleva, è vero, però adesso non si scherza più. Sono leggi per cui se vengono trovate aziende straniere o cinesi,

non importa, vengono punite e a volte si rischia anche la chiusura, quindi tutti si sono messi in regola. Non sto descrivendo il paese del Bengodi, è un Paese in cui l'economia di mercato è molto promossa e quindi le opportunità sono evidenti. Bisogna essere molto cauti nell'analizzare le *partnership*, ma in questo momento la qualità è quello che i cinesi vogliono.

Per quel che concerne le aziende statali e le aziende private, il 60 per cento delle aziende cinesi sono *state-owned company*, in qualche modo legate allo Stato e il 40 per cento sono *private*. Ci sono esempi di aziende private che sono *leader* del mercato cinese e alcune competono anche sul mercato mondiale, ci sono aziende di Stato che sono *leader*, ci sono aziende di Stato invece che non riescono ad emergere. Perché? Perché comunque si va sempre di più verso una logica aziendale, quindi premiare l'efficienza e premiare la qualità. Per le condizioni lavoro, citava l'onorevole il caso di Prato, sicuramente sono casi reali. In questo momento in Cina, nel mercato a noi visibile, il mercato in cui operano le nostre aziende, che è il mercato globale e il mercato domestico cinese, non ci sono condizioni che noi abbiamo rilevato di questo tipo, nemmeno queste condizioni che creano dei vantaggi competitivi, sfruttando delle situazioni che non sono, come dire, corrette. Ci saranno state, sì, sicuramente, magari ci sono ancora, però sicuramente non direi che creano una linea di tendenza, anzi. Quello che vorrei dire, in ultima analisi, è che se noi abbiamo tra Hong Kong e la Cina continentale circa mille aziende, queste mille aziende sono aziende che hanno deciso di investire in Cina per crescere in Cina, sul mercato cinese, per dare valore alle nostre case madri, dando valore, mantenendo il lavoro e facendo crescere il sistema italiano. Da questo punto di vista, la situazione che vediamo noi in questo momento crea delle nuove opportunità per il nostro *business* e quindi dobbiamo come sistema-Paese, quindi imprenditore, Camera di commercio, Ambasciate e Consolati, il nostro Governo e i nostri rappresentanti in Italia, muoverci in una posizione di poter sfruttare questo vantaggio

competitivo, senza dover arrivare a delle situazioni di compromessi che non sono assolutamente auspicabili, però direi massima attenzione, ma in questo momento ci sono forse più opportunità che nel passato e la protezione della proprietà intellettuale, ripeto, è aumentata.

PRESIDENTE. Bene. Adesso noi dovremo recarci in Aula, perché stiamo per iniziare i lavori. Quindi ringraziamo il dottor Bazzoni per l'ampia ed esaustiva rela-

zione e per le repliche molto puntuali e sarà interessante acquisire queste informazioni nell'ambito della nostra indagine conoscitiva. Dichiaro quindi chiusa l'audizione.

La seduta termina alle 9.35.

*Licenziato per la stampa
il 15 dicembre 2020*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



18STC0123380