



Sommario

ASIA

- ▶ Sfruttare le opportunità cinesi nell'automotive
- ▶ E-Commerce asiatico: perché guardare oltre la Cina
- ▶ Corsa globale per le terre rare: il ruolo del Piemonte

AFRICA

- ▶ Paesi Gate - Made in Italy

ASIA

Sfruttare le opportunità cinesi nell'automotive

L'industria automobilistica italiana sta affrontando sfide significative, tra cui il declino degli stabilimenti torinesi di Stellantis. L'opportunità che potrebbe scuotere il territorio deriva dall'emergere di attori cinesi come DongFeng, che ha recentemente siglato un accordo con l'italiana Malda-rizzi Automotive. È importante sottolineare che le aziende italiane possono trarre vantaggio da questo nuovo scenario, ma è fondamentale affrontare anche i rischi legati ad una dipendenza eccessiva da partner cinesi.

La Cina è leader nella produzione di veicoli elettrici e controlla una parte significativa delle materie prime necessarie. Le aziende italiane possono sfruttare l'accesso alle tecnologie avanzate e ai know-how cinesi non solo per ridurre i costi di produzione, ma anche migliorare la competitività dei prodotti italiani sul mercato globale. La recente visita della premier Meloni in Cina ha messo in evidenza l'intenzione dell'Italia di rafforzare i legami economici con Pechino, aprendo la strada a nuovi investimenti in ricerca e sviluppo. Le alleanze con aziende cinesi potrebbero sfociare in un rapido accesso a tecnologie avanzate, processi di produzione avanzati e opportunità di portare avanti una ricerca congiunta. Tutti elementi che consentirebbero alle imprese italiane di migliorare i propri prodotti e riaffermare il potere dell'automotive Made in Italy.

In un contesto segnato dall'emergere della Cina, la filiera delle batterie in Europa rappresenta un'opportunità per le aziende italiane. L'Europa, e in particolare la Polonia, sta affermandosi come un centro strategico di produzione. Mentre la Cina espande la sua influenza nel settore delle batterie e delle materie prime, politiche come il "Critical Raw Materials Act" (l'atto europeo per l'approvvigionamento di materie prime critiche) e il "Net Zero Industry Act" (l'atto per l'industria a emissioni zero) spingono le aziende europee a sviluppare nuove strategie per competere e collaborare efficacemente. Le alleanze con aziende cinesi possono rivelarsi vantaggiose, offrendo accesso a know-how che permetterebbe alle imprese europee di sviluppare le proprie fonti di approvvigionamento, riducendo poi in futuro la loro dipendenza dalle risorse cinesi.

D'altra parte, è essenziale che le aziende siano consapevoli dei rischi connessi ad un'eccessiva dipendenza dalle tecnologie e dalle risorse cinesi. Questo potrebbe esporre le imprese a fluttuazioni globali del mercato e a vulnerabilità geopolitiche.

E-Commerce asiatico: perché guardare oltre la Cina

Quando si parla di Asia e si parla di e-commerce, notiamo che il continente è in pieno fermento. Per gli imprenditori italiani che desiderano espandersi, limitarsi ad osservare la Cina significa perdere opportunità preziose. La crescita dell'e-commerce in Cina è ovviamente innegabile, ma tanti altri mercati come l'India e l'Indonesia, nonostante stiano rapidamente conquistando una posizione di rilievo, vengono spesso sottovalutati per le aziende che cercano nuovi sbocchi e possibilità di espansione. La spinta alla digitalizzazione e l'aumento delle connessioni ad internet hanno aperto le porte a milioni di nuovi consumatori in queste economie emergenti.

L'India si distingue per la sua classe media in rapida espansione e un potere d'acquisto in aumento. Qui, l'e-commerce sta trasformando completamente la società, con giganti come Amazon e Flipkart che hanno investito miliardi di dollari per affermarsi. La particolarità del Paese sta nella crescente domanda di prodotti di qualità, scenario che offre spazio a nuovi attori, specialmente per aziende che possono sfruttare il prestigio del marchio "Made in Italy". Questa trasformazione si riflette anche nel cambiamento delle abitudini di consumo: le famiglie indiane stanno passando da modelli di acquisto tradizionali a modalità più moderne e digitali, influenzate dall'aumento della penetrazione di Internet e dall'accessibilità dei dispositivi mobili. La diffusione di servizi digitali, come pagamenti online e app di e-commerce, sta accelerando la transizione verso un'economia sempre più basata sul digitale, ridefinendo le dinamiche sociali ed economiche del Paese.

In Indonesia, il mercato dell'e-commerce è spinto da una popolazione giovane e sempre più connessa, con una forte propensione agli acquisti effettuati direttamente tramite dispositivi mobili. Con oltre 270 milioni di abitanti, il Paese rappresenta un vasto bacino di consumatori digitali, favorito anche dalla diffusione degli smartphone, che ha reso gli acquisti online una pratica sempre più diffusa. Un fenomeno in rapida crescita è il "social commerce", ovvero l'acquisto di prodotti direttamente attraverso piattaforme social come Instagram, Facebook e TikTok. Questo modello sfrutta l'interazione sociale e la fiducia tra utenti per promuovere e vendere i prodotti, spesso utilizzando delle live streaming e recensioni di influencer locali. Una società di ricerca di mercato Indonesiana, Populix, ha riportato che il 66% dei consumatori indonesiani acquista prodotti direttamente da piattaforme di e-commerce, evidenziando la crescente importanza di canali online.

Ovviamente, nonostante le opportunità del Paese, le aziende che intendono entrare nel mercato indonesiano devono affrontare delle sfide significative. Le infrastrutture logistiche sono ancora in fase di sviluppo: bisogna tener conto della complessa geografia del Paese, composta da migliaia di isole, cosa che rende la distribuzione dei prodotti una vera e propria sfida. Inoltre, per avere successo in Indonesia, le aziende che vogliono entrare nel mercato devono adattare le proprie strategie alle specificità del mercato, ciò include la collaborazione con partner locali e l'utilizzo efficace delle piattaforme social per raggiungere i consumatori e offrire prodotti che rispondano alle esigenze culturali e alle tendenze locali.

<https://www.sisinternational.com/it/copertura/ricerche-di-mercato-asiatiche/consulenza-e-commerce-in-asia/>

<https://ilcaffegeopolitico.net/968261/e-commerce-in-vietnam-opportunita-di-crescita-nonostante-il-rallentamento-globale> - <https://www.mordorintelligence.it/industry-reports/india-ecommerce-market>

Corsa globale per le terre rare: il ruolo del Piemonte

L'aumento della domanda globale di terre rare come neodimio, disprosio e praseodimio sta spingendo l'industria a una nuova corsa per accaparrarsi queste risorse, così fondamentali quanto difficili da estrarre. Nonostante i nomi possano apparire ostici, questi materiali sono essenziali per

tecnologie avanzate come le batterie per veicoli elettrici, le turbine eoliche e i dispositivi elettronici, componenti chiave della transizione energetica e digitale. Ad oggi, la Cina è il paese che detiene la maggior parte della produzione globale di terre rare, spingendo Europa e Stati Uniti a cercare alternative per ridurre la dipendenza da Pechino.

Secondo la Fondazione Leonardo, l'Italia potrebbe posizionarsi come leader europeo nel recupero delle terre rare dai prodotti a fine vita. Il Piemonte, in particolare, è una delle regioni più industrializzate d'Italia e ospita un fitto tessuto di aziende specializzate nella lavorazione di materiali critici e nel riciclo dei RAEE (Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche), una fonte ricca di terre rare. Si stima che entro il 2040 il riciclo potrebbe coprire dal 20% al 32% del fabbisogno italiano di materie prime critiche, grazie a investimenti mirati in tecnologia e innovazione. La presenza di eccellenze accademiche come il Politecnico di Torino ha già permesso lo sviluppo di progetti all'avanguardia per il recupero di metalli preziosi e terre rare dai RAEE, senza l'uso di processi altamente inquinanti come l'incenerimento.

Oltre al riciclo domestico, paesi come la Repubblica Democratica del Congo e il Sudafrica rappresentano importanti opportunità di partnership strategiche per le imprese italiane. Ricchi di terre rare ma spesso carenti di infrastrutture e di know-how, questi paesi possono offrire alle aziende italiane l'opportunità di supportare lo sviluppo di processi di estrazione e trattamento più sostenibili. Le aziende possono contribuire alla formazione di tecnici locali, trasmettendo il proprio know-how attraverso collaborazioni con importanti istituzioni, come il Politecnico di Torino. Questa forma di "diplomazia industriale" non solo facilita l'estrazione e l'approvvigionamento rendendo i mercati emergenti più accessibili, ma riduce anche la vulnerabilità alle interruzioni delle catene di fornitura globali. Investire nell'estrazione di terre rare dai RAEE e nei mercati emergenti permette alle imprese piemontesi di diversificare le proprie fonti, riducendo la dipendenza dal mercato cinese. Questa strategia è in linea con il Cri-



tical Raw Materials Act, la strategia dell'Unione Europea volta a garantire un approvvigionamento sicuro e sostenibile di materie prime critiche: investire in progetti innovativi, rafforzando la resilienza e l'autonomia delle filiere europee.

<https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/terre-rare-quali-alternative-alla-cina-30532>

<https://www.fondazioneleonardo.com/stories/terre-rare-cosa-sono-dove-sono-e-perche-ne-abbiamo-bisogno>

AFRICA

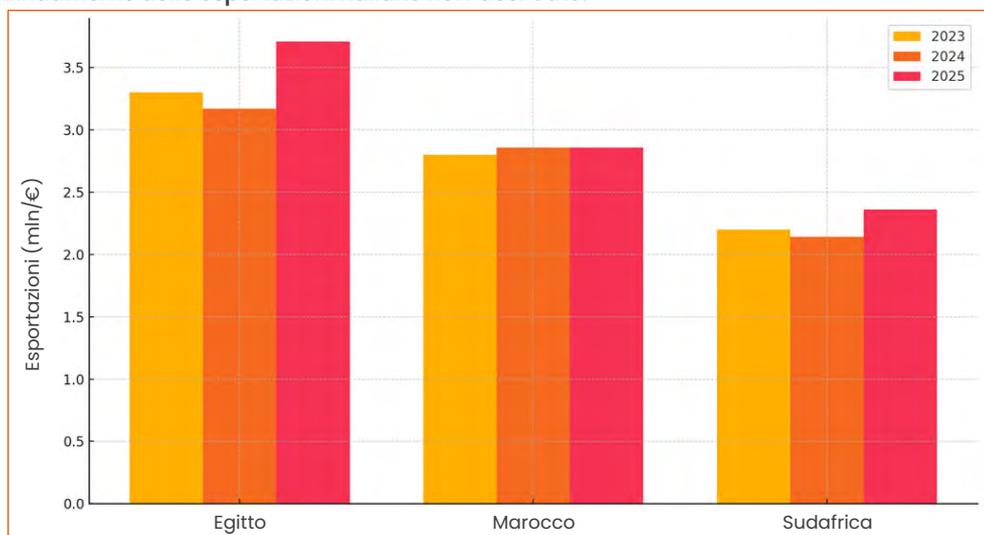
Paesi Gate – Made in Italy

Nell'odierno contesto globale in rapida evoluzione, paesi come Egitto, Marocco e Sudafrica, emergono come destinazioni perfette per tutte le aziende italiane interessate ad espandersi in mercati africani. Il nuovo report di SACE (il Gruppo assicurativo-finanziario italiano, direttamente controllato dal Ministero dell'Economia e delle Finanze), definisce questi tre paesi: Paesi Gate. Questi rappresentano infatti porte d'accesso strategiche per l'export italiano verso il continente africano, offrendo non solo mercati in crescita, ma anche condizioni vantaggiose per chi decide di investire.

L'Egitto sta realizzando la "Nuova Capitale Amministrativa" (NAC), una città situata a circa 45km a est del Cairo, pensata per ospitare più di 6,5 milioni di abitanti. Questo ambizioso progetto prevede infrastrutture moderne, come una rete ferroviaria ad alta velocità che collegherà la capitale al Mar Rosso e al Mediterraneo. Accanto a questa iniziativa, la Zona Economica Speciale (ZES) del Canale di Suez apre enormi possibilità per le aziende italiane, offrendo incentivi fiscali e agevolazioni doganali per attrarre investimenti stranieri in una delle rotte di navigazione più strategiche al mondo. Le imprese italiane possono sfruttare questa piattaforma per stabilire una base operativa e accedere rapidamente ad Asia e Africa, beneficiando di riduzioni fiscali, tariffe agevolate e infrastrutture logistiche avanzate.

Il Marocco ha invece investito sulla diversificazione economica, diventando un hub industriale per automotive, energie rinnovabili e agroalimentare. Grazie alla posizione strategica tra Europa e Africa e ai collegamenti con la ZES del Canale di Suez, il Paese offre opportunità significative per le aziende italiane. Un progetto di punta è il complesso Noor Ouarzazate, uno dei più grandi impianti solari al mondo, attraverso cui il Marocco punta a generare oltre il 50% della propria energia da fonti rinnovabili entro il 2030. Questo progetto è molto importante per tutte le aziende interessate a fornire tecnologie green: sfruttando i collegamenti con la ZES, le imprese possono importare componenti a costi ridotti e successivamente esportare prodotti energetici e tecnologie green verso l'Africa e Medio Oriente. Un discorso differente è quello collegato al Sudafrica, un mercato più maturo e avanzato rispetto agli altri paesi, che rappresenta una base strategica per le aziende italiane grazie alla propria stabilità economica. Nonostante ciò, è un mercato dove la domanda di impianti automatizzati è

Andamento delle esportazioni italiane nei Paesi Gate.



Fonte: SACE, Doing Export Report 2024.

creciuta del 10% annuo negli ultimi 5 anni. Questo dato evidenzia come le competenze italiane possono rispondere alla crescente richiesta di tecnologie all'avanguardia, migliorando l'efficienza e la qualità nella produzione. La combinazione di questi mercati in espansione, le condizioni fiscali favorevoli e le posizioni strategiche, rendono questi "Paesi Gate" destinazioni ideali per il Made in Italy, permettendo al tempo stesso alle aziende di costruire una propria presenza duratura e competitiva nel panorama africano.

<https://www.industriaitaliana.it/report-sace-egitto-marocco-sudafrica-paesi-gate-export-italiano/>
<https://finanza.lastampa.it/News/2024/07/08/export-italiano-sace-egitto-marocco-e-sudafrica-i-paesi-gate-/NzVfMjAyNC0wNy0wOF9UTEI>

Supplemento alla pubblicazione periodica
"Piemonte Impresa"

Direttore Responsabile: Isabella Antonetto
 Contatti: Centro Studi - studi@ui.torino.it.

Ogni utilizzo non autorizzato, includendo senza limiti la copia, distribuzione, trasmissione o qualsiasi altro utilizzo dei dati, non è permesso senza il previo consenso. Confindustria Piemonte non ha alcuna responsabilità, dovere o obbligazione riguardo al contenuto e alle informazioni riportate contenenti errori, imprecisioni, omissioni o ritardi dei dati o per qualsiasi azione presa con il loro utilizzo. Confindustria Piemonte non sarà responsabile per danni speciali, incidentali o consequenziali all'utilizzo dei dati.

Dezan Shira & Associates è una società di consulenza specializzata nell'assistenza agli investimenti diretti esteri per le società che intendono stabilire, mantenere e far crescere le loro operazioni in Asia. I servizi di Dezan Shira includono consulenza legale e strategica, costituzione e registrazioni societarie, tenuta contabile con redazione di bilanci periodici ed annuali consulenza fiscale e finanziaria, due diligence, revisione contabile, gestione tesoreria, libri paga e personale, transfer pricing, consulenza IT, deposito marchi e servizio visti.

Dezan Shira & Associates, oltre alla consulenza diretta per le aziende (legale, strategica, fiscale, ecc...), cura Asia Briefing, un portale attraverso cui diffondere materiale informativo (articoli, riviste, guide) utile per capire come muoversi sui mercati asiatici. Asia Briefing include alcune sezioni specifiche per i vari paesi dell'area asiatica, su cui vengono pubblicate costantemente notizie anche in lingua italiana: China Briefing, India Briefing, ASEAN Briefing, Vietnam Briefing e il nuovo Indonesia Briefing.

Chi fosse interessato ad approfondire o avesse richieste specifiche può consultare il sito www.dezanshira.com oppure può contattare il Centro Studi dell'Unione Industriali (tel. 011 5718502 - studi@ui.torino.it).