



Confindustria Macerata

Gruppo Giovani Imprenditori

Ciclo di Seminari

FARE BUSINESS IN CINA E ATTRAVERSO LA CINA **Le competenze necessarie**

Il progetto formativo è finalizzato a trasferire le conoscenze socio-culturali, giuridiche ed economiche di base per conoscere la Cina e per comprendere le opportunità di business offerte da questo Paese.

Il progetto si articola in 3 seminari della durata di mezza giornata l'uno. L'impostazione dei seminari nasce da 2 presupposti: la conoscenza e' un fattore di successo e la Cina e' un Paese che va conosciuto meglio.

Comprendere le scelte del Paese, analizzare i meccanismi decisionali, apprendere la diversa "etica del lavoro" non sono, infatti, esercizi accademici ma strumenti di lavoro.

Oggi, acquisire familiarità con il commercio e con l'industria in Cina rappresenta un esercizio fondamentale per non rimanere colti tra la retorica di un mercato sconfinato e la realtà di successi sporadici.

Il progetto sarà coordinato e operativamente realizzato da "Osservatorio Asia", una società nata dall'impegno congiunto di alcuni professionisti esperti di Estremo Oriente e da Almaweb dell'Università di Bologna.

Le lezioni saranno tenute dal **Prof. Romeo Orlandi**. Ad ogni seminario sarà, inoltre, fornita una **testimonianza di un professionista o di dirigente d'azienda che ha già affrontato la Cina**.

Romeo Orlandi è un economista, sinologo ed esperto di Asia Orientale. E' professore a contratto al Dipartimento di Discipline Economico-aziendali dell'Università di Bologna (corso in "Processi di Globalizzazione ed Estremo Oriente") e VicePresidente di "Osservatorio Asia". E' stato direttore degli uffici ICE di Shanghai e Pechino dal 1998 al 2003 e Senior Consultant presso la Fondazione Italia-Cina.

I SEMINARI

Sabato 2 Aprile 2005 (Ore 8.45 –13.15)

La cornice economica. La Cina nella storia e nella geografia. L'emersione della Cina come nuovo soggetto economico mondiale. Il nazionalismo e l'economia. L'apertura all'esterno ed il Wto. "Socialismo di mercato con caratteristiche cinesi". I successi internazionali. Analisi economica dei Giochi Olimpici 2008. Gli investimenti stranieri. La Cina opificio del mondo.

La cornice legale. L'etica del lavoro. Valori condivisi. L'integrazione nella globalizzazione. C'e' protezione per la proprietà intellettuale? Imitazioni e contraffazioni. La distribuzione è all'altezza dello sviluppo economico? Esistono contratti di rappresentanza? Quale concetto prevale: "The rule of the man" oppure "The rule of the law"?

Le problematiche fiscali connesse ai rapporti con la Cina. Intervento del Prof. Stefano Acquaroli

Stefano Acquaroli è Dottore Commercialista, Docente SDA Bocconi e Condirettore del Master in Relazioni Industriali e Commerciali con i Paesi dell'Est Europeo, organizzato dalla Facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Macerata



Confindustria Macerata

Gruppo Giovani Imprenditori

Sabato 9 Aprile 2005 (Ore 8.45 –13.15)

Le esportazioni verso la Cina. Sviluppo e limiti dell'esperienza italiana. La Cina e' il più grande mercato del mondo? Quanti sono i nuovi ricchi? La Cina importa ciò che vorremmo o ciò di cui ha bisogno? I sistemi di pagamento sono adeguati?

Gli investimenti produttivi. Produrre in Cina per vendere altrove? E' suggeribile una joint-venture oppure una wofe (società di intera proprietà straniera)? L'esperienza italiana è differente da quella degli altri paesi? Come si stabilisce il valore delle parti? Investire nella costa attrezzata ma più cara o nell'entroterra arretrato ma con bassi costi?

L'outsourcing. Pochi investimenti e pochi rischi? E' la soluzione più opportuna per le PMI? Far produrre componenti o prodotti finiti? La Cina ha sufficienti materie prime? La sua rete logistica è adeguata? Si può rifornire il mercato interno con la cessione di licenza?

Caso di studio: Il mercato delle calzature

Sabato 7 Maggio 2005 (Ore 8.45 –13.15)

La struttura del mercato. Macroeconomia. I progressi ed i limiti: distribuzione, concorrenza, marketing e finanza. L'affermazione dei marchi cinesi. "Chinese buy chinese". Reputazione e futuro del Made in Italy. Alternative praticabili. Il punto di vista del governo cinese. Conclusioni.

Caso di studio: Il mercato dei beni di consumo