

## CePIM – Interporto di Parma

Convegno: “La Nuova Via della Seta” - 24 ottobre 2017, Confindustria, Roma

### **Il trasporto aereo quale moderno elemento di congiunzione di due culture**

*\*Intervento dott.ssa Maria Teresa Bocchetti, Segretario Generale Assaeroporti*

Ringraziamo l'interporto di Parma per avere concesso ad Assaeroporti l'opportunità di partecipare all'odierno incontro su una tematica che, benché di rilevante importanza per il settore aeroportuale, non lo ha visto particolarmente coinvolto.

Come hanno rilevato coloro che sono intervenuti prima di me in modo assolutamente esaustivo, l'iniziativa cinese da cui è partita la nuova Via della Seta è soprattutto un grande progetto economico che punta a integrare l'Asia e l'Europa costruendo sei corridoi di trasporto via terra e via mare, attraverso i quali circoleranno merci, tecnologie e cultura.

La nuova Via della Seta “ambisce” a migliorare la connettività attraverso questi sei corridoi economici di trasporti multimediali. L'obiettivo è ambizioso: si vuole collegare la Cina all'Asia Meridionale e Centrale, alla Russia, all'Africa e all'Europa, aprendo nuovi canali via terra e via mare e migliorare la connettività costruendo infrastrutture, ferrovie e porti.

Si tratta di un progetto molto ampio che, in alcune fasi, è già partito lungo due aspetti che coinvolgono l'economia italiana: le nuove reti ferroviarie che connettono la Cina all'Europa e il rafforzamento dei porti, in particolare nel Sud Europa.

Tuttavia, lo sviluppo futuro di tutto il progetto non può non coinvolgere un profilo che, nella prospettiva del sistema Italia, appare come il più rilevante, ovvero il trasporto aereo non solo delle persone ma soprattutto delle merci. Il trasporto aereo è una modalità importante della Nuova Via della Seta che è già stata sperimentata con successo ad esempio per il trasporto di fiori, frutta e verdura dai mercati cinesi a quelli dell'Asia centrale, in quanto ammortizza notevolmente i costi e consente buoni profitti. Dalle province dello Shaanxi, Henan, Ningxia e Xinjiang partono linee aeree che hanno rafforzato notevolmente gli scambi economici intercontinentali.

La cosiddetta Cintura Economica Eurasiatica, che gode i frutti del significativo incremento economico raggiunto dalla Cina con Paesi come Russia, Turchia, Iran, Arabia Saudita, Pakistan e Indi, è perfettamente complementare alla Cintura

Economica della Via della Seta, che include anche Germania, Francia, Gran Bretagna, Italia, Ucraina e altri paesi europei oltre ad Egitto, Libia, Algeria, Nord Africa ed Asia centrale.

Ma il trasporto aereo ha anche un'importanza fondamentale per le nostre esportazioni italiane in Cina. Basti pensare che per aereo viaggiano molti prodotti caratteristici del Made in Italy ad alto valore aggiunto: moda, design, auto sportive, meccanica di lusso. La Cina rappresenta il 30% del mercato globale del lusso: ad affermarlo sono gli stessi manager di Alibaba, il colosso cinese leader dell'e-commerce, concorrente di Amazon. D'altra parte sta crescendo anche la nuova classe media che deve scegliere cosa consumare e compra prodotti italiani. Si può notare anche il cambiamento dell'approccio al mercato del lusso da parte del consumatore cinese.

Alibaba funge da ponte per le aziende che vogliono arrivare sul mercato con uno specifico sito del lusso del gruppo (Mei.com). Per approcciare il mercato cinese bisogna tenere conto che in Cina la piattaforma è un luogo dove il consumatore passa tutta la giornata, un dato di fatto da cui i marchi non possono prescindere. Inoltre, nessuno utilizza più nulla se non con il proprio cellulare. A parte questa forte digitalizzazione, il cinese sta iniziando a concepire un concetto di lusso a 360° e ciò ci agevola come offerta italiana.

La Cina è la seconda economia del mondo, eppure il suo reddito pro-capite è al centesimo posto. Dal '78, anno di apertura all'occidente, fino al 2004, per 25 anni il tasso di crescita annuo dell'economia cinese è stato del 9%, la Cina ha avuto una fortissima riduzione della povertà e il reddito pro-capite è aumentato di 5 volte rispetto ad allora, un vero e proprio miracolo. Per molti economisti questo è un miracolo destinato ad esaurirsi: un'economia non può basarsi all'infinito sull'esportazione, sull'imitazione del know-how di altri e sulla produzione a basso costo. Per avere uno sviluppo sostenibile e durevole deve basarsi sulla produzione per consumo interno e transazioni di capitali a piccole aziende. Proprio per questa ragione la Cina punta molto su uno sviluppo bilanciato e su una transizione guidata da consumi, servizi e commercio online, più che dall'industria pesante.

Mobile, e-commerce e big data sono i settori di punta: è internet il vero volano dell'economia cinese degli anni futuri in grado di incentivare consumi interni e creare occupazione tanto che il piano di sviluppo del Governo cinese per i prossimi 10 anni è basato sull'e-commerce transfrontaliero e quindi tutto ciò aumenta le opportunità per le aziende straniere in un mercato cinese sempre più aperto.

Nel contesto che si va delineando, per uno sviluppo futuro, la via aerea appare quella che si pone più delle altre come via a doppio senso, valevole sia per le esportazioni cinesi in Italia sia per le nostre esportazioni dei beni più pregiati del Made in Italy.

È giunto il momento di vendere il “Made in Italy” in Cina e non solo il “Made in China” in Italia. Secondo la Luxury World Association, la Cina è già il secondo mercato al Mondo nei consumi dei beni di lusso. In Cina sono già presenti 100 marchi italiani con più di 600 negozi, la moda italiana è uno dei segmenti più apprezzati dai consumatori cinesi.

Non è un caso che Alibaba abbia puntato molto sul lusso e si sia posto come la “porta di ingresso di prodotti italiani in Cina”. D’altra parte la rivoluzione futura coinvolge anche il cibo italiano.

In occasione del Capodanno Cinese del 2018 Alibaba importerà nel Dragone il primo carico di arance rossa di Sicilia IGP. Italia e Cina hanno stretto un accordo per l’interscambio. Con il Ministero dell’Ambiente e il consorzio degli agricoltori si stanno individuando le aziende e il primo stock partirà nel 2018. Destinazione: i 50 supermercati di fascia medio-alta che vendono cibo e leccornie su Alibaba. L’alleanza del colosso dell’e-commerce con il vino ha già dato risultati: in due anni le cantine italiane presenti su Alibaba sono passate da 9 a 120.

In questo campo i maggiori aeroporti italiani sono già pronti con infrastrutture e servizi adeguati e possono già accogliere gli aeromobili commerciali delle più grandi dimensioni. Qui in generale non servono investimenti e, laddove, fossero necessari la loro consistenza economica è di uno-due ordini di grandezza inferiore a quelli che servono per adeguare i porti e le ferrovie agli sviluppi richiesti per entrare a pieno diritto nella “Belt and Road”.

Ma ancor più, come risulta dal position paper sul cargo aereo appena approvato dal Ministero delle Infrastrutture al fine di supportare la crescita del settore nei prossimi anni, nei piani di intervento di breve periodo (prossimi quattro/cinque anni) alla base dei contratti di programma sono previste opere infrastrutturali dedicate al settore cargo per un importo di circa 157 milioni di euro nei prossimi 4 anni.

Ciò dimostra che le imprese aeroportuali sono consapevoli dello sviluppo che attende il cargo aereo e che tale consapevolezza è stata assunta dallo stesso Ministero delle Infrastrutture, dalle Istituzioni e dagli altri stakeholders. Lo stesso documento anticipa, infatti, una serie di linee guida e di iniziative la cui attuazione potrebbe contribuire in modo significativo allo sviluppo di una nuova “Belt and Road” in cui il

nostro Paese, attraverso il cargo aereo, possa giocare un ruolo da protagonista favorendo lo sviluppo economico nazionale.

Il documento ricordato individua le azioni da porre in essere per far sì che il nostro Paese sia in condizione di rispondere all'aumento del trasporto merci per via aerea che si registrerà nei prossimi anni in via generale e soprattutto per quanto già evidenziato, lungo la via che porta in Cina.

I dati diffusi dall'ICAO a gennaio 2017 sull'incremento del traffico aereo globale vedono trasportati per via aerea oltre la metà dei turisti che attraversano i confini nazionali, circa il 35% del valore delle merci e più del 90% dell'e-commerce transfrontaliero B2C.

L'internet cinese ha dato vita al più grande mercato della vendita al dettaglio elettronico del mondo; la locuzione vendita al dettaglio elettronico (in inglese e-tail) è usata in ambito commerciale per indicare la vendita di prodotti al consumatore finale sfruttando le moderne tecnologie dell'e-commerce ed è spesso considerato sinonimo di e-commerce B2C e/o C2C.

La Cina, meglio nota come "Fabbrica del Mondo", sta attraversando una fase economica che influenzerà l'economia di tutte le Nazioni. L'e-commerce non sta modificando soltanto il mercato interno cinese, ma attraverso il cross border la "Fabbrica del Mondo" diverrà il "Mercato del Mondo".

Se vogliamo intercettare i nuovi trend di sviluppo del trasporto merci per via aerea, destinato anche all'e-commerce, è molto importante quindi proseguire l'azione intrapresa dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti che ha visto l'intero sistema Paese del cargo aereo, Istituzioni e stakeholders intorno ad uno stesso tavolo per promuovere ogni opportuna azione da intraprendere.

Giungere preparati come sistema Paese e come settore aeroportuale a questo sviluppo importante che avrà il trasporto aereo nei prossimi anni futuri lungo la via per la Cina è, quindi, assolutamente necessario.