**Italia e Cina: complementari se digitali**

数字经济，中意互补性合作领域

Facciamo qualche calcolo e vedremo che solo l’economia digitale genera rapido sviluppo. Ci sono start up cinesi che attirano grandi investimenti e dobbiamo seguire questo esempio, perché Italia e Cina siano complementari e win win

La Cina può giocare un ruolo chiave nello sviluppo dell’economia digitale globale e aprire nuove opportunità di collaborazione con gli altri Paesi, creando un sistema di governance multilaterale, basato sul principio win-win. L’appetito cinese per i prodotti di consumo di alta qualità è in continua crescita e si apre pertanto per l’Italia un periodo di enorme potenziale verso ulteriori espansioni del proprio export, già ultimamente in grande crescita in Cina: nei primi nove mesi di quest’anno l’aumento è stato del 47% rispetto allo scorso anno. Molti prodotti italiani - abbigliamento, prodotti in pelle, cibo e bevande - sono adatti all’e-commerce produttore-consumatore. La struttura dell’economia italiana, caratterizzata da piccole e medie imprese, inizialmente era solita limitare la crescita delle esportazioni nazionali verso la Cina a causa della debolezza nell’ampliare la propria capacità produttiva e per la difficoltà di accesso al mercato per i consumatori finali. Le piattaforme digitali e il commercio elettronico transfrontaliero facilitano il contatto diretto tra imprese e consumatori finali aiutando le PMI sia a comprendere meglio la domanda di mercato che ad adeguare con precisione la propria capacità produttiva: il grado di digitalizzazione è diventato un fattore significativo per la ripresa economica.

Le occasioni per l'Italia

Nel 2019 l’indice di economia digitale e sviluppo sociale (DESI) dell’Italia è stato uno dei più bassi tra i 27 Stati membri dell’UE e questo ha determinato gravi ritardi. La pandemia ha però portato ad una rapida trasformazione digitale. Secondo un recente sondaggio, il 43% degli italiani è passato ai pagamenti mobili durante la pandemia e il 46% ha mostrato interesse nel proseguire in questa direzione anche in futuro. Con la crescente diffusione dei pagamenti mobili e dei modelli di business di Internet, le aziende italiane hanno trovato sempre maggiori opportunità nel mercato cinese, contribuendo al rapido rimbalzo delle esportazioni italiane in Cina dal terzo trimestre del 2020.

Analizziamo, ad esempio, la nuova modalità di business contenuta nel live shopping. Il mercato cinese ha dimostrato di essere maturo per gli acquisti di prodotti italiani promossi in apposite sessioni di live shopping, ovvero sul web. Le sessioni sono condotte da noti influencer cinesi il cui obiettivo è vendere il maggior numero possibile di oggetti ai consumatori locali. Con una popolazione di 1,4 miliardi di persone e un gruppo a reddito medio di oltre 400 milioni di individui, la Cina è il mercato più promettente del mondo. La quarta edizione della CIIE - China International Import Expo è stata, in questo senso, un interessante banco di prova. Si tratta di un’esposizione a cadenza annuale che si è tenuta a Shanghai dal 5 al 10 novembre ed è stata una piattaforma per la presentazione di nuovi prodotti e di nuove opportunità per il commercio globale: anche grazie all’economia digitale sono state circa cento le aziende italiane che hanno partecipato all’edizione di quest’anno.

Il mercato cinese e l'importanza dell'economia digitale

Da questo punto di vista, la pandemia di Covid-19 ha operato una severa distinzione tra i Paesi all’avanguardia nell’economia digitale e quelli che per adeguarsi devono ancora lavorare duramente. In seguito alla chiusura prolungata dei negozi e ai lockdown diffusi, in molti hanno iniziato ad utilizzare i servizi di commercio elettronico, e così l’emergenza sanitaria ha sollecitato i vari governi del pianeta ad investire nello sviluppo dell’economia digitale. I numeri sono emblematici: nel 2020, l’economia digitale cinese ha raggiunto il valore di 5,4 trilioni di dollari, classificandosi al secondo posto nel mondo. Si tratta di una crescita su base annua del 9,6%, in assoluto la più veloce. Lo scorso anno, inoltre, il valore raggiunto dall’economia digitale ha toccato quota 32,6 trilioni di dollari in 47 nazioni, con un tasso di crescita nominale del 3% su base annua: questi dati confermano quanto sia sempre più necessario spingere sul pedale dell’acceleratore dell’economia digitale. Bisogna ricordare che, in questo ambito, i cinesi hanno da tempo assunto un ruolo attivo: in settori come il pagamento mobile sono emerse, in Cina, modalità originali di business che stanno facendo da apripista per altri paesi. Alcune startup cinesi che lavorano in ambito digitale si sono sviluppate rapidamente, attirando grandi investimenti.

Insomma, per accelerare ulteriormente lo sviluppo dell’economia digitale i governi potrebbero seguire l’esempio cinese. Concretamente, sarà necessario implementare ricerca e sviluppo, creare software chiave, puntare su green smart data e investire su strutture di calcolo sempre più efficienti. La Cina continuerà a promuovere la trasformazione digitale anche nel settore manifatturiero. Fino a questo momento - tenendo fede agli impegni contenuti nel tredicesimo piano quinquennale - la Cina ha costruito la più grande rete in fibra ottica e 4G del mondo, con oltre il 99% dei villaggi in tutto il paese collegati a entrambe le tecnologie. Queste tecnologie consentono a piccole, medie e grandi imprese di restare al passo con l’aggiornamento industriale e di godere dei vantaggi della globalizzazione. È pertanto assolutamente imprescindibile creare un ambiente di sviluppo aperto, equo e non discriminatorio. Soltanto in questo modo tutti i Paesi del mondo potranno godere dei benefici e dei frutti derivanti dall’economia digitale.

L’autore, Fabio Massimo Parenti, è professore associato di Studi internazionali presso l’Istituto Internazionale Lorenzo de Medici di Firenze