

Il 2018 è l'Anno del turismo Europa-Cina: nuove sinergie puntano ad agevolare l'arrivo di turisti cinesi

Con l'inaugurazione dell'Anno del turismo Europa-Cina il Vecchio Continente ha deciso di puntare forte sui turisti cinesi.



Il turismo cinese al primo posto per spesa turistica

Ammonta a 1,4 miliardi di euro la spesa degli stranieri in Italia per lo shopping, pari al 4% del totale della spesa turistica nel nostro Paese. Il dato dell'ufficio studi e statistiche dell'Enit ha rivelato che la Cina è il primo mercato per spesa turistica con 228 miliardi di euro, in crescita del 4,7%. Si prevede che nel 2020 la Cina sarà il

Paese con maggiori partenze verso l'estero. Importante anche la prospettiva di spesa del mercato orientale, che nei primi dieci mesi del 2018 è stata di 2000 miliardi di yuan e crescerà in media del 6,6% all'anno fino al 2028. Nel quadro internazionale, **l'Italia ha buone aspettative** per questo target, essendo la prima destinazione in area Schengen. Per noi i cinesi rappresentano il 2,45% delle presenze straniere pari a soli 5 milioni: nulla a confronto di un mercato come la Germania da 60 milioni, tuttavia bisogna considerare la maturità e le possibilità future. L'ufficio ricerche dell'Enit mostra anche la stagionalità di questi turisti, abituati a viaggiare **soprattutto tra novembre e gennaio, e tra luglio e settembre**. Quindi, pur rappresentando una piccola parte dei turisti stranieri in Italia, i cinesi sono importanti sia per spesa che per traino della crescita. Rientrano, infatti, nella triade dei primi mercati in crescita negli arrivi aeroportuali nei primi 10 mesi del 2018, che vedono gli Stati Uniti al primo posto con un +13,2%, la Cina al secondo con un +2,6% e la Spagna al +2,2%.

Fonte: Ontit (dati pubblicati ad Ottobre 2018)

Cina

La Cina, primo Paese mondiale per spesa in turismo internazionale, si conferma come uno dei mercati più interessanti per l'Italia e con un grande potenziale di crescita. In termini di rotte, nel periodo tra gennaio e aprile 2018, i viaggi aerei dalla Cina verso l'Europa hanno messo a segno una crescita del +10,5%. Analizzando a consuntivo il traffico aereo verso l'Europa nell'intero 2017 si rileva un incremento del 10% così diviso per singoli Paesi: Italia +10%, Austria +7%, Germania +2%, Francia +3%, Olanda -1%, UK +6%, Danimarca stabile, Finlandia -3%. I collegamenti aerei Italia-Cina sono raddoppiati negli ultimi cinque anni, il più alto tasso di sviluppo in Europa.

Per il periodo estivo gli arrivi negli aeroporti italiani dal continente asiatico registrano un lieve incremento rispetto al

medesimo periodo dello scorso anno. Sempre in termini di traffico aeroportuale, si stima che il 2018 chiuderà con un +2%. In termini di flussi, con 5 milioni di presenze la Cina è il nostro 11esimo bacino di origine con un incremento del 12,4% sul 2016. Lazio, Veneto e Toscana sono le Regioni che producono maggiori presenze di turisti cinesi (63,5% del totale). Lazio e Veneto sono anche le principali destinazioni per spesa, precedute dalla Lombardia. La spesa totale è di 480 milioni di euro. Il trend mensile della spesa è molto altalenante e vede i maggiori picchi a settembre (53 milioni di euro) e a fine anno (Novembre 48 milioni di euro, Dicembre 49 milioni).

Il grande business (ancora acerbo) dei turisti cinesi in Italia

I cinesi amano il Bel Paese e spendono qua più che nel resto d'Europa però ci sono diverse problematiche da affrontare riguardo la promozione del turismo in Cina come la barriera linguistica, l'insufficienza dei collegamenti aerei diretti, la scarsa consapevolezza delle esigenze dei turisti cinesi medi, le infrastrutture obsolete, la microcriminalità ed i mezzi di trasporti pubblici insufficienti che possono costituire dei punti di debolezza. Per non parlare delle nuove abitudini, come ad esempio i metodi di pagamento tramite lo smartphone. Per tanto bisogna individuare un piano di miglioramento. Il mercato del turismo cinese si trova ancora in fase iniziale. Risulta necessario quindi richiamare l'attenzione degli operatori turistici italiani sulle potenzialità di sviluppo del turismo cinese nei prossimi anni.

Per agevolare i turisti cinesi la Commissione Europea e la European Travel Commission hanno sviluppato "Welcome Chinese" una piattaforma condivisa dove gli operatori di settore si possono promuovere e ricevere una certificazione ufficiale emessa dalla China Tourism Academy, riconosciuta dal Governo cinese. Uno strumento sicuramente interessante che potrà rivelarsi utile solo alle aziende che sapranno promuoversi nel

modo corretto. Se fino a qualche anno fa i turisti cinesi si muovevano per lo più attraverso tour operator, adesso viaggiano in maniera autonoma. Pianificano la propria vacanza attraverso travel app che forniscono servizi per informarsi, leggere recensioni, comparare prezzi e gestire prenotazioni.

Sviluppo Cina lancia il Gruppo di Lavoro “Sicilia-Cina Food and Wine”

Sviluppo Cina lancia il Gruppo di Lavoro “Sicilia-Cina Food and Wine”



Nonostante il forte richiamo del brand “Italia” in Cina, soprattutto per la moda, il design, il calcio e la ristorazione, l’export dei nostri vini e prodotti agro-alimentari fa registrare risultati a dir poco deludenti, distaccati di molte misure da Francia, Olanda, Germania, e Irlanda, tra i concorrenti europei del settore food, e ancora da Francia, Australia, Cile e Spagna, per l’export di vini in Cina.

È questo il primo messaggio scaturito dal Convegno di Caltanissetta dello scorso 28 marzo, sul tema "Sicily-China Food & Wine" organizzato da IRPAIS, Consorzio Universitario di Caltanissetta, Banca del Nisseno e Sviluppo Cina, con la partecipazione di una delegazione istituzionale cinese e oltre 150 imprenditori siciliani del settore agroalimentare e vitivinicolo, i rappresentanti dei maggiori consorzi del settore, le università e numerosi rappresentanti delle Istituzioni regionali.

A questa premessa, tutt'altro che incoraggiante, è seguita una lunga ed articolata analisi delle cause, delle opportunità e dei percorsi da seguire, per far decollare le esportazioni italiane, in particolare siciliane, del settore agroalimentare verso la Cina, sostenute anche da un'efficace promozione del turismo cinese verso la Sicilia, con azioni volte a diffondere la cultura, la storia e le attrattive naturali e artistiche dell'isola.

Il primo impegno assunto dagli organizzatori del convegno è stato quello di creare un gruppo di lavoro con il compito di: proporre le azioni necessarie, discuterne l'implementazione, ricercare i mezzi economici pubblici e privati necessari, coordinare gli sforzi di agricoltori, produttori, commercianti, imprenditori del turismo e delle istituzioni, avviare un programma di attività promozionali, creare e sostenere lo sviluppo del brand "Sicily" legato a un'immagine di qualità e genuinità. A meno di quattro mesi dal Convegno, questo gruppo è la prima risposta a questo impegno. Si tratta di un gruppo di discussione, che nasce all'interno di Sviluppo Cina, e che potrà in seguito dar vita a un'associazione, una rete di imprese o altra forma giuridica indipendente. Il secondo impegno era quello di creare una struttura promozionale del turismo e del food siciliano in Cina, e anche questo è in corso di realizzazione: il primo "Sicily Point" sarà inaugurato a Shanghai nel prossimo mese di ottobre 2018. Tra breve saremo in grado di fornirvi maggiori dettagli.

Un miliardo e mezzo di consumatori cinesi sono alla ricerca di modelli di consumo occidentali e di prodotti alimentari genuini, provenienti da paesi incontaminati, che offrano garanzie di regole certe a protezione della salute e qualità della vita. Sviluppo Cina, ente per la promozione delle relazioni economiche tra Italia e Cina, a fianco di Irpais, del Consorzio Universitario di Caltanissetta, di Banca del Nisseno e di tutte le istituzioni, le imprese e di chiunque vorrà unirsi in questo progetto ambizioso, che ci auguriamo efficace per il rilancio dell'economia e dell'immagine siciliana nel mondo, mette a disposizione tutta la sua esperienza, la sua reputazione e i contatti sviluppati nei 10 anni di attività associativa, e degli oltre 30 anni di rapporti di alcuni membri del suo direttivo, con le imprese e le istituzioni cinesi.

Contiamo sulla partecipazione numerosa. È un gruppo di discussione, apolitico, aperto a chiunque sia interessato a partecipare, fornire il proprio contributo di idee e di conoscenze. L'unico impegno richiesto a chi aderisce è quello di partecipare in modo costruttivo a tutte le discussioni e a contribuire a far crescere il gruppo tra i propri contatti.

Auguro buon lavoro a tutti i partecipanti ed apro le discussioni con questo messaggio di benvenuto che mi auguro sia un primo stimolo all'avvio di discussioni utili all'obiettivo ultimo che ci siamo proposti di raggiungere: la crescita delle esportazioni e della conoscenza dei prodotti agro-alimentari e delle attrattive turistiche della Sicilia in Cina. Ogni contributo, dalla singola frase alle analisi più complesse, soprattutto se costruttive, sarà molto gradito. È permessa la riproduzione di tutti i contributi pubblicati in questo gruppo da parte dei media cartacei e digitali, a condizione che ne sia citata la fonte. Chi partecipa dà esplicitamente il consenso alla loro pubblicazione. Gli organizzatori si riservano il diritto di censurare linguaggi e commenti offensivi e propaganda politica.

Hong Kong abbassa le Imposte alle Imprese

Hong Kong abbassa le Imposte alle Imprese

Il regime fiscale di Hong Kong, già molto favorevole alle imprese, sarà ulteriormente agevolato da un recente provvedimento del nuovo governo. Dal primo aprile 2018 è infatti entrato in vigore un doppio livello di aliquote di imposta sui redditi delle imprese. L'aliquota del 16,5%, in vigore da molti anni, resta valida per i redditi che eccedono 2 milioni di dollari di Hong Kong (207.000 euro al cambio attuale), ma i primi 2 milioni di HKD di reddito, di tutte le imprese, saranno ora tassati all'8,25%.

Per le imprese prive di personalità giuridica (cioè le società di persone e le imprese individuali), le aliquote fiscali a due livelli sono ora fissate al 7,5% e al 15%. Con le nuove aliquote le società di capitale e le imprese di persone di Hong Kong risparmieranno rispettivamente fino a 165.000 e 150.000 HK dollari di tasse all'anno.

Il regime delle aliquote fiscali a due livelli andrà a

beneficio di tutte le imprese, indipendentemente dalle loro dimensioni. Per evitare che gli utili siano distribuiti su più imprese, per avvalersi dell'aliquota inferiore oltre la soglia dei 2 milioni di HKD, e per agevolare le PMI, l'applicazione dell'aliquota inferiore è limitata a una sola impresa, nel caso di gruppi di imprese collegate.

L'obiettivo del governo è quello di adottare un sistema fiscale concorrenziale per promuovere lo sviluppo economico, mantenendo un regime fiscale semplice e moderato. Il regime di aliquote a due livelli ridurrà il carico fiscale per le imprese, in particolare le PMI e le start-up. Questo consentirà di agevolare ulteriormente il clima imprenditoriale, stimolare la crescita economica, creare opportunità di lavoro e migliorare la competitività di Hong Kong.

Le imprese italiane che volessero chiarimenti e assistenza per costituire un'entità a Hong Kong e avvalersi del suo regime fiscale e ambiente favorevole alle imprese, per sviluppare partnership, esportazione di prodotti e servizi verso la Cina, possono rivolgersi in Italia a *InvestHK*, ufficio del governo di Hong Kong, che offre servizi gratuiti alle aziende. Grazie all'accordo contro la doppia tassazione siglato con il governo italiano, da gennaio 2016 Hong Kong è stata rimossa dalla Black List dei paradisi fiscali e tutte le operazioni economiche con la regione autonoma cinese non sono più soggette a controlli o restrizioni di alcun tipo.