

L'intervista. Antonio Tajani. Il ministro: «Abbiamo aspettative forti, in settori come agroalimentare, appalti pubblici, oreficeria, cosmetica. E abbiamo parlato anche di e-commerce». Sintonia su Hormuz

## «Siglato un piano d'azione per il made in Italy in Cina»

Carlo Marroni



**Ministro Antonio Tajani, lei sta concludendo una missione in Cina dedicata al commercio e alla cooperazione economica. È arrivato a Pechino in un momento molto delicato, a partire dalla guerra in Iran.**

«Sono venuto in Cina perché è imprescindibile esserci: la Cina è un gigante economico con cui l'Italia, paese esportatore, vuole mantenere canali aperti e sempre più forti. È un mercato importante per il nostro export e per l'internazionalizzazione delle imprese, parte fondamentale del Piano Export della Farnesina. Essere usciti dalla "Via della Seta" non significa aver rinunciato ad avere solidi rapporti economici che rimangono basati sul "Partenariato Strategico" firmato da Berlusconi nel 2004. Su alcuni temi abbiamo posizioni diverse, ma la Cina è una delle due grandi superpotenze del mondo, protagonista con gli Usa nel Consiglio di sicurezza Onu, attore sulla scena della politica internazionale e multilaterale. La mia missione è stata molto positiva, sia dal punto di vista politico che economico: abbiamo notato buone aperture per le nostre imprese».

**Cosa le hanno detto i ministri cinesi sulla guerra in Iran e in particolare sul blocco di Hormuz?**

«Il ministro degli Esteri Wang Yi condivide con noi la richiesta di garantire il transito libero dei mercantili attraverso Hormuz: nessuno

aiutiamo i gruppi italiani ad avvicinare le catene di logistica che possano soddisfare le richieste degli utenti cinesi su Alibaba o sugli altri siti; le Pmi non possono fare tutto da sole, e in questo il nostro aiuto, del Sistema Italia, fa la differenza».

### **Un nodo importante è il Golden Power: come ha spiegato la recente decisione relativamente alla Pirelli?**

«Al ministro del Commercio cinese che ha sollevato la questione ho detto che il “golden power” è stato approvato dal governo per garantire la presenza di Pirelli sul mercato americano. Ma nel modo in cui è stata approvata non danneggerà finanziariamente i soci cinesi. Il Golden power non vuole essere un ostacolo agli investitori stranieri, tanto meno ai cinesi. Nel 2025 solo 40 operazioni su 1.000 notificate al Governo sono state sottoposte a controllo, e il veto è stato esercitato solo 2 volte».

### **C'è stato tempo per accordi apparentemente minori, come un altro volo per Venezia e i diritti del calcio della Serie A alla tv di stato cinese...**

«Sembrano accordi minori, ma sono ulteriori testimonianze dell'interesse tra i due paesi. Dopo il volo Venezia-Shanghai adesso avremo Venezia-Pechino: turisti cinesi e italiani a Pechino e Venezia, ma anche un collegamento diretto per gli imprenditori del Nord-est produttivo. La Serie A italiana visibile sulla tv cinese è un altro spazio di amicizia fra le due nazioni, un fattore di attrazione per turisti. Non ci sono solo la politica o l'economia, anche uno sport può unire due popoli».

### **Anche la cultura può farlo:**

### **a Pechino ci sono di continuo mostre sull'arte e la storia italiana**

«In questo momento ce ne sono 11, di cui 2 contemporaneamente nel Museo Nazionale Cinese, su Palladio e Pompei. La presenza della cultura italiana in Cina è una delle carte più importanti per il nostro paese, e l'industria della cultura è strumento di amicizia. A Pechino ieri ho inaugurato la mostra degli Uffizi dedicata ai Maestri italiani del rinascimento, un evento costruito in uno spazio immersivo tecnologicamente futuribile con opere d'arte prestate dagli Uffizi. A Shanghai nascerà un “Palazzo Treccani”, un polo culturale che rafforzerà il ruolo dell'Italia in questo settore. Questa missione in Cina rientra nel lavoro che il Governo fa sull'export: abbiamo aumentato i fondi per l'Ice, abbiamo incrementato le risorse a fondo perduto di Simest per le imprese esportatrici che devono affrontare la crisi energetica. L'export è quasi il 40% del Pil: sostenere le

può pretendere di bloccare il commercio internazionale, nessuno può far pagare un pedaggio. Quella guerra va fermata con la diplomazia e le ultime notizie che arrivano ci lasciano sperare bene».

**Sono passati due anni dalla risoluzione dell'accordo della "Via della Seta", l'Italia era stato l'unico paese G7 a firmarlo, poi siete usciti. Quale è lo stato delle relazioni commerciali?**

«Da tempo abbiamo chiesto un riequilibrio del commercio fra i nostri due Paesi. Ho colto da parte cinese la volontà politica di venirci incontro su molti dossier. Per esempio mi hanno annunciato che le autorità stanno per bloccare altre aziende che usano falsi nomi italiani, esempi di "italian sounding" che sfruttano una lontana somiglianza linguistica con l'italiano. La dirigenza cinese sta collaborando, ci aiutano a risolvere molti problemi sui marchi».

**Ma la Cina rimane il Paese con più barriere d'accesso commerciali, come denuncia la Ue.**

«Il mercato cinese è molto regolato, dobbiamo favorire l'accesso aiutando l'internazionalizzazione delle imprese italiane. In Cina abbiamo 1.500 aziende che fanno 33 miliardi di euro di fatturato. Chiediamo apertura su alcuni aspetti di regolazione eccessiva del loro mercato: sono il nostro quarto partner commerciale nel mondo e il primo in Asia, ma il nostro deficit commerciale continua ad aumentare, siamo a 46 miliardi. Per questo ho chiesto al ministro del Commercio Wang Wentao di aumentare le possibilità di ingresso per il Made in Italy. È stato siglato un piano d'azione; abbiamo aspettative forti, in settori come oreficeria, agroalimentare, cosmetica, gli appalti pubblici.

**Per l'agroalimentare italiano in effetti negli anni ci sono stati molti ostacoli.**

«Ne abbiamo parlato in una sessione dedicata al tema: per noi è cruciale far ripartire le esportazioni di prodotti chiave, in particolare carne bovina e suina. Abbiamo discusso molto anche del settore dei gioielli, per il quale ci sono problemi di licenze che vogliamo superare. Ogni singola azione è vitale aiutare aree commerciali e industriali che danno molti posti di lavoro in Italia»

**Avete discusso anche di e-commerce, per quali ragioni?**

«La dimensione del commercio sulle piattaforme elettroniche in Cina è importante: il 27% del commercio cinese, pari a 2.400 miliardi di dollari all'anno, si svolge sui siti di e-commerce. Per vendere capi di alta moda, oppure scarpe di lusso o anche solo parmigiano in Cina bisogna stare sull'e-commerce. Con l'Ice

esportazioni è una priorità del decisiva del Governo per rafforzare tutta l'economia italiana».

© RIPRODUZIONE RISERVATA