

COMUNICATO STAMPA

Conferenza di Organizzazione Il Contributo italiano allo sviluppo del calcio in Cina

Il Sistema Italia deve fare squadra per vincere la sfida con gli altri paesi e contribuire allo sviluppo del calcio in Cina. Con questo appello Antonino La Spina, Direttore dell'Ufficio Marketing dell'Istituto del Commercio Estero, ha concluso i lavori della **Conferenza di Organizzazione** in vista della fiera mondiale del calcio in programma a fine novembre a Pechino. "C'è molta più Italia in Cina di quel che si racconta" ha detto La Spina "Ma troppo spesso i nostri progetti sono realizzati da altri, perché non riusciamo a far viaggiare insieme pubblico e privato". "Dobbiamo accogliere le competenze che derivano dalle esperienze di successo" ha detto Maurizio Pimpinella, Presidente della Associazione Prestatori di Servizi di Pagamento "e integrarle nel nostro sistema Paese a livello politico, giuridico, tecnologico e culturale". "Occorre perciò" ha sottolineato Antonello De Riu, Consigliere del Ministero degli Esteri "una cabina di regia, che promuova e organizzi le iniziative per far crescere l'industria del calcio cinese".

La Cina è vicina, anzi sempre più vicina al mondo del calcio e chiede all'Occidente know-how, tecnologie, ingegneria e capacità di costruire squadre di alto livello. L'Italia, perciò, vuole essere presente come sistema-Paese alla seconda edizione della **China World Football Expo** di Pechino (30/11-2/12/2018). "L'Expo" ha detto Laura Mazza, esperto di FederFormazione e Segretario Generale di Unimpresa "Deve essere un punto di partenza e non di arrivo, un campo di prova per il successo del partenariato pubblico/privato".

La fiera nasce dalla campagna di promozione e diffusione del calcio attualmente in corso ed è riconosciuta dal *Governo della Repubblica Popolare Cinese* come evento centrale per il suo programma di forte valorizzazione di questo sport. La Cina punta, entro dieci anni, a diventare la più forte nazionale in Asia e, nel 2050, addirittura la prima al mondo. Cosa può fare il Made in Italy, cioè tutto quel che ruota intorno all'industria calcistica? Di questo si è parlato, a Roma, alla Presidenza del Consiglio, nella **Conferenza di Organizzazione** del **Padiglione Italia** all'appuntamento di Pechino promossa da Ital-Brand.

L'evento, con il Patrocinio della *Presidenza del Consiglio dei Ministri*, è stato aperto dall'intervento del Segretario Generale di Palazzo Chigi Roberto Chieppa, che ha ricordato l'interesse e l'impegno del nostro Governo nel rinsaldare i rapporti economici e politici fra Italia e Cina.

Il calcio in Cina sta diventando una vera e propria industria: 160 milioni di praticanti, quasi mezzo miliardo di persone che si dicono interessate al calcio, con le famiglie che hanno quasi raddoppiato, negli ultimi cinque anni, le spese per "attività ricreative". Questi sono alcuni dei dati sui quali si è basata la relazione di Tommaso Nastasi, Partner di DELOITTE, che ha parlato delle opportunità di business in Cina per i club europei. Basti pensare alle così dette *Football Town*, centri commerciali e sportivi che stanno crescendo a vista d'occhio (96 oggi, 150 fra due anni), segno della dilagante passione cinese per il calcio. Andrea Canapa, della Fondazione Italia-Cina, ha sottolineato il vero e proprio boom delle scuole calcio: 20.000 oggi, 50.000 nel 2025. Non più un paese a caccia di stelle del calcio europee, bensì sempre più impegnato a crearne di proprie: un freno agli acquisti e più investimenti nel settore giovanile. Di qui l'importanza di un contributo anche italiano alla costruzione di impianti, alla formazione di allenatori e manager. Tutto questo a Pechino, nella grande vetrina del **Padiglione Italia**. Una nota di colore è emersa nel corso del dibattito: visto che in Italia c'è la più consistente comunità cinese d'Europa, prima la Lazio e poi il Napoli hanno voluto festeggiare il loro Capodanno in grande stile: la prima nello stadio Olimpico e la seconda con magliette e gadget dedicati. Anche questo è il calcio, quello che favorisce il dialogo fra due culture e due economie.