

Olaszország együttműködése a kínai Alibaba cégcsoporttal

2016. november 14.

MAGYAR NEMZETI BANK

Készítette:

Látta:

Jóváhagyta:

Vezetői összefoglaló

A Matteo Renzi miniszterelnök által vezetett olasz kormány kiemelt figyelmet szentel a Kínával való kapcsolattartás elmélyítésének, a kínai gazdaság meghatározó szereplőivel való együttműködésnek.

Renzi az állami vezetők mellett minden alkalommal üzletemberekkel is folytat tárgyalásokat, amikor Kínába látogat és mindig külön megbeszélés keretében találkozik Jack Mával, az Alibaba Group Holding Limited (továbbiakban: Alibaba) elnökével, aki az olasz kormány kiemelt partnerévé vált a kínai piacon.

Renzi az olasz kormány nevében már a 2014-es látogatásakor együttműködési megállapodást írt alá az e-kereskedelem piacának egyik legnagyobb szereplőjével, az Alibaba Csoporttal. A megállapodás célja az olasz vállalatok által előállított termékek e-kereskedelmének bővítése volt.

Az Alibaba Csoport szintén stratégiai partnerként tekint Olaszországra és nagy hangsúlyt fektet az olasz vállalatokkal való együttműködés elmélyítésére. Napjainkban leginkább a borászat központi szerepét kell kiemelni és az olasz állammal karöltve több megállapodás született már ebben az évben. Ennek köszönhetően az olasz bor a második helyre került a külföldi eredetű borok kínai kereskedelmének rangsorában.

Továbbá az Alibaba cégcsoport az Olasz Külkereskedelmi Ügynökséggel együttműködve 2016. június elején „Amazing Italy” elnevezéssel négy ún. „szuper promóciós napot tartott a „Made in Italy” védjeggyel ellátott termékek népszerűsítésére. Számos olasz márkát reklámoztak és összesen több mint 90 új árucikk jelent meg az Alibaba cégcsoport katalógusában.

Az olasz kormány együttműködése az Alibaba cégcsoporttal

A Matteo Renzi miniszterelnök által vezetett olasz kormány mandátumának kezdete óta kiemelt figyelmet szentel a Kínával való kapcsolattartás elmélyítésének, a kínai gazdaság meghatározó szereplőivel való együttműködésnek. Renzi eddig már kétszer járt hivatalos úton Kínában, és az állami vezetők mellett mindkét alkalommal üzletemberekkel is folytatott tárgyalásokat. A megbeszélések központi eleme a két ország közötti lehetséges befektetések feltérképezése és fejlesztése volt. Renzi mind 2014 júniusában, mind pedig 2016 szeptemberében külön megbeszélést folytatott Jack Mával, az Alibaba elnökével, alapító tulajdonosával.

Renzi az olasz kormány nevében már a 2014-es látogatásakor együttműködési megállapodást írt alá az e-kereskedelem piacának egyik legnagyobb szereplőjével. A megállapodás célja az olasz vállalatok által előállított termékek e-kereskedelmének bővítése, és ezáltal egyesíteni a kínai cégcsoport szakértelmét az olasz történelmi márkák kiválóságával. A három évre szóló megállapodás értelmében az olasz vállalatok könnyített s ezáltal gyorsabb regisztráció révén csatlakozhatnak a Tmall.com-hoz, a kínai fogyasztók számára fenntartott online webáruházhoz.

Az olasz kormány együttműködik az Alibaba Csoporttal annak érdekében is, hogy megismertesse az olasz vállalatokkal a kínai fogyasztók szokásait és a kínai piac sajátosságait, valamint az ezekben rejlő lehetőségeket. Az együttműködési megállapodás igen előnyös lehet azon olasz kis- és középvállalkozások számára, amelyek – méretüknél fogva – nehezen tudnak megjelenni és terjeszkedni a kínai piacon. Az együttműködés célja elsősorban az élelmiszeripari termékek, ezen

belül is az olasz borok kereskedelmének fellendítése, valamint a „Made in Italy” márkajelzéssel ellátott egyéb termékek, főleg ruházati cikkek és felsőkategóriás kiegészítők értékesítése a legnagyobb kínai webáruházban.¹

Matteo Renzi és Jack Ma 2016 áprilisában, a Veronában megrendezett „Vinitaly 2016” elnevezésű borkiállításán és szaktúráján közösen jelentették be a „9.9 - Wine, wine” névre keresztelt megállapodást (Kínában ugyanazzal a szóval fejezik ki a „bort” és a „kilencet”), melynek értelmében az Alibaba cégcsoport szeptemberben 50 különböző olasz bortermelő vállalat több mint 500 fajta borát helyezte a kínai piacra.

A megállapodás eredményeként az olasz bor a második helyre került a külföldi eredetű borok kínai kereskedelmének rangsorában.² Összehasonlításképpen: a kínai borpiacon ez idáig az olasz termékek mindössze 5%-ban voltak jelen, szemben például az 55%-os francia részesedéssel.

Renzi a G20-országok 2016 szeptemberi, kínai csúcstalálkozója előtt külön megbeszélést folytatott Jack Mával, majd úgy nyilatkozott, hogy „rendkívüli innovátorként” tekint a kínai üzletemberre, a vele való kapcsolatot pedig a nemzetköziesedés iránti olasz törekvések egyik sarokpontjának nevezte, különösen az e-kereskedelem és az olasz vállalkozások digitalizálása vonatkozásában.



Ezt követően szeptember 9-én az olasz miniszterelnök csatlakozott a Jack Ma által alapított, „9.9 Global Wine & Spirits Festival” elnevezésű kezdeményezéshez (szeptember 9-e egyben Jack Ma születésnapja is).³

A borok mellett legalább kilenc, oltalom alatt álló, „DOC” (Denominazione Originale Controllata) eredetmegjelölésű olasz élelmiszeripari terméket (például a parmigiano reggiano és a pecorino romano sajtokat, a toszkán olívaolajat, a modenai balzsamecetet, a venetói proseccót) helyeztek kiemelt védelem alá, hogy ezáltal próbálják meg elkerülni a hamisítást.

A megállapodás célja egyfelől a „Made in Italy” védjeggyel ellátott kiváló olasz termékek védelme és az olasz export támogatása, másfelől a „Made in Italy” márkajelzésű áruk hitelességének és kiváló minőségének garantálása a fogyasztók számára. Az olasz kormány és az Alibaba cégcsoport 2015-ben elindított, hamisítás elleni közös programja az elmúlt csaknem két évben több szempontból is sikeresnek bizonyult. Egyrészt havi 99 000 tonna hamis parmezán sajt értékesítését akadályozták meg (ez a mennyiség a legális parmezántermelésből származó mennyiség tízszerese), másrészt 13 millió palack, nem Venetóból származó Prosecco eladását is sikerült megfiúsítani.

Ezek az eredmények nagyrészt az olasz mezőgazdasági minisztérium egy külön erre a célra alakult munkacsoportjának köszönhetőek. A munkacsoport tagjai folyamatosan figyelik az Alibaba

¹<http://www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/component/content/article?id=2030864>

²<http://www.china-italy.it/it/l%E2%80%99accordo-tra-tmallcom-e-le-imprese-italiane-cina>

³<http://www.foodweb.it/2016/04/renzi-incontra-jack-alibaba-puo-far-volare-lexport/>

⁴http://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/istituzioni/2016/09/10/vino-renzicon-9.9-di-alibaba-vendute-cina-100mln-bottiglie_Od8f9599-fb91-4f57-b87f-bba902490ad9.html

cégcsoport internetes hirdetéseit, s ha hamisított termékre bukkannak, azt haladéktalanul jelzik a kínai félnek. Az Alibaba munkatársai ezt követően három napon belül eltávolítják weboldalaikról ezeket a termékeket. Az új megállapodással az Alibaba kötelezettséget vállalt az eladók és a fogyasztók szélesebb körű tájékoztatására, és felhívja figyelmüket arra, hogy csak védjeggyel ellátott, valódi olasz élelmiszereket vásároljanak.⁴

Az olasz vállalatok együttműködése az Alibaba Csoporttal

Az Alibaba Csoport nagy hangsúlyt fektet az olasz vállalatokkal való együttműködés elmélyítésére. Napjainkban leginkább a borászat központi szerepét kell kiemelni. E körben az olasz állammal karöltve - de attól elkülönülten is - több megállapodás született már ebben az évben.

Ezek közül kiemelendő az olasz VINO75 startup vállalat megállapodása az Alibaba cégcsoporthoz tartozó Tmall Vineyard Directtel, ami az első nagy lépésnek is nevezhető az olasz borok Kínában történő népszerűsítése terén. A szeptemberi hír szerint az olasz cég több mint 600 bortermelő 1600 termékét forgalmazza, ezek válogatásából jelennek majd meg különböző minőségi borok a kínai e-kereskedelemben.

Idén októberben a Gruppo Italiano Vini (továbbiakban: GIV, olasz borok csoportja) szerződést írt alá az Alibaba Csoporthoz tartozó Tmall.com és Wangjiu.com platformokkal, melynek értelmében 15 történelmi olasz borospince (köztük a Melini, a Rapitala' és a Bolla) termékei lesznek elérhetőek e webáruházakon keresztül a kínai fogyasztók számára. A GIV Olaszországban a bortermeléssel és borkereskedelemmel foglalkozó piacvezető vállalatok egyike, amely a világ 85 országában forgalmaz minőségi olasz borokat.⁵

Az Alibaba cégcsoport az Olasz Külkereskedelmi Ügynökséggel együttműködve 2016. június elején „Amazing Italy” elnevezéssel négy ún. „szuper promóciós napot tartott a „Made in Italy” védjeggyel ellátott termékek népszerűsítésére. Számos olasz márkát reklámoztak a széles nyilvánosság előtt a divat, a kiegészítők, a dizájn, az élelmiszeripar, az olaszországi utazások, valamint a háztartási termékek köréből.

Összesen több mint 90 új árucikk jelent meg az Alibaba cégcsoport katalógusában, így többek között a Maserati autógyár, a fehérneműt, hálóruhát, fürdőruhát, utcai és otthoni viseletet forgalmazó Yamamay, a luxusdivat-márka The Luxer, valamint a gumiabroncsokat gyártó Pirelli termékei is.

A legnagyobb kínálattal az élelmiszeripar jelent meg. Számos olasz bortársaság (például a Mezzacorona, az Allegrini, a Fontanafredda, a Planeta és a Villa Sandi) termékei mellett a Barilla tésztaí és szószai, a Lavazza-kávé, a Ferrero-csokoládé, a Noberasco szárított gyümölcssei, valamint a Coop élelmiszerüzlet-lánc termékei jelentek meg a kínai e-kereskedelemben.

⁴ http://www.repubblica.it/economia/2016/09/04/news/g20_renzi_per_risultati_riforme_servono_anni_e_incassa_il_plauso_di_obama-147151771/
http://www.corriere.it/esteri/16_settembre_04/presidente-cinese-xi-renzi-vi-voglio-come-partner-forti-aecbd9e6-720b-11e6-a5ab-6335286216cb.shtml?refresh_ce-cp

<http://www.igrandivini.com/9-9-wine-day-il-vino-italiano-su-alibaba/>

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10201>

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10422>

<https://www.informacibo.it/it-ww/matteo-renzi-a-vinitaly-incontra-jack-ma-il-fondatore-di-alibaba-group-e-promette-di-raggiungere-i-50-miliardi-di-export-nellagroalimentare-entro-il-2020.aspx>

⁵<http://www.igrandivini.com/vino75-com-e-tmall-di-alibaba/>

http://www.ambpechino.esteri.it/ambasciata_pechino/it/ambasciata/news/dall_ambasciata/2016/10/intesa-giv-alibaba.html

Domenico Brisigotti, a Coop vezérigazgatója szerint a konzervatív étkezési szokású, inkább kész-félkész termékeket vásárló kínaiak körében az ultraszűrtörözött tej, a sajt, a jeges tea, a sör és a bor számítanak a legkeresettebb árucikkeknek.

Az Alibaba tárgyalásokat folytat a lakberendezési dizájntermékeket előállító Alessi, a háztartási gépeket gyártó Smeg, a zoknikat, harisnyanadrágokat, fürdőruhákat készítő Calzedonia, továbbá az órákat gyártó Locman vállalatokkal annak érdekében, hogy hamarosan az ő termékeik is megjelenjenek portáljaikon.⁶

Az Alibaba cégcsoport 2015 októberében megnyitotta saját olaszországi irodáját. Ez volt a cég első európai irodája, melynek illetékességi területe az egész mediterrán térségre kiterjed⁷. Az Alibaba külön Olaszországra fókuszáló weboldalt működtet (elérhető [itt](#)), amelyen az összes általa kínált olasz termék megtalálható.

Az Alibaba Group Holding Ltd-ről általában⁸

Az Alibaba Group Holding Ltd-t 1999-ben, Hangcsouban alapította meg a korábban angol tanárként dolgozó Jack Ma kínai vállalkozó és 17 társa. A Forbes magazin 2016-os listája szerint Jack Ma - 20,5 milliárd dolláros vagyonával - a világ 33., Kína 2. leggazdagabb embere.

Az Alibaba Csoport a világ egyik legnagyobb e-kereskedelmi online vállalata. A Statista.com internetes statisztikai portál közleménye szerint a cég jelenlegi piaci értéke 205 milliárd dollár.

Az Alibaba célja, hogy a felhasználók könnyen köthessenek üzletet bárhol a világban. Ehhez biztosítja az alapvető technológiai infrastruktúrát és marketinget annak érdekében, hogy segítse azokat a kereskedőket, márkákat és egyéb vállalkozásokat, amelyek termékeket, szolgáltatásokat és digitális tartalmakat kínálnak és szeretnék kihasználni az internet által kínált lehetőségeket felhasználóik, ügyfeleik minél könnyebb eléréséhez.

A cégcsoport tevékenysége több területet ölel fel, hálózatukat kapcsolt vállalkozások, leányvállalatok tevékenysége és szolgáltatásai támogatják, többek között a „business-to-business” platform, a pénzügyi szolgáltatás kis-és mikrovállalkozások, valamint fogyasztók részére, logisztikai adatok platformja, mobilkereskedelmi platform és viszonteladói szolgáltatás.

A cégcsoport főbb vállalatai a következők: Taobao.com, Tmall.com, Juhuasuan.com, AliExpress, Alibaba.com, 1688.com, Alimania.com, Alibaba Cloud, Ant Financial Services Group, Cainiao Network.

⁶<http://www.ilssole24ore.com/art/impresa-e-territori/2016-05-16/alibaba-allarga- vetrina-italiana-181856.shtml?uuiD=AD6j7CJ>
http://www.corrierecomunicazioni.it/digital/41739_alibaba-avanti-tutta-sul-made-in-italy-oltre-90-new-entry-nel-catalogo.htm

http://www.repubblica.it/economia/affari-e-finanza/2016/05/30/news/ferrero_barilla_maserati_yamamay_il_made_in_italy_la_nuova_sfida_di_alibaba-140980780/

⁷http://www.repubblica.it/economia/affari-e-finanza/2016/05/30/news/ferrero_barilla_maserati_yamamay_il_made_in_italy_la_nuova_sfida_di_alibaba-140980780/

⁸<http://www.alibabagroup.com/en/about/overview>

<http://www.alibabagroup.com/en/about/history>

<http://www.forbes.com/profile/jack-ma/?list=billionaires>

<https://www.statista.com/statistics/226927/alibaba-cumulative-active-online-buyers-taobao-tmall/>

<https://www.statista.com/statistics/277483/market-value-of-the-largest-internet-companies-worldwide/>

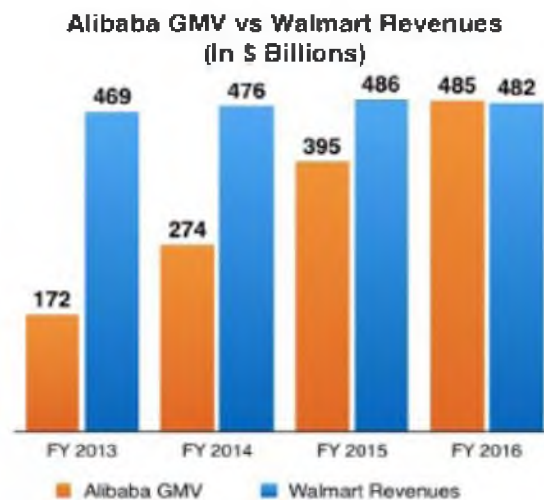
<http://www.mbaskool.com/fun-corner/top-brand-lists/13991-top-10-e-commerce-companies-in-the-world-2015.html?start=5>

<http://www.alibabagroup.com/en/about/businesses>

A cégcsoport 2007 óta szerepel a hongkongi, 2014 óta a New York-i tőzsdén. Az Alibaba online vásárlási felülete 2016 második negyedévben 434 millió aktív vásárlót regisztrált. Összehasonlításképpen: 2012 ugyanezen időszakában 133 millió vevője volt a cégnek.

Egy 2016 májusában megjelent újságcikk szerint az Alibaba cégcsoport 2016-os bevételei (485 milliárd dollár) meghaladták a kiskereskedelmi viszonteladói piacon évtizedek óta piacvezető, 1969-ben alapított, amerikai Walmart Csoport bevételeit (482 milliárd dollár).⁹

Az Alibaba és a Walmart bevételeinek összehasonlítása



⁹ <http://revenuesandprofits.com/alibaba-vs-walmart-fiscal-year-2016/>