



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI MACERATA

DIPARTIMENTO DI STUDI  
SULLO SVILUPPO ECONOMICO

Working paper n.12

January/2008

Nuovi investitori globali: le imprese cinesi in Italia

Francesca Spigarelli  
Università di Macerata



ISSN: 1971-890X

# Nuovi investitori globali: le imprese cinesi in Italia

Francesca Spigarelli  
Università di Macerata

## Sommario

This paper focuses on the consequences of a recent phenomenon: the Chinese Go Global policy, which encourages domestic firms to enter the global competition through active internationalization processes. At the present, Chinese investments are still small compared to the to world value of OFDI, but it's interesting to focus on their trends and skyrocketing growth. The paper summarizes the main stages of the Go Global and presents historical series of data concerning flows and stocks. The attention is then drawn on the Italian case. Italy is still not playing a major role in Chinese companies' internationalization strategies. Flows and stocks of investments are still low and companies investing in Italy are not so many. But things are changing quickly. Italy is becoming more and more interesting for Chinese companies to acquire brands, knowledge and specific competencies, as well as strategic locations to penetrate European markets. The small dimension of the target companies (for acquisitions) encourage Chinese investors to come to Italy. Data on Chinese companies operating in Italy (names, sector of activity, internationalization strategies followed) are discussed and analyzed. Some ideas to develop further research activities conclude the paper.

**JEL classification:** O5, F23.

**Keywords:** OFDI from developping economies, Go Global, China, Chinese investments in Europe and Italy .

**Corresponding author:** Francesca Spigarelli (spigarelli@unimc.it).

Information Department:

Piazza Oberdan 3, 62100 Macerata - Italy Phone: +39 0733 258 3960 Fax:  
+39 0733 258 3970 e-mail: csampaoli@unimc.it

## 1 Considerazioni introduttive

Attraverso la politica del *Go Global* il Governo cinese sta fortemente incoraggiando le imprese domestiche ad assumere un ruolo attivo nell'economia internazionale (Shi, 2002). Ciò in modo speculare ed in direzione opposta rispetto a quanto ricercato attraverso la precedente politica dell'*Open door*, in cui esportazioni ed investimenti diretti dall'estero sono stati i driver fondamentali della straordinaria crescita economica interna.

Alcuni casi di acquisizioni di note imprese occidentali, da parte di società cinesi<sup>1</sup>, hanno richiamato l'attenzione di studiosi e media sugli effetti attuali e prospettici del *Go Global*, soprattutto in relazione alla forte accelerazione che tale politica sta assumendo negli ultimi tempi ed al ritmo e rapidità con cui le imprese cinesi si stanno espandendo su scala mondiale (Hong, Sun, 2004; Unctad, 2006, pp. 7-8).

Sulla scia di tali eclatanti episodi, è nata la curiosità di esaminare in termini scientifici il fenomeno del *Go Global*. Si è, dunque, avviato uno studio esplorativo, sui cui risultati impostare un più ampio percorso di ricerca.

Questo working paper è frutto del primo step di analisi, i cui obiettivi sono quelli di delineare i connotati del fenomeno e le sue direttrici principali, oltre che proporre alcune prime riflessioni sul suo impatto in Italia. In una fase successiva del percorso di ricerca, con riferimento specifico al caso italiano, si intende approfondire ulteriormente lo studio, sia esaminando in ottica comparativa le dinamiche e le caratteristiche del *Go Global* in Europa, sia cercando di comprendere più analiticamente i processi di internazionalizzazione cinese, mediante *case study*. Ciò per tentare di delineare e prefigurare i possibili effetti di medio-lungo periodo del *Go Global* sul sistema produttivo nazionale. L'internazionalizzazione passiva alimentata dai flussi di investimento cinese potrebbe, infatti, aprire nuovi ambiti di studio, nuovi interrogativi sui possibili sentieri di sviluppo economico ed industriale italiano, oltre che sulla riconfigurazione della conoscenza e dei processi di allocazione del valore in ambito locale. Analizzare l'estensione del fenomeno *Go Global* in Italia potrebbe risultare interessante ai fini del noto dibattito sul futuro dei

---

<sup>1</sup>Tra i casi che hanno sollevato forte interesse dei media vi è l'acquisizione nel 2004, da parte di Lenovo, della divisione PC della IBM. Cfr. Wu, 2005, pp. 26-29. Per una rassegna delle principali acquisizioni internazionali da parte di imprese cinesi, si rinvia a Anzkiewicz, Whalley, 2006.

distretti italiani<sup>2</sup>, oltre che sul fenomeno della “delocalizzazione in loco”, con l’insediamento, in alcune filiere distrettuali, di imprenditori stranieri (Fubini, 2006). Gli stessi mutamenti in atto nei contesti locali (Corò, Volpe, Bonaldo, 2005), anche nella logica della frammentazione o della ricomposizione transnazionale della conoscenza (Rullani, 2006), potrebbero essere condizionati, entro certi limiti, dagli effetti del *Go Global*<sup>3</sup>. Impossessandosi di marchi, conoscenze e tecnologie, sempre più spesso mediante acquisizioni di società locali, le imprese cinesi potrebbero portare ad “alterazioni” o “anomalie” negli attuali pattern di sviluppo economico, soprattutto in taluni contesti geografici ed in taluni settori.

Le riflessioni sul fenomeno *Go Global* nel contesto italiano appaiono, peraltro, assolutamente interessanti se si considera come recentemente il Governo cinese abbia coinvolto con vigore le imprese di piccola e media dimensione nel processo di espansione internazionale. E’ interessante, allora, riflettere su quali possano essere le conseguenze scaturenti da iniziative di internazionalizzazione che portino ad una “contaminazione” di due modelli industriali per certi versi simili. Analogamente a quanto accade per l’Italia (Fortis, 2006), infatti, anche per la Cina si riscontra una forte presenza di PMI, specializzate nei settori tradizionali (manifatturieri e tipicamente legati al tessile, abbigliamento, calzature, oltre che alla meccanica) ed organizzate in aree distrettuali<sup>4</sup>.

Il lavoro si divide in due parti. Nella prima, dopo aver ricostruito il quadro teorico di riferimento dell’analisi, sono descritti i tratti salienti della politica *Go Global* per comprenderne obiettivi, modalità di attuazione e prime conseguenze. Lo studio è volutamente sintetico, considerando che al tema è già stato dedicato un apposito contributo scientifico (Bellabona, Spigarelli 2006b). Nella seconda parte del lavoro, l’attenzione si focalizza sul caso italiano, nel tentativo di delineare una mappa del fenomeno ed offrire alcuni primi spunti per successivi approfondimenti ed ulteriori analisi.

---

<sup>2</sup>La letteratura sui distretti italiani è ampia e variegata. Per una esaustiva rassegna si rinvia a Carabelli, Hirsch, Rabellotti, 2006.

<sup>3</sup>“[...] Il futuro comincia sempre con qualche segnale debole, che tocca alla teoria scoprire e valorizzare – come frammento dotato di futuro – nel mezzo di mille altre cose, che sono invece segni pregnanti del passato e magari del presente, ma non hanno futuro”. Cfr. Rullani, 2006, p. 4.

<sup>4</sup>Per una comparazione della struttura di specializzazione di Cina ed Italia, si rinvia a Amighini, Chiarlone, 2003.

## 2 L'analisi del Go Global nel contesto degli studi sui processi di internazionalizzazione

Lo studio dei connotati e degli effetti della politica del *Go Global* rientra nell'ampio filone di ricerca relativo al ruolo degli investimenti diretti esteri per lo sviluppo e la crescita economica, sia dei paesi promotori sia di quelli riceventi<sup>5</sup>. L'analisi si ricollega, inoltre, al recente dibattito scientifico sul ruolo crescente di alcuni paesi emergenti nella realizzazione d'investimenti diretti all'estero, anche verso i paesi industrializzati.

Di seguito si propone un esame dei principali filoni di studio legati all'internazionalizzazione, in modo da poter meglio collocare ed inquadrare le analisi del caso cinese proposte in questo lavoro.

Sulla base della ripartizione proposta da Buckley (2002), relativamente agli studi in tema di internazionalizzazione, a livello temporale è possibile individuare tre aree di analisi che si sono sviluppate progressivamente, seguendo l'evoluzione storica dei processi di internazionalizzazione stessi.

Un primo filone riguarda la spiegazione delle direttrici dei flussi di investimento all'estero, provenienti dalle multinazionali dai paesi industrializzati. Dopo la II guerra mondiale, tali flussi si indirizzano tipicamente dagli USA all'Europa occidentale. A fronte dell'inadeguatezza delle teorie classiche sul commercio internazionale, fondate sulla non mobilità di capitale e lavoro quali fattori di produzione e sui differenziali di interesse quale leva alla migrazione dei capitali<sup>6</sup>, si riscontra in quegli anni una copiosa produzione scientifica.

---

<sup>5</sup>Un'illustrazione ampia dei benefici degli investimenti diretti ai fini dello sviluppo è proposta in OECD, 2002 e in Khawar, 2005. Sul piano teorico, la letteratura dimostra, attraverso numerosi contributi, il ruolo positivo degli investimenti diretti per la crescita economica. Per approfondimenti sul ruolo degli FDI nei paesi in via di sviluppo si veda Greenaway, 1998. Con riferimento all'efficacia delle politiche intraprese a livello nazionale per attrarre investimenti diretti si vedano Bjornvatn, Eckel, 2006.

<sup>6</sup>Si tralascia in questa sede l'analisi della teoria del commercio internazionale, nell'ambito della quale è stato inquadrato il fenomeno del commercio estero nella prima fase del capitalismo industriale e sino alla II guerra mondiale. La teoria economica, sino agli anni '50, si è concentrata tipicamente sulla ricerca di motivazioni in grado di giustificare gli scambi di natura commerciale tra diversi paesi. In una visione macroeconomica del fenomeno, la teoria dei vantaggi comparati di Ricardo prima (1817) e il modello di Hecskcher-Olin (1919; 1933), poi, hanno concentrato l'attenzione sulla dotazione di fattori a livello nazionale. Con il passare del tempo, le teorie classiche si sono dimostrate fallaci, sia in relazione alla loro tipica focalizzazione sugli scambi di merci, sia sulla mancata considerazione delle singole imprese quali soggetti promotori dei flussi di investimenti, sia sulla non considerazione del ruolo del progresso tecnologico e degli aspetti organizzativi

Adottando una logica tipicamente microeconomica, si pone in evidenza come l'ingresso dell'impresa in un mercato estero sia collegato al possesso di un vantaggio trasferibile, in grado di generare una posizione quasi monopolistica nel paese di destino (Hymer, 1976; Kindleberger, 1969). Gli investimenti diretti sono collocati entro la teoria dell'impresa, esaminandone effetti diretti ed indiretti, di natura sia reale sia finanziaria sul paese ricevente, oltre che i vantaggi specifici conseguiti e ricercati da ogni impresa (Dunning, 1958, 1977; Caves, 1971). Parallelamente, viene ad emergere l'idea dell'internazionalizzazione come processo graduale di estensione dell'attività di business, secondo un sentiero fatto di step graduali predefiniti (Aharoni, 1966; Carlson, 1974, 1975; Johanson, Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson, Valne, 1977).

A partire dagli anni '70, un secondo filone di studi si concentra sulle multinazionali (MNE) e sulla spiegazione delle loro scelte strategiche ed organizzative, andando ad abbracciare due prospettive di analisi. Da un lato, vi è l'approccio che pone enfasi alle scelte organizzative delle MNE, facendo seguito agli studi di Chandler (1962, 1977) e trovando nella *resource based view* (Barney, 1991) le basi per una spiegazione solida delle scelte d'impresa. Dall'altro lato, vi è l'approccio fondato sulla visione dei costi di transizione e delle gerarchie di mercato. Seguendo l'approccio di Coase (1937) e Williamson (1975), si interpretano le scelte di internazionalizzazione come conseguenza di una valutazione costi/benefici legati all'internazionalizzazione di transazioni e relazioni esterne di mercato (Buckley, Casson, 1976). Gli studi di Dunning (1977, 1979, 1980, 1988) e la sua teoria eclettica offrono un *framework* esteso in grado di motivare l'attività transnazionale delle imprese ed i vantaggi ad essa associati (di proprietà, di localizzazione, di integrazione/internazionalizzazione – *OLI theory*).

Altro filone di studi, avviato dagli anni '80-'90, riguarda i nuovi sviluppi e manageriali. La presenza di forti imperfezioni nei mercati moderni, che si allontanano in modo netto dalle ipotesi della concorrenza perfetta, ha stimolato, a partire dagli anni '50-'60, una "nuova" produzione scientifica. La teoria del gap tecnologico di Posner (1961) rappresenta un primo tentativo di evoluzione delle teorie classiche, in cui, concentrandosi su fattori dell'offerta, si pone attenzione sui differenziali dei tassi di innovazione settoriali per spiegare i flussi di investimento. Linder (1961) sposta, invece, l'analisi su fattori collegati alla domanda con la teoria della "domanda rappresentativa". E' con la teoria del ciclo di vita del prodotto di Vernon (1966) che si segna il passaggio dalla teoria del commercio internazionale a quella degli investimenti diretti esteri, di taglio tipicamente microeconomico. Per una rassegna sintetica ed esaustiva delle principali posizioni teoriche da Ricardo a Vernon, si rinvia a Valdani, Bertoli, 2006, pp. 46-57.

dell'internazionalizzazione e gli effetti della crescente globalizzazione economica (Buckley, Ghauri, 2004). In particolare, l'osservazione del comportamento delle imprese porta in risalto sia nuove forme di operatività transnazionale, sempre più basate sul concetto di alleanza strategica e di rete di collaborazione (Contractor, Lorange, 1988; Dunning, 1997), sia nuove modalità organizzative (Bartlett, Ghoshal, 1989). L'idea di un necessario percorso evolutivo per step nei processi d'internazionalizzazione viene sempre più messa in discussione. Si contesta, in particolare, la visione deterministica del processo stesso. Ciò anche in considerazione delle nuove forme di radicamento all'estero, fondate su alleanze e partnership. Attraverso queste ultime, anche imprese minori (*born globals*) riescono ad inserirsi in network internazionali, persino nelle fasi iniziali del business (Madsen, Servais, 1997; Bell et al., 2001; Andersson, Wictor, 2003).

Un altro ambito di studio particolarmente ricco di analisi riguarda, in questo periodo, gli effetti sui paesi riceventi degli investimenti diretti realizzati dalle imprese, in termini di *spillover*. La conoscenza superiore delle imprese investitrici tenderebbe a diffondersi sulle imprese locali "per contagio", a causa della sua natura di bene pubblico: non escludibilità e non rivalità genererebbero una esternalità positiva per il paese ospitante<sup>7</sup>. Ne deriverebbe un incremento di produttività. A fronte di numerosi contributi sul fenomeno, di stampo sia macroeconomico, sia microeconomico<sup>8</sup>, si riscontra però l'assenza di un *framework* teorico esaustivo (Blomström et al. 1999a; Smeets, de Vaal, 2005). L'incapacità di correlare sul piano teorico i connotati delle MNE e le caratteristiche dei paesi ospitanti ha generato a livello empirico una forte eterogeneità di risultati: si trovano, infatti, studi che dimostrano tanto la presenza di effetti positivi, quanto di effetti negativi o persino nulli conseguenti ai *foreign direct investment* - FDI (Franco, Montessor, 2007, pp. 22-23).

A questi tre ambiti di studio delineati da Buckley, la nuova letteratura

---

<sup>7</sup>Gli asset posseduti dalle imprese investitrici possono essere tipicamente ricondotti a due categorie (Narula, Marin, 2005). Da un lato, vi sono gli asset tecnologici fisici, come gli impianti ed i macchinari, e gli asset tecnologici di pura conoscenza, intangibili. Questi asset darebbero vita ai *productivity spillover* (Blomström, Kokko, 1998; Smarzynska, Spatareanu, 2005). Dall'altro lato, vi sono gli asset specifici che derivano da una superiore conoscenza del funzionamento e dei meccanismi di mercato, che darebbero vita ai *market access spillovers* ed agli *export spillovers*.

<sup>8</sup>Per una rassegna esaustiva della letteratura in tema di *spillover*, si rinvia a Roy, Van den Berg, 2006 ed all'ampio lavoro di ricognizione bibliografica in Franco Montessor, 2007.

ne aggiunge un quarto, assolutamente recente (Bonaglia et al., 2007), legato al comparire di una seconda ondata di multinazionali, *late entrant* sul mercato (Bartlett, Ghoshal, 2000), provenienti da economie emergenti. Dopo alcuni limitati casi, nei primi anni '80, di multinazionali da paesi in via di sviluppo (Lecraw, 1977; Kumar, McLeod, 1981; Wells, 1983, Lall, 1983), a partire dai primi anni '90 un numero crescente di imprese provenienti da Cile, Cina, Egitto, Malesia, Messico, Russia, Sud Africa, Tailandia, Turchia (Aykut, Goldstein, 2006, p. 8) ha invaso la scena mondiale<sup>9</sup>. Queste imprese, spinte alla ricerca di vantaggi competitivi, seguono pattern di sviluppo atipici: si internazionalizzano per crescere e fanno ampio ricorso ad alleanze ed acquisizioni per impossessarsi di risorse distintive quali marchi, tecnologie, conoscenze. Tali risorse sono funzionali alla creazione rapida di un vantaggio competitivo internazionale, in grado di ampliare e diversificare le proprie competenze di base.

In questo contesto, la tradizionale lettura *à la* Dunning (secondo la *OLI theory*) sembra non essere in grado di spiegare l'apertura ai mercati internazionali. Secondo alcuni Autori, l'approccio seguito dalle multinazionali dei paesi emergenti è l'opposto di quello tradizionale (Bonaglia et al., 2007, p. 3). Si internazionalizzano per costruire rapidamente vantaggi competitivi, piuttosto che per affermare su scala globale vantaggi già posseduti. Il loro successo sembra proprio legato alla capacità di sfruttare le opportunità della competizione globale e dell'essere *late entrant* sul mercato: sviluppando una mentalità geocentrica (Perlmutter, 1969) sono in grado di proiettare il loro prodotto su scala globale prima ancora di averne le dimensioni (Bartlett, Ghoshal, 2000). Inoltre, fanno leva specificamente su innovazioni strategiche ed organizzative per internazionalizzarsi in modo molto rapido e repentino (Mathews, 2002, 2006).

In un recente contributo, Buckley et al. (2007) analizzano il caso cinese per comprendere in che modo la teoria generale sui FDI debba essere adattata per tenere conto di alcuni fattori specifici che caratterizzano le strategie

---

<sup>9</sup>“*OFDI stock from developing economies and countries in transition has increased rapidly in recent years, from \$147 billion in 1990 to over \$1 trillion in 2004. The raise in the absolute value of OFDI flows is equally impressive – from slightly more than \$53 billion in 1992-98 to more than \$85 billion in 1999-2004, with a peak of \$147 billion in 2000[...]. Developing economies together accounted for 13 per cent of the world's OFDI stock in 2005, compared with 7 per cent in 1990*”. Cfr. Aykut, Goldstein, 2006, pp. 11-12. Per un esame analitico del fenomeno degli investimenti diretti da paesi emergenti, si rinvia a Unctad, 2006, pp. 18-36.



di investimento di alcune economie emergenti<sup>10</sup> e della Cina, in particolare. I risultati sono di assoluto interesse scientifico: imperfezioni del mercato dei capitali, vantaggi di proprietà specifici e fattori istituzionali condizionerebbero a tal punto i pattern di espansione degli OFDI da richiedere una nuova chiave teorica, pensata *ad hoc*, nella lettura dei flussi di investimento internazionali.

Soprattutto nel caso della Cina, le imperfezioni del mercato dei capitali fanno sì che il capitale sia disponibile, per le imprese investitrici, a condizioni non di mercato e relativamente convenienti. Le imperfezioni a cui gli Autori si riferiscono riguardano il fatto che le società pubbliche hanno accesso a tassi di finanziamento ridotti, attraverso cui supportano politiche di acquisizioni estere anche molto impegnative e con una valutazione “leggera” del rischio relativo (Lardy, 1998; Scott, 2002; Warner et al., 2004). Inoltre, la presenza di un sistema bancario non sviluppato ed inefficiente favorisce l'accensione di finanziamenti a condizioni non di mercato (Warner et al., 2004; Child, Rodrigues, 2005; Antkiewicz, Whalley, 2006). Peraltro, la presenza in Cina di imprese conglomerate tende a generare un mercato interno dei capitali che supporta notevolmente gli *outward foreign direct investment* - OFDI (Liu, 2005). Infine, le imprese familiari possono avere accesso agevolato a risorse finanziarie, attingendo alle disponibilità liquide della parentela di riferimento (Tsai, 2002; Child, Pleister, 2003; Erdener, Shapiro, 2005).

I vantaggi di proprietà riguardano, invece, qualità ed attitudini che le imprese cinesi hanno sviluppato nel tempo e che permettono loro di meglio competere nell'arena internazionale: flessibilità (Wells, 1983), economicità nell'utilizzo di alcune risorse chiave (come la manodopera), familiarità nell'operare con economie emergenti, capacità di allacciare relazioni interaziendali o con altri attori presenti nei contesti locali di insediamento. Si pensi, con riferimento a quest'ultimo aspetto, alla presenza di network etnici sparsi soprattutto in Asia, ma anche nel resto del mondo, come conseguenza della diaspora dei cittadini cinesi (Buckley, 2007, p. 502)<sup>11</sup>. Questo asset di

---

<sup>10</sup>Il fenomeno delle MNE dei paesi emergenti, nuovi investitori globali, risulta ancora relativamente poco esplorato, sia in termini macro economici, sia a livello più micro. L'attenzione è concentrata dalla letteratura prevalentemente sui paesi “Bric” (Wilson, Purushothaman, 2003; Sauvart, 2005; 2006): Brasile, Russia, India e Cina, a fronte dei flussi consistenti di risorse investite a livello internazionale proprio da imprese di queste aree geografiche (Unctad, 2006).

<sup>11</sup>Si stima che ci siano oltre 33 milioni di persone di etnia cinese fuori dalla madre patria, in senso lato intesa (inclusando anche Hong Kong, Macau, Taiwan). La popolazione risulta

relazioni umane e sociali (Lecraw, 1977; Wells, 1983; Lau, 2003) potrebbe costituire una risorsa chiave nello spiegare le direttrici di crescita degli OFDI cinesi (Luo, 1997; Standifird, Marshall, 2000; Tong, 2003).

Infine, al di là della teoria generale dei FDI, anche alcuni fattori istituzionali possono spiegare il trend degli investimenti cinesi, come suggerito dalla letteratura emergente in questo campo – *institution based view of strategy* (North, 1990; Peng, 2002; Meyer, Nguyen, 2005; Wright et al., 2005). Le regole del gioco, formali ed informali, dettate dal contesto istituzionale di riferimento svolgono un ruolo fondamentale nel configurare le strategie di internazionalizzazione delle imprese. La presenza di supporti, aiuti e sussidi pubblici consente alle imprese cinesi di superare molte difficoltà nell’accesso ai mercati esteri. Contemporaneamente, il livello di burocratizzazione delle procedure di autorizzazione degli investimenti all’estero condiziona ammontare e direttrici degli OFDI.

### 3 Dall’Open door al Go Global: il Governo spinge l’internazionalizzazione attiva<sup>12</sup>

Il fenomeno del *Go Global*, come visto, può essere inquadrato a livello teorico nell’ambito degli studi sulle nuove configurazioni dei flussi di investimento internazionali, in cui un ruolo crescente è svolto dai paesi emergenti. Nuove imprese multinazionali, spinte dalle riforme intraprese in madre patria, adottano percorsi di globalizzazione i cui effetti e le cui conseguenze sulle economie di destinazione, soprattutto quelle occidentali, sono tutti da esplorare ed indagare, sul piano scientifico. La Cina è sicuramente l’esempio più eclatante tra le economie emergenti, considerando il forte ruolo assunto dal Governo nel creare una vasta rete di assistenza per l’accompagnamento all’estero, fatta di servizi di informazione, incentivi finanziari e fiscali, coperture assicurative, supporto consulenziale.

In questa logica, è interessante soffermarsi sul percorso che ha portato all’attuale configurazione del *Go Global* e sulle scelte intraprese nel tempo dalle

---

sparsa in 151 paesi: l’80% risiede in Asia ed il 15% nelle Americhe. I paesi con maggiore presenza cinese sono Thailandia (9,2 milioni di persone), Indonesia (8 milioni), Malesia (5,8 milioni), Singapore (3,4 milioni), USA (2,9 milioni), Canada (1 milione). Cfr. Zhou, 2006; Zanier, 2006.

<sup>12</sup>Si ringrazia la dr.ssa P. Bellabona per la collaborazione nell’impostazione di questo paragrafo.

Autorità per accompagnare gradualmente le imprese in ambito internazionale (Mathews, 2006).

Illustrare il *Go Global* implica, innanzitutto, un iniziale riferimento all'altra nota politica di apertura cinese, quella dell'economia pianificata, avviata nel 1978 e meglio conosciuta come *Open door policy*. L'*Open door* si è caratterizzata per l'attrazione degli investimenti internazionali e per la parallela spinta delle esportazioni (strategia *export-push*)<sup>13</sup>. In alcuni decenni, non solo la Cina è diventata uno dei principali paesi esportatori mondiali, ma ha assunto un ruolo chiave (Long, 2005; Branstetter, Lardy 2006; Unctad, 2006, pp. 1-2) nell'acquisire flussi di investimenti diretti esteri, in grado di stimolare e supportare fortemente la crescita interna. Si veda, al riguardo, la tabella a in Appendice.

Parallelamente a quest'apertura graduale e progressiva dell'economia all'estero, il Governo cinese ha avviato un'ulteriore fase di integrazione internazionale, in direzione "opposta" a quella dell'*Open door*: fulcro della nuova politica è la spinta agli investimenti transnazionali delle imprese cinesi.

La globalizzazione delle imprese, anche di piccole e medie dimensioni (Siu, Liu, 2005), è reputato fattore critico per l'ulteriore sviluppo economico della Cina (Mofcom, 01.12.2006) e chiave di volta della nuova politica di espansione (Unctad, 2006, pp. 26-27).

Il *Go Global*, fortemente intensificato e divenuto eclatante a partire dal 2000, è in realtà frutto di un ampio programma, avviato già alla fine degli anni '70 e caratterizzato, come tipicamente avviene nelle recenti esperienze cinesi, da gradualità e sperimentazioni. Sono almeno cinque gli step fondamentali che hanno contraddistinto gli interventi del Governo, prima di arrivare all'attuale impostazione delle misure di sostegno all'internazionalizzazione attiva. Nella tabella 1 se ne descrivono i tratti salienti<sup>14</sup>.

Con l'11° Piano Quinquennale (2006-2010) la politica di espansione estera è divenuto uno dei temi centrali e si è fatta molto concreta ed incisiva. I vincoli sui deflussi valutari sono stati progressivamente annullati, le procedure di autorizzazione snellite e le istituzioni bancarie ed assicurative incentivate ad assistere all'estero le imprese nei processi di internazionalizzazione. Il ruolo del Governo è fortemente mutato, divenendo fornitore di servizi con-

---

<sup>13</sup>Per un approfondimento sull'impatto delle politiche di promozione di export e FDI da parte del Governo cinese sulla performance economica del paese, si rinvia a Yao, 2006.

<sup>14</sup>Per una rassegna completa dei principali documenti ed atti governativi emanati in corrispondenza delle diverse fasi verso il *Go Global*, si rinvia a Zhang, 2005, pp. 6-7.

Tabella 1: Le tappe verso il Go Global

---

**Fase 1 (1979-1983)** Non esiste una normativa specifica per gli investimenti esteri, che sono riservati alle imprese statali e controllati caso per caso. Le scelte fondamentali, riguardanti paese di destino e settore, rispondono tipicamente a logiche di stato, relative all'influenza politico-economica ed alle relazioni commerciali internazionali.

---

**Fase 2 (1984-1992)** Alle operazioni all'estero accedono gradualmente anche le aziende non statali. Si avvia la standardizzazione delle procedure di approvazione. È questa la prima fase di vera crescita degli OFDI, in cui anche le corporazioni, anche a livello locale, spingono le imprese del territorio a muoversi per l'acquisizione di tecnologie e quote di mercato.

---

**Fase 3 (1993-1998)** Per sperimentare l'apertura all'estero, è selezionato e sostenuto un team di imprese statali dei settori strategici (minerario, energia, automotive, elettronica, chimico, costruzioni, trasporti). Sono garantiti incentivi e diritti speciali in tema di autonomia decisionale e gestionale. Al tempo stesso, si dà avvio ad un più stretto controllo degli OFDI, al fine di evitare speculazioni e ulteriori perdite per le aziende statali.

---

**Fase 4 (1999-2002)** Vengono incoraggiati progetti di internazionalizzazione dell'industria leggera (tessile, macchine utensili ed elettriche) mirati a stabilire industrie di trasformazione all'estero. Sono garantiti sgravi fiscali in caso di ricorso a materie prime o componenti cinesi. Reputazione, creazione del marchio, innovazione e tecnologia diventano fattori strategici.

---

**Fase 5 (2002-2005)** Da responsabile dell'approvazione dei progetti, il Governo diviene strumento di monitoraggio e fornitore di servizi di informazione ed assistenza, oltre che promotore di incentivi, semplificazione amministrativa, riduzione del rischio di investimento. Sono pubblicate guide specifiche per 67 paesi esteri e numerosi settori industriali, destinati alle imprese nazionali che si internazionalizzano. Vengono concessi prestiti agevolati per iniziative volte a: reperimento di risorse naturali, esportazione di tecnologie/prodotti/attrezzature, apertura di centri avanzati di ricerca e sviluppo, nuove fusioni ed acquisizioni.

---

sulenziali ed informativi di alto livello, attraverso organismi, enti ed agenzie costituiti ad hoc (Bellabona, Spigarelli 2006b).

A fronte dei grossi investimenti e sforzi realizzati dalle Autorità, i dati ad oggi disponibili confermano per la Cina un ruolo non ancora da protagonista tra gli investitori globali (0,59% dei flussi mondiali di OFDI attivati alla fine del 2005). I valori investiti appaiono ridotti anche in rapporto a quelli di altri paesi che si trovano in uno stadio simile di sviluppo (Tabella 2). Tuttavia, ciò che risulta assolutamente interessante è il tasso di incremento dei flussi stessi (Tabella 3). Questi ultimi hanno raggiunto, in termini di stock, a fine 2006, i 75 mld \$, con un incremento superiore al 30% rispetto al 2005. I flussi, nello stesso anno, hanno superato i 17 mld \$<sup>15</sup>.

Il trend di forte espansione è confermato per il futuro dalle previsioni di analisti e studiosi. Le agenzie internazionali sostengono che la Cina sia de-

---

<sup>15</sup>I dati statistici differiscono notevolmente a seconda della fonte utilizzata: Untact, Oecd, Mofcom. Quelli delle Autorità cinesi tendono ad essere sottostimati, perché prendono in considerazione solo gli investimenti per i quali è stata regolarmente avviata e conclusa la procedura di approvazione. Altre incongruenze delle fonti cinesi sono imputabili ad errori ed omissioni, dovuti alla materia relativamente nuova.

Tabella 2: OFDI: una comparazione tra diversi paesi (mld \$)

	Flussi FDI annuali			FDI cumulati		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Flussi totali globali OFDI	612,2	730,3	-	8.196,9	9.732,2	-
<b>OFDI Cinesi</b>						
Totali	2,9	5,5	12,3	33,2	44,8	57,2
% su totale	0,5%	0,8%	1,7%	0,4%	0,5%	0,6%
<b>Paesi sviluppati</b>						
Giappone	-	-	31,0	-	335,5	370,5
Francia	-	-	47,8	-	-	-
Canada	-	-	47,5	-	307,8	369,8
Olanda	-	-	14,6	-	-	-
Italia	-	-	19,3	-	238,9	280,5
UK	-	-	65,4	-	1.128,6	1.378,1
Spagna	-	-	54,3	-	207,5	332,6
USA	-	-	229,3	-	2.069,0	2.018,2
<b>Paesi in via di sviluppo</b>						
Cile	-	-	-	-	-	-
Brasile	-	-	9,5	-	54,6	64,4
Messico	-	-	2,2	-	13,8	15,9
Corea del Sud	-	-	4,8	-	34,5	39,3
Malesia	-	-	2,1	-	29,7	13,8
Singapore	-	-	10,7	-	90,9	100,9
Russia	-	-	9,6	-	51,8	81,9

Fonte: Morck et al., 2007, p.3.

Tabella 3: Investimenti diretti cinesi all'estero (mld\$)

	85-95	'99	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Flusso</b>	1,59	1,77	0,92	6,88	2,52	2,90	5,53	12,26	17,80
<b>Stock</b>	15,80	24,90	25,80	n.d.	29,90	33,40	44,90	57,20	75,00

Fonte: elaborazioni proprie su dati Unctad, Mofcom

stinata ad entrare tra i primi quattro paesi investitori globali entro il periodo 2005-2008 (Unctad, 2005), contribuendo in modo consistente ad alimentare gli OFDI mondiali (Buckley et al., 2007, p. 500).

Attualmente, le principali aree di destinazione degli investimenti sono Hong Kong, isole caraibiche e paradisi fiscali (Cayman Island e British Virgin Islands), USA, Russia, Giappone, Germania (primo fra gli europei) ed Australia (Zhang, 2005; Battat, 2006). I maggiori tassi di espansione degli investimenti riguardano i Paesi in via di sviluppo dell'area asiatica, l'America Latina (per acciaio e risorse naturali), la Russia (specificamente nel settore immobiliare) e si prevede un rafforzamento generale della presenza nei Paesi industrializzati.

Coerentemente ai desiderata del Governo, tutti i settori risultano interessati alla spinta all'internazionalizzazione (dal primario con le risorse naturali ed energetiche; al secondario con la meccanica, l'automotive, l'elettronica; al terziario con i servizi finanziari, la ricerca e sviluppo, l'ICT). Numerose imprese, non solo a controllo pubblico e non solo di grandi dimensione, risultano coinvolte ormai a livello globale (Bellabona, Spigarelli, 2006b), mediante iniziative sia *greenfield*, sia *non greenfield* o *joint venture*<sup>16</sup>.

Le stesse motivazioni all'internazionalizzazione stanno evolvendo, come ricercato dalle Autorità. L'interesse dei cinesi va sempre più oltre l'iniziale ricerca di fonti energetiche e materie prime (Lawrence, 2002). Ciò che emerge da alcune recenti analisi empiriche (Zhang, 2005; Battat, 2006; Jiang, 2006) è che le imprese si internazionalizzano frequentemente alla conquista di nuovi mercati, a fronte della forte competitività del contesto domestico e della relativa saturazione (Taylor, 2002; Zhang, 2003; Deng, 2004; Buckley et al., 2006). Si cercano una riduzione dei costi di produzione e il superamento di barriere commerciali. Si vogliono acquisire tecnologie avanzate e nuove competenze di processo o apprendere sistemi gestionali avanzati. In modo sempre più diffuso, si va alla ricerca di marchi riconosciuti a livello internazionale per evitare i lunghi tempi di accettazione del mercato: l'utilizzo di marchi cinesi si scontra, infatti, specie nei contesti occidentali, con la diffusione di un'immagine di prodotti appartenenti a fasce basse di prezzo/qualità<sup>17</sup>.

<sup>16</sup>L'obiettivo delle *joint venture* è quello di acquisire *know how* manageriale e tecnologico, direttamente nei paesi in cui vengono registrate delle eccellenze, anche attraverso la creazione di centri di ricerca, come accaduto in Danimarca, Germania, Svezia. A fine 2005 erano già 37 le operazioni all'estero in ricerca e sviluppo, più di metà delle quali situate in Paesi sviluppati (Hess, 2006).

<sup>17</sup>Nessuna impresa cinese compare tra i primi 100 marchi della classifica Business Week

Discorso a parte, ovviamente, meritano gli investimenti in paradisi fiscali, che assorbono a tutt'oggi una quota elevata dei flussi di OFDI (Morck et al., 2007, pp. 3-4). Oltre a motivazioni legate ai regimi agevolati di tassazione, queste destinazioni stanno divenendo meta privilegiata per fondare società che divengono *holding*, attraverso cui spingere ulteriormente gli investimenti all'estero.

Infine, va sottolineato come la promozione degli OFDI significativi, a livello più macroeconomico e nella prospettiva "nazionale", individuare una via di uscita dall'*impasse* del percorso virtuoso di crescita cinese (Palley, 2006), che ha indotto ad un accumulo di surplus commerciale<sup>18</sup>, alla crescita delle riserve di valuta estera<sup>19</sup> con pressioni fortissime sul tasso cambio (Palley, 2006; Williamson, 2005), oltre che all'insofferenza dei partner commerciali (Otani, 2005).

#### 4 Italia ed effetto Go Global: alcune prime riflessioni

Nel paragrafo precedente si sono esaminati sinteticamente obiettivi perseguiti e strumenti adottati dal Governo cinese per espandere la presenza all'estero delle imprese nazionali.

Tra le iniziative più recenti intraprese vi è la firma di accordi bilaterali con singoli governi, per agevolare in modo ancor più incisivo e mirato l'internazionalizzazione attiva<sup>20</sup>. In questa logica, anche il Governo italiano ha

---

- Interbrand (Accenture, 2005).

<sup>18</sup>Nel corso della *Central Economic Work Conference for 2006*, svolta a Pechino il 7 dicembre 2006, il Governo ha dichiarato l'intenzione di potenziare ulteriormente gli sforzi per incrementare le importazioni e gli investimenti all'estero. Il riequilibrio della bilancia internazionale dei pagamenti è ritenuto uno degli aspetti prioritari da parte del Governo (People's Daily, 13.12.2006)

<sup>19</sup>"China had a trade surplus of US\$102 billion in 2005. In the first 3 quarters of 2006, the trade surplus already got to US\$109.8 billion, which is expected to reach US\$140 billion for the whole year. In terms of the international balance of payments, the surplus for the first 3 quarters was US\$240.1 billion, including a current account surplus of US\$177.5 billion and a capital and financial account surplus of US\$62.6 billion. By the end of September 2006, China's foreign exchange reserve hit US\$987.9 billion. We believe this issue deserves our great attention and efforts in order for a resolution on the one hand, and on the other needs to be rationally defined and objectively analysed". Cfr. Mofcom, speech 23.11.2006. Per approfondimenti sulle motivazioni del surplus commerciale e sulle manovre di "fronteggiamento" dello stesso si rinvia al documento richiamato.

<sup>20</sup>Si consideri, al riguardo, che dal primo accordo bilaterale, firmato con la Svezia nel 1982, la Cina ha concluso circa 120 accordi, di cui 69 realizzati tra il 1990 ed il 1999.

avviato un percorso di collaborazione con le Autorità cinesi, in cui lo sviluppo delle attività d'investimento bilaterali risulta centrale<sup>21</sup>. La Cina si è impegnata a sostenere progetti ed iniziative di investimento, non solo nei settori industriali tradizionali, ed a porre particolare attenzione alle aree del centro-sud della Penisola. Anche se all'Italia arriva, dunque, solo lo 0,1% del totale degli investimenti cinesi (Bellabona, Spigarelli, 2006a), vi sono tutte le premesse per attendersi una crescita considerevole della presenza di capitali nella penisola.

L'analisi si sposta, a questo punto, sul contesto italiano, nel tentativo di comprendere l'impatto che sta avendo la politica *Go Global*, le sue potenzialità di sviluppo e le possibili conseguenze sul tessuto produttivo nazionale. Si tratta, come anticipato, di indagini preliminari ed esplorative che dovrebbero consentire di impostare ulteriori attività di ricerca. Ciò che interessa comprendere, in questa fase, sono innanzitutto le strategie perseguite dalle imprese cinesi internazionalizzate presenti in Italia. E' interessante capire se effettivamente esse seguono pattern atipici di espansione, come osservato dalla letteratura sulle MNE dai paesi emergenti, alla ricerca di asset ad alto valore aggiunto e conoscenze. Contestualmente, è importante verificare in quali settori di attività si stanno inserendo ed in quali aree geografiche si stanno insediando, in modo sia da comprendere il possibile impatto sullo sviluppo economico delle aree locali (distretti in particolare), sia da verificare se la presenza di vantaggi di proprietà collegati all'espansione in Italia potrebbe essere supportata anche dalla presenza nel nostro paese di network etnici.

Le difficoltà nel procedere nello studio non sono poche, a causa della frammentazione dei dati e della molteplicità delle fonti, non sempre concordanti, disponibili. Per poter, in questa fase esplorativa di ricerca, realizzare una

---

Attualmente, la Cina si colloca al secondo posto a livello mondiale, dopo la Germania, nella firma di accordi. Cfr. Antkiewicz, 2006, p. 37.

<sup>21</sup>Sono queste le motivazioni principali in base alle quali, il 7 maggio 2004, è stato istituito il Comitato Governativo Italia-Cina, tramite un accordo congiunto firmato dai Primi Ministri dei due Paesi. Il Comitato è finalizzato ad attività di indirizzo, coordinamento e verifica delle relazioni italo-cinesi in ogni settore e "mira a razionalizzare in una strategia complessiva di lungo termine le iniziative, i progetti, le attività intraprese dalle varie Amministrazioni ed istituzioni delle Parti nell'ambito delle rispettive competenze". In tutti e tre gli ultimi vertici del Comitato Governativo Congiunto Italia-Cina (luglio 2006, novembre 2006, settembre 2007) la promozione degli investimenti reciproci è descritta come fattore cruciale nella cooperazione economico-commerciale fra i due Paesi. Cfr. [www.esteri.it/coordinamentocina](http://www.esteri.it/coordinamentocina).



prima mappatura del fenomeno si sono utilizzate due tipologie di dati: gli afflussi di investimento provenienti dalla Cina e le operazioni di acquisizione o di costituzione di aziende da parte di società cinesi in Italia.

#### 4.1 L'afflusso di investimenti dalla Cina

Una prima fonte di informazioni utili a riflettere sull'impatto del *Go Global* in Italia è legata alle rilevazioni dell'Ufficio Italiano Cambi (UIC). Realizzando il monitoraggio dei movimenti valutari che hanno origine, in toto o in parte, dall'estero, l'UIC segnala gli afflussi ed i deflussi valutari contropartita di eventuali operazioni di investimento. Questo dato, come ampiamente sottolineato dalla letteratura (Cerroni, Moranti, Zeli, 2000; Mori, Rolli, 1998), risulta non significativo se preso in modo asettico ed isolato. Tuttavia può offrire alcuni interessanti spunti di riflessione<sup>22</sup>. Si vedano la tabella 4, di seguito riportata, e la tabella b in allegato.

Ad oggi, gli afflussi di risorse cinesi in Italia rivestono sicuramente un peso trascurabile, soprattutto in comparazione al totale degli investimenti provenienti dal resto del mondo. Anche rispetto agli altri paesi asiatici, il ruolo della Cina è decisamente minoritario: essa fa affluire in Italia il 2,9% delle risorse provenienti dall'Asia.

Tuttavia, ciò che risalta è il tasso di crescita degli afflussi negli ultimi anni. Dal 2001 al 2006 il valore dei flussi è cresciuto del 522% ed è più che raddoppiato nell'ultimo anno. Grande vivacità e rapida evoluzione connotano, dunque, il fenomeno.

Focalizzando l'analisi a livello geografico, emergono, innanzitutto, la crescita considerevole degli afflussi, negli ultimi anni, verso il Lazio ed il Veneto, oltre che il persistente assorbimento di risorse da parte della Toscana, tornata in forte crescita nel 2006<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup>Oltre ai problemi di completezza e tempestività dei dati, con riferimento specifico al caso cinese va considerato che, spesso, gli investimenti vengono realizzati da gruppi che detengono società all'estero, tramite le quali le operazioni sono fatte transitare. In tale ipotesi, l'operazione non è censita come cinese e, dunque, sfugge alle rilevazioni UIC.

Si ringraziano, per i dati forniti, la dr.ssa V. Pellegrini, il dr. A. Di Filippo ed il dr. S. Napolitano, dell'Ufficio Italiano Cambi. L'autore è, ovviamente, responsabile delle elaborazioni dei dati e delle considerazioni e riflessioni proposte.

<sup>23</sup>Purtroppo una quota considerevole degli afflussi è censita come "Altre branche non classificabili", il che non consente di realizzare un'analisi esaustiva e pienamente soddisfacente.

Dall'esame dei deflussi valutari è, invece, interessante notare la riduzione particolarmente consistente nel 2004 degli investimenti in Emilia Romagna (-3.567 mila €) e la continua fuoriuscita di risorse dalla Lombardia (-136.000 € nel 2001; - 549.000 € nel 2004; - 356.000 € nel 2005; -16.002.000 € nel 2006).

Un fenomeno degno di attenzione riguarda il fatto che nel 2006 compaiono nuove e forse inattese Regioni tra i destinatari di risorse. Rispetto alle tipiche aree a vocazione tessile, fortemente orientate al *Made in Italy* e ad elevata presenza di etnia cinese, come la Toscana e il Veneto appena richiamati, risaltano gli afflussi verso Molise, Umbria, Calabria e Marche. Gli investimenti cinesi sembrano differenziarsi e diffondersi sul territorio nazionale, spingendosi in aree nuove, ma sempre a forte vocazione industriale "tradizionale". Su questi aspetti si avrà comunque modo di ritornare più avanti, nel corso del lavoro.

Spostando l'analisi sui settori, va osservato come lo studio risulti non pienamente significativo se si considera che in tutto il periodo analizzato la quota principale di risorse è assorbita dalla classe "famiglie". Seguendo la definizione di contabilità nazionale, tale voce comprende gli artigiani, le ditte individuali ed i consumatori (De Felice, 2006, p. 11). Il contenuto della posta, così fortemente eterogeneo, non consente un esame significativo della reale destinazione degli investimenti su scala nazionale. In ogni modo, è possibile notare (Tabella b in appendice) come, dal confronto tra i dati del 2001 e del 2006, emerga una riduzione degli afflussi di investimento nei servizi al commercio, probabilmente a testimonianza di una penetrazione, consistente nel passato, che ha teso a saturare le varie piazze<sup>24</sup>. Cresce, inoltre, negli anni, la differenziazione delle destinazioni: nuove aree merceologiche attraggono investimenti. In particolare, nel 2006 si riscontra un'inusuale, elevata, incidenza delle risorse affluite al settore terziario dei servizi degli alberghi e dei pubblici esercizi. Questo fenomeno è forse una ulteriore testimonianza dell'evoluzione e maturazione, non solo in termini geografici, degli investimenti cinesi.

---

<sup>24</sup>Questo dato va letto in modo integrato con le indicazioni sulle singole iniziative imprenditoriali di soggetti cinesi (dati Unioncamere), in cui il fenomeno appare in controtendenza, come si può vedere dai dati commentati nell'allegato 1.

Tabella 4: Investimenti Diretti in Italia, per Regione di destinazione. Dati di Flusso (in migliaia di €)

2001	Importo	2004	Importo
Emilia Romagna	22	Lazio	1.215
Lazio	107	Toscana	250
Lombardia	1.197	Trentino Alto Adige	70
Piemonte	225	Veneto	659
Toscana	536	Non Indicata	612
Veneto	167		
Non Indicata	100		
<b>Totale Cina Repubblica Popolare</b>	<b>2.354</b>	<b>Totale Cina Repubblica Popolare</b>	<b>2.806</b>
<b>Totale Paesi</b>	<b>37.186.823</b>	<b>Totale Paesi</b>	<b>106.482.743</b>
2005	Importo	2006	Importo
Friuli Venezia Giulia	50	Calabria	31
Lazio	654	Emilia Romagna	15
Lombardia	233	Lazio	1.587
Piemonte	41	Lombardia	599
Toscana	110	Marche	25
Veneto	1.331	Molise	280
Non Indicata	3.764	Piemonte	906
		Toscana	1.300
		Umbria	83
		Veneto	284
		Non Indicata	9.528
<b>Totale Cina Repubblica Popolare</b>	<b>6.183</b>	<b>Totale Cina Repubblica Popolare</b>	<b>14.638</b>
<b>Totale Paesi</b>	<b>135.116.479</b>	<b>Totale Paesi</b>	<b>160.356.902</b>

Fonte: elaborazioni proprie su dati Ufficio Italiano Cambi

## 4.2 Gli investimenti delle aziende cinesi in Italia

Per comprendere più da vicino la situazione degli investimenti cinesi in Italia, è opportuno passare dalla visione “macro” dei flussi UIC alla verifica delle imprese a capitale cinese costituite o acquisite in Italia<sup>25</sup>. L’utilizzo di queste fonti consente di censire le società italiane partecipate da soggetti cinesi, sia costituite ex novo in Italia (investimenti *greenfield*, anche nella formula della *joint venture*), sia controllate a seguito di operazione di acquisizione di imprese italiane preesistenti (investimento *non greenfield*). Pur non avendo la certezza di riuscire ad ottenere un quadro completo del fenomeno, è comunque possibile percepirne la portata<sup>26</sup>.

Sono state volutamente escluse le imprese con sede ad Hong Kong, Taiwan, Macao. L’analisi è ristretta alle residenti nella *mainland China*, considerando che sono proprio queste le destinatarie privilegiate delle azioni intraprese dal Governo a sostegno dell’internazionalizzazione attiva cinese, attraverso il *Go Global*<sup>27</sup>.

La mappa che si è riusciti a tracciare evidenzia la presenza in Italia di 25 società con soggetto proprietario o comproprietario cinese. Si tratta in prevalenza di unità costituite ex novo quali iniziative *greenfield*, localizzate nel Nord Italia (Fig. 1 e Tabella c in Appendice). Alcuni casi recenti, messi in risalto dai *media*, rivelano come siano sempre più diffuse anche le acquisizione di imprese, tipicamente di piccole e medie dimensioni, appartenenti a comparti produttivi molto diversi.

Proprio a livello settoriale, è interessante notare come la presenza in Italia delle imprese cinesi coinvolga settori sia maturi (meccanica, tessile, abbigliamento), sia a più alto contenuto di tecnologia (elettronica, automotive, comunicazioni). Tra i protagonisti del *Go Global* nella penisola figurano grandi gruppi, anche di origine pubblica, noti a livello mondiale per la rapidità e

---

<sup>25</sup>Le fonti a cui si fa riferimento sono: Sviluppo Italia; Camera di Commercio Cinese per la promozione internazionale; stampa economica specialistica. Si ringraziano per i dati forniti la dr.ssa G. Giovannetti, dirigente Area Studi, Ricerche e Statistiche dell’ICE e la dr.ssa M. Rui, Country Manager China di Sviluppo Italia SpA.

<sup>26</sup>La non sovrapposizione delle informazioni proposte dalle varie fonti è sintomatica della non esaustività delle stesse.

<sup>27</sup>Per questo motivo è stata esclusa dall’analisi l’acquisizione della Sergio Tacchini da parte della società di Hong Kong Hembley International Holdings, leader nell’outsourcing e nella distribuzione di abbigliamento. Il controllo dell’azienda italiana, in forti difficoltà finanziarie, è passato al gruppo nell’ambito di un accordo di concordato preventivo (Vinciguerra, 2007).

la portata delle iniziative di internazionalizzazione intraprese: da Cosco e China Ocean Shipping Company nella logistica, ad Haier negli elettrodomestici, a Huawei nelle telecomunicazioni ed ICT, a Anhui Jianghuai Automobile Co. Ltd, ChangAn Automobile Group e Nanjing Motor Corporation nell'automotive.

Scendendo più nel dettaglio dei casi ed esaminando l'attività prevalente svolta dalle imprese italiane a controllo cinese, sembra possibile affermare che diffusamente esse assumono il ruolo di filiali commerciali, cui sono assegnati compiti di analisi di mercato, studio di posizionamento e di prodotto, marketing per il gruppo di riferimento. Rispondono a questa logica 11 dei 25 casi censiti. La finalità *market seeking* appare evidente, ma il posizionare società commerciali sul mercato italiano potrebbe anche essere letto come primo step di una più ampia strategia di internazionalizzazione, che in questa fase tende all'esplorazione del contesto italiano ed europeo.

Talvolta, a tali unità viene anche delegato lo svolgimento di attività di ricerca e sviluppo, come accade nella provincia di Torino, nel settore automobilistico e nell'ICT. In questo caso, la finalità *strategic asset seeking* dell'investimento emerge in modo netto, data la presenza di conoscenze consolidate, sedimentate in loco, in ambito sia industriale, sia accademico<sup>28</sup>. Chang An Automotive Co. Ltd e Anhui Jianghuai Automobile Co. Ltd. hanno preferito Torino ad altre possibili localizzazioni nel mondo, proprio per poter acquisire per "contagio" conoscenze e specializzazioni progettuali e di design, in grado di migliorare i propri prodotti e renderli attraenti agli occhi degli esigenti consumatori occidentali.

Sempre nella logica della ricerca di asset ad alto valore aggiunto, si segnalano tra le iniziative *non greefield* acquisizioni finalizzate all'appropriazione del marchio. In particolare, spicca il caso di Benelli srl, nel settore dei motocicli, rilevata in situazione di grave crisi dalla Qianjiang Group Co. Ltd (QJ Group), attiva anche nella produzione di motociclette e scooter (Bellabona, Spigarelli, 2006c, p. 157). Marchio storico nelle competizioni sportive, Benelli dovrebbe garantire una nuova immagine ai prodotti cinesi da distribuire in occidente. Grazie all'acquisizione, il gruppo QJ è entrato in possesso di competenze elevate in ambito tecnico e progettuale, in grado di migliorare significativamente la qualità della gamma alta della propria produzione. I

---

<sup>28</sup>Anche altri importanti gruppi starebbero, secondo i rumor di mercato, progettando la costituzione in Italia di centri di ricerca e sviluppo, in aree strategiche per la conoscenza e le competenze possedute dalle risorse umane italiane (Jadeluca, 2006).

piani di sviluppo e rilancio in Italia delle attività di Benelli confermano la volontà del gruppo QJ di far leva sulle competenze italiane per crescere a livello internazionale.

Motivazioni legate al marchio hanno caratterizzato anche l'operazione di Fediao Electrics sull'italiana Elios, attiva nel settore dei componenti elettrici ed elettronica, portalampade e decorazioni luminose da interno ed esterno (Ridella, 2007). Interessante notare come in questo caso il marchio sia necessario non tanto per affermarsi presso un vasto pubblico di consumatori attenti all'immagine, quanto per emergere in un settore tecnico, anche nel *business to business* (Fatiguso, 2006).

La ricerca di asset strategici è collegata anche alla conquista di vantaggi di localizzazione ed alla disponibilità di *know how* e competenze specialistiche, in grado di interpretare le esigenze e gli standard tecnici del mercato europeo, in settori ad alta competitività. E' il caso di Haier, divenuto uno dei principali player mondiali nel settore degli elettrodomestici. All'inizio degli anni 2000, per poter penetrare il mercato occidentale, Haier necessitava di prodotti adeguati agli standard normativi e d'uso europei. A tal fine, nel 2001 è stata realizzata l'acquisizione, dalla Meneghetti Srl di Padova, del 100% del ramo d'azienda specializzata nella produzione di frigoriferi da incasso. La decisione di acquisire una fabbrica italiana fa parte di una strategia più ampia, collegata anche alla localizzazione di Haier Europe a Varese. Quest'ultima, oltre a coordinare il marketing e le vendite di elettrodomestici in Europa, gestisce tutte le attività logistiche nel continente. La scelta di Varese e di Padova è legata non solo alla localizzazione strategica rispetto all'Europa, ma anche alla tradizione di queste aree e dell'Italia in generale nella produzione degli elettrodomestici del bianco, alle competenze e professionalità disponibili, oltre che alla rete di subfornitori specializzati in componentistica e tecnologie industriali ed alla vicinanza con i principali competitor occidentali (Bellabona, Spigarelli, 2006c, pp. 159-161).

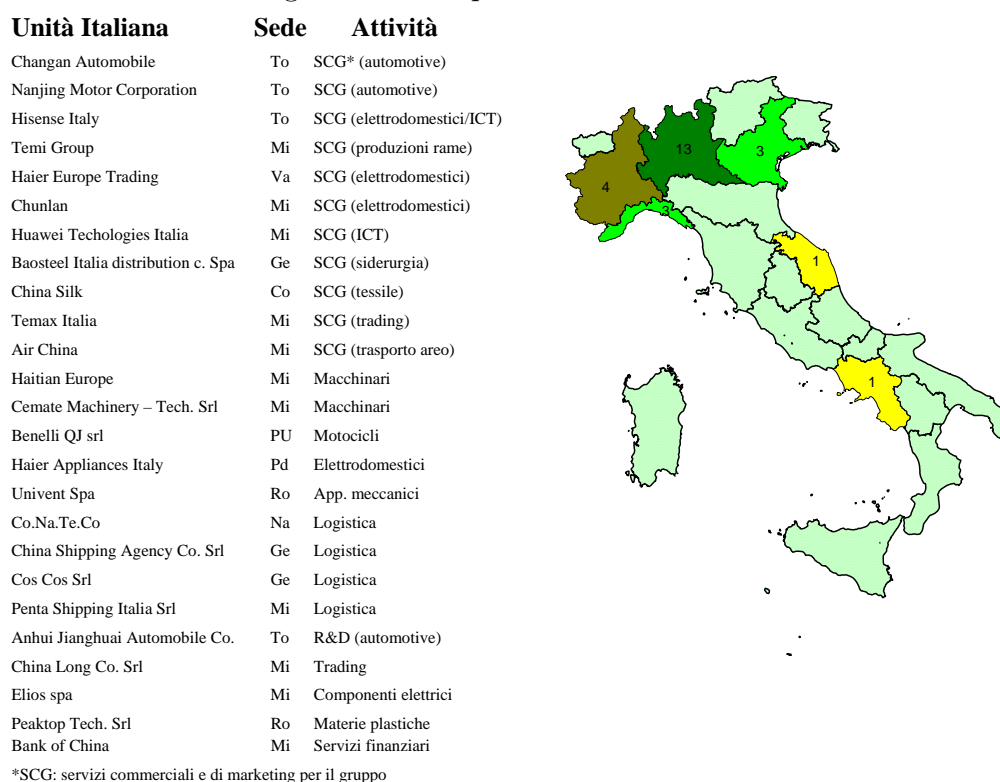
Altro settore rilevante per la conquista di risorse immateriali ad alto valore riguarda la logistica. In coerenza con un trend riscontrabile a livello mondiale ed europeo, anche l'Italia sembra divenire meta di interesse crescente per imprenditori cinesi, alla conquista del business delle rotte commerciali marittime, in forte espansione per l'intensificarsi degli scambi tra Cina e resto del Mondo<sup>29</sup>. L'Italia è vista come ponte di accesso al vasto mercato europeo

---

<sup>29</sup>“Negli ultimi dieci anni il settore marittimo è cresciuto così velocemente, da superare persino la crescita del PIL e l'obiettivo annunciato dal Governo è quello di diventare il pri-

ed ai Balcani, in particolare. La conquista delle infrastrutture portuali e dei network logistici è realizzata tipicamente attraverso *joint venture* con partner locali, operativi da tempo e con successo nei principali snodi italiani. In questo caso gli attori cinesi sono gruppi multinazionali come Cosco e Cina Ocean Shipping, già richiamati, che vantano una fitta rete internazionale di società e collaborazioni.

Figura 1: Le imprese cinesi in Italia



Fonte: elaborazione propria su dati Sviluppo Italia, CCPIT

Nel complesso, l'Italia sembra risentire progressivamente ed in modo crescente degli effetti della politica *Go Global*. Quantitativamente il fenomeno mo Paese nel mondo dello shipping. Tra le principali compagnie di navigazione mondiale, che operano in un contesto oligopolitistico, vi sono due colossi cinesi Cosco, una delle più importanti aziende del Paese con interessi nella cantieristica, la fabbricazione di container, la gestione di terminali portuali, ma anche nella finanza, l'edilizia e le infrastrutture. L'altra grande realtà amatoriale cinese è rappresentata dalla China Shipping Company Line, che in pochi anni si è affermata prepotentemente sulla scena mondiale". (Morelli, 2004, pp. 8-10). Entrambe queste società hanno attualmente unità in Italia, costituite ex novo o più diffusamente in *joint venture* con partner italiani.

non è ancora rilevante, ma ciò che, ancora una volta, impressiona sono i trend degli ultimi anni e la rapidità di evoluzione e mutamento. Oltre alle 25 imprese censite, numerosi sono i casi riportati da stampa e media di trattative in corso o in via di perfezionamento, soprattutto per l'acquisizione di imprese italiane.

Probabilmente, le motivazioni del ritardo con cui l'onda di investimenti cinesi sta giungendo in Italia vanno ricercate, innanzitutto, nella graduale maturazione ed evoluzione della strategia di penetrazione internazionale della Cina.

Come già sottolineato, dall'iniziale espansione *resource seeking*, finalizzata all'approvvigionamento di materie prime scarse, le Autorità cinesi sono passate a stimolare direttamente l'ingresso sui mercati esteri per motivazioni *market seeking*, alla ricerca di nuove piazze commerciali. Solo più recentemente il Governo ha varato provvedimenti specifici ed intrapreso azioni volte a stimolare gli investimenti *strategic asset seeking*. L'Italia, scarsa di risorse naturali, ma ampio mercato di sbocco e ricca di competenze distintive nei settori manifatturieri, sarebbe divenuta solo negli ultimi anni un target interessante per l'internazionalizzazione cinese.

L'espansione recente degli OFDI cinesi in Italia potrebbe anche essere ricondotta alla progressiva internazionalizzazione delle imprese di medie dimensioni. Queste ultime, molto più dei gruppi statali o delle grandi imprese multinazionali, tendono a trovare un fertile terreno in Italia per alleanze ed acquisizioni. Esse si focalizzano, infatti, maggiormente su risorse ad alto valore aggiunto ed immateriale (immagine, marchi, ricerca, innovazione), in settori produttivi tradizionali di cui il nostro paese è ricco. Le medie imprese cinesi, attratte dalla qualità e dal brand di molte produzioni del *made in Italy*, potrebbero sempre più vedere nell'acquisizione delle risorse possedute dalle imprese italiane una modalità di crescita "esterna" rapida, in grado di affrancare la propria immagine di produttori *low cost* e di qualità ridotta. Inoltre, la disponibilità in Italia di imprese target di dimensioni contenute, finanziariamente "accessibili", potrebbe tendere a facilitare la penetrazione e l'ingresso nel mercato europeo.

Tanto più, dunque, il *Go Global* si spinge alla ricerca di competenze distintive, marchi ed immagine e coinvolge operatori anche di dimensioni non rilevanti, tanto maggiore appare il ruolo dell'Italia come sistema obiettivo. In questo senso, sembra trovare conferma quanto evidenziato dalla nuova letteratura sulle MNE dei paesi emergenti: la ricerca di asset intingili è stru-



mentale ad acquisire rapidamente vantaggi competitivi difendibili, attraverso cui rapidamente affermarsi su scala globale. A livello territoriale, la localizzazione prescelta tende a privilegiare aree ricche di competenze distintive, tipicamente distrettuali, ma non solo in produzioni che coinvolgono etnie cinesi. Ad oggi è il comparto meccanico quello maggiormente interessato da processi di acquisizione ed insediamenti *greenfield*, oltre a quello logistico e dell'IT. Il tessile-abbigliamento-calzature, in cui è storicamente concentrata l'etnia cinese nel Paese, è ancora poco presente come settore di insediamento. Tuttavia, le numerose trattative in corso o in via di perfezionamento in questi mesi lasciano presagire notevoli cambiamenti, con interessanti sviluppi futuri. Ciò, soprattutto, in relazione all'ingresso di nuovi gruppi e di nuove medie imprese cinesi tra i protagonisti del *Go Global*. Si tratta di imprese meno note dei colossi presenti in Italia e nel resto del mondo (come ad esempio i citati Hinsense, Huawei, Haier o Cosco) ma pronti ad investire risorse finanziarie per l'acquisizione di asset ad alto valore.

## 5 Considerazioni di sintesi ed alcuni possibili spunti di ricerca

Lo studio della politica del *Go Global* è un fenomeno relativamente recente, tuttora poco esplorato anche a causa della frammentarietà e limitatezza dei dati disponibili. La notevole attenzione scientifica per questo tema ha finora prodotto alcuni studi descrittivi sul trend degli OFDI (Taylor, 2002; Deng, 2003 e 2004; Wong, Chang, 2003; Buckley et al. 2006; Mork et al., 2007), alcune analisi quantitative sulle determinanti degli OFDI (Buckley et al., 2007), oltre che diverse ricerche fondate su *case study* relativamente alle esperienze di internazionalizzazione di imprese cinesi (Liu, Li, 2002; Warner et al., 2004; Antkiewicz A., Whalley J., 2006; Bonaglia et al., 2007).

L'interesse per la politica del *Go Global* è, innanzitutto, legato al fatto che essa rappresenta l'esempio recente più eclatante d'intervento pubblico per un'economia emergente, volto a promuovere flussi di investimento all'estero come risposta ad una serie di squilibri interni ed all'esigenza di rapida crescita internazionale. Cogliendo un trend comune ad altre economie in forte espansione, lo studio del *Go Global* offre l'opportunità di riflettere sulla necessità di adattare la teoria generale sui FDI per spiegare i recenti trend di investimento diretti esteri dai paesi emergenti. Grande importanza, in questi contesti, assumono i fattori istituzionali, che si aggiungono alle imperfezioni dei mercati dei capitali ed al possesso di specifici *ownership advantage*, nel

rendere urgente una nuova chiave di lettura nei processi di internazionalizzazione. Le direttive e gli interventi dello stato influenzano in modo rilevante i pattern degli investimenti stessi, secondo direttrici non prevedibili alla luce della teoria generale, che presume un comportamento delle imprese volto alla massimizzazione del profitto.

L'analisi del *Go Global* è di ampio interesse scientifico anche nella prospettiva dei paesi riceventi i flussi d'investimento, per gli effetti che gli stessi potrebbero avere sui relativi sistemi industriali. Rispetto all'ottica tradizionale, l'effetto *spillover*<sup>30</sup>, di "travaso per contagio" di competenze e conoscenze sembrerebbe, infatti, agire in direzione opposta a quella usuale: dal paese ospitante industrializzato verso quello promotore, emergente<sup>31</sup>.

A fronte di un tema di ricerca relativamente nuovo, l'attenzione si è concentrata in questo lavoro specificamente sul caso italiano. Gli effetti del *Go Global* cominciano, infatti, a percepirsi anche in Italia, dove si moltiplicano le notizie di acquisizioni, di trattative, di avvio di iniziative societarie. Dai dati e dalle informazioni disponibili emerge una presenza sempre più forte degli operatori cinesi, spinti da motivazioni diverse ad una crescente penetrazione commerciale e produttiva nel paese. Tentando di stilizzare i fenomeni, emergono:

- iniziative volte all'acquisizione di aziende italiane, attraverso cui conquistare marchi affermati e riconoscibili sul mercato, tecnologia, conoscenze cristallizzate nelle risorse umane e nei territori tipicamente distrettuali, non replicabili internamente nel medio periodo (Rossi, 2005);
- iniziative volte alla costituzione ex novo di unità di commercializzazione o produzione e finalizzate al presidio di mercati di sbocco per prodotti o cinesi o realizzati in loco. Il mercato italiano diviene, in questo caso, sia un target diretto, sia una testa di ponte verso l'Europa continentale ed i Balcani. Oltre a finalità *market seeking*, in questo caso, l'insediamento in aree distrettuali o ricche di conoscenze sedimentate favorisce

---

<sup>30</sup>Per un'analisi specifica sugli *spillover* tecnologici nel contesto cinese, si vedano Hale, Long, 2006.

<sup>31</sup>Gli investimenti diretti verso e dall'estero hanno svolto, storicamente, un ruolo determinante nello sviluppo di alcune nazioni, come nel caso del Giappone (Blomstrom, Konan, Lipsey, 2001). Per un'ampia rassegna dei principali contributi dottrinali in merito e per una discussione sulle motivazioni per cui il caso del Giappone si discosta significativamente da quello della Cina, si rinvia a Goldstein (in pubblicazione).

l'acquisizione di know how strategico per adeguare la produzione agli standard normativi, d'uso e di design occidentali.

Il quadro delineato nell'analisi sollecita diversi spunti per approfondimenti futuri, cui collegare specifiche ipotesi di ricerca da testare. Nell'immediato, con riferimento all'Italia, sono due in particolare gli ambiti che appaiono maggiormente interessanti da indagare.

Un primo aspetto si collega alla tematica dei vantaggi competitivi, posseduti a livello nazionale e locale (distrettuale, in particolare). Ciò a fronte delle strategie di acquisizione, da parte cinese, di imprese nazionali o di insediamento in specifiche aree geografiche per l'assorbimento di asset intangibili in settori forti della tradizione italiana (meccanica, tessile-abbigliamento, ecc...).

Si tratta di un fenomeno che assicura un rilancio di aree produttive in tensione competitiva, ridando linfa vitale ad aziende e settori "maturi", talvolta decotti, o il *Go Global* rischia, in Italia, di generare un depauperamento/trasferimento della ricchezza e delle conoscenze distintive nazionali/locali? Come ci si pone, dunque, rispetto alla posizione prevalente in dottrina, secondo cui, soprattutto in ambito distrettuale, la presenza di operatori stranieri ha un ruolo fortemente positivo, agendo da propulsore all'internazionalizzazione, all'innovazione ed allo sviluppo economico in senso lato (Blomstrom, Kokko, 1998; Baldwin et al., 1999; Blomstrom et al., 2001; Mariotti, 2002; Mariotti et al., 2007)? Restano confermate queste ipotesi, qualora si coinvolgano imprese provenienti da economie emergenti in cui l'effetto *spillover* ricercato è "contrario" a quello tradizionalmente inteso (Bonaglia et al., 2007)? I modelli stilizzati per interpretare e comprendere le strategie innovative delle multinazionali (Le Bas, Sierra, 2002; Balcet, Evangelista, 2007) si addicono ad interpretare il comportamento delle imprese del *Go Global*?

Occorre comprendere l'effetto, sullo stock e sulla formazione di competenze e conoscenze, degli investimenti realizzati in modo mirato da imprese fortemente proiettate su scala globale e con un'economia nazionale per taluni comparti, tipicamente quelli tradizionali, simili alla nostra. Come intuibile, il tutto ha forti implicazioni di *policy*: prendere atto del fenomeno e studiarne gli effetti dovrebbe stimolare interventi ad hoc, in grado di affrontare in modo consapevole un fenomeno in forte espansione. Ciò a fronte della carenza, frequente in Italia rispetto ad altri paesi *competitor*, di una concreta politica nazionale di internazionalizzazione attiva e passiva (Di Tommaso, 2007, pp. 394-404).

Un altro aspetto interesse da approfondire riguarda il legame tra le imprese protagoniste del *Go Global*, in arrivo in Italia, e la diffusa rete di micro imprenditori cinesi, insediati da tempo nelle aree distrettuali. Pur essendo l'imprenditoria individuale sintomatica di una internazionalizzazione diversa da quella ricercata attraverso il *Go Global*, la sua forte presenza in Italia, documentata da numerosi studi ed indagini (si veda, al riguardo, l'allegato 1), non può non essere in qualche modo comparata e ricongiunta al fenomeno dell'internazionalizzazione delle società cinesi esaminato in questo lavoro. Si pensi solo al fatto che la storica presenza di micro imprenditori cinesi in Italia potrebbe divenire una risorsa che le grandi e medie imprese potrebbero sfruttare, agganciandosi nei territori distrettuali, alle realtà imprenditoriali già avviate ed insediate<sup>32</sup>. Come dimostrato da recenti studi (Buckley et al., 2007), l'esistenza di un network etnico, fatto di forti relazioni sociali che si estendono al business, crea un *ownership asset* chiave per le imprese investitrici. In numerosi contesti internazionali, si è provata la correlazione positiva esistente tra i flussi di OFDI cinesi e l'insediamento della stessa etnia nei paesi ospitanti: l'affinità culturale tenderebbe, infatti, a ridurre le distanze psicologiche, ad abbattere i costi di transazione ed a creare un positivo effetto di rete in grado di attrarre investimenti.

Quale ruolo potrebbe assumere, dunque, l'imprenditoria cinese presente in Italia in relazione alla nuova dimensione internazionale della Madre Pa-

---

<sup>32</sup>La diffusa presenza cinese nel tessuto industriale italiano è stata oggetto di numerose analisi ed intenso dibattito.

Secondo alcuni Autori, le preoccupazioni maggiori che solleva il fenomeno nel suo complesso riguarderebbero la miopia delle imprese distrettuali italiane, concentrate nei settori del *made in Italy*. Queste ultime, infatti, sembrerebbero aver abbracciato la strategia del rilancio competitivo fondato su recuperi di efficienza e flessibilità, mediante il supporto forte della imprenditoria cinese, trascurando azioni di innovazione dei propri prodotti e processi produttivi-distributivi, capaci di assicurare un rilancio duraturo delle produzioni nazionali (Borsari et al, 2006, p. 20).

Secondo altri Autori, invece, questa "delocalizzazione in loco" avrebbe addirittura consentito di salvare molti distretti, soprattutto per le produzioni di qualità meno elevata, altrimenti destinati alla scomparsa, a fronte dell'ampia pressione competitiva internazionale (Fubini, 2006).

Altri Autori ancora sottolineano come il futuro dei distretti a forte presenza cinese, alla ricerca di nuovi equilibri ed assetti (non solo economici), dipenda dalla capacità di realizzare una forte integrazione sia produttiva sia sociale, tra imprenditori italiani e cinesi (Toccafondi, 2005). Questa sorta di alleanza strategica con la comunità cinese potrebbe divenire una risorsa, in grado di valorizzare il distretto e non solo di risolverne i problemi di efficienza economica di breve periodo.

tria? Conoscenza del contesto locale, contatti commerciali e produttivi avviati, rapporti di subfornitura distrettuali, costituiscono un asset strategico accessibile alle imprese cinesi globali?

Sono sicuramente necessari ulteriori sforzi di ricerca, volti a comprendere e prefigurare i possibili effetti del *Go Global* sia sulle competenze distintive del nostro Paese, sia sulle aggregazioni locali, sia sulle strategie delle singole imprese nazionali. Ciò in relazione ai potenziali effetti sulle conoscenze sedimentate (contaminazione, appropriazione, frammentazione, rafforzamento?) e sui pattern di sviluppo economico nazionale e locale. Ancora una volta, l'internazionalizzazione assume forme e connotati nuovi, da codificare ed interpretare.

## Bibliografia

Accenture (2005), *China spreads its wings – Chinese companies Go Global*, 2005 www.accenture.com.

Aharoni Y. (1966), *The Foreign Investment Decision Process*, Harvard Business School Press, Cambridge, Massachusetts.

Amighini A., Chiarlone S. (2003), “Rischi e opportunità dell’integrazione commerciale cinese per la competitività internazionale dell’Italia”, *CESPRI Working Papers*, 149.

Andersson S., Wictor I. (2003), Innovative internationalisation in new firms: Born globals - the Swedish case, *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 1, n. 3, pp.249-273.

Antkiewicz A., Whalley J. (2006), Recent Chinese buyout activity and the implications for global architecture, *NBER Working Paper*, n. 12072, <http://www.nber.org/papers/w12072>.

Arndt S.W., Kierzkowsky H. (2001), *Fragmentation. New Production Patterns in the World Economy*, Oxford University Press, Oxford.

Aykut D., Goldstein A. (2006), Developing countries multinationals: south-south investment comes of age, *Oecd Working Paper*, n. 257.

Balcet G., Evangelista R. (2007), *Tecnologia globale? Le strategie innovative delle filiali estere in Italia ed il loro impatto*, in Mariotti S. (a cura di), *Internazionalizzazione, Innovazione e Crescita dell’industria italiana*, FrancoAngeli, Milano, pp.40-55.

Baldwin R.E., Braconier H., Forslid R. (1999), *Multinational, Endogenous Growth and Technological Spillover: Theory and Evidence*, CEPR Discussion Papers, n.2155.

Barney J.B. (1991), Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*, 17 (19), pp.99-120.

Bartlett C.A., Ghoshal S. (2000), Going global: Lessons from late movers, *Harvard Business Review*, 78, pp.133-142.

Bartlett G., Ghoshal S. (1989), *Management Across Borders; The Transnational Solution*, Hutchinson Business Books, Boston.

Battat J. (2006), *China’s Outward Foreign Direct Investment*, FIAS, World Bank Group.

Bell J., McNaughton R., Young S. (2001), Born again global firms. An extension to the born global phenomenon, *Journal of International Management*, vol. 7, n. 3, pp.173-189.

Bellabona P., Spigarelli F. (2006a), Corporate China va in Italia, *Il Sole 24 Ore*, 21 novembre.

Bellabona P., Spigarelli F. (2006b), *Go Global*: le politiche di internazionalizzazione attiva della Cina, *Economia Marche*, n. 3.

Bellabona P., Spigarelli F. (2006c), La dimensione transnazionale dell'economia cinese, in Abbiati M. (a cura di), *Propizio è intraprendere imprese*, Venezia, Cà Foscara.

Bjornvatn K., Eckel C. (2006), Policy competition for foreign direct investment between asymmetric countries, *European Economic Review* 50, pp.1891-1907.

Blomström M., Globerman S., Kokko A. (1999), The determinants of host country spillovers from FDI: review and synthesis of the literature, *European Institute of Japanese Studies*, WP n.76.

Blomstrom M., Konan D., Lipsey R. (2001), FDI in the Restructuring of the Japanese Economy, *Working Paper 7693*, National Bureau of Economic Research, <http://www.nber.org/papers/w7693>.

Blomström, M., Kokko A. (1998), Multinational Corporations and Spillovers, *Journal of Economic Surveys*, 12, pp. 247-277.

Blomstrom, M., Sjöholm, F. (1999) Technology transfer and spillovers: does local participation with multinationals matter?, *European Economic Review*, 43, pp. 915-923.

Bonaglia F., Goldstein A., Mathews J.A. (2007), Accelerated internationalization by emerging markets' multinationals: The case of the white goods sector, *Journal of World Business*, 42 (4), pp. 369-383.

Borsari S., Ceccagno A., Gallo A., Gaudino S. (2006), *I cinesi e gli altri. L'imprenditoria extracomunitaria in Italia*, Consorzio Spinner ([www.spinner.it](http://www.spinner.it)).

Branstetter L., Lardy N. (2006), China's embrace of globalization, *Working Paper 12373*, National Bureau of Economic Research, <http://www.nber.org/papers/w12373>.

Buckley P.J. (2002), Is the International Business research agenda running out of steam?, *Journal of International Business Studies*, 33, pp.365-373.

Buckley P.J. (2004), The role of China in the global Strategy of Multinational Enterprises, *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, vol. 2 (1), pp.1-25.

Buckley P.J., Casson M. (1976), *The Future of the Multinational Enterprise*, Macmillan, London.

Buckley P.J., Clegg L.J., Cross A.R., Liu X., Voss H., Zheng P. (2007), The determinants of Chinese outward foreign direct investment, *Journal of International Business Studies*, 38, pp.499-518.

Buckley P.J., Cross A.R., Tan H., Voss H., Liu X. (2006), An investigation of recent trends in Chinese outward direct investment and some implications for theory, *Centre for International Business University of Leeds Working Paper*.

Buckley P.J., Ghauri, P. N. (2004), Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises, *Journal of International Business Studies*, 35, pp.81-98.

Carabelli A., Hirsch G., Rabellotti R. (2006), Italian SMEs and Industrial District on the move: Where are they going?, *WP 3, PRIN Frammentazione e sviluppo locale: modelli interpretativi e scenari di politica economica*.

Carlson S. (1974), *Investment in Knowledge and the Cost of Information*, Acta Academiae Regiae Scientiarum Upsaliensis, Uppsala.

Carlson S. (1975), *How Foreign is Foreign Trade?*, University of Uppsala, Uppsala.

Caves R.E. (1971), International Corporations: The Industrial Economics of Foreign Investment, *Economica* (New series), 38, pp.1-27.

Cerroni F., Moranti E., Zeli A. (2000), I gruppi di imprese nel settore manifatturiero: un'analisi su struttura e performance, in Istat – Ice, *Commercio estero e attività internazionali delle imprese 1999*, Roma.

Chandler A.D. Jr. (1962), *Strategy and Structure*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Chandler A.D. Jr. (1977), *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American*, Harvard Belknap, Cambridge, Mass.

Child J., Pleister H. (2003), Governance and management in China's private sector, *Management international*, 7 (3), pp.13-24.

Child J., Rodrigues S.B. (2005), The internationalization of Chinese firms: a case of theoretical extension?, *Management and Organization Review*, 1 (3), pp. 381-410.

Coase R. (1937), The Nature of the Firm, *Economica*, Vol. 4 (16), pp.386-405.

Corò G., Volpe M., Bonaldo S. (2005), *Local production systems in Italy between fragmentation and international integration*, paper presentato all'incontro "Economia Internazionale e Sviluppo", Urbino, 27-28 maggio.

De Felice A. (2006), Investimenti Diretti Esteri in Romania: nuove pro-



spettive per il Mezzogiorno, in Fabio Del Prete (a cura di), *Prossimità e Sviluppo*, Franco Angeli, Milano.

Deng P. (2003), Foreign direct investment by transnationals from emerging countries: the case of China, *Journal of Leadership and Organizational studies*, 10 (2), pp.113-124.

Deng P. (2004), Outward investment by Chinese MNCs: motivations and implications, *Business Horizons*, 47 (3), pp.8-16.

Di Tommaso M.R. (2007), Una politica estera per l'industria italiana. E non solo, *L'Industria*, n. 3, pp.1-39.

Dunning J. (1992), *Multinational enterprise and the global economy*, Addison Wesley, Workingham.

Dunning J.H. (1958), *American Investment in British Manufacturing Industry*, George Allen & Unwin, London.

Dunning J.H. (1977), Trade, Location of Economic Activity and the Multinational Enterprise: A Search for an Eclectic Approach., in Ohlin B., Hesselborn P.O., Wijkman P.M. (a cura di), *The International Allocation of Economic Activity*, Macmillan, London.

Dunning J.H. (1979), Explaining Changing Patterns of International Production: In Defence of the Eclectic Theory, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41, pp.269-96.

Dunning J.H. (1980), Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests, *Journal of International Business Studies*, 11, pp.9-31.

Dunning J.H. (1988), The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions, *Journal of International Business Studies*, 19, pp.1-31.

Erdener C, Shapiro D.M. (2005), The internationalization of Chinese family enterprise and Dunning's eclectic MNE paradigm, *Management and Organization Review*, 1 (3), pp.411-436.

Fatiguso R. (2006), Investire in Italia? Che fatica, *Il Sole 24 ore*, 14 novembre.

Fortis M. (2006), I distretti industriali e la loro rilevanza nell'economia italiana: alcuni profili di analisi, in Quadrio Curzio A., Fortis M. (a cura di), *Società, Stato e Mercato in Italia. Sussidiarietà, Laboratori, Distretti*, Il Mulino, Bologna.

Franco C., Montresor S. (2007), Foreign Direct Investments (FDI) and

productivity spillovers: a critical survey, *WP, PRIN Frammentazione e sviluppo locale: modelli interpretati e scenari di politica economica*.

Fubini F. (2006), Il distretto di Prato? Salvato dai cinesi, *Corriere della Sera*, 7 luglio.

Goldstein A. (in pubblicazione), Who's Afraid of Emerging Multinationals?, in K. Sauvart (eds), *The Rise of Transnational Corporations from Emerging Markets: Threat or Opportunity?*, Edward Elgar, pp.256-288.

Goldstein A., Bonaglia F., Mathews J. (2006), *Accelerated Internationalization by Emerging Multinationals: The Case Of White Goods*, OECD Paper.

Greenaway D. (1998), Does trade liberalisation promote economic development?, *Scottish Journal of Political Economy*, 45, pp.491-511.

Hale G., Long C. (2006), What determines technological spillovers of foreign direct investment: evidence from China, *Working Paper Series, Federal Reserve Bank of San Francisco*, 13.

Hess W. (2006), *Going Outside, Round tripping and dollar diplomacy: an introduction to outward direct investment*, Global Insight Inc..

Hong E., Sun L. (2004), Go overseas via Direct Investment. Internationalization strategy of Chinese Corporation in a comparative prism, *Discussion Paper 40, Center for financial and management studies, SOAS University of London*.

Hymer S.H. (1976), *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Jacobs S. (2002), An OECD Perspective on Regulatory Reform in China, in OECD, *China in the World economy: the domestic policy challenges*, www.oecd.org.

Jadeluca P. (2006), Uno stabilimento di R&S in Italia. Procede l'avanzata della Huawei, *Affari e Finanza*, 26 giugno.

Jiang W. (2006), Survey: Firms achieve goals abroad, *China Daily*, 14 giugno.

Johanson J., Vahlne J.E. (1977), The Internationalization Process of the firm. A Model of Knowledge Development and Increasing Market Commitments, *Journal of International Business Studies*, 8 (1), pp.23-32.

Johanson J., Wiedersheim Paul F. (1975), The Internationalization Of The Firm. Four Swedish Case Studies, *Journal of Management Studies*, 12 (3), pp.305-322.

Kindleberger C.P. (1969), *American Business Abroad. Six Lectures on Direct Investment*, Yale University Press, New Haven.

Kumar K., McLeod M.G. (Eds.) (1981), *Multinationals from developing countries*, Lexington Books, Lexington, Massachusetts.

Lall S. (1983), *The new multinationals: The spread of third world enterprises*, Wiley, Chichester.

Lardy N.R. (1998), *China's unfinished economic revolution*, Brookings Institution, Washington DC.

Lau H.F. (2003), Industry evolution and internationalization process of firms from a newly industrialized economy, *Journal of Business Research*, 56 (10), pp.847-852.

Lawrence S.V. (2002), Going global, *Far Eastern Economic Review*, 165 (12), p.32.

Le Bas C., Sierra C. (2002), Location Versus Country Advantages, *Research Policy*, 31, pp.589-609.

Lecraw D. (1977), Direct Investment by Firms from Less-Developed Countries, *Oxford Economics Papers*, Vol. 29, No. 3, pp.442-457.

Linder B.S. (1961), *An Essay on Trade and Transformation*, Almqvist & Wiksell, Stockholm.

Liu H., Li K. (2002), Strategic implications of emerging Chinese multinational: the Haier case study, *European Management Journal*, 20 (6), pp.699-706.

Liu L. (2005), *China's industrial policies and the global business revolution: the case of the domestic appliance industry*, Routledge Curzon, London.

Long G. (2005), China's Policies on FDI: Review and Evaluation, in Moran T.H., Graham E.M., Blomstrom M. (a cura di), *Does Foreign Direct Investment Promote Development?*, Peterson Institute for International Economics, Washington DC.

Luo Y. (1997), Guanxi: principles, philosophies and implications, *Human Systems Management*, 16 (1), pp.43-51.

Madsen T.K., Servais P. (1997), The internationalization of born global: an evolutionary process?, *International Business Review*, vol. 6, n. 2, pp.561-583.

Mariotti S. (2002), Sviluppo endogeno e imprese transnazionali, *Economia e Politica Industriale*, 113, pp.47-54.

Mariotti S., Multinelli M., Piscitello L. (2007), L'Internazionalizzazione produttiva dei distretti industriali. Un'analisi delle determinanti, in Mariotti

S. (a cura di), *Internazionalizzazione, innovazione e crescita dell'industria italiana*, FrancoAngeli, Milano, pp.15-39.

Mathews J.A. (2002), *Dragon multinationals: A new model of global growth*, Oxford University Press, New York.

Mathews J.A. (2006), Dragon multinationals: New players in 21<sup>st</sup> century globalization, *Asia Pacific Journal of Management*, 23, pp.5-27.

Meyer K.F., Nguyen H.V. (2005), Foreign investment strategies and sub-national institutions in emerging markets: evidence from Vietnam, *Journal of Management Studies*, 42 (1), pp.63-93.

Morck R., Yeung B., Zhao M. (in pubblicazione), Perspectives on China's Outward Foreign Direct Investment, *Journal of International Business Studies*.

Morelli A. (2004), Cina alla conquista degli oceani, *Altraeconomia*, luglio-agosto.

Mori A., Rolli V. (1998), Investimenti diretti all'estero e commercio: complementi o sostituti?, *Temi di discussione*, Banca d'Italia.

Narula R., Marin A. (2005), *Exploring the Relationship between Direct and Indirect Spillovers from FDI in Argentina*, MERIT Research Memoranda 2005-024, Maastricht Economic Research Institute on Innovation and Technology.

North D.C. (1990), *Institutions, Institutional change and Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge, Massachusetts.

Ohlin B. (1933), Interregional and International Trade, *Harvard Economic Studies*, Cambridge.

Orlando S. (2006), San Paolo cerca aziende tra Torino e Pechino, *Il Mondo*, 9 giugno.

Otani I. (2005), On China's exchange rate flexibility and stability: the more flexible against the U.S. dollar, the more stable in effective terms, *China and the World economy*, n. 6, pp.3-9.

Palley T. (2006), External contradictions of the Chinese development model: export-led growth and the danger of global economic contraction, *The Journal of Contemporary China*, n. 46, pp.69-88.

Peng M.W. (2002), Towards an institution-based view of business strategy, *Asian Pacific Journal of Management*, 19 (2), pp.251-267.

Perlmutter H.V. (1969), The tortuous evolution of the multinational corporation, *Columbia Journal of World Business*, 4, pp.9-18.

Posner V. (1961), International Trade and Technical Change, *Oxford Economic Papers*, n.13, pp.323-341.

Ricardo D. (1817), *On the Principles of Political Economy and Taxation*, John Murray, London.

Ridella R. (2007), *La presenza diretta delle aziende cinesi in Italia*, Paper presentato all'incontro China meets Italy, Osservatorio Asia, Torino, 8 novembre.

Rossi M. (2005), "L'economia cinese si proietta verso l'estero", *Relazioni internazionali*, n. 19, febbraio, <http://www.ispionline.it/it/documents/ispiri-19rossi.pdf>.

Roy A. G., Van den Berg H. F. (2006), Foreign direct investment and economic growth: a time-series approach, *Global Economy Journal*, 6, <http://www.bepress.com/gej/vol6/iss1/7>.

Rullani E. (2006), L'internazionalizzazione invisibile. La nuova geografia dei distretti e delle filiere produttive, *Sinergie*, n.69, pp.3-32.

Sauvant K.P. (2005), New sources of FDI: the BRICs. Outward FDI from Brazil, Russia, India and China, *Journal of World Investment & Trade*, vol. 6, pp.639-709.

Sauvant K.P. (2006), Inward and outward FDI and the BRICs, in SUBHASH C.J. (a cura di), *Emerging Economies and the Transformation of International Business: Brazil, Russia, India and China*, Edward Elgar, Cheltenham, U.K., pp.313-409.

Schüller M., Turner A. (2005), Global Ambition: Chinese Companies Spread Their Wings, *China Aktuell*, n. 4, pp.3-14.

Scott W.R. (2002), The changing world of Chinese enterprises: an institutional perspective", in Tsui A.S., Lau M. (a cura di), *Management of Enterprises in People's Republic of China*, Kluwer Academic Press, Boston, pp.59-78.

Shi G. (2002), Speech in the 16<sup>th</sup> National Congress of the Communist Party of China, *People's Daily*, 13.11.2002.

Siu W., Liu Z. (2005), Marketing in Chinese Small and Medium Enterprises (SMEs): the state of the art in a Chinese socialist economy, *Small Business Economics*, 25, pp.333-346.

Smarzynska B. K., Spatareanu M. (2005), Disentangling FDI Spillover Effects: What do Firm Perception Tell Us?, in Moran T. H., Graham E., Blomstrom M. (a cura di) *Does Foreign Direct Investment Promote Development?*, Institute for International Economics, Washington.

Smeets R., de Vaal A. (2005), *Knowledge spillover from FDI : towards a general framework*, paper presentato al DRUID Tenth Anniversary Summer Conference 2005 on Dynamics Of Industry And Innovation: Organizations, Networks And Systems.

Standifird S.S., Marshall R.S. (2000), The transaction cost advantage of Guanxi-based business practices, *Journal of World Business*, 35 (1), pp.21-42.

Taylor R. (2002), Globalization strategies of Chinese companies: current development and future prospects, *Asian Business and Management*, 1 (2), pp.209-225.

Toccafondi D. (2005), Ombre cinesi nel distretto di Prato, *Economia & Management*, n. 5, pp.81-95.

Tong S.Y. (2003), Ethnic Chinese Networking in cross-border investment: the impact of economic and institutional development, *Hong Kong Institute of Economics and Business Strategy (HIEBS) Working Paper*, University of Hong Kong, Hong Kong.

Tsai K.S. (2002), *Back Alley Banking: Private Entrepreneurs in China*, Cornell University Press, Ithaca.

Valdani E., Bertoli G. (2006), *Mercati internazionali e marketing*, Egea, Milano.

Vernon R. (1966), International Investment and International Trade in the Product Cycle, *Quarterly Journal of Economics*, 82(2), pp. 190-207.

Vinciguerra L. (2007), Sergio Tacchini, la missione salvataggio arriva dalla Cina, *Il Sole 24 ore*, 28 settembre.

Warner M., Hong N.S., Xu S. (2004), Late developments experience and the evolution of transnational firms in the People's Republic of China, *Asian Pacific Business Review*, 10 (3-4), pp.324-345.

Wells L. (1983), *Third world multinationals: The role of foreign direct investment from developing countries*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Williamson J. (2005), The choice of exchange rate: the relevance of international experience to China's decision, *China and World Economy*, n. 13, pp.17-33.

Williamson O.E. (1975), *Markets and Hierarchies: Analysis and Anti-Trust Implications*, Free Press, New York.

Wilson D., Purushothaman R. (2003), DreamingWith BRICs: The Path to 2050, *Global Economics Paper*, n. 99, <https://www.gs.com>.

Wong J., Chan S. (2003), China's outward direct investment: expanding worldwide, *China: An international Journal*, 1(2), pp.273-301.

Wright M., Filatotchev I., Hoskisson R.E., Peng M.W. (2005), Strategy Research in emerging economies: challenging the conventional wisdom, *Journal of Management Studies*, 42 (1), pp.1-33.

Wu F. (2005), The Globalization of Corporate China, *NBER Analysis*, vol. 16, n. 3.

Yao S. (2006), On economic growth, FDI and exports in China, *Applied Economics*, 38, pp.339-351.

Zanier V. (2006), Il sistema economico, in Abbiati M. (a cura di), *Propizio è intraprendere imprese*, Venezia, Cà Foscara.

Zhang K. (2005), *Going Global. The Why, When, Where and How of Chinese Companies' Outward Investment intention*, Asia Pacific Foundation of Canada.

Zhang Y. (2003), *China's Emerging Global Business: Political Economy and Institutional Investigations*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

Zhou M. (2006), The Chinese Diaspora and International Migration, in Bian Y., Kwok-bun C., Tak-sing C. (a cura di), *Social Transformations in Chinese Societies*, The Official Annual of the Hong Kong Sociological Association, Brill Academic Publishers, Leiden.

#### **Altre fonti documentali**

Chinatzone (2007), *Huge growth of China's overseas investment*, press release del 29/01.

Economist Intelligence Unit (2006), *World investment prospects*, The Economist, London.

OECD (2002), *Foreign direct investment for development*, Overview, [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

The Economist (2003), *Chinese firms abroad - Spreading their wings*, ed. 6 settembre.

Unctad (2005), *Prospects for Foreign Direct Investment and the Strategies of Transnational Corporations, 2005-2008*, United Nations Publications, New York.

Unctad (2006), *World Investment Report, FDI from Developing and Transition Economies: Implications for Development*, United Nations Publications, New York.

Xinhua (2006), *China's overseas investment becomes potential source of South-South cooperation: UN Official*, press release del 11/09.

Xinhua (2007), *China launches trade, investment fund targeting Africa continent*, press release del 27/06.

ICE Pechino (2006), Cina, [www.ice.it](http://www.ice.it).

Mofcom, comunicati del 16/6/04; 25/01/06; 27/01/06; 29/04/06; 01/12/06; speech del 23/11/06.

China Daily (2007), press release del 07/02.

China Daily (2005), press release del 27/12; 26/07.

China Daily (2006), press release del 25/01; 26/05; 26/07; 05/09.

People's Daily (2006), press release del 08/12 e del 13/12.



## Appendice

Tab. a - Investimenti stranieri in Cina, esclusi prestiti (valori in mld US\$)

Rank '06	Paese/Territorio	2001	2002	2003	2004	2005	2006, I sem
	<b>Totale</b>	<b>46,85</b>	<b>52,74</b>	<b>53,50</b>	<b>64,07</b>	<b>60,33</b>	<b>28,42</b>
1	Hong Kong	16,71	17,86	17,70	18,99	17,95	8,83
2	Virgin Island	5,04	6,12	5,78	6,73	9,02	5,23
3	Giappone	4,35	4,19	5,05	5,45	6,53	2,24
4	Corea del Sud	2,15	2,72	4,49	6,25	5,17	1,68
5	USA	4,43	5,42	4,20	3,94	3,06	1,19
6	Germania	1,21	0,93	0,86	1,06	1,53	1,16
7	Taiwan	2,98	3,97	3,38	3,12	2,15	1,03
8	Singapore	2,14	2,34	2,06	2,01	2,20	0,91
9	Cayman Island	1,06	1,18	0,87	2,04	1,95	0,88
10	West Samoa	0,50	0,88	0,99	1,13	1,35	0,75
11	Olanda	0,78	0,57	0,73	0,81	1,04	0,41
12	Gran Bretagna	1,05	0,90	0,74	0,79	0,96	0,36
13	Macao	0,32	0,47	0,42	0,55	0,60	0,29
14	Francia	0,53	0,58	0,60	0,66	0,62	0,21
15	Canada	0,44	0,59	0,56	0,61	0,45	0,20
16	Malesia	0,26	0,37	0,25	0,39	0,36	0,17
17	Italia	0,22	0,18	0,32	0,28	0,32	0,15

Fonte: ICE Pechino (2006), p. 35

Tab. b - Investimenti diretti cinesi in Italia, dati di flusso per settori (in migliaia di Euro)

<b>2001</b>		<b>2004</b>	
Famiglie	841 36%	Famiglie	1.724 61%
Servizi del Commercio, recuperi e rip.ni	634 27%	Minerali e metalli ferrosi e non ferr.	414 15%
Edilizia ed opere pubbliche	595 25%	Edilizia ed opere pubbliche	250 9%
Altre branche non classificabili	123 5%	Servizi del commercio, recuperi e rip.ni	130 5%
Macchine agricole ed industriali	90 4%	Macchine agricole ed industriali	198 7%
Altri servizi destinabili alla vendita	61 3%	Altri servizi destinabili alla vendita	90 3%
Minerali e metalli ferrosi e non ferr.	10 0%		
<b>Totale Cina Repubblica Popolare</b>	<b>2.354 100%</b>	<b>Totale Cina Repubblica Popolare</b>	<b>2.806 100%</b>
<b>2005</b>		<b>2006</b>	
Altre branche non classificabili	2.628 43%	Servizi degli alberghi e pubb. esercizi	8.880 61%
Famiglie	1.678 27%	Famiglie	1.684 12%
Finanziarie	936 15%	Altre branche non classificabili	1.100 8%
Altri servizi destinabili alla vendita	442 7%	Finanziarie	1.118 8%
Minerali e metalli ferrosi e non ferr.	232 4%	Altri servizi destinabili alla vendita	622 4%
Prodotti tessili, cuoio e calzature, abbigliam.	143 2%	Servizi del commercio, recuperi e rip.ni	397 3%
Servizi del commercio, recuperi e rip.ni	104 2%	Altri prodotti industriali	260 2%
Macchine agricole ed industriali	20 0%	Edilizia ed opere pubbliche	98 1%
		Materiale e forniture elettriche	219 1%
		Mezzi di trasporto	100 1%
		Minerali e metalli ferrosi e non ferr.	80 1%
		Prodotti chimici	80 1%
<b>Totale Cina Repubblica Popolare</b>	<b>6.183 100%</b>	<b>Totale Cina Repubblica Popolare</b>	<b>14.638 100%</b>

Fonte: elaborazioni proprie su dati Ufficio Italiano Cambi

Tab. c - Le imprese cinesi in Italia

<b>Impresa italiana</b>	<b>Sede</b>	<b>Attività prevalente</b>	<b>Impresa-madre cinese</b>
Co.Na.Te.Co. (Cons. napol. terminal containers)	Campania	Servizi di spedizione e logistica	Cosco Group (con Msc Mediterranean Shipping Co.)
Huawei Technologies Italia	Lazio	Servizi commerciali e di marketing per il gruppo (telecomunicazioni, ICT)	Huawei Technologies
Air China	Lazio	Rappresentanza commerciale	Air China
Baosteel Italia Distribution Center Spa	Liguria	Servizi commerciali e logistici per il gruppo (siderurgia)	Baosteel group (con Gruppo Castel)
China Shipping Agency Co. S.R.L.	Liguria	Servizi di spedizione e logistica	China Shipping Group Co. (con Finsea Holding)
Cos Cos Srl	Liguria	Servizi di spedizione e logistica	Cosco (Group) Co. (con F.Ili Cosulich) in JV
Haitian Europe	Lombardia	Macchinari e stampi per prodotti in plastica	Ningbo Haitian Group Co. Ltd
China Silk	Lombardia	Servizi commerciali e di marketing	China Silk
Bank of China	Lombardia	Attività bancaria	Bank of China
Elios spa	Lombardia	Produzione componenti elettriche	Feidiao Electrics Co. Ltd
Penta Shipping Italia Srl	Lombardia	Servizi di spedizione e logistica	Cosco Group
Chunlan	Lombardia	Servizi commerciali e di marketing per il gruppo (elettrodomestici)	Chuanlan Group Co.
Temax Italia Srl	Lombardia	Servizi commerciali e di marketing per il gruppo (trading)	Genertec Group
Cemate Machinery - Technology Srl	Lombardia	Macchinari ed altri app. meccanici	Cemate Machinery
China Long Co. Srl	Lombardia	Commercio all'ingrosso	China National Arts and Crafts Import & Export Cor.
Temi Group	Lombardia	Servizi commerciali e di marketing per il gruppo (prodotti in rame)	Tongling Nonferrous Metals (Group) Inc
Haier Europe Trading	Lombardia	Servizi commerciali e di marketing per il gruppo (elettrodomestico)	Haier Group Corp.
Benelli QJ	Marche	Produzione motocicli	QJ Group
Changan Automobile Group	Piemonte	Servizi commerciali per il gruppo (automotive)	Chang An Automotive Co. Ltd.
Nanjing Motor Corporation	Piemonte	Servizi commerciali e di marketing per il gruppo (automotive)	Nanjing Motor Corporation
Anhui Jianghuai Automobile Co.	Piemonte	Ricerca e sviluppo per il gruppo (automotive)	Anhui Jianghuai Automobile Co. Ltd
Hisense Italy	Piemonte	Servizi commerciali pr il gruppo (prodotti ICT ed elettrodomestici)	Hinsense Group
Haier Appliances (Italy) Spa	Veneto	Produzione elettrodomestici	Haier Group Co.
Univent Spa	Veneto	Utensili ed apparecchi meccanici	Xi'an Electric Motor Works
Peaktop Technologies Srl	Veneto	Prodotti in plastica	Peaktop Technologies

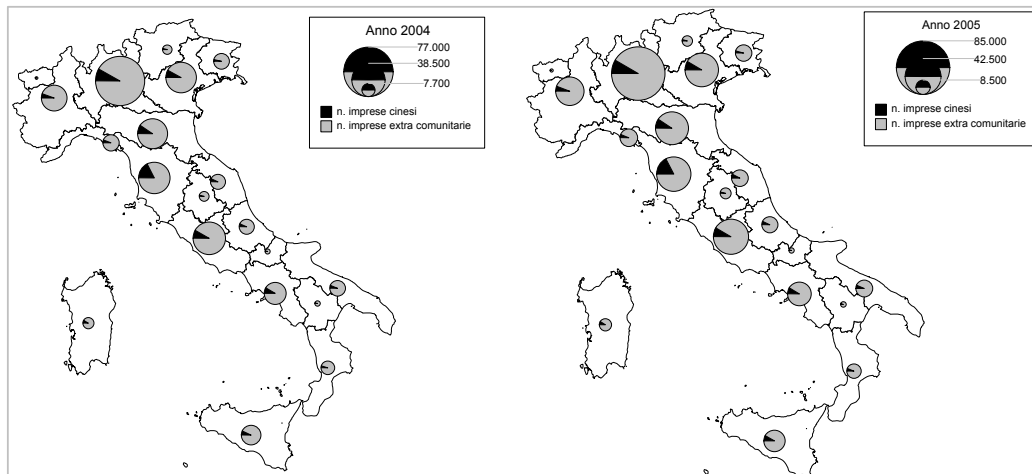
Fonte: elaborazione propria su dati Sviluppo Italia, CCPIT

## Allegato

### L'imprenditoria cinese in Italia

La presenza in Italia di imprenditori di nazionalità cinese può essere mappata attraverso la lettura dei dati sul numero di imprenditori attivi in Italia, di nazionalità extracomunitaria, per settore di attività economica. Si tratta degli ultimi dati disponibili da rilevazioni Unioncamere<sup>33</sup> nell'ambito del sistema delle Camere di Commercio e relativi alla nazionalità degli imprenditori persone fisiche, che occupano tale carica in azienda. Tale informazione, per quanto parziale<sup>34</sup>, consente di delineare un quadro del fenomeno<sup>35</sup>. Utilizzando gli ultimi dati disponibili (anni 2004-2005) si è analizzata la composizione etnica e la distribuzione settoriale dell'imprenditoria extracomunitaria (Figura a). Le informazioni disponibili tendono a confermare le risultanze emerse nell'ampio studio del Gruppo di lavoro Spinner Azione 3 – Sviluppo Italia sul fenomeno dell'imprenditoria extra UE in Italia (Borsari et al, 2006).

Fig. a Imprenditori cinesi ed extracomunitari in Italia



Fonte: elaborazione propria su dati Unioncamere

<sup>33</sup>Si ringraziano, per i dati forniti, il dr. C. Gagliardi e dr. D. Mauriello, Centro Studi Unioncamere. L'autore è, ovviamente, responsabile delle elaborazioni dei dati e delle considerazioni e riflessioni proposte.

<sup>34</sup>Non riuscendo il sistema camerale ad indagare sui fenomeni societari, il dato sottostima la presenza di operatori cinesi in Italia.

<sup>35</sup>Per approfondimenti e chiarimenti sui dati Unioncamere, oltre che sui collegati Registro delle Imprese delle Camere di Commercio ed Archivio Rea, si rinvia all'ampia nota metodologica in Borsari et al. (2006), pp. 31-33. Nello studio richiamato le elaborazioni proposte si riferiscono a dati provenienti dalla stessa fonte utilizzata per questo lavoro.

Vi è, innanzitutto, un'elevata vivacità imprenditoriale: la presenza degli imprenditori cinesi è cresciuta del 15,7% dal 2004 al 2005, contro l'11,4% del totale degli imprenditori extra comunitari. I numeri risultano particolarmente significativi se confrontati con l'analoga percentuale, calcolata sui valori nazionali: le imprese italiane attive crescono, infatti, ad un tasso di poco superiore all'1%. In termini di diffusione geografica, alla fine del 2005, le regioni in cui è prevalente la presenza di imprese cinesi sono Lombardia (21%), Toscana (20%), Emilia Romagna e Lazio (10%), Veneto (9%).

Tra i fenomeni più significativi, già riscontrati nell'esame di Spinner (Corsari et al., 2006) e confermati dai dati Unioncamere esaminati, risaltano la concentrazione degli imprenditori cinesi in specifici settori economici (specializzazione etnica)<sup>36</sup> e la tendenza della medesima etnia a saturare le iniziative imprenditoriali del settore "di insediamento" (etnicizzazione settoriale).

Gli imprenditori cinesi, soprattutto ed in modo evidente per il tessile - abbigliamento, si inseriscono nella filiera produttiva distrettuale, facendosi portatori di vantaggi competitivi quali il costo delle lavorazioni, la flessibilità della capacità produttiva, la rapidità di esecuzione delle commesse (Borsari et al, 2006, p. 5)<sup>37</sup>. L'etnia cinese risulta, peraltro, assorbire la quasi totalità delle iniziative realizzate nel settore da operatori extra UE<sup>38</sup>.

La forte polarizzazione in contesti geografici a specializzazione distrettuale non impedisce alle nuove iniziative imprenditoriali di etnia cinese di caratterizzarsi anche per un altro aspetto. Si fa riferimento alla tendenza

---

<sup>36</sup>A livello settoriale, emergono sia la netta predominanza dei cinesi, rispetto agli operatori extra comunitari, nel tessile-abbigliamento-calzature, sia l'espansione della presenza nel settore del commercio. Il peso degli imprenditori cinesi rispetto a quelli complessivi extracomunitari è molto rilevante nei settori del tessile, abbigliamento e calzature. In particolare, i cinesi incidono nel settore "DB18 Confez.articoli vestiario-prep.pellicce" per il 76,70%; nel settore "DC19 Preparazione e concia cuoio-fabbricazione articoli viaggio" per il 76% e nel settore "DB17 Industrie tessili" per il 36,70%. Con riferimento, invece, al settore "G 52 Commercio al dettaglio escl.autov-rip.beni persona" è interessante notare come lo stesso abbia registrato un incremento degli imprenditori, dal 2004 al 2005, del 31,8%.

<sup>37</sup>L'inserimento nelle attività manifatturiere predomina in aree a tipica vocazione distrettuale: Toscana, Emilia Romagna, Veneto. In questo senso, va notata invece la ridotta presenza nella Regione Marche di imprenditori cinesi, pur se nei settori del tessile, abbigliamento e calzature si concentra il 57% delle iniziative.

<sup>38</sup>"Con riferimento alla popolazione cinese si può anche parlare di etnicizzazione settoriale, nella misura in cui alcune regole tipiche dei paesi di provenienza delle comunità insediatesi in un dato micro-settore iniziano ad influenzare ed essere determinanti all'interno del settore stesso" (Borsari et al., 2006, p.12).

a localizzarsi in modo diffuso sul territorio, piuttosto che a sovrapporsi e concentrarsi nelle “tradizionali” aree distrettuali. I nuovi insediamenti vanno a prediligere regioni inesplorate, anche nel Sud della penisola, a tipica vocazione distrettuale<sup>39</sup>.

Al contempo, altra tendenza interessante è il posizionamento via via crescente dei cinesi nel settore del commercio al dettaglio di beni per la persona e la casa, facendo leva su prodotti importati direttamente dal paese di origine. La produzione viene delegata a fornitori e produttori locali, in grado di adattare il proprio prodotto alle specifiche europee, mantenendo elevata la competitività sul prezzo ed evitando problemi e burocrazie tipici del contesto italiano (Borsari et al., 2006, p. 16).

---

<sup>39</sup>Si consideri, ad esempio, il caso dell’area di San Giuseppe Vesuviano (Na), sempre per il settore tessile-abbigliamento.

### DiSSE Working Papers

- n.11: Ciaschini M., Pretaroli R., Socci C. *A convenient multi sectoral policy control for ICT in the USA economy*
- n.10: Tavoletti E., te Velde R. *Cutting Porter's last diamond: competitive and comparative (dis)advantages in the Dutch flower industry. Which lessons for Italian SMEs?*
- n.9: Tavoletti E. *The local and regional economic role of universities: the case of the University of Cardiff*
- n.8: Croci Angelini E. *Resisting Globalization: Voting Power Indices and the National Interest in the EU Decision-making*
- n.7: Minervini F., Piacentino D. *Spectrum Management and Regulation: Towards a Full-Fledged Market for Spectrum Bands?*
- n.6: Spalletti S. *Dalle analisi della crescita all'economia dell'istruzione e al capitale umano. Origine e sviluppo*
- n.5: Ciaschini M., Fiorillo F., Pretaroli R., Severini F., Socci C., Valentini E. *Politiche per l'industria: ridurre o abolire l'Irap?*
- n.4: Scoppola M. *Economies of scale and endogenous market structures in international grain trade*
- n.3: De Grauwe P. *What have we learnt about monetary integration since the Maastricht Treaty?*
- n.2: Ciaschini M., Pretaroli R., Socci C. *A convenient policy control through the Macro Multiplier approach*
- n.1: Cave M. *The Development of Telecommunications in Europe: Regulation and Economic Effects*

Centro **eum** Edizioni Università di Macerata



ISSN: 1971-890X