

DIPARTIMENTO DI GIURISPRUDENZA  
CATTEDRA: ECONOMIA D'IMPRESA

**RAPPORTI CINA-ITALIA:  
ANALISI DEL XII PIANO QUINQUENNALE CINESE.  
*Focus sul settore agroalimentare.***

RELATORE  
Prof. Cesare Pozzi

CANDIDATA  
Guendalina Maria Anzolin

CORRELATORE  
Prof. Gian Domenico Mosco

ANNO ACCADEMICO: 2013-2014

## SOMMARIO

<b>ABSTRACT DELLA TRATTAZIONE</b> .....	<b>4</b>
<b>CAPITOLO I</b> .....	<b>9</b>
<b>COME STA CAMBIANDO LA CINA</b> .....	<b>9</b>
1. DODICESIMO PIANO QUINQUENNALE (2011-2016): L'INIZIO DEL CAMBIAMENTO.....	9
1.1 <i>La portata del nuovo Piano.</i> .....	11
1.2 <i>La Cina e gli obiettivi del Piano</i> .....	14
1.3 <i>Descrizione e analisi del Piano</i> .....	20
2. CAMBIAMENTO ECONOMICO DELLA CINA E CONCETTO DI CRESCITA INCLUSIVA.....	24
2.1 <i>Significato del cambiamento economico in Cina.</i> .....	24
2.2 <i>Obiettivi economici</i> .....	27
2.3 <i>Concetto di crescita inclusiva</i> .....	33
3. CAMBIAMENTO POLITICO E "MODELLO CINA" .....	36
3.1 <i>Obiettivi politici</i> .....	36
3.2 <i>Si può parlare di un Modello-Cina?</i> .....	40
4. LA CRESCITA CAPITALISTA DELLA CINA: OSSIMORO O REALTÀ?.....	43
4.1 <i>Il ruolo dello Stato nella crescita</i> .....	46
4.1.1. <i>Sino-Capitalism</i> .....	51
4.2 <i>La Cina continuerà a crescere?</i> .....	53
4.3 <i>L'inefficienza della domanda cinese.</i> .....	57
4.4 <i>La proposizione di un modello culturale.</i> .....	61
<b>CAPITOLO II</b> .....	<b>63</b>
<b>RAPPORTO CINA-ITALIA</b> .....	<b>63</b>
1. LE CONSEGUENZE DEL CAMBIAMENTO PER L'ITALIA.....	63
1.1 <i>Da world's factory a world's market.</i> .....	64
1.2 <i>Nuovo atteggiamento del governo</i> .....	67
2. SGUARDO DAL PASSATO AL PRESENTE.....	73
2.1 <i>Incapacità o errori?</i> .....	74
2.2 <i>La barriera culturale</i> .....	80
3. IL CONCETTO DI DISTRETTO INDUSTRIALE: CARATTERISTICHE E CRITICITÀ NEL MODELLO CINESE .....	85
3.1 <i>Canali privilegiati per gli scambi</i> .....	86
3.2 <i>Distretti industriali in Cina: analisi e criticità</i> .....	88
3.3 <i>Da Marshall alla Cina, passando per l'Italia</i> .....	95

3.4. <i>La conoscenza non viene globalizzata?</i> .....	98
3.5 <i>Il futuro del distretto verso una forma di collaborazione sino-italiana: aspetti critici.</i> .....	100
4. PROSPETTIVE FUTURE.....	104
4.1. <i>Nuovo concetto di Made in Italy e Made in China</i> .....	105
4.2. <i>È il secolo della Cina: localizzare è la chiave del successo.</i> .....	114
4.3. <i>L'Italia in Cina: una visione generale</i> .....	120
<b>CAPITOLO III .....</b>	<b>125</b>
<b>FOCUS: ANALISI DEL SETTORE AGROALIMENTARE.....</b>	<b>125</b>
1.LA SFIDA DELL'AGROALIMENTARE.....	125
1.2. <i>Commercio estero: l'Italia come paese esportatore in Cina.</i> .....	129
1.3. <i>Criticità e ostacoli nell'importazione.</i> .....	138
2. LA SICUREZZA ALIMENTARE: NUOVA SFIDA PER LA CINA.....	142
2.1. <i>Lo scenario attuale in Cina.</i> .....	143
2.2. <i>Il ruolo e le opportunità dell'Italia.</i> .....	147
3. LA DEBOLEZZA ITALIANA NELLA GDO: CRITICITÀ.....	150
3.1. <i>La GDO in Cina: la rivoluzione nei consumi</i> .....	152
3.2. <i>Le criticità dell'Italia nella GDO.</i> .....	155
4. PROSPETTIVE FUTURE DEL SETTORE AGROALIMENTARE.....	160
4.1 <i>I canali della Grande Distribuzione Organizzata e della Ristorazione.</i> .....	161
4.2 <i>La realtà dell'e-commerce</i> .....	163
4.2.1. <i>Analisi del mercato virtuale.</i> .....	165
4.2.2. <i>Perché l'e-commerce in Cina è una grande opportunità per l'agroalimentare italiano.</i>	167
4.2.3. <i>L'Italia nel commercio enologico virtuale</i> .....	170
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>174</b>
<b>RINGRAZIAMENTI.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>

## ABSTRACT DELLA TRATTAZIONE

I sistemi economici globali stanno attraversando un momento di grandi cambiamenti, la pressione del sistema capitalistico si è radicata in paesi molto diversi tra di loro, alcuni che presentano un tessuto apparentemente democratico, altri uno più autoritario. In un momento storico in cui si contrappongono le economie dei paesi sviluppati che faticano a riprendersi e quelle dei paesi emergenti che cercano un modello di crescita sostenibile, assume un ruolo fondamentale la Cina, che ha avuto negli ultimi trent'anni uno sviluppo incredibile caratterizzato da risultati importanti e da grandi contrasti. La crescita verso un'economia di mercato è stata pianificata e controllata da uno Stato onnipotente in ambito economico e sociale. Il risultato raggiunto vede una parte considerevole della popolazione uscire dalla soglia di povertà, e un aumento dell'alfabetizzazione e della competitività delle aziende cinesi, ma mette in luce anche tutte le carenze strutturali di una crescita che comporta un prezzo altissimo da pagare soprattutto in termini di devastazione ambientale e di disuguaglianza sociale. Dopo anni di *sfruttamento* incondizionato delle risorse naturali e umane in cui l'unico *driver* è stato l'aumento del Pil, la Cina vuole *correre ai ripari* e lo fa con lo strumento che mantiene saldo il potere del partito: il piano quinquennale.

La volontà di analizzare lo scenario cinese e i rapporti tra la Cina e l'Italia, nasce dalla consapevolezza dell'importanza che la Cina avrà negli anni a venire. Si tratta del secondo mercato globale con enormi margini di crescita e con un'importanza in ambito internazionale che va ben oltre il *made in China low cost* e altri stereotipi cari alle potenze occidentali. L'Italia non potrà quindi

permettersi di rinunciare a un partner commerciale di tale portata specialmente nell'ottica di far ripartire l'economia e dunque le esportazioni.

Il periodo di ricerca precedente alla stesura è stato essenziale per cercare non solo di reperire dati precisi ma anche per avere un quadro generale delle condizioni di vita in Cina, delle conseguenze della crescita, della percezione della popolazione e degli ostacoli nel rapporto con l'Italia. A tal proposito si è rivelata di fondamentale aiuto la ricerca condotta *in loco*, a Shanghai, che mi ha permesso di raccogliere dati ed effettuare interviste. Ho avuto così modo di ottenere informazioni e testimonianze in maniera trasversale da società di consulenza, da studi legali e da banche oltre che dalla viva esperienza di persone che vivono quotidianamente le relazioni Cina-Italia e che essendo da anni sul territorio hanno imparato a mutuarne gli aspetti più profondi e contraddittori.

La trattazione si articola in tre capitoli che seguono una logica dal generale al particolare. Il primo capitolo, affronta un'analisi del Dodicesimo Piano Quinquennale che mette in luce il cambiamento che la Cina intende perseguire sia da un punto di vista economico, attraverso un ribilanciamento della domanda aggregata maggiormente trainata dai consumi interni e meno dalle esportazioni, sia da un punto di vista politico, attraverso la proposizione di un modello più equilibrato, orientato al concetto di crescita inclusiva e a una redistribuzione delle risorse tra le due anime del paese. L'introduzione di nuovi valori che tendano alla ricerca di un modello sostenibile sono imprescindibili in un momento in cui la Cina si trova a dover indirizzare una parte consistente dell'economia globale che, secondo le stime, si baserà sempre di più sui consumi cinesi. Il secondo capitolo propone un'analisi dei rapporti Cina-Italia,

affrontando la trattazione dell' aspetto più prettamente commerciale e di quello culturale che ha costituito per lungo tempo e costituisce ancor oggi, una barriera all'integrazione dei due paesi. A tal proposito sono state fondamentali le interviste effettuate al Dottor D'Agostino vice presidente della Camera di Commercio Italiana in Cina e al Dottor D'Angiò dell'Unicredit di Shanghai che mi hanno consentito un approfondimento sull'atteggiamento del governo nei confronti delle imprese straniere e sui vari settori in cui si snodano le relazioni tra Cina e Italia. In questa ottica, sono affrontati anche il tema del distretto industriale e la diversa connotazione e attuazione che assume nei due paesi e la problematica connessa alla necessità di guardare al mercato cinese non più come alla mera delocalizzazione di una o più fasi della produzione, ma bensì alla implementazione di progetti di studio, produzione e vendita sul mercato indigeno.

Nel terzo e ultimo capitolo si effettua un focus sul settore agroalimentare, scelto non solo per l'importanza economica e culturale che riveste per l'Italia e per la Cina, ma anche per le numerose sfide e novità che presenta. Per una più approfondita trattazione sono stati fondamentali i rapporti che mi sono stati gentilmente forniti dall'Istituto Nazionale per il Commercio Estero di Shanghai e di Roma oltre che le interviste, in particolare al professor Orlandi e ad alcuni imprenditori italiani che esportano prodotti del settore in Cina. L'intenzione è quella di analizzare i dati concreti e individuare le metodologie e le soluzioni attraverso le quali il settore agroalimentare può raccogliere le sfide che la Cina presenta. Il focus analizza sia gli aspetti più rilevanti per l'Italia che quelli più critici, che spesso evidenziano una disparità importante tra il ruolo dell'Italia a livello globale e quello che riveste nel mercato cinese laddove manifesta una

penalizzante carenza strutturale. Il mercato cinese presenta un numero variegato di difficoltà, dovute in massima parte alla vastità del territorio, che si riflettono nell'assenza per l'Italia di canali di presentazione e distribuzione e per converso nella presenza di una barriera culturale a causa della quale non vi è ancora una profonda comprensione dei bisogni cinesi e del loro repentino e continuo mutare. Il settore agroalimentare presenta nel prossimo futuro crescenti opportunità determinate dalla disponibilità del consumatore cinese a spendere di più per il cibo che consuma soprattutto se questo è sinonimo di qualità. L'infinita litania di scandali nel settore alimentare che si palesa quotidianamente nei media nazionali e internazionali, ha creato una vera e propria emergenza di sicurezza alimentare, che appare essere un altro settore ricco di opportunità di collaborazione per l'Italia.

Lo studio e la trattazione dei rapporti commerciali esistenti e futuri con la Cina mi hanno portato a una duplice considerazione. La Cina è già e lo sarà in misura sempre maggiore nel prossimo futuro, un attore internazionale di massima importanza al punto tale da diventare la più grande economia del mondo e in virtù di questo ruolo dovrà mettersi nelle condizioni di proporre oltretutto un modello economico anche un modello culturale. Non è ancora chiaro se questo modello cercherà di mutuare quello americano o se riuscirà a discostarsene, ma è indubbio che, come ha insegnato la storia con l'Inghilterra prima e con gli Stati Uniti dopo, il primato economico non potrà essere disgiunto dall'affermazione di un nuovo modello culturale. Il sistema di *governance* e quello economico così come applicati in Cina hanno dimostrato come il capitalismo possa dispiegare i suoi effetti in maniera altrettanto efficace in un sistema socialista, in cui le libertà del singolo e i germogli della democrazia non sono ancora riusciti ad

emergere. La progressiva globalizzazione e la diffusione di internet che conosce in Cina il più alto numero di utenti, potranno in qualche modo cambiare la situazione? I prossimi vent'anni saranno decisivi in questo senso. La Cina continuerà a crescere, ma dovrà (forse?) adeguarsi ai numerosi obblighi internazionali che la attendono. La seconda considerazione riguarda l'Italia che può trarre da questo scenario importanti opportunità di miglioramento del suo *deficit* commerciale. Le interviste e i dati raccolti e successivamente elaborati nella trattazione, suggeriscono che la causa principale del *deficit* di investimenti italiani in Cina sia da individuare nella mancanza di un sistema-paese: l'incapacità di istituzioni, fondi di investimento, aziende e associazioni a non collaborare in maniera sinergica per l'ottenimento di risultati comuni e condivisi, determina un'azione frammentaria e insufficiente a penetrare il mercato cinese e a costruire relazioni di lungo periodo. Ciò nonostante e pur nella consapevolezza che sarà difficile colmare il vantaggio competitivo acquisito in questi anni nel mercato cinese dagli altri paesi, le opportunità sono molteplici al pari delle azioni che si possono intraprendere. Occorre tuttavia fare tesoro delle esperienze negative di investimento che si sono fin ad ora registrate, e dispiegare nella crescita economica cinese, il grande potenziale di cui l'Italia dispone.

# CAPITOLO I

## COME STA CAMBIANDO LA CINA

### **1. Dodicesimo Piano Quinquennale (2011-2016): l'inizio del cambiamento.**

Dopo oltre vent'anni di crescita esasperata e senza freni il biennio 2011-2012 ha visto la nascita di una nuova prospettiva per la Cina con il cambio ai vertici del partito e l'introduzione del nuovo piano quinquennale<sup>1</sup>, redatto dalla vecchia e nuova leadership come avviene normalmente per evitare eccessivi scossoni. Il Piano<sup>2</sup> si rivela innovativo non solo per i successivi cinque anni ma pioniere per una trasformazione che avrà bisogno di tempo e sforzi complessi negli anni a venire. La Cina si è trovata a fare i conti con la prima crisi provocata dalla globalizzazione riuscendo a evitarne le conseguenze e cercando di mettere in campo un modello di sviluppo basato su importanti riforme sociali ed economiche. Il 2008, peggiore anno della crisi economica globale, ha visto la

---

<sup>1</sup> Il piano quinquennale è un tipico strumento di politica economica utilizzato nei regimi ad economia pianificata dove l'iniziativa economica è prevalentemente gestita da enti pubblici. Tale strumento individua determinati obiettivi che devono essere raggiunti in un periodo di cinque anni. I piani quinquennali furono introdotti per la prima volta nell'Unione Sovietica per volere di Stalin tra il 1929 e il 1933.

<sup>2</sup> Con il termine Piano si farà riferimento lungo il corso della trattazione al Dodicesimo e ultimo piano quinquennale.

Cina rispondere prontamente con una manovra di stampo keynesiano<sup>3</sup> che ha portato a un intervento infrastrutturale di 500 miliardi di dollari, equivalente al 16% del Pil<sup>4</sup>, e a un'espansione del credito di 1300 miliardi di dollari nel 2009<sup>5</sup>. L'impatto keynesiano è stato amplificato dalla rapidità<sup>6</sup> degli esborsi grazie all'efficace sistema cinese che ha migliaia di progetti pronti che aspettano solo di essere spostati nella lista delle operazioni da attuare<sup>7</sup>. La conseguenza negativa di questa ingente spesa pubblica è stata l'accantonamento dei piani di equilibrio e la minaccia dell'inflazione<sup>8</sup>.

Il 2011, altro *annus horribilis* per la crisi economica, ha visto in Cina un innalzamento del Pil del 9,5% e un +10% negli investimenti esteri<sup>9</sup>. La crescita inarrestabile degli ultimi anni ha però lasciato conseguenze importanti da un

---

<sup>3</sup> Con tale termine si intende un intervento dello Stato nell'economia nazionale attraverso l'immissione di liquidità per sostenere e dare vita al paese. Keynes riteneva che lo Stato dovesse garantire attraverso misure di politica di bilancio e monetaria la piena occupazione qualora una domanda aggregata insufficiente non fosse in grado di farlo.

<sup>4</sup> POGGI C., "Pechino investe il 16% del Pil nel piano anticrisi", *Il Sole 24 Ore*, 1 novembre 2010.

<sup>5</sup> NAUGHTON B., "Understanding Chinese Stimulus Package" in *China Leadership Monitor*, edizione online 2009.

<sup>6</sup> Cfr. ZHAO S., *Il modello Cina e la sua sostenibilità*, in *Modello Cina, L'asino d'oro*, Roma 2011, pp. 22-23: "La maggior attrattività del "modello Cina" risiede nella sua capacità di elaborare velocemente decisioni complesse e difficili, e tradurle in modo efficace in azione senza subire i contraccolpi della democrazia".

<sup>7</sup> La Cina aveva già fatto ricorso alla strategia dei maxi piani di incentivi nel 1998 durante il periodo della crisi conosciuta come "crisi delle tigri asiatiche", l'intervento fu allora di minor portata ma contribuì, secondo il pensiero unanime degli economisti, a rilanciare l'economia cinese.

<sup>8</sup> La stabilità dei prezzi è stata inserita al primo posto nel "Work for 2011" tra le dieci questioni più importanti che la Cina dovrà affrontare.

<sup>9</sup> NARONTE G., *La Cina che verrà. Analisi del 12° Piano Quinquennale (2011-2015) per orientare gli investimenti esteri oltre la Grande Muraglia*, in collaborazione con Top Legal, reperibile online: <http://www.toplegal.it/upload/banner/La%20Cina%20che%20verrà.pdf>

punto di vista sociale, ambientale ed economico. La Cina di oggi è un paese preoccupato per l'aria che respira, per il cibo che mangia e per l'enorme divario che perdura tra campagna e grandi centri urbani dove risiede oggi circa il 25% della popolazione in costante aumento<sup>10</sup>.

La sfida principale che la Cina dovrà affrontare sarà quella di recuperare gli errori commessi come aveva dichiarato l'ex premier Wen Jiabao durante l'approvazione dell'ultimo Piano Quinquennale:

*"The lowering of the GDO target not only demonstrates that government's determination but also indicates a major move to transform the country's economic growth pattern. We should make full use of this opportunity to adjust the economic growth pattern and address the unbalanced, uncoordinated and unsustainable factors that have existed in China's economy for a long time".<sup>11</sup>*

### **1.1 La portata del nuovo Piano.**

Per comprendere a pieno la portata del nuovo Piano e il passaggio intrinseco da un modello quantitativo a uno qualitativo, è necessaria una riflessione sull'evoluzione degli ultimi piani quinquennali<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> Nel 2009 McKinsey ha stimato che la popolazione urbana raggiungerà il miliardo di persone entro il 2030 e che entro il 2025 ci saranno 221 città con almeno un milione di abitanti e 23 con oltre cinque. Cfr. Cao Y., *Lo spettro del collasso ambientale*, in Orizzonte Cina, Istituto Affari Internazionali, gennaio 2014.

<sup>11</sup> Rapoza K., "Takeaways from Wen Jiabao China Press Conference", in *Forbes*, 2011, reperibile online da: <http://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2011/03/14/takeaways-from-wen-jiabao-china-press-conference/>

<sup>12</sup> HU A., "The Distinctive Transition of China's Five-Year Plans "in *Modern China*, Tsinghua University, Beijing, novembre 2013, pp. 631-639.

Lo strumento del piano quinquennale è cambiato in maniera profonda nel corso degli anni per quel che concerne soprattutto la sua funzione e il suo contenuto. Infatti, la transizione da un'economia pianificata a una di mercato è stata accompagnata dal cambiamento nell'utilizzo del piano quinquennale, da strumento che regna sovrano a strumento *utile*<sup>13</sup>. Inizialmente il piano quinquennale fu preso dall'esempio Sovietico per poi cercare in un secondo momento di prendere una strada autonoma. Nel 1952 è stato introdotto il primo piano quinquennale (1953-1957), quasi totalmente *industry-focused* e particolarmente orientato all'industria militare. Dopo il disastro del "Grande balzo in avanti" nel 1958-1959 il successivo piano quinquennale ha cercato di rimediare ai gravi danni economici, politici e sociali. Bisogna attendere il 1980 per un Piano più improntato al *social development* e verso una maggiore libertà delle imprese voluta da Deng Xiaoping<sup>14</sup>.

Secondo un'analisi che si occupa dei piani quinquennali, dal sesto all'attuale dodicesimo, si possono classificare due tipi di indicatori: gli *economic indicators* che attengono alla crescita e alla struttura economica e i *no-economic indicators*<sup>15</sup> che attengono all'innovazione, la tecnologia, le risorse, l'ambiente e la vivibilità del paese. I primi sono stati dominanti nel Sesto e nell'Ottavo piano, rispettivamente con un 60,7% e un 57,7% del totale. Già il Nono piano aveva indicato una tendenza diversa, con un valore degli *economic indicators* al 47%, ma il vero cambio di prospettiva si è avuto proprio nel 2011 con il Dodicesimo

---

<sup>13</sup> Ibidem.

<sup>14</sup> GANG F., LIPING HE., *China's 12th Five-Year Plan*, Kraneshares, reperibile online da: [http://kraneshares.com/resources/2013\\_10\\_kfyp\\_fan\\_gang\\_white\\_paper.pdf](http://kraneshares.com/resources/2013_10_kfyp_fan_gang_white_paper.pdf)

<sup>15</sup> HU A., *Op. cit.* pp. 631.

piano, nel quale gli *economic indicators* scendono al 12,5%, e del restante ben il 37,5% attiene solamente alla vivibilità. Una parte degli studiosi ritiene, dunque, che la Cina abbia compiuto la transizione non da un piano all'altro ma attraverso circa sette piani quinquennali<sup>16</sup>, una transizione lenta e diluita nel lungo periodo. L'attuale Piano può inoltre essere considerato quasi uno strumento a partecipazione pubblica per aspetti quali la campagna di conservazione dell'energia, la riduzione delle emissioni, la sicurezza sociale.

Attraverso un Piano meno invasivo nella dimensione economica ma comunque attento all'aspetto sociale, si sono sviluppate le due mani della Cina<sup>17</sup>, con ruoli diversi ma indispensabili l'una all'altra: da un lato il mercato che promuove l'economia e dall'altro il piano che promuove una società armoniosa. In questo scenario la Cina è come un essere umano, che può vivere con una mano sola, ma con due funziona inevitabilmente meglio. L'obiettivo cui il paese tende è di un funzionamento perfetto e sincronizzato tra queste due mani<sup>18</sup>. Un altro fattore che ha cambiato la natura stessa del piano quinquennale è il processo di decentralizzazione cui è stato sottoposto che si riflette nella partecipazione del governo locale alla formulazione di programmi ed esperimenti durante l'implementazione del Piano. Da quando si è aperto il periodo delle riforme, gli obiettivi del governo centrale e locale hanno cercato di avvicinarsi. Pur

---

<sup>16</sup> Ibidem. "Thus, it is reasonable to believe that through the seven five-year plans, China has completed the fundamental transition from economic planning to public affairs governance".

<sup>17</sup> PRODI G., FRATTINI F., "Industria e crescita in Cina: quali evidenze, quale modello e quali criticità?", in *L'industria*, luglio-settembre 2013, pp. 502-503.

<sup>18</sup> Cfr. NAUGHTON B., "The Return of Planning in China: Comment on Heilmann-Melton and Hu Angang", in *Modern China*, 2013. "Planning today is seen by the planners as being complementary to markets, and in no way designed to replace the market mechanism", pp. 641-643.

rimanendo difficile coordinare le politiche regionali e municipali da parte del governo centrale, a causa della forza acquisita dalle città per la crescita economica, questa seconda transizione ha creato una prospettiva per un nuovo punto di equilibrio<sup>19</sup> anche in ottica di un ribilanciamento della disuguaglianza tra le grandi città, specialmente nella costa orientale, e il resto della Cina.

### **1.2 La Cina e gli obiettivi del Piano**

Il nuovo Piano ha stabilito una serie di nuove priorità che disegnano un modello completamente diverso da quello dominante in Cina negli ultimi trent'anni. Gli obiettivi principali del Piano sono il raggiungimento di una qualità maggiore nello sviluppo e una crescita più controllata che deve puntare ai consumi interni<sup>20</sup>. Dal 12° Piano Quinquennale emerge la precisa volontà di privilegiare non più la quantità della crescita ma la qualità dello sviluppo. Sostenibilità è il concetto-chiave che caratterizza il Piano trasversalmente, da un punto di vista ambientale, sociale, economico e politico. In quest'ottica è stato necessario introdurre un ribilanciamento tra le componenti della domanda aggregata andando a ridimensionare il ruolo delle esportazioni a favore di quello dei consumi e rivedendo gli investimenti sia in ottica di una loro diminuzione<sup>21</sup> che

---

<sup>19</sup> Ivi, pp. 636. La transizione ha evitato il paradosso del "Tightening leads to a deadlock and loosening causes chaos". Cfr. anche "The Return of Planning in China: Comment on Heilmann, Melton and Hu Angang", *Modern China*, agosto 2013.

<sup>20</sup> ROACH S. S., *China's 12th Five- Year Plan: Strategy vs. Tactics*, Morgan Stanley, aprile 2011.

<sup>21</sup> Alcuni economisti cinesi ritengono che lo stock di capitale sia l'elemento fondamentale della crescita e che sia inferiore a quello dei paesi sviluppati; ci sarebbe quindi un ampio margine per aumentare gli investimenti. YONGDING Y., "La dipendenza della Cina dagli investimenti", *Project Syndicate*, ottobre 2007, reperibile online: <http://www.project-syndicate.org/commentary/yu-yongdingthe-roots-of-chinese-overinvestment/italian>

di uno spostamento nel campo dell'innovazione scientifica e tecnologica.

In primo luogo, l'insostenibile surplus delle esportazioni<sup>22</sup>, divenuto in passato il driver per eccellenza della crescita cinese, è un aspetto che non ha caratterizzato l'evoluzione dell'economia cinese sin dalla sua apertura nel 1978<sup>23</sup>, ma anzi può essere definito come un fenomeno recente<sup>24</sup>. Il 2001 è stato l'anno in cui le esportazioni hanno iniziato a giocare un ruolo maggiore fino a divenire decisive negli anni 2007-2008, rispettivamente ricomprendo l'8,9% e il 7,9% del Pil<sup>25</sup>. Un'eccessiva dipendenza dalla domanda estera, visto anche il momento di crisi attraversato e non pienamente terminato, è troppo rischiosa per la Cina che, in ottica di una politica più attenta ai consumi interni e meno dipendente dai paesi importatori, deve ridimensionare questo fattore. L'ex premier Wen Jiabao ha a tal proposito sottolineato, nel marzo 2011 durante il *Report on the Work of the Government*, che l'economia mondiale si sta riprendendo ma le fondamenta di questa ripresa non sono solide<sup>26</sup>; questo potrebbe comportare una grande instabilità, caratteristica che non appartiene alla Cina e che il Paese cerca da sempre di rifuggire.

---

<sup>22</sup> "A country, large or small, can grow more rapidly than the world economy for a long time without running into problems if its growth is based primarily on its internal market".

Cfr., ZHU A., KOTZ D. M., "Why is Growth Dependend on Exports and Investment a Problem for China?", in *The Dependence of China's Economic Growth on Exports and Investment*, luglio 2010.

<sup>23</sup> Le esportazioni hanno contribuito per un terzo alla crescita economica cinese, cfr. Zhan W., He D., "How dependent is the Chinese economy on exports and in what sense has its growth been exported-led?", in *Journal of Asian Economics*, 2010, pp. 87-104.

<sup>24</sup> Ibidem.

<sup>25</sup> China Statistical Yearbook, 2009.

<sup>26</sup> "[Although] the world economy will continue to recover slowly... the foundation of recovery is not solid".

In secondo luogo la prospettiva degli investimenti è cambiata nel senso che il nuovo modello industriale tende a favorire le produzioni ad alto contenuto tecnologico, quindi maggior attenzione al valore aggiunto dei prodotti. Tale ambito è anche necessario per cercare di ridurre il gap tecnologico-scientifico che separa la Cina dalle altre grandi potenze.

L'obiettivo dell'aumento dei consumi interni, in terzo luogo, deve essere valutato tenendo conto del costante aumento della popolazione, dell'ampliamento delle città (l'incremento della popolazione urbana<sup>27</sup> è stimato a 400 milioni di persone e quando la transizione sarà completa l'85% della popolazione vivrà nelle città)<sup>28</sup> e di un conseguente aumento delle importazioni per far fronte alla domanda interna<sup>29</sup>.

Propulsore indispensabile per il consumo interno è stato e sarà l'aumento dei salari che ha già inevitabilmente portato ad un aumento dei costi di produzione. Si ritiene che si sia già ampiamente superato il punto<sup>30</sup> in cui il surplus di forza lavoro permetteva di tenere bassi i salari<sup>31</sup>. Questo aumento non deve far pensare a una Cina meno competitiva, il paese del drago è stato scelto in

---

<sup>27</sup> Per un approfondimento sul tema con particolare riferimento ai dati e alle caratteristiche dei cittadini migranti, GONG X., KONG S. T., LI S., MENG X., *Rural-urban migrants: a driving force for growth*, in *China's Dilemma: Economic Growth, the Environment, and Climate Change*, Stati Uniti 2008, pp. 19 e seg.

<sup>28</sup> MARINELLI M., "Rivoluzione urbana, la Cina cambia volto", in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, aprile 2011.

<sup>29</sup> Questo meccanismo comporta un aumento delle esportazioni dei principali partner della Cina. In particolare un settore che sta risentendo dell'aumento della domanda interna cinese è quello agroalimentare a cui la Cina fatica a far fronte.

<sup>30</sup> Punto di svolta di Lewis.

<sup>31</sup> MAGGIORI G.M., LANDUCCI S., *Bollettino Economico Repubblica Popolare Cinese*, Camera di Commercio Italiana in Cina, Primo Semestre 2013.

passato e continuerà ad essere scelto come meta per gli investimenti non tanto per il basso costo della manodopera (ci sono paesi in Asia o in Africa che offrono costi nettamente inferiori), ma per la combinazione di buoni costi della produzione con buone infrastrutture e personale competente. In una prospettiva meno generica bisogna guardare al rapporto costo del lavoro e produttività e alla disponibilità di una buona *supply-chain*, il che varia da settore a settore.

L'aumento dei salari è anche uno strumento per valutare un altro aspetto problematico: la differenza tra gli introiti dei centri rurali e di quelli urbani, questi ultimi notoriamente privilegiati. Se in passato l'equità è stata sacrificata per lasciar spazio alla crescita economica, oggi possiamo parlare di una vera e propria inversione di tendenza. La prospettiva di crescita economica non sarà più a doppia cifra (le previsioni sono su una crescita da mantenere al 7,5% annuo) per redistribuire in maniera più equa la ricchezza. Il percorso della Cina è complesso e irto di ostacoli. A tal proposito, il Paese si trova a fare i conti con due aspetti contrastanti, dovuti alla sua crescita e politica. Da un lato, è il paese che ha ottenuto i risultati più visibili nell'ambito degli Obiettivi del Millennio<sup>32</sup>raggiungendo in anticipo alcuni obiettivi quali la riduzione della povertà e un livello di istruzione primaria universale<sup>33</sup>. Ciò è testimoniato dal fatto che all'inizio delle riforme l'84% della popolazione viveva con 1,25 dollari al giorno mentre secondo i dati raccolti nel 2008 la percentuale è scesa al 13%,

---

<sup>32</sup> Millennium Development Goals.

<sup>33</sup> SANFILIPPO M., "Povertà e disuguaglianze in Cina dopo le riforme", in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, gennaio 2013.

risultato che non ha eguali in altri paesi in via di sviluppo<sup>34</sup>. D'altro canto, l'aspetto contrastante vede la Cina come uno dei paesi più diseguali di tutta l'Asia in cui la riduzione della povertà e lo sviluppo economico sono accompagnati da una disuguaglianza incredibile che contribuisce a fare della Cina la prima superpotenza povera nella storia. Uno dei motivi sicuramente da circoscrivere a questo fenomeno è il divario delle condizioni di vita nei centri urbani e rurali. Specchio di questo divario è la differenza nei redditi percepiti che si traduce in un coefficiente Gini<sup>35</sup> del 0,474 (la soglia dello 0,4 è assunta come segno di una disuguaglianza potenzialmente destabilizzante)<sup>36</sup>. Questo coefficiente è andato ad aumentare<sup>37</sup> negli ultimi vent'anni grazie anche a una politica che ha promosso lo sviluppo nelle aree urbane, specialmente quelle costiere, investendo su settori moderni dell'industria e indebolendo i residenti delle campagne che sono diventati lavoratori sempre meno qualificati. Disuguaglianza nel reddito unita alla diversa possibilità di accesso ai sistemi pensionistici, di welfare e sanità scavano un solco sempre più profondo tra le due anime del paese<sup>38</sup>. Sebbene il Governo Cinese tenda a non dedicare grandi

---

<sup>34</sup> Stime della Banca Mondiale

<sup>35</sup> Indice che misura la disuguaglianza di una distribuzione.

<sup>36</sup> Camera di Commercio Italiana in Cina, *Bollettino Economico Repubblica Popolare Cinese*, Primo Semestre 2013.

<sup>37</sup> Secondo i dati ufficiali dell'Ufficio Nazionale di Statistica di Pechino, nel 2009 il rapporto tra il reddito medio di un residente urbano e uno rurale era di 3,33 ad 1.

<sup>38</sup> Per un pensiero divergente che vede nella disuguaglianza un possibile vantaggio, Cfr. ROACH S. S., *Op. Cit.* In particolare, l'autore ritiene che con la migrazione verso le città prevista tra i 15 e i 20 milioni di abitanti e con un aumento dei salari pari a tre volte rispetto al salario rurale, si avrà un incremento inatteso nella media dei salari cinesi.

discorsi al raggiungimento o meno degli obiettivi posti dai piani passati<sup>39</sup>, la contraddizione si riflette anche sulla discontinuità nell'implementazione del precedente 11° Piano. Se sono stati raggiunti importanti risultati nei piani del welfare<sup>40</sup>, con un maggior supporto dell'istruzione primaria rurale e con i primi passi in direzione della creazione di un sistema di assistenza sanitaria pubblica nelle campagne (alla fine del 2010 il nuovo sistema sanitario cooperativo è implementato del 95% nelle contee cinesi), la stessa cosa non può essere detta per l'obiettivo del riequilibrio nella crescita che avrebbe dovuto portare a un'incidenza maggiore dei consumi sul Pil e a una minore degli investimenti e delle esportazioni. Il risultato è stato esattamente l'opposto. Il Governo Cinese pur non avendo affermato il "fallimento" sotto questo punto di vista ha ripresentato il riequilibrio della crescita tra gli obiettivi principali del nuovo Piano andando a sostituire la prospettiva di una "visione"<sup>41</sup>, inserita nell'11° Piano con obiettivi quantitativi ben precisi. Un esempio al riguardo è costituito dal settore dei servizi: il nuovo piano ha, infatti, definito un target ben preciso secondo il quale la quota dei servizi dovrà aumentare di quattro punti percentuali entro il 2015 passando dal 43% al 47%. Il settore dei servizi, e in

---

<sup>39</sup>Ivi, p. 3. Un'eccezione a tal proposito è costituita dalle parole dell'ex premier Wen Jiabao che nel Work Report aveva dichiarato come uno degli aspetti più deludenti dell'11° Piano il lento sviluppo nel settore dei servizi.

<sup>40</sup> Nel periodo 2005-2010 vi è un sostanziale aumento delle risorse destinate alla creazione del welfare: il budget a favore dei servizi sociali è stato più che raddoppiato e gli stanziamenti sanitari sono più che triplicati (142,1 miliardi di renminbi nel 2006 e 474,5 nel 2010). Cfr., Naughton B., *Il "modello Cina" e la qualità della crescita economica*, in *Modello Cina*, Roma, 2011, pp. 123-124.

<sup>41</sup> "The Eleventh Five-Year Plan [...] was a visionary plan that called for a transformation of the growth model to a more balanced..." Cfr. NAUGHTON B., *The return of planning in China: Comment on Heilmann-Melton and Hu Angang*, pag.646.

particolare l'area della distribuzione, è una parte molto importante per il nuovo modello a cui la Cina aspira, sia in un'ottica di miglioramento delle condizioni di vita attraverso una maggior importanza ai servizi (sistema di trasporti, logistica, strutture ospedaliere, *healthcare*), sia sotto un punto di vista occupazionale. Per i motivi appena esposti il Piano attualmente in vigore può essere considerato come l'inizio del cambiamento, un cambiamento più urgente e predisposto con strumenti più concreti.

I primi due anni dall'introduzione del Piano non hanno dato risultati sempre positivi. Nel 2013 c'è stato un rallentamento nella transizione verso un modello di crescita basato maggiormente sui consumi: la spesa degli investimenti ha contribuito per il 4,2% a far crescere il paese, mentre i consumi interni per il 3,8% pari a 0,4 punti in meno rispetto al 2012. Il governo persiste con i suoi obiettivi e, a conferma di ciò, il Terzo Plenum<sup>42</sup> del partito ha adottato diverse misure. Tra i temi trattati la (mancata) trasparenza del credito, la riforma ancora in atto delle SOEs e l'inserimento del concetto di "civilizzazione ecologica"<sup>43</sup>.

### ***1.3 Descrizione e analisi del Piano***

Il Piano sancisce sette settori "emergenti" che sono da considerare strategici per la crescita e lo sviluppo sostenibile della Cina e sono: protezione ambientale, information technology, biotecnologie, prodotti high-end, macchinari con

---

<sup>42</sup> Le tre principali vie attraverso cui promuovere la riforma nelle otto macro-aree individuate durante il Terzo Plenum del XVIII Congresso sono 1. migliorare l'accesso al mercato e promuovere la competizione, 2. approfondire il sistema di sicurezza sociale e 3. introdurre un pacchetto di sicurezza sociale di base rimuovendo le restrizioni che attengono alle transazioni di mercato dei terreni.

<sup>43</sup> CAO Y., *Op. cit.*, pp. 3.

energie alternative, modernizzazione dell'agricoltura, sistema dei trasporti ed economia del mare. Questi settori richiedono ampie conoscenze alla base e attengono a industrie che possono essere create solamente su una base di innovazione, ricerca e sviluppo. Consapevole di ciò, il nuovo Piano ha aumentato la spesa destinata a R&S da un 1,7% al 2,2% del Pil nell'intervallo 2011-2015<sup>44</sup>. Il Governo Cinese sostiene e sosterrà con politiche di favore e agevolazioni fiscali gli IDE<sup>45</sup> in questi settori e quindi diventa fondamentale per tutti i paesi interessati ad investire in Cina una particolare attenzione alle indicazioni contenute nel Piano. Inoltre, alcuni studi mostrano come la Cina rimarrà nei prossimi due anni la destinazione più vantaggiosa per gli IDE delle grandi multinazionali mondiali e la seconda fonte di capitali più rilevante dopo gli Stati Uniti<sup>46</sup>. Continuerà dunque il ruolo da protagonista degli IDE per lo sviluppo industriale cinese, dopo essere stati i più consistenti tra quelli diretti verso un'economia emergente e strumento indispensabile all'importazione di nuove tecnologie che hanno stimolato la competitività delle imprese locali.

---

<sup>44</sup> ROACH S. S., *Op. cit.*

<sup>45</sup> Investimenti Diretti Esteri. I criteri OLI (Ownership, Location, Internalisation) introdotti nel 1977 rilevano un IDE sulla base di tre vantaggi simultanei: vantaggi legati al diritto di proprietà, dipendenti dalle caratteristiche del Paese scelto per la localizzazione, vantaggi di internazionalizzazione in termini di benefici dal rendere alcune fasi interne all'impresa. Secondo Il Fondo Monetario Internazionale e l'OCSE si ha un IDE quando l'investitore straniero possiede almeno il 10% delle azioni ordinarie, quando l'investimento è stato effettuato con l'obiettivo di stabilire un interesse duraturo nel paese, una relazione a lungo termine e notevole influenza nella gestione dell'impresa.

<sup>46</sup> *La Cina nel 2013: scenari e prospettive per le imprese* in Rapporto 2013, Centro Studi per l'Impresa Fondazione Italia Cina.

Anche dopo l'inizio della politica della "Porta Aperta"<sup>47</sup> la Legge Cinese ha continuato a limitare alcuni tipi di investimenti nei cui settori gli stranieri possono inserirsi solo attraverso una joint venture<sup>48</sup>.

Il periodico aggiornamento di questo catalogo ha anche consentito al Governo cinese di utilizzarlo come strumento per implementare gli obiettivi politici ed economici andando, per esempio, a vietare alcuni tipi di investimenti per favorire l'imprenditoria locale o assecondandone altri per incoraggiare gli investimenti nelle aree sottosviluppate. Anche in quest'ultimo caso, pochi mesi dopo l'introduzione del Piano, il Consiglio di Stato Cinese ha rivisto la composizione del Catalogo degli Investimenti Esteri per assecondare le linee guida contenute nel Piano.

Le modifiche apportate nel 2011 comportano un irrigidimento degli IDE nel mercato cinese e allo stesso tempo la volontà di attrarre IDE di qualità in sintonia con la prospettiva di affrancamento del paese da un'attività *labour intensive*. L'altro elemento cardine della modifica che si riflette sul catalogo degli IDE ruota attorno al concetto di salubrità dell'ambiente e ne deriva un'importanza primaria per tutte le attività, e dunque le industrie e i paesi, che si propongono questo tipo di risultato. Le conseguenze ambientali della crescita si sono manifestate in tutta la loro chiarezza negli ultimi anni, con le "apocalissi dell'aria", gli scandali sui raccolti e a conferma di ciò i dati che attestano la Cina come paese in cui sono presenti sedici fra città più inquinate al mondo e in cui

---

<sup>47</sup> Locuzione riconosciuta per la prima volta durante la Conferenza di Berlino nel 1885. Nella Cina contemporanea si fa riferimento alla politica iniziata da Deng Xiaoping che ha promosso il commercio estero e gli investimenti economici internazionali.

<sup>48</sup> Le tradizionali forme di investimento sono le Joint Venture (Equity o Corporate) e le Wholly Foreign Owned Enterprise (WFOE).

l'80% dei fiumi del paese è contaminato in maniera irreversibile<sup>49</sup>. È fondamentale un cambiamento di indirizzo politico ed economico, ma ancor di più il fatto che questo cambiamento trovi un effettivo riscontro nel miglioramento delle condizioni di vita dei cinesi.

In ottica di una crescita qualitativa e non solo quantitativa è stato introdotto negli ultimi anni un concetto totalmente nuovo. A ridosso dell'inaugurazione del nuovo Piano il quotidiano del partito People's Daily ha raccontato come innalzare l'indice di felicità. "Xinfu" è stata la parola d'ordine durante l'Assemblea del Popolo che ha preceduto l'emanazione del Piano e costituisce un termine utilizzato da diversi esponenti politici<sup>50</sup>. Nonostante l'aumento dell'importanza di fattori non economici, il quotidiano del partito non ha dubbi sul fatto che la felicità corrisponda a un "portafogli più gonfio"<sup>51</sup>, pensiero confermato dal 40% di un campione di 1350 cinesi esaminato dal China Daily, quotidiano di stato.

---

<sup>49</sup> HONGJIAN C., BRESLIN S., SUISHENG Z., BROWN K., *Chinese Policies under Xi Jinping. What's new and what's the problem?*, ISPI, novembre 2013.

<sup>50</sup> WANG YANG nella provincia del Guangdong ha iniziato nel 2012 una campagna nominata "Happy Guangdong".

<sup>51</sup> TALIA A., "ANP sotto esame, nuovo Piano Quinquennale", *AGICHINA24*, marzo 2014, reperibile online:

<http://www.agichina24.it/focus/notizie/il-nuovo-piano-quinquennale-sotto-esame-dellrsquoanp>

## **2. Cambiamento economico della Cina e concetto di crescita inclusiva**

Il cambiamento di un modello economico non è mai una questione banale e specialmente in un momento di crisi come quello che si sta attraversando sono fondamentali le scelte che la Cina compirà nel prossimo futuro. Nell'analisi di questa evoluzione devono essere tenuti presente i fattori unici che caratterizzano la Cina e che hanno permesso una crescita così rapida attraverso un approccio capitalista in un Paese che continua a considerarsi socialista. La crescita è però arrivata a un punto di necessaria svolta che richiede un nuovo orientamento dei fattori macro economici.

### ***2.1. Significato del cambiamento economico in Cina.***

Già da diversi anni si sta parlando di un approccio *soft-landing*, un rallentamento controllato della crescita economica che però non porti ad uno sbilanciamento per il Paese<sup>52</sup>. A conferma di ciò il tasso di crescita annunciato passa da un valore a doppia cifra a un 7,5% per i prossimi anni<sup>53</sup>. Il cambiamento che la Cina si è proposta nel Piano e su cui continuerà a lavorare nei prossimi anni è frutto di esigenze che sono venute a maturare nel paese anche grazie alla formazione di un'ingente classe media (circa 400 milioni di

---

<sup>52</sup> Il premier Li Keqiang ha indicato che un tasso di crescita al 7,5% costituisce il valore minimo per mantenere stabile l'occupazione cinese. Diverse fonti citano questo dato che tuttavia non trova riscontro in una dichiarazione ufficiale.

<sup>53</sup> Il premier Li Keqiang ha introdotto la metafora del "riding a bicycle" spiegando la relazione tra riforma, sviluppo e sostenibilità: per ottenere uno sviluppo sostenibile la Cina deve rallentare la velocità dell'economia senza frenare in maniera eccessiva altrimenti la bicicletta si ferma e si ribalta. Cfr. Honjian C., *China under Xi Jinping: scope and limits efforts to deepen China's Reform*, ISPI, novembre 2013.

persone), ma rimane difficile la scelta di passare da un modello, nocivo per alcuni aspetti ma che ha comunque garantito una crescita forte, a un modello che potrà potenzialmente produrre risultati sul lungo periodo<sup>54</sup>. La Cina si è trovata a dover scegliere un cambio di modello economico e lo ha fatto in un primo momento in maniera meno incisiva, inserendo una “visione” nell’11° Piano e in seguito con un approccio più concreto con il nuovo Piano<sup>55</sup>. Bisogna tenere inoltre conto della rapidità con cui la Cina ha cambiato modello economico quando ha adottato la politica della “Porta Aperta”. Sicuramente questa prima transizione non è stata completata ma la trasformazione del Paese è stata profonda e soprattutto rapida<sup>56</sup>. Ciò che ha guidato la Cina in questo senso è stato lo sviluppo industriale unito a un’accumulazione di capitale fisico e umano e a un particolare modello di risparmio e investimento. Il ruolo-chiave di questo cambiamento “non è stata la mano-invisibile del mercato, quanto piuttosto quella del governo che ha avviato un processo di radicale riforma delle regole e delle istituzioni con la chiara strategia di supportare lo sviluppo industriale, ma allo stesso tempo di fondare il cambiamento su di esso<sup>57</sup>”. Ciò è

---

<sup>54</sup> Cfr. Intervista al professor Giorgio Prodi, *La Cina orienta la propria economia al soft*, reperibile online: <http://www.altd.it/2012/03/28/giorgio-prodi-cina-soft-landing/>.

<sup>55</sup> Questo approccio si riflette sull’introduzione di soglie specifiche, come il consumo di energia e le emissioni di CO2 che devono essere ridotti rispettivamente del 16% e 17% per unità di Pil, il rilascio nell’atmosfera e nell’acqua dei maggiori agenti inquinanti sarà ridotto dell’8% e l’area coperta da foreste dovrebbe raggiungere il 21,6% del territorio. Cfr. GABUSI G., “Le ambizioni del nuovo piano quinquennale”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, aprile 2011.

<sup>56</sup> PRODI G., FRATTINI F., “Industria e crescita in Cina: quali evidenze, quale modello e quali criticità?”, in *L’industria*, luglio-settembre 2013.

<sup>57</sup> Ivi, p. 498.

avvenuto cercando di smantellare il sistema del dirigismo economico e di costruire i nuovi attori per un'economia di mercato.

## **2.2 Obiettivi economici**

Gli obiettivi economici che si propone il piano sono identificabili in quattro grandi aree: l'aumento della domanda interna, il *soft-landing* nel settore immobiliare, la tutela dell'ambiente naturale e il riconoscimento dello yuan come moneta di scambio internazionale.

I consumi interni devono diventare il driver essenziale per una crescita economica sostenibile e, come analizzato in precedenza, questo non può prescindere da un incremento dei salari e della spesa privata.

Per quanto riguarda il settore del *real estate*, la nebulosità del mercato immobiliare ha portato a una situazione in cui migliaia di appartamenti sono venduti e rivenduti sulla carta, trainati dalla "convinzione" cinese che il modo più sicuro di investire sia negli immobili, anche a causa delle poche opzioni per il risparmio in un mercato finanziario chiuso. Alla fine del 2008 a Shanghai le banche finanziavano i progetti immobiliari per una quota pari all'80% dei valori presunti di vendita e i mutui costituivano il 48% dei crediti a medio lungo termine<sup>58</sup>. Con un reddito pro capite inferiore ai seimila dollari, i proprietari di case in Cina rappresentano circa il 90% della popolazione contro il 70% negli Stati Uniti<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> Cfr. *Op. cit.* NARONTE G.

<sup>59</sup> YONGDING Y., "La dipendenza della Cina dagli investimenti", *Project Syndicate* ottobre 2013, reperibile da:  
<http://www.project-syndicate.org/commentary/yu-yongdingthe-roots-of-chinese-overinvestment/italian>

La pericolosa bolla speculativa immobiliare si sta sgonfiando<sup>60</sup>, anche se per raffreddare il settore non basta introdurre limiti e divieti alle vendite, sono invece necessari strumenti a monte che attengono alla possibilità di investire il risparmio privato in alternativa all'acquisto di un immobile<sup>61</sup>.

In terzo luogo, la tutela dell'ambiente naturale è emersa negli ultimi anni come un'emergenza di cui non si può continuare a non preoccuparsi. Nei trent'anni di crescita economica che hanno visto la Cina passare da uno dei paesi più arretrati e poveri al mondo a una delle super potenze mondiali sono stati compiuti molti errori, per alcuni dei quali si ritiene non ci sia una via di ritorno<sup>62</sup>. Le conseguenze sono state molteplici e disparate, tra le più evidenti sicuramente un aumento dei decessi a causa dell'inquinamento<sup>63</sup>, un basso costo della manodopera –a scapito di una tutela dei lavoratori-, un atteggiamento accondiscendente del governo nei confronti delle pratiche illegali spesso accettate pur di non scoraggiare gli IDE e la scarsa attenzione al problema pensando che una produzione ad elevatissimo impatto ambientale non avrebbe mostrato ripercussioni anche sul tessuto sociale. I problemi della Cina di ieri –periodo maoista- non sono molto diversi da quelli di oggi, ciò che è

---

<sup>60</sup> Il governo cinese ha esercitato notevoli pressioni sulle banche affinché riducessero i prestiti del settore immobiliare e dal 2009 sono stati approvati diversi pacchetti di misure restrittive (cfr. in particolare la *property tax* adottata nelle municipalità di Shanghai e Chongqing).

<sup>61</sup> NARONTE G., *Op. cit.*, pp. 7. Rilevante a tal proposito la *Social Insurance Law* (SIL) del 2011 che pone le basi per uno strutturato sistema previdenziale cinese con strumenti di investimento che si pongono come alternativa all'acquisto dell'immobile (per esempio le polizze di risparmio forzoso).

<sup>62</sup> Cfr. *Op. cit.* SONG L., WOO W. T., "China's dilemmas in the 21st Century", in *China's Dilemma: Economic Growth, the Environment, and Climate Change*.

<sup>63</sup> Ibidem. Dalle 350 mila alle 400 mila persone sono decedute di morte prematura a causa dell'inquinamento nelle città cinesi, secondo le stime circa 300 mila causate dalla scarsa qualità dell'aria e 60 mila da quella dell'acqua.

profondamente cambiato è il livello di consapevolezza delle persone anche grazie a un'informazione che favorisce il confronto sociale e che non può più essere completamente frenata dal governo.

Il XII piano quinquennale è il documento più *eco-friendly* della storia Cinese, ma non costituisce l'unica misura che la Cina ha preso in ottica ambientale. Fondamentali sono anche gli impegni che il paese ha assunto durante la Conferenza sul clima delle Nazioni Unite a Copenaghen nel 2009<sup>64</sup>, il fatto che in Cina si realizza la maggior parte dei progetti *clean development mechanism* (CDM) previsti dal protocollo di Kyoto e che il prezzo dei CERs<sup>65</sup> sia determinato dal rapporto domanda offerta che si forma sul mercato cinese. Il cambiamento radicale del Piano sta nel fatto che la produzione non è più orientata all'incremento dei volumi, ma alla riduzione dell'impatto ambientale. Gli investimenti nelle attività *eco-friendly* non solo ricoprono un ruolo privilegiato nel Catalogo degli IDE, ma godono anche di importanti sgravi di natura fiscale. A titolo esemplificativo si possono ricordare da un lato l'esenzione della tassazione per tre anni e un'aliquota ridotta del 50% per i tre anni successivi per i progetti che attengono alla conservazione dell'energia e dell'acqua; dall'altro le aziende che si dotano di dispositivi predisposti alla protezione ambientale godono di una riduzione del 10% sulle imposte da pagare al Fisco Cinese. Da ricordare che le leggi e il Piano sono strumenti avanzati e innovativi,

---

<sup>64</sup> "La Cina si è impegnata a ridurre del 40-45% l'intensità di carbonio e a raggiungere l'obiettivo del 15% del consumo totale di energia ottenuta dai combustibili non fossili entro il 2020". Cfr. *Op. cit.* Cao Y., "Lo spettro del collasso ambientale", in *Orizzonte Cina*.

<sup>65</sup> Credit emission reduction, tons/equivalente di CO2 non immessa nell'atmosfera grazie al progetto CDM.

mentre l'implementazione, e quindi la predisposizione degli strumenti per attuare le riforme inserite nelle leggi e nel Piano, è ancora un punto debole.

Nei cinque anni coperti dal Piano attuale la Cina si aspetta di investire 526,3 miliardi di dollari nella protezione ambientale e 232,2 miliardi per otto *priority-projects*<sup>66</sup>.

Un altro importante concetto connesso a una visione più *eco-friendly* è quello di salubrità dell'ambiente, inteso come un valore trasversale caratterizzante ogni ambito in cui l'individuo si sviluppa, *in primis* l'ambiente di lavoro<sup>67</sup>.

L'ultima macro area a livello di riforme economiche attiene al valore dello yuan e al suo riconoscimento come moneta di scambio internazionale. Per quanto riguarda il primo aspetto, il percorso è iniziato nel 2005 quando la Banca Centrale cinese rivaluta la moneta e viene abbandonata la parità fissa agganciata al dollaro statunitense, la quale ad ogni deprezzamento del dollaro trascinava con sé la moneta cinese e il "*made in China*" diveniva conseguentemente meno caro. Oggi lo yuan è una moneta non completamente convertibile e legata a un basket di monete non noto, elemento che fa di Pechino un vero *dominus* della propria valuta. La costante supervisione di Pechino sul tasso di cambio della moneta nazionale dà la conferma di come i leader cinesi vedano il tasso di cambio non come qualcosa determinato dalle libere forze del mercato quanto piuttosto come uno strumento da utilizzare per una strategia di crescita. Il processo di internazionalizzazione, invece, dello yuan nasce dalla consapevolezza che non c'è un altro mercato oltre a quello americano

---

<sup>66</sup> Cfr. *China details five-year plan*, Instrument Business Outlook, febbraio 2012.

<sup>67</sup> L'ambiente di lavoro ha subito un'importante riforma con la Labor Contract Law del 2008.

altrettanto ampio, liquido e sicuro per diversificare il portafoglio cinese<sup>68</sup> e quindi è necessario andare a limitare i rischi di riserve costituite soprattutto da dollari. Si possono individuare tre elementi che caratterizzano il processo di internazionalizzazione della moneta<sup>69</sup>. Innanzitutto, un'articolata espansione dell'impresoria cinese combinata con un coordinamento statale che ha promosso accordi bilaterali nell'ottica dell'internazionalizzazione. Come secondo elemento vi è stato un uso attivo della finanza globale per assorbire le ingenti quantità di yuan e, infine, una continua supervisione dello Stato nei capitali di moneta nazionale da e verso la Cina. Le autorità hanno iniziato a spingere su un commercio in yuan e nell'agosto del 2011 hanno dichiarato che le transazioni in moneta nazionale si espanderanno da venti province all'intero territorio. Partendo da un valore attorno allo zero nel 2009, si è registrato a metà del 2011 un aumento del 7% del valore del commercio cinese in yuan<sup>70</sup>. Sebbene questo controllo della moneta sia stato criticato sotto più aspetti, ha permesso un controllo dell'inflazione ed ha costituito una misura di stabilizzazione sia a livello interno che internazionale. Per quanto attiene al valore della moneta, il tema è importante sia perché consentirà di utilizzare la moneta cinese come valuta di scambio sia perché incoraggia i consumi interni andando ad aumentare il costo della produzione e spingendo così i produttori a spostare il loro focus dai mercati di esportazione alla produzione per il mercato

---

<sup>68</sup> Per approfondimento cfr., KAHLER M., "Asia and the Reform of Global Governance", *Asia Economic Policy Review*, pp.179-193, 2010.

<sup>69</sup> McNALLY C. A., "Sino-Capitalism: China's Reemergence and the International Political Economy", *World Politics*, Volume 64, Cambridge University Press, ottobre 2012, pp.741-776.

<sup>70</sup> Fonte: The Economist.

interno ritornando così all'incentivo dei consumi interni. Un riconoscimento dello yuan

a livello internazionale<sup>71</sup> potrebbe portare a diversi cambiamenti in particolare per il dollaro che rischia di veder messo in discussione il proprio ruolo centrale. Nonostante ciò, considerato anche il divario che caratterizza le due monete, le politiche cinesi non devono essere viste come un modo per bloccare o danneggiare il dollaro quanto piuttosto come una copertura dal rischio di un sistema monetario internazionale governato dal dollaro<sup>72</sup>.

Tutto questo porterà inevitabilmente a una riduzione dei risparmi nel paese che registra il più alto tasso di risparmio a livello mondiale, pari a quasi il 50% del suo Pil, aspetto fondamentale per mantenere stabile il *surplus* del conto corrente cinese. Inoltre se la Cina ridurrà i suoi risparmi, l'altro grande attore mondiale, gli Stati Uniti, non potrà più contare sul surplus cinese per far fronte al proprio *deficit*. Elemento essenziale anche in una dimensione globale dove un paese che risparmia più di quanto investe in attrezzature e strutture dispone di un *surplus* di prodotti da esportare, mentre l'altro grande gigante, gli Stati Uniti, che investe e consuma più di quanto risparmia deve coprire la differenza andando ad aumentare le importazioni. Un cambiamento di questo assetto potrebbe dunque avere ripercussioni nelle relazioni economiche internazionali.

---

<sup>71</sup> La Cina dal 6 settembre 2012 ha iniziato a compravendere petrolio in yuan (senza passare per il dollaro) per le forniture provenienti dalla Russia. Cfr., LOPS V., "La Cina snobba il dollaro e paga il petrolio in yuan. Per gli esperti questa nuova guerra è l'inizio di un nuovo ordine mondiale", *Il Sole 24 Ore*, settembre 2012. Reperibile online da: <http://www.ilsole24ore.com/art/finanza-e-mercati/2012-09-25/cina-snobba-dollaro-paga-111255.shtml?uuid=AbCWZKjG>

<sup>72</sup> Cfr., DREZNER D.W., "Bad Debts: Assessing China's Financial Influence in Great Power Politics", *International Security* 34 n. 2, 2009, pp. 7-45.

### **2.3. Concetto di crescita inclusiva**

Dietro ad una spinta più marcata ai consumi interni la linea guida del nuovo Piano può essere riassunta nel termine di crescita inclusiva<sup>73</sup>, formulato pubblicamente la prima volta dall'ex presidente della Repubblica Popolare Cinese Hu Jintao durante l'incontro ministeriale dell'APEC Human Resources Development nel settembre 2009<sup>74</sup>. Il concetto di crescita inclusiva è stato mutuato da uno studio condotto dall'Asian Development Bank (Adb) del 2007, precisamente si intende:

*“Una crescita con uguali opportunità... [che] si concentra sia sulla creazione di opportunità sia sul rendere le opportunità accessibili a tutti. La crescita è inclusiva quando permette a tutti i membri della società di partecipare e contribuire al processo di crescita su base uguale, indipendentemente dalle loro circostanze individuali”.*

Crescita inclusiva è anche uno dei tre obiettivi<sup>75</sup> che si è posta la strategia dell'Asia Development Bank per il 2020 attraverso tre pilastri: un'elevata e sostenibile crescita per creare ed espandere le opportunità economiche, un più

---

<sup>73</sup> ANDORNINO G., GABUSI G., “Il miraggio della crescita armoniosa”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, giugno 2010.

<sup>74</sup> Ibidem. Più precisamente: “per una crescita inclusiva bisogna integrare lo sviluppo economico con il miglioramento di vita delle persone”.

<sup>75</sup> Gli altri due obiettivi sono una crescita sostenibile e una cooperazione e integrazione regionale.

ampio accesso a queste opportunità per far sì che i membri della società possano partecipare e beneficiare della crescita e reti di sicurezza sociale per prevenire la povertà estrema<sup>76</sup>. Un esempio virtuoso di tale modello è rappresentato dall'India<sup>77</sup> che attraverso la *Ghandian Innovation*<sup>78</sup>, è riuscita a creare in diversi settori una crescita sostenibile andando a ridurre gli sprechi e l'onerosità dei materiali o servizi favorendo un modello economico più sostenibile e attento all'ambiente e a una popolazione dai grandi numeri.

La crescita inclusiva non è un obiettivo semplice per la Cina che si trova a fare i conti con una grande disparità e soprattutto con un sistema che ha sempre tenuto il potere economico in mano a pochi. L'ampliamento della base della piramide economica e la conseguente redistribuzione della ricchezza significano molto di più di un cambiamento economico portando con sé la necessità di ridiscutere l'intero sistema clientelare che ha garantito la crescita cinese. La redistribuzione è un passo che può essere pensato solo in seguito ad altre riforme economiche che permettano un effettivo accesso alla ricchezza più ampio; senza di queste è difficile pensare a un sistema meno squilibrato. Un esempio a tal proposito attiene al tasso d'investimento in Cina che si è mantenuto particolarmente alto e ciò è stato possibile perché le aziende statali e il governo dispongono di somme ingenti, risparmi e capacità di reinvestire grandi capitali<sup>79</sup>. Questo è stato possibile anche perché, durante gli anni del

---

<sup>76</sup> *From poverty reduction to inclusive growth*, Asian Development Bank, reperibile in <http://www.adb.org/themes/poverty/topics/inclusive-growth>.

<sup>77</sup> PRAHALAD C.K., MASHELKAR R.A., "Innovations' Holy Grail", *Harvard Business Review*, agosto 2010.

<sup>78</sup> Ivi. pp. 8.

<sup>79</sup> *Op. cit.*, NAUGHTON B., *Il "modello Cina" e la qualità della crescita economica*.

boom, la maggior parte dei profitti derivati dal Pil è andata alle aziende statali che hanno visto un rafforzamento del loro monopolio<sup>80</sup>.

Il vero problema delle imprese di stato non è affrontato di petto<sup>81</sup>, il presidente Xi Jinping non ha ancora presentato una visione futura sulle riforme che si aspettano in molti nell'ottica di favorire gli imprenditori privati affinché possano finalmente competere con le SOEs<sup>82</sup>. Queste ultime costituiscono un ostacolo a una transizione dall'economia pianificata a una di mercato<sup>83</sup>, continuano a configurarsi come grandi imprese in settori strategici la cui proprietà resta indissolubilmente nelle mani della burocrazia statale. Inoltre, anche in presenza di un atteggiamento più aperto da parte del governo ci sono state ripercussioni negative. Le imprese statali nel primo decennio a cavallo

---

<sup>80</sup> FELDSTEIN M., "Il piano d'interesse della Cina e i tassi d'interesse globali", *Il Sole 24 Ore*, marzo 2011, articolo reperibile da: <http://www.ilsole24ore.com/art/economia/2011-03-29/piano-quinquennale-cina-tassi-182921.shtml?uuid=AaO4CNKD>.

<sup>81</sup> Una riforma in questo senso sarebbe fondamentale dato il ruolo che ricoprono le SOEs nell'economia cinese. Anche quando la Cina si è avviata a essere un'economia di mercato le più importanti riforme hanno riguardato le imprese statali e in particolare il *dual track* regime che permette a tali imprese di vendere al mercato, iniziando ad aprirsi, la produzione che eccede le quote previste dai piani quinquennali. Cfr., Prodi G., Frattini F., *Op. cit.*

<sup>82</sup> Le State-Owned Enterprises sono imprese a conduzione statale e rappresentano il nucleo della tradizione economica socialista cinese. Le prime aziende di questo tipo furono introdotte dopo il lancio del primo Piano quinquennale nel 1953 con la volontà di trasformare la Cina in un paese modernizzato e industrializzato ma pur sempre socialista. Nel 1978 prima dell'inizio della politica della "Porta Aperta" le SOEs producevano il 77,6% del prodotto industriale lordo; successivamente molte furono trasformate in imprese non statali per lo più attraverso la vendita o la costituzione di joint venture. Oggi le SOEs sono le più grandi industrie del Paese e tuttora in una posizione di vantaggio, perché quasi sempre in settori monopolistici, rispetto alle industrie private, anche se produttrici "solo" di un quarto della produzione nazionale.

<sup>83</sup> Al contrario per chi sostiene una forma di *mixed economy*, Cfr. NAUGHTON B., "China's Distinctive System: can it be a model for others?", *Journal of contemporary China*, aprile 2010, pp. 442-443.

dell'inizio del secolo si sono notevolmente ridotte, passando da 120 mila unità a 35 mila unità, ma durante questo periodo sono diventate più grandi, più *capital* e *knowledge intensive*, più produttive e capaci di generare profitto<sup>84</sup>.

Tutto ciò è andato a sfavore delle imprese private di più piccole dimensioni che si sono trovate a fronteggiare tassi d'investimento particolarmente alti e giganti<sup>85</sup> con cui competere nei settori soggetti a monopolio o in cui comunque vi era come *competitor* un'azienda statale.

### **3. Cambiamento politico e “Modello Cina”**

#### ***3.1 Obiettivi politici.***

Il Dodicesimo Piano quinquennale ha preso atto di una serie di necessità che la Cina non poteva più ignorare. Tra queste, emerge come prioritario obiettivo politico riparare al grave danno sociale e ambientale provocato da oltre vent'anni di crescita incontrollata. Se da un lato lo sviluppo ha permesso di decuplicare il Pil e ha migliorato le condizioni di vita di milioni di persone, dall'altro un atteggiamento orientato solo a una logica aumento del capitale ha comportato un alto prezzo da pagare specialmente da un punto di vista sociale e ambientale<sup>86</sup>.

---

<sup>84</sup> GABRIELE A., “The role of the State in China’s Industrial Development: a Reassessment”, MPRA, 2009, p. 1. Consultabile online da: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/14551/>

<sup>85</sup> Secondo i dati pubblicati dalla Confederazione delle imprese cinesi, delle 500 principali aziende, ben 310 sono di proprietà statale e producono l'80% del totale dei ricavi e il 90% dei profitti.

<sup>86</sup> Una letteratura economica divergente vede nella riforma della Cina una soluzione pareto-ottimale: “Chinese reform has been Pareto-optimal, in that it has created winners without creating losers”, HUANG Y., cap. 4, *China: Getting the Rural Issues Right*, in *New Ideas on Development after the Financial Crisis*, Johns Hopkins Press, 2011, p. 100.

Un'analisi dei danni ambientali e degli impegni presi dalla Cina è stato effettuato nel paragrafo precedente, è opportuno ora affrontare il primo aspetto.

Da un punto di vista sociale la ricchezza prodotta non ha seguito un criterio omogeneo andando anzi a creare un solco ancora più consistente tra le varie classi della popolazione. Le problematiche principali ruotano attorno ad un fenomeno che caratterizza la Cina da sempre, l'urbanizzazione. Il progressivo abbandono delle zone rurali ha comportato una negativa ricaduta sulla produzione dei beni di consumo che la Cina è costretta a importare dall'estero e ha aumentato le tensioni sociali tra i contadini e la popolazione urbana<sup>87</sup>. A tal proposito è utile menzionare la difficilissima riforma non ancora attuata del sistema *hokou*<sup>88</sup>, che caratterizza i diritti dei cittadini urbani e rurali fin dall'epoca maoista. Questo sistema, la cui riforma è iniziata vent'anni<sup>89</sup> fa e non ancora portata a termine, vede una forte disuguaglianza del lavoratore rurale migrante che giace in una sorta di limbo una volta giunto a lavorare in città: non è cittadino, perché ufficialmente residente in campagna, né contadino perché effettivamente abitante in città. Tale lavoratore, detto *mingong*, non può usufruire di servizi tipici dell'area urbana come l'istruzione e la sanità ed è

---

<sup>87</sup> Cfr. HONJIAN C., "The farmers who flock into the city for jobs find it is difficult to be accepted by the local community while the urban residents keep complaining that their day-to-day lives are being disrupted by those new residents" pp. 3.

<sup>88</sup> Tale sistema è stato introdotto nel 1958, l'obiettivo dello stato maoista era quello di controllare e frenare gli spostamenti dei cittadini dalle diverse aree geografiche in un momento di cambiamento e modernizzazione sociale. Il sistema *hokou* stabilisce diritti diversi per cittadini provenienti da diverse zone dato che i programmi di assistenza sociale, salute e benessere sociale sono finanziati a livello locale.

<sup>89</sup> ZANIER V., "La Cina fra sviluppo e armonia sociale. Un bilancio degli ultimi dieci anni", gennaio 2014, reperibile da <http://www.chometemporary.it/2014/01/30/la-cina-fra-sviluppo-e-armonia-sociale-un-bilancio-degli-ultimi-dieci-anni/>

costretto a vivere nelle fabbriche-dormitori <sup>90</sup> . Sono stati presi vari provvedimenti<sup>91</sup>, ma un'effettiva riforma del sistema continua a farsi attendere. A conferma di ciò nel 2013 la popolazione urbana era pari al 53% del totale, ma di questo solo il 35% era in possesso di un *hokou* urbano<sup>92</sup>.

Le riforme lanciate da Deng Xiaoping percorrono due grandi filoni, il passaggio da un'economia pianificata a una di mercato e quello da una società rurale a una urbana. Se la prima trasformazione può dirsi a buon punto, ferma restando l'importanza della pianificazione da un punto di vista politico e sociale, la stessa cosa non può dirsi per il passaggio a una società urbana. La Cina viaggia a due velocità e la riduzione della povertà non nasconde quei 130 milioni di cinesi che vivono nelle aree rurali nella povertà più assoluta<sup>93</sup>. La strada per una società più equa passa non solo attraverso una riduzione delle disuguaglianze che dovrebbe eliminare in maniera permanente la differenza tra cittadino urbano e rurale, ma anche attraverso la creazione di una popolosa classe media. Tale obiettivo era stato assunto come centrale nel 2002 dall'allora Segretario generale Jiang Zemin segnando un punto di svolta, almeno a parole. La politica è comunque sempre stata piuttosto prudente all'utilizzo di questo termine dotato di grande carica ideologica. L'ex premier Wen Jiabao ha specificato la nuova

---

<sup>90</sup> Per un approfondimento NGAI P., *Cina, La società armoniosa. Sfruttamento e resistenza degli operai migranti*, Jaca Book, Milano, 2012.

<sup>91</sup> A metà degli anni '90 lo Stato ha delegato i poteri ai governi locali (solo per quanto riguardava la riforma dell'*hokou* locale). Nonostante alcune grandi città abbiano aperto ai non residenti la possibilità di ottenere l'*hokou* locale, un'analisi approfondita conferma che ciò è permesso a tre categorie di persone: i super ricchi, i lavoratori altamente qualificati e coniugi e figli di residenti urbani.

<sup>92</sup> *Op. cit.* ZANIER V.

<sup>93</sup> *Ibidem.*

definizione di classe media, descrivendo una società in cui si ha accesso a un welfare e un'educazione minimi e in cui le persone possiedono una casa e sono pagate per il lavoro che svolgono<sup>94</sup>. La classe media assume inoltre una certa importanza tenendo conto che l'economia sarà spinta sempre di più dai consumi interni e alla classe media è attribuito il compito di consumare e contribuire al *sogno cinese*<sup>95</sup>.

A livello politico l'urbanizzazione pone un'altra problematica che riguarda l'ampliamento delle aree urbane, che andrà ad aumentare e a porre seri problemi di *governance* di strutture urbane, e la conseguente riduzione dei terreni coltivabili.

L'attenzione per problemi di carattere sociale comporta *in primis* l'eliminazione della mentalità "Pil innanzitutto"<sup>96</sup> e, *in secundis*, un cambiamento dei criteri di valutazione dei dirigenti politici e amministratori pubblici. Il cambiamento per la Cina non è facile anche perché significa uno spostamento da quel meccanismo clientelare che ha permesso il raggiungimento di grandi risultati in poco tempo. Nel gennaio 2013 il Segretario generale Xi Jinping lanciò una vera e propria lotta contro la corruzione all'interno degli apparati dello stato e del partito. Il Segretario parlò di una caccia alle tigri e alle mosche, riferendosi sia alle attività illegali e corrotte delle alte sfere, sia al generale malaffare diffuso soprattutto a

---

<sup>94</sup> QUAGLIA A. P., "Classe media alla ribalta", in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, febbraio 2014.

<sup>95</sup> Per approfondimento PIERANNI S., *Il nuovo sogno cinese*, Manifestolibri, Roma 2013.

<sup>96</sup> Cfr. Ministero Affari Esteri, *Piano Quinquennale 2011-2015, Alcuni ulteriori approfondimenti*, 2011 reperibile online: <http://www.programmaregioncina.it/index.php?go2=news&id=114>.

livello locale<sup>97</sup>. In un altro discorso a giugno 2013 Xi Jinping ha lanciato un'altra offensiva contro la corruzione e la necessità di:

*“Address public dissatisfaction with the Party governance which did damage to the relations between the Party and the masses”<sup>98</sup>.*

La buona riuscita di questa riforma si attesta come una delle più urgenti per il Paese soprattutto in un'ottica di credibilità sia interna che sulla scena globale. La strada per l'implementazione del nuovo Piano e dei nuovi obiettivi ad esso correlati si presenta irta di ostacoli. Già durante l'emanazione del Piano alcuni studiosi avevano notato un'incoraggiante apertura del Work Report a un nuovo modello economico, ma ne avevano anche rilevato il fallimento nell'indicare strumenti di implementazione.

### ***3.2 Si può parlare di un Modello-Cina?<sup>99</sup>***

La diffusione del termine modello Cina si deve a un giornalista americano, Joshua Cooper Ramo, che nel 2004 ha proposto il concetto di *Beijing Consensus* in opposizione al *Washington Consensus*<sup>100</sup>. Il primo avrebbe, seguendo il pensiero del giornalista, tre caratteristiche: uno sviluppo guidato dalla volontà dell'innovazione, che tenga conto della qualità della vita oltre che della crescita economica e che valorizzi l'indipendenza e l'autorealizzazione opponendosi all'invasione dei paesi occidentali. Parte della letteratura si affianca a una

---

<sup>97</sup> GABUSI G., “Lotte di potere dietro la crociata anti-corruzione”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, settembre 2013.

<sup>98</sup> Xi's speech at the APEC CEO Summit. [http://www.gov.cn/ldhd/201310/08/content\\_2501676.html](http://www.gov.cn/ldhd/201310/08/content_2501676.html)

<sup>99</sup> ZHAO S., *Op. cit.* pp.17-31.

<sup>100</sup> RAMO J.C., *The Beijing Consensus*, The Foreign Policy Centre, Londra, 2004.

visione positiva<sup>101</sup>, mentre sono diversi gli autori che si oppongono a questa confermando la mancanza di unanimità di pensiero sul Modello-Cina; per alcuni la Cina non ha rispettato nessuna delle caratteristiche del *Beijing Consensus*<sup>102</sup>, mentre per la stampa ufficiale, come annunciato nell'ottobre del 2010, la nascita del Modello Cina è stata possibile grazie a una combinazione tra sviluppo economico e politico. Vari aspetti possono essere ricondotti a quest'ultima, tra i più importanti sicuramente l'adozione dal punto di vista economico della maggior parte dei principi capitalistici pur respingendo gli elementi liberali che avrebbero ridotto il ruolo dello Stato. Da un punto di vista politico si è mantenuto l'ordine sociale e la centralità del partito sottolineando, come ritengono alcuni studiosi, che le riforme della Cina siano riuscite proprio perché lontane dal modello democratico occidentale<sup>103</sup>.

Si è realizzata una combinazione tra economia capitalista e statalismo autoritario, richiamando il concetto caro a Deng Xiaoping di "socialismo con caratteristiche cinesi". Questo atteggiamento ha funzionato come spinta nazionalistica in un momento in cui anche gli aspetti illiberali del partito sono serviti alla Cina per essere meno vulnerabile e affermarsi in ambito internazionale proprio nell'epoca in cui i governi delle democrazie occidentali faticano a governare. Se per molto tempo la Cina è stata vista come il Paese delle grandi repressioni e della negazione della democrazia, oggi che il concetto di

---

<sup>101</sup> Il premio Nobel per l'economia Stiglitz ritiene che nel contesto depresso dell'economia globale il "Modello Cina" sia illuminante. Cfr. STIGLITZ J. E., *Rethinking the East Asian Miracle*, World Bank-Oxford University Press, Oxford 2001. Pp. 509-525.

<sup>102</sup> KENNEDY S., "The Myth of the Beijing Consensus", in *Journal of Contemporary china*, giugno 2010, pp.461-477.

<sup>103</sup> WEI P., Il sistema cinese contemporaneo, in *Modello Cina*, Bijing 2009, pp.3-88.

democrazia stessa tende a vacillare, la Cina è più forte e più consapevole. In particolare, proprio il modello Americano che aveva goduto negli anni '90 di ampio consenso, si è trovato oggi a fare i conti con un'idea più sfumata e critica delle sue debolezze<sup>104</sup>. Lo stesso fatto che la Cina sia riuscita a fare bene economicamente senza seguire il modello del *Washington Consensus* ha contribuito all'erosione di quest'ultimo e ha fatto acquisire sicurezza al modello cinese. Molto è stato scritto sul *Beijing Consensus*, anche se non tutti hanno analizzato le uniche condizioni da cui partiva la Cina, cadendo spesso in riflessioni vuote di contenuto<sup>105</sup>. Ci sono tre caratteristiche che hanno permesso al modello Cina di svilupparsi: le proporzioni del paese e il conseguente potenziale del mercato interno (solamente India e Stati Uniti potevano vantare queste condizioni), una struttura che ha permesso un aumento del vantaggio competitivo nelle attività *labor-intensive* e un sistema politico unico al mondo<sup>106</sup>.

Il modello Cina è considerato da alcuni una vera e propria esperienza da istituzionalizzare ed esportare verso altri paesi in via di sviluppo, altri invece ritengono che le particolari condizioni in cui questo modello si sia sviluppato lo rendano un qualcosa di propriamente ed esclusivamente cinese. Tra le motivazioni di quest'ultima posizione ci sono l'aspetto delle dimensioni della Cina, sia da un punto di vista geografico che demografico, e quello che rimprovera al modello Cina di non avere "attrattività morale" avendo trainato lo

---

<sup>104</sup> ZHAO S., *Op. cit.*

<sup>105</sup> NAUGHTON B., "China's Distinctive System: can it be a model for others?", *Journal of contemporary China*, aprile 2010, pp. 437-460.

<sup>106</sup> Ivi, p. 439. "Simply put, nobody else is so big, possesses such a unique comparative advantage, or operates a remotely similar political system".

sviluppo in nome del pragmatismo<sup>107</sup> e accumulando un notevole prezzo da pagare per le generazioni attuali e future<sup>108</sup>. Questo prezzo si riflette in un inquinamento impressionante sia a livello di polvere e di smog che di corsi d'acqua oltre che fenomeni quali frane e inondazioni che sono sempre più frequenti. L'opinione più diffusa tende a vedere il "Modello Cina" come un qualcosa di unico e adatto al paese cinese. Come aveva dichiarato anche l'ex primo ministro Wen Jiabao, la Cina non ha la pretesa di imporre il suo modello né di pensare che vi debba essere un'unica soluzione per lo sviluppo di un paese. Tre le varie finzioni da scardinare per comprendere e accettare il "Modello Cina", vi è la necessità di abbandonare i valori universali "mettendo a nudo l'assurdità di un rimedio panacea per tutti i mali, formato dai due termini astratti democrazia e governo costituzionale"<sup>109</sup>.

#### **4. La crescita capitalista della Cina: ossimoro o realtà?**

Uno dei temi che interessa maggiormente gli economisti riguarda la crescita futura della Cina e la sostenibilità del suo modello economico. È motivo di interesse sia da un punto di vista strettamente economico sia politico dato che rimane un paese che nelle sue connotazioni più forti si definisce socialista ma che ha fatto dei principi capitalistici il proprio motore di crescita.

La Cina è e rimane un paese socialista, lo confermano la struttura della pianificazione quinquennale, non più strettamente economica ma tuttavia

---

<sup>107</sup> Comportamento che si basa sulla supposizione che la crescita economica prevalga su ogni aspetto. Zhao S., *Op. cit.*, p. 26.

<sup>108</sup> YONGDING Y., "A different road forward", in *China Daily*, dicembre 2008, p.8.

<sup>109</sup> JIE Y., *Il caso Liu Xiaobo ha colpito i punti deboli del "modello Cina"*, in *Modello Cina, L'asino d'oro*, Roma 2011.

fondamentale per l'assetto sociale, la conformazione della sua classe dirigente e del partito che governa senza alcuna opposizione il paese. Si potrebbe parlare di una sorta di capitalismo moderno o di *mixed economy*<sup>110</sup> o ancora di "un esempio lampante di ciò che Hayek ha chiamato le conseguenze non intenzionali dell'azione umana"<sup>111</sup>. Questa necessità di dover trovare un equilibrio e una denominazione al fenomeno cinese parte dall'idea di un capitalismo dove lo Stato è praticamente assente e le forze capitalistiche guidano il mercato e riescono a far crescere l'economia<sup>112</sup>.

Si potrebbe, tuttavia, considerare un altro tipo di visione che vede il capitalismo come un approccio che richiede un intervento ingente dello Stato che sia in grado di manovrare l'economia reale e di incitare i consumi, che "può collezionare rapidamente enorme ammontare di capitale ed usarlo ad arbitrio"<sup>113</sup>. Accogliendo questa visione, il caso Cina apparirebbe molto meno contraddittorio pur rimanendo lontano dagli stereotipi del liberalismo occidentale<sup>114</sup>. La Cina è riuscita nel suo intento capitalistico grazie a un

---

<sup>110</sup> *Op. cit.*, NAUGHTON B., *China's Distinctive System: can it be a model for others?*

<sup>111</sup> COASE R., WANG N., *How China became capitalist*, Londra, Palgrave Macmillan, 2013.

<sup>112</sup> La sinistra progressista in Europa e negli Stati Uniti tende a vedere il neoliberalismo come il periodo storico in cui lo Stato è venuto a mancare. Al contrario c'è chi ritiene che "senza lo Stato e le sue scelte di intervento in economia, le due decadi di socializzazione dei debiti delle banche e di capitali transnazionali agevolati da rapporti politici che abbiamo vissuto, con conseguente distruzione delle economie locali, ambiente e posti di lavoro, non si sarebbero mai potuti verificare". PIA A. E., *Recensione Il Capitalismo, verso l'ideale cinese*, gennaio 2012, reperibile da: <http://www.cineresie.info/author/andrea-pia/>

<sup>113</sup> *Ibidem*.

<sup>114</sup> "Il capitalismo non è riducibile alla venalità individuale, ma richiede, in dosi crescenti, complicità statali. Consiste di un individualissima invidia e persegue il lusso per il superfluo, ma richiede lo Stato". *Cfr.*, ALVI G., *Il Capitalismo: verso l'ideale cinese*, Venezia, Marsilio Editori, 2011.

fortissimo intervento dello Stato che attraverso iniezioni di capitale ha portato il paese ad essere la macchina produttrice di merci che le ha consentito di convertirsi nella seconda economia mondiale. Il risultato della Cina oggi permette di mettere in discussione i principi secondo cui il capitalismo avrebbe bisogno di un fertile terreno democratico e in cui lo Stato limita il suo ruolo a favore di un sistema di mercato che si preoccupi di allocare le risorse.

La Cina al contrario, per alcuni, sarebbe il paese che meglio avrebbe realizzato l'ideale contenuto nel capitalismo come un modello dove tutto è mobile, precario e sottomesso al profitto<sup>115</sup>. Un meccanismo nel quale vi è una dispotica forza dominante e in cui gli individui sono ridotti a mero salario. In un paese in cui gli individui non hanno mai conosciuto la democrazia questo sistema può dispiegarsi senza ostacoli<sup>116</sup>. I sostenitori di un popolo cinese più predisposto a piegarsi al potere possono trovare seguito da un punto di vista più filosofico muovendo da un paese lontano dall'antropocentrismo occidentale e in cui l'individualismo non ha mai preso forma. Tuttavia, c'è chi (Weber M., Wittfoegel) non si adegua a questa idea di Cina-paese di sudditi contrapposta all'Occidente, ma anzi ne mette in evidenza il forte grado di decentralizzazione che sin dall'epoca di Mao è stato intrapreso. A differenza dei sovietici Mao aveva sempre creduto in un decentramento, a riprova di ciò il fatto che le comunità urbane e rurali cinesi si governavano da sole e che nel 1957 viene aumentata

---

<sup>115</sup> Ibidem.

<sup>116</sup> Per un approfondimento sul tema cfr. *Op cit.* ALVI G. Il popolo cinese sarebbe incline per sua stessa natura a trattare gli individui come numeri e si integra perfettamente nel capitalismo deumanizzante, anzi ne sarebbe l'esempio più perfetto. Lo Stato in perenne spesa è stata una condizione fondamentale per poter riallocare le risorse e decidere arbitrariamente della vita economica dei cittadini.

l'autonomia dei governi locali e sono date loro in gestione molte imprese di proprietà statale<sup>117</sup>. Il dispotismo cinese presenta delle peculiarità incredibili anche e soprattutto negli ultimi trent'anni di sviluppo. Non si può negare la forza del potere autoritario in Cina che è riuscito a governare un popolo numeroso e a condurne le sorti ma se si cerca il motore della crescita economica non lo si trova all'interno delle grandi imprese di proprietà statale ma in quelle più trascurate dallo Stato<sup>118</sup>.

#### **4.1. Il ruolo dello Stato nella crescita.**

Si sono sviluppate diverse visioni sul ruolo che lo Stato ha assunto nel processo di crescita cinese. Un elemento comune sembra comunque essere l'importanza che ne viene riconosciuta a fronte di un'autonomia imprenditoriale, invece, più ristretta. In particolare effettuando un confronto tra un sistema capitalistico "puro" e un sistema socialista di mercato si nota come, in quest'ultimo, l'intervento dello stato sia più ampio e qualitativamente superiore e come esistano proprietà private ma queste non sono abbastanza forti da costituire una classe sociale egemonica e dominante<sup>119</sup>. Lo Stato esercita un pieno controllo nello sviluppo industriale cinese per quanto concerne gli investimenti

---

<sup>117</sup> Per approfondimento confronta anche *op. cit.*, COASE R., WANG N., pp. 69 e seg. "*Due in part to Mao's repeated efforts of decentralization, the Chinese economy had rarely been run on Soviet model... In China, state-owned enterprises were supervised by governments at a number of levels, from the central government down to the provincial, the prefecture, and the municipal government in the cities and the country government in rural areas.*"

<sup>118</sup> "*Gli sviluppi più significativi si sono verificati non al centro dell'economia socialista, ma alla sua periferia, dove il controllo dello Stato era più debole*", *op. cit.*, COASE R., WANG N.

<sup>119</sup> Cfr., GABRIELE A., "The Role of State in China's Industrial Development: a Reassessment", *Munich Personal RePec Archive*, Geneva, 2009, reperibile online da: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/14551/>

nelle infrastrutture, nel capitale umano e nella ricerca. Inoltre, in Cina l'industria statale anche nel momento di massima crescita cinese, ha mantenuto il potere dei settori chiave dell'economia e ha rappresentato un tipo di impresa notevolmente capitalizzato e che godeva e in parte gode ancora di privilegi<sup>120</sup>. Ciò non vuol dire che la crescita sia avvenuta nelle imprese controllate dallo Stato, che anzi hanno mostrato tutta la loro inefficienza e incapacità di assorbire le capacità manageriali delle grandi multinazionali. Dopo un'analisi circa i benefici che hanno avuto le SOEs grazie alla presenza manageriale delle multinazionali si è riscontrata un'assenza di elementi positivi a causa della scarsità dei collegamenti regionali e di un basso livello di capacità di assorbimento<sup>121</sup>. Anche nel momento in cui si è tentata una riforma delle imprese statali, che ha costituito uno dei momenti più importanti dall'inizio della politica della "Porta Aperta", questa non ha potuto funzionare a causa della mancanza di un sistema di prezzi che sottoponesse tutte le imprese allo stesso mercato. Al contrario le imprese erano sottoposte a prezzi diversi decisi esternamente sulla base di relazioni e contrattazioni che avvenivano a livello politico. Inoltre, anche dopo la riforma, l'atteggiamento sostanziale non cambiò, *"in the name of socialism, state-owned enterprises were deprived of basic managerial methods of incentivizing workers and producing better products. Enterprise reform gave state enterprise more autonomy in business decision-*

---

<sup>120</sup> "The state's command over key economic levers is as strong as ever. The state has retreated from highly competitive, low-margin manufacturing and service industries, but has kept tight grip over a wide range of critical industries generating large cash flows ". WILDAU G., "Albatross turns phoenix", *China Economic Quarterly*, June 2008.

<sup>121</sup> GIRMA S., GONG Y., "FDI, Linkages and the Efficiency of State-Owned Enterprises in China", *The Journal of Development Studies*, London, Maggio 2008.

*making and the right to retain profit; but they were still inclined to change external rather than improve internal strength.”*

Il miracolo della crescita cinese è invece avvenuto nelle aree periferiche in quelle piccole imprese private sempre sostanzialmente ostacolate dallo Stato. Anche in queste imprese, tuttavia, emerge il ruolo dello Stato che va al di là delle imprese statali e che vede molte imprese formalmente private collegate al dominio pubblico da legami economici, finanziari e politici <sup>122</sup> . Contemporaneamente si svilupparono delle vere e proprie repressioni nei confronti di coloro che parlavano di libertà individuale e si perpetuò un atteggiamento ostile nei confronti delle imprese private che nonostante tutto riuscirono a sopravvivere e ad emergere. L'aspetto interessante riguarda proprio il fatto che, nonostante non venga negata la ingente presenza di uno Stato ingombrante e autorevole, il motore dello sviluppo economico non risiede all'interno degli apparati controllati dallo Stato, ma nelle sue aree periferiche, nelle piccole imprese private che hanno dato luogo alla cosiddetta "*marginal revolution*". Negli anni Ottanta le *township and village enterprises* (TVEs) hanno rappresentato il settore di maggior crescita nell'economia cinese. La percentuale di forza lavoro impiegata in queste imprese è aumentata dal 9% nel 1978 a più del 14% nel 1984. Ed è stato proprio dai piccoli villaggi che si sono formati i primi segnali di una volontà di agire libero e privato. Sempre in questo periodo gli *output* di queste imprese costituivano più della metà del totale

---

<sup>122</sup> A titolo di esempio: "*Huawei nominally a private company, has received massive state support both at home and abroad.. It is frequently asked whether Huawei acts purely from commercial motivations, or if it is an agent of broader state policies. Huawei is in fact, far more Chinese than an ordinary TNCs..*" Cfr., CARTLEDGE S., "China's first multinational?" ,*China Economic Quarterly*, September 2008.

dell'economia rurale e un quarto dell'*output* dell'industria cinese<sup>123</sup>. Lo sviluppo delle imprese private non è stato facile né immediato, molti imprenditori per evitare di essere perseguiti in nome di un *economic crime*<sup>124</sup>, si registravano come imprese collettive o statali e spesso pagavano una somma all'autorità in cambio del silenzio o a un'impresa statale per poter usufruire di un'affiliazione nominale<sup>125</sup>. Tali imprese private spesso avevano difficoltà a reperire le materie prima e dovevano ricorrere al mercato nero pagando un prezzo più alto. A seguito di una continua *performance* deludente delle SOEs rispetto al settore privato la posizione di contrasto si affievolì e nel 1984 ci fu il riconoscimento dell'impresa privata istituita dagli abitanti delle aree rurali; attraverso questo ulteriore elemento di decentralizzazione si permise alle comunità rurali di amministrare le loro terre e di iniziare a muoversi in un embrionale sistema competitivo. Le forze di mercato non riuscirono, tuttavia, immediatamente a prendere il posto di un'economia pianificata perché nonostante la riforma, la sopravvivenza delle imprese non era dettata dalle loro performance nel mercato e quindi dal comportamento dei consumatori, quando piuttosto da continue contrattazioni esterne al meccanismo di mercato; il sistema di mercato si trovò, infatti, negli anni Ottanta, i primi della politica della "Porta Aperta" essenzialmente paralizzato e per permettere alla produzione di continuare fu

---

<sup>123</sup> XU C., ZHANG X., "The Evolution of Chinese Entrepreneurial Firms: The Township and Village Enterprises Revisited", Paper presented in 2008 at the *Chicago Conference on China's Market Transformation*.

<sup>124</sup> Cfr., *op. cit.*, COASE R., WANG N., capitolo "A bird in the Cage: Market Reform under Socialism" pp. 68 e seg.

<sup>125</sup> Tale pratica che consentiva agli imprenditori di sopravvivere in un ambiente particolarmente ostile ha assunto il nome di "*red hat*".

necessaria la ben visibile mano dello Stato. Uno Stato che preparasse il terreno per lo sviluppo economico ma che fu essenzialmente spettatore di quanto accadde durante la prima decade dello sviluppo nelle TVEs, nelle imprese private e nelle Zone Economiche Speciali<sup>126</sup>. Nessuno di questi elementi, a eccezione delle ZES che verranno esaminate successivamente, fu intrapreso da Pechino che lasciò le imprese agire, escludendole dagli accessi privilegiati alle materie prime e dai canali di vendita statali e proprio così permise a tali imprese di imparare ad agire come nel libero mercato, con la necessità di contrattare per le materie prime e di inviare venditori nel paese per riuscire a commerciare i beni. Il Partito rimase impegnato nella ricerca di riformare e migliorare le SOEs verso una competitività ed efficienza che non furono raggiunte nonostante gli sforzi anche dal punto di vista di immissione di capitale. D'altro canto invece, l'accesso ai finanziamenti, costituisce ancora oggi uno dei più grandi ostacoli per le imprese private. Per sopravvivere in un ambiente ostile, molte imprese non pagano le tasse e tengono diversi libri contabili a seconda delle esigenze. Permane comunque la differenza di trattamento, un finanziamento a un'azienda privata sarà indagato per accertare che non vi sia corruzione, mentre una transazione a favore delle SOEs si considera come una forma di finanziamento a un'impresa statale. Inoltre spesso le imprese private devono ricorrere ad altri canali quali i prestiti dalle SOEs, fondi di investimento o cosiddetti banchi di pegno dove i tassi di interesse sono superiori al 20%. Diverse riforme si auspicano in questo senso per far emergere

---

<sup>126</sup> COASE R., WANG N., "How China Became Capitalist", *Cato Policy Report*, Washington, gennaio-febbraio 2013.

l'economia sommersa sviluppatasi senza alcun sostegno del governo locale con un alto grado di efficienza<sup>127</sup>.

Fu quindi un connubio tra il disinteresse dello Stato alle imprese private che si venivano a formare e la consapevolezza che una nuova forma di economia, dove i prezzi fossero individuati dall'incontro tra domanda e offerta e non preventivamente decisi, fosse l'unico modo per permettere al socialismo di evolvere. Il capitalismo non fu l'obiettivo perseguito o quantomeno non fu mai quello ufficiale, si parlò invece di modernizzazione socialista a tal punto da far ritenere che "la Cina diventò capitalista mentre stava cercando di modernizzare il socialismo"<sup>128</sup>.

#### **4.1.1. Sino-Capitalism<sup>129</sup>.**

Un'ulteriore tesi che si è sviluppata nell'ultimo decennio riguarda una forma particolare di capitalismo che ingloba uno Stato forte e presente e un'imprenditoria che è riuscita comunque a trascinare le regole del libero mercato per riuscire a crescere. La Cina sta generando una forma di capitalismo di Stato, dove quest'ultimo è dotato di grandi poteri. Questo capitalismo è incompatibile con un'economia liberale internazionale che ha come centro di riferimento gli Stati Uniti, anzi, secondo alcuni<sup>130</sup>, starebbe a significare un rifiuto della dottrina del libero mercato. Dopo la crisi del 2008, la Cina e altri

---

<sup>127</sup> SISI F., "Senza i privati, niente crescita in Cina", *Limes-rivista italiana di geopolitica*, Pechino, 2012.

<sup>128</sup> *Op. cit.*, COASE R., WANG N.

<sup>129</sup> McNALLY C. A., "Sino-Capitalism: China's Reemergence and the International Political Economy", *World Politics*, Volume 64, Cambridge University Press, ottobre 2012, pp. 741-776.

<sup>130</sup> Per approfondimento BREMMER I., *The End of the Free Market: Who Wins the War between States and Corporations?*, Portfolio Trade, New York, 2011.

paesi hanno acquistato fiducia nei loro modelli di crescita avendo avuto la prova che il mercato da solo non può tutto e non è in grado di mantenere uno sviluppo equilibrato che eviti le grandi crisi. Se il XX secolo è stato caratterizzato dalla contrapposizione tra capitalismo e marxismo il XXI secolo sarà caratterizzato dal ruolo dello stato e quello del capitalismo di mercato. Con piena cognizione di questo scenario, la teoria del Sino-Capitalism parte da una divergenza di quest'ultimo rispetto al capitalismo anglo-americano. È la prima volta che si ha un modello capitalistico diverso, ma le grandi differenze che si riscontrano nei due modelli non possono essere ignorate. Il Sino-Capitalism si basa su una rete di business informale<sup>131</sup> piuttosto che su codici legali e regole di trasparenza come quello anglo-americano e si caratterizza per quella che viene definita una *unique duality*. Con questo termine si intende la sincronizzazione tra due forze che sembrerebbero opposte, lo sviluppo *top-down* trainato dallo Stato e quello *bottom-up*, che attiene alla rete dell'imprenditoria privata e alla sua accumulazione di capitale. Questa forma di capitalismo viene definita come un ibrido costituito da molte variabili codipendenti che si compensano attraverso manovre istituzionali e non. Ci sono tre sfere particolarmente importanti che si intrecciano nel Sino-Capitalism e sono: le relazioni interpersonali che riguardano *"an intricate network of reciprocity"*<sup>132</sup>, il *leading-role* dello Stato cinese che ha sempre mantenuto le redini dello sviluppo attraverso cicli di riforme ciascuna della quali ha costituito uno *step* verso la liberalizzazione. In terzo e ultimo luogo è stata una componente rilevante anche l'era fortemente

---

<sup>131</sup> Cfr., par. 2.2 "La barriera culturale", p.

<sup>132</sup> Per un approfondimento: HAMILTON G. G., *Asian Business Networks*, Walter de Gruyter, Berlino, 1996.

globalizzata nella quale la Cina ha iniziato a svilupparsi segnando quindi un percorso diverso rispetto a Giappone, Corea del Sud, Hong Kong e Singapore che hanno iniziato il loro sviluppo nel periodo immediatamente successivo alla seconda guerra mondiale. Il Sino-Capitalism, inoltre, è definito come una struttura *compensatory* e non *complementary*<sup>133</sup> come quella degli Stati Uniti. Il fatto di avere queste due anime, lo Stato e le imprese, consente alla Cina un costante bilanciamento tra interessi apparentemente opposti<sup>134</sup>.

La particolare forma di capitalismo cinese, dunque, non riguarderebbe né uno Stato costituito da sudditi né un sistema misto quando piuttosto una forma nuova e diversa caratterizzata dalle componenti del tutto peculiari appena analizzate.

#### ***4.2. La Cina continuerà a crescere?***

La crescita della Cina preoccupa e interessa allo stesso tempo molti attori del panorama mondiale. Tra tutti, gli Stati Uniti rappresentano forse il paese che nutre maggior interesse e con buone ragioni visto il legame a doppio filo che caratterizza la relazione dei due paesi. Molte banche a Wall Street, dopo aver realizzato la possibilità di una speculazione a riguardo, hanno fatto previsioni pessimistiche sulla crescita cinese affermando che crollerà molto probabilmente nei prossimi anni e che potrebbe addirittura incorrere in una fase di

---

<sup>133</sup> L'origine di questa definizione si deve a GERSCHENKRON A., *Economic Backwardness in Historical Perspective: A Book of Essays*, Harvard University Press, Cambridge, 1962.

<sup>134</sup> Al contrario, John Campbell, ritiene che la crisi finanziaria degli Stati Uniti dimostri che un ordinamento istituzionale fortemente coerente, possa precipitare in una crisi dato che le varie parti rischiano di alimentare reciprocamente convinzioni errate.

stagnazione<sup>135</sup>. Non si tratta delle prime previsioni, nel 2003 Goldman Sachs sosteneva che l'economia della Cina non avrebbe recuperato quella americana prima del 2041; previsione che si è realizzata decisamente lontana dalla realtà<sup>136</sup>.

Per provare a comprendere il margine di crescita della Cina bisogna partire dall'analisi degli elementi che ne hanno costituito la sua essenza. Una delle teorie a cui si fa riferimento è il concetto di *convergence hypothesis* sulla base del quale le economie più povere hanno un potenziale di crescita più alto rispetto ai paesi più benestanti<sup>137</sup>. Questo sarebbe essenzialmente dovuto a due elementi: avere un Pil più basso renderebbe più semplice il raggiungimento di un tasso più alto e le economie più sottosviluppate possono contare sull'emulazione delle tecnologie, istituzioni e *know how* delle economie sviluppate<sup>138</sup>.

Un paese, quindi, per crescere ha bisogno di seguire due indirizzi contemporaneamente e la Cina rappresenta forse l'esempio più chiaro di tale teoria<sup>139</sup>. In primo luogo si richiede un'accumulazione di capitale costante<sup>140</sup> e

---

<sup>135</sup> ZHANG J., "How long Can the Chinese Economy Continue to Grow?", in *Qiushi Journal*, English Edition, ottobre 2013.

<sup>136</sup> A livello di PIL si parla di un sorpasso già avvenuto, ma anche considerando l'indice PPP, che vede ancora un notevole distacco dagli Stati Uniti, si parla comunque di un raggiungimento entro il 2020.

<sup>137</sup> Tale teoria risente anche di numerose limitazioni. Il capitale non è "emulabile" da tutti i paesi in via di sviluppo o per i costi di accesso troppo alti, per la non disponibilità delle risorse o per una *closed economic policy* (Jeffrey Sachs). Altre critiche sostengono che comunque i fattori endogeni sono molto più influenti di quelli esogeni nella crescita economica e quindi l'azione del governo può, per esempio, sostituire alcuni prerequisiti mancanti a una *catch up growth* (Alexander Gerschenkron).

<sup>138</sup> Meccanismo che produce anche il cosiddetto *catch up effect*.

<sup>139</sup> Op. cit., Zhang J.

<sup>140</sup> "The core of economic development lies in accelerated capital accumulation". Lewis, premio Nobel nel 1979.

in secondo luogo l'avanzamento tecnologico essenziale in mancanza del quale il margine di guadagno diminuirebbe con l'aumento degli investimenti e rendendo la crescita insostenibile. La Cina ha risposto non solo a queste due necessità ma, riguardo al secondo presupposto, è riuscita ad assicurare il progresso tecnologico per lo più attraverso gli IDE, assorbendo e assimilando la tecnologia estera e convertendola in domestica.

La *convergence hypothesis* è uno strumento utile per analizzare la crescita della Cina e anche per ipotizzarne la portata futura. Maggiore sarà il *gap* con le economie sviluppate, maggiore il potenziale di crescita. Valutando quindi il divario in termini di Pil pro-capite la crescita della Cina sembra destinata a durare. Anche con il raggiungimento del Pil delle economie sviluppate, il potere d'acquisto cinese rimane basso, circa un quarto di quello americano, e permette quindi un potenziale di crescita maggiore.

Si ritiene inoltre, a differenza di molteplici previsioni, che l'economia cinese pur rallentando manterrà una crescita del 6-7% fino al 2030 sia per le ragioni appena citate che per le enormi disparità presenti nel paese<sup>141</sup>. Questa ipotesi di crescita si può sostenere sulla base di una triplice valutazione.

Innanzitutto continueranno ad esserci ingenti investimenti nel campo delle infrastrutture<sup>142</sup> ove la Cina ha ancora un divario notevole da colmare con i paesi sviluppati e il governo ha tutte le intenzioni di innalzare gli standard di

---

<sup>141</sup> *Op. cit.*, ZHANG J.

<sup>142</sup> Come sarà esaminato in seguito nella trattazione gli investimenti delle infrastrutture sono essenziali anche dal punto di vista di riduzione delle disuguaglianze tra le varie zone del paese e della politica del *Go West* che per essere effettivamente implementata richiede la predisposizione di una serie di infrastrutture per permettere agli imprenditori di valutare conveniente lo spostamento nelle aree più interne.

vita di tutta la popolazione<sup>143</sup> ; in secondo luogo la forza lavoro sta progressivamente, con una media di un punto percentuale l'anno, spostandosi dal settore primario al secondario e terziario e avendo attualmente il 30% della popolazione impiegato nell'agricoltura ci vorranno almeno altri vent'anni per arrivare al valore del 10% dei *developing countries*. Tale elemento è sostenuto anche dalla volontà di spostare sempre di più le attività delle aree più sviluppate nel settore dei servizi lasciando la manodopera a basso costo alle aree più interne del paese, secondo la politica del *Go West*. In terzo e ultimo luogo discorso analogo può essere fatto per il tasso di urbanizzazione che è cresciuto negli ultimi trent'anni fino ad arrivare al 50%. Contando il tasso di urbanizzazione da cui partiva la Cina prima della politica della "Porta Aperta", il 10%, c'è ancora strada da fare per raggiungere il 70% che rappresenta la media nei paesi sviluppati.

La capacità della Cina di mantenere la sua crescita economica risiede negli elementi appena citati e in uno, ulteriore e fondamentale, che riguarda la capacità effettiva di far crescere la domanda cinese e di staccarsi dall'immagine di un popolo risparmiatore. A fronte del calo della domanda globale, l'incremento del consumo cinese è un elemento indispensabile per poter riequilibrare le forze che hanno determinato la crescita. Tale cambiamento richiede non solo di metter mano ai portafogli ma riguarda una serie di esigenze e attitudini che non appartengono al popolo cinese e che stanno, lentamente, emergendo, quantomeno nelle aree più sviluppate. Si tratta di una società agricola che nonostante si stia progressivamente spostando negli altri settori

---

<sup>143</sup> Si ritiene che entro il 2015 la rete ferroviaria cinese arrivi a ricoprire 120 mila chilometri contro i 220 mila degli Stati Uniti.

dell'economia ha avuto una crescita molto rapida, ciò fa sì che le persone che oggi vivono nelle grandi città appartengano ancora alla generazione che si è trasferita dalle zone rurali con una mentalità essenzialmente agricola e tesa al risparmio. La mania del consumo si sta velocemente espandendo anche in Cina, ma date anche le diversità del territorio e le sue diseguaglianze, sarà un processo lungo.

### ***4.3. L'inefficienza della domanda cinese.***

La capacità di risparmiare, o l'incapacità di spendere, rappresenta uno dei maggiori centri del dibattito sulla Cina. Due sono le questioni fondamentali: quali sono state le conseguenze a livello globale del risparmio cinese e se questo verrà meno e sarà quindi in grado di alimentare la domanda interna e sostenere la domanda globale.

Alcuni economisti ritengono che la Cina effettui una svalutazione artificiale costante della sua moneta e scarichi sui partner commerciali il peso della crisi che comunque non riguarderebbe tanto lo yuan quanto il fatto che la Cina consuma molto meno di quello che produce. Alcuni dati confutano questa tesi e mettono in evidenza come la Cina non abbia in alcun modo aggravato la dimensione della crisi globale. Da quando lo yuan si è staccato dal dollaro nel 2005<sup>144</sup> e ha ricominciato a fluttuare, si è rivalutato del 17,6% in tre anni,

---

<sup>144</sup> Nel luglio del 2005 lo yuan si stacca dal dollaro dopo un ancoraggio di dieci anni che ha consentito alla Cina di proteggere la sua moneta ma solo per il 20% delle esportazioni che sono la quota che ricoprono gli Stati Uniti, mentre ha causato una perdita verso l'80% del resto del mercato estero; sembra difficile quindi poter parlare di un comportamento opportunistico. Cfr., BAGNAI A., "Cina e crisi: chi ha paura dell'agnello cattivo?", 2010, Roma, reperibile da: <http://www.sbilanciamoci.info/Sezioni/globi/Cina-e-crisi-chi-ha-paura-dell-agnello-cattivo-6972>

interrompendosi durante la crisi del 2008 e ricominciando nel 2010 con una rivalutazione ulteriore del 2,5%. In secondo luogo è vero che la Cina consuma meno di quello che produce<sup>145</sup> ma questo non presenta alcun legame con il *deficit* americano. Gli Stati Uniti sono, infatti, in *deficit* estero dal 1982 mentre la Cina è in *surplus* dal 1994<sup>146</sup>. Inoltre, nel periodo che va dal 1994 al 2007 il *surplus* cinese si è attestato sui 77 miliardi di dollari contro il *deficit* americano di 409 miliardi e, infine, l'eccesso di risparmio cinese ha iniziato ad aumentare proprio quando il deficit americano è diminuito. Il risparmio cinese, quindi, presenta un aspetto più culturale-ideologico che strategico e si è rivelato comunque un'arma fondamentale per la crescita cinese degli ultimi anni che ha dovuto basare una parte considerevole del Pil su investimenti e costruzioni<sup>147</sup>. I consumi sono stati finora inferiori alle aspettative e hanno effettivamente presentato un rallentamento sebbene si sia rilevato tale solo in confronto alla crescita e non in termini assoluti.

Come analizzato all'inizio di questo capitolo, il nuovo piano quinquennale prevede un cambio di rotta, la Cina si orienta sempre di più a un aumento dei consumi interni a fronte della crescita di ricchezza della sua popolazione e di un

---

<sup>145</sup> Esempio significativo riguarda la capacità produttiva annua di acciaio grezzo che è stimabile in un miliardo di tonnellate, ma la sua produzione nel 2012 è stata pari a 700 milioni di tonnellate che corrisponde a un indice di utilizzazione degli impianti del 72%. Cfr., *Op. cit.*, YONGDING Y.

<sup>146</sup> BAGNAI A., OSPINA MONGEAU C. A., "La crescita della Cina, scenari implicazioni per gli altri poli dell'economia globale". Fonte dati: World Bank.

<sup>147</sup> Il fatto che più del 50% del Pil sia stato per molto tempo ricoperto dagli investimenti ha fatto mettere in dubbio la validità della crescita cinese che non è stata accompagnata da un corrispondente aumento dei salari e quindi del potere d'acquisto dei cittadini. Il Pil dunque in quanto indice ambiguo, può essere una misura fuorviante. Per un approfondimento WALTER C. E., HOWIE F. J. T., *Red Capitalism, The Fragile Financial Foundation of China's Extraordinary Rise*, John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd., Singapore, 2011, cap. II "China's Fortress Banking System".

calo della domanda a livello globale. In ogni paese soggetto a un regime autoritario i cambiamenti generano rischi, la Cina non è un'eccezione ma come riconosciuto dal presidente Xi Jinping si tratta di un cambiamento fondamentale verso la costruzione di una classe media e di un'economia all'avanguardia<sup>148</sup>.

In secondo luogo per quanto concerne l'aumento della spesa cinese ci sono elementi concreti per ritenere che continuerà ad avere un *trend* positivo non solo per il rischioso campo immobiliare ma perché vi è una tendenza crescente a spendere di più per educazione, servizi, salute. I consumi assumeranno un peso sempre maggiore nel Pil sulla base di due ulteriori fattori: un reddito disponibile maggiore e il tasso crescente di urbanizzazione che richiederà pari accesso alle infrastrutture<sup>149</sup>. Vi è un ulteriore elemento che risulta a favore di un aumento della spesa. Analizzando l'esperienza delle quattro tigri asiatiche<sup>150</sup> si nota come il risparmio sia strettamente correlato a cambiamenti demografici, in particolare un invecchiamento della popolazione comporta un aumento della spesa in termini soprattutto di pensioni e salute, settori su cui lo stato si troverà ad investire pesantemente. Aumentando le esigenze e gli standard i cinesi saranno disposti a spendere di più per servizi inesistenti fino a qualche anno fa. Come verrà analizzato nel seguito della trattazione, l'elemento fondamentale per stimolare i consumi attiene ai canali di presentazione e di distribuzione,

---

<sup>148</sup> BREMMER I., GORDON D., "China's Risky Reforms", *Project Syndicate* New York, febbraio 2014, reperibile da: <http://www.project-syndicate.org/commentary/ian-bremmer-and-david-gordon-caution-that-the-leadership-s-proposed-reforms-heighten-the-risk-of-instability-at-home-and-abroad>

<sup>149</sup> *Op. cit.*, ZHANG J.

<sup>150</sup> Quattro tigri asiatiche è la locuzione attribuita negli anni Novanta a quattro paesi asiatici (Taiwan, Corea del Sud, Singapore, Hong Kong) grazie al loro interrotto sviluppo degli ultimi decenni.

oltre che ad una comprensione di cosa la popolazione sta cercando. Vi è la necessità di spiegare molti prodotti e di renderli accessibili sul mercato. Uno strumento fondamentale in questo senso è l'*e-commerce*, se la Cina infatti si prepara a diventare il più grande mercato reale ha già raggiunto il primato in quello virtuale.

L'economia globale continuerà a risentire del comportamento di una Cina legata a doppio filo con gli Stati Uniti, che cercherà di dismettere lentamente l'acquisto di titoli di stato americani trovandosi però nell'impossibilità di diversificare verso l'euro perché ciò creerebbe una fuga dal dollaro che andrebbe a nuocere in primo luogo alla Cina, che si troverebbe il suo portafoglio notevolmente svalutato. Fino a questo momento entrambi i paesi hanno beneficiato di questo assetto che permetteva alla Cina di far trainare la propria crescita guidata dalle esportazioni e agli Stati Uniti di godere del cosiddetto effetto *Wal-Mart*<sup>151</sup> delle importazioni a basso costo. Il grande interrogativo riguarda il cambio che la Cina ha già iniziato lentamente a fare, da un'economia basata sulle esportazioni a una maggiormente trainata dai consumi interni e di conseguenza un minore investimento sui titoli di stato americani. Qualcuno sostituirà la Cina in questa compravendita? E la Cina riuscirà a diversificare il suo portafoglio?

---

<sup>151</sup> Con effetto Wal-Mart ci si riferisce al colosso statunitense che ha basato i suoi ricavi su una strategia low-cost. Si stima che il consumatore che si reca in uno dei 2561 punti vendita negli Stati Uniti è in grado di risparmiare una cifra notevole dato che può trovare beni per un valore di circa il 15% in meno rispetto ai prezzi medi offerti dai concorrenti. Le importazioni di Wal-Mart dalla Cina costituiscono circa il 10% del totale di tutte le importazioni dalla Cina e si stima che Wal-Mart costituisca il 20% dei prodotti di consumo degli Stati Uniti.

#### **4.4. La proposizione di un modello culturale.**

Il capitalismo moderno non richiede uno stato democratico né uno socialista, l'unica logica che segue è quella della "perversione del capitale" che si manifesta in forme lontane dall'economia reale, intrinsecamente oppressive e culturalmente omologanti. La Cina non rappresenta altro che un caso particolare della logica del capitalismo finanziario che produce "l'omologazione culturale su scala globale, l'appiattimento della vita umana sull'asse del consumo e un depotenziamento dell'individualità verso forme elementari ed infantili di invidia e possesso"<sup>152</sup>.

La Cina sta emergendo come seconda potenza economica mondiale e secondo le stime si prepara a raggiungere gli Stati Uniti. In questo scenario sorge spontaneo chiedersi quale sarà la traiettoria culturale che la Cina intende proporre o seguire. Gli accordi di Bretton Woods<sup>153</sup> hanno consentito alla traiettoria culturale americana di trainare il mondo e condurne le scelte, si è introdotto il consumo d'impulso e tutta una serie di strumenti per consentire di consumare, subito e velocemente. Nel momento in cui il paradigma dominante ha dimostrato la sua inefficienza e l'impresa come puro capitale finanziario è fallita con la crisi del 2008 ci troviamo oggi in un momento di transizione in cui appare necessaria la scelta di una traiettoria da seguire. Questa traiettoria culturale è caratterizzata da due dimensioni: la prima vede una crescita delle conoscenze e delle competenze per comprendere il funzionamento del mondo naturale e trasformare le risorse naturali; la seconda attiene alla trasformazione

---

<sup>152</sup> Cfr., *Op. cit.*, ALVI G., cap.2 "Verso l'ideale cinese", pp. 41-56.

<sup>153</sup> Si può risalire al 1914 come data in cui gli Stati Uniti iniziano a guidare la traiettoria culturale con il soddisfacimento del bisogno del bene durevole (Fordismo) e la trasformazione del processo decisionale come qualcosa di impulsivo.

delle risorse naturali resa possibile dall'incremento delle conoscenze tecnologiche, che deve essere conforme ai mutati bisogni artificiali che sono generati dalla pianta dei mercati<sup>154</sup>. La prima dimensione sembra essere stata compiuta dalla Cina, ma si attende la seconda dimensione per valutare quale sarà il modello proposto. La traiettoria culturale, infatti, non è libera ma viene governata dalle istituzioni attraverso le regole che devono presiedere le relazioni e salvaguardare determinati valori.

L'economia è in grado di dare molti strumenti e la Cina ha dimostrato di saperli usare per una crescita economica considerevole, ma senza una traiettoria culturale valida<sup>155</sup> e condivisa rischia di non essere un modello destinato a durare e soprattutto non condivisibile su scala globale.

---

<sup>154</sup> BIANCHI P., POZZI C., "Crisi economica e politica industriale", in Bianchi P., Pozzi C. (a cura di), *Le politiche industriali alla prova del futuro. Analisi per una strategia nazionale*, Il Mulino, Bologna, 2010.

<sup>155</sup> ZHAO S., *Il modello Cina e la sua sostenibilità*, p.26.

## CAPITOLO II

### RAPPORTO CINA-ITALIA

#### **1. Le conseguenze del cambiamento per l'Italia.**

La transizione della Cina da una fase *opening up* a una *rising up*<sup>156</sup>, sia per effetto delle sue dimensioni che per la sua portata demografica ed economica, ha comportato e comporterà diverse conseguenze per i suoi partner commerciali. Sebbene il nostro Paese non appaia tra i partner principali della Cina, i cambiamenti del prossimo futuro apriranno opportunità importanti che l'Italia non può farsi sfuggire. Ciò accadrà solo se l'Italia effettua un cambio di strategia analizzando le mancanze passate e capendo quale sarà la dimensione della nuova Cina. Da un punto di vista economico la Cina cambia i suoi connotati, rivede la composizione della domanda aggregata, restringe il campo a determinati IDE favorendone degli altri, assume un aspetto nuovo e diverso che i suoi partner commerciali non possono non valutare. La Cina continuerà a crescere, seppur a un ritmo meno sostenuto, e a fornire un bacino importante per investire. In questo scenario assume un ruolo importante la politica del *Go West* dal momento che è uno dei degli obiettivi più cari a Pechino e che consentirà di ricreare in altre zone del paese, quelle più sottosviluppate, le condizioni della grande crescita degli ultimi trent'anni, con l'obiettivo di

---

<sup>156</sup> Cfr., LEE K., KIM J., WOO W.T., *Power and Sustainability of the Chinese State*, New York, Routledge, 2009.

trasformare così la Cina in un paese dal duplice volto: a sud-est aree più benestanti con aziende tecnologicamente più avanzate e più concentrate nel settore dei servizi, mentre nelle aree centro-occidentali saranno ricreate le condizioni di aziende che producono beni a basso valore aggiunto e in cui il costo del lavoro continua ad essere competitivo.

In questa nuova prospettiva assume rilievo anche il cambio di atteggiamento della Cina, che non ha più bisogno di attirare investimenti “a tutti i costi” ma che al contrario pone dei limiti o incoraggia comportamenti a seconda delle nuove esigenze del paese.

### ***1.1. Da world's factory a world's market.***

Poco più di un secolo fa la Cina era considerata a tutti gli effetti un paese in via di sviluppo, con un'economia basata sul modello sovietico e rapporti con gli altri Stati quasi inesistenti. Quando la Cina decise, negli anni '80, di uscire dall'arretratezza in cui si trovava, il primo fondamentale passo fu l'apertura di Zone Economiche Speciali (Sez)<sup>157</sup>. Quest'idea, già utilizzata in passato da altri paesi e rivista dalla Cina con grande successo, prese spunto dalle due esigenze a cui il paese doveva far fronte: la grande arretratezza e conseguente incapacità di provvedere a uno sviluppo interno con le sue sole forze e l'enorme quantità di manodopera che doveva essere impiegata. Grazie a questi strumenti iniziò ad aumentare in maniera considerevole il numero di FDI<sup>158</sup> e il sistema industriale fu il motore trainante di questo sviluppo. La manodopera a un prezzo più che

---

<sup>157</sup> Cfr. BARBIERI P., GAVAZZA L., PRODI G., *Supply China Management*, cap. “La Cina: da fabbrica del mondo a fabbrica di se stessa?”, Bologna, Il Mulino, 2011.

<sup>158</sup> Foreign Direct Investment.

competitivo e una buona rete di infrastrutture hanno reso in pochi anni la Cina la fabbrica del mondo, dove più dell'80% dei beni prodotti dalle imprese straniere era riservato all'esportazione<sup>159</sup>.

La Cina ha per molto tempo voluto seguire questa strada importando solo quello di cui aveva bisogno, tecnologie e materie prime, che ne hanno rafforzato il ruolo di opificio mondiale<sup>160</sup>. Nonostante l'apertura del paese da diversi decenni, la Cina continua ad essere per buona parte dei suoi consumatori, sia per motivi culturali sia economici, impermeabile ai beni di consumo occidentali. A conferma di ciò, il paese continua a importare quello di cui ha bisogno e non quello che si attenderebbe dalla sua forza economica e demografica.

La Cina però cambia velocemente, o quantomeno ha la pretesa di farlo, e il nuovo modello economico-politico vede la nascita della nuova idea di "Cina mercato del mondo". In questo senso ci sono alcuni aspetti da considerare. Lo sviluppo di un sistema di welfare e di conseguenza di un domani più sicuro e una politica rurale tesa a diminuire le disuguaglianze e ad aumentare il livello di reddito in queste zone sono elementi che vanno verso l'idea di un Paese che inizia ad avvicinarsi ad alcuni bisogni "occidentali" -sanità e pensioni *in primis*- e che potrà spendere di più. Inoltre la Cina rilancia la politica *Go West*<sup>161</sup>, in

---

<sup>159</sup> Oggi circa il 50% dei beni italiani prodotti in Cina viene riesportato.

<sup>160</sup> ORLANDI R., *La Cina oltre l'internazionalizzazione*, in *L'Italia nell'economia internazionale Rapporto ICE 2006-2007*, pp. 67-73.

<sup>161</sup> La politica del *Go West* è stata lanciata dalla Cina già negli anni '90 ma senza essere effettivamente implementata. Ha come obiettivo quello di portare le zone centro-occidentali della Cina a livelli economici e di sviluppo più vicini a quelli delle zone costiere, cercando di ridurre il solco che divide il paese in due. Implica, inoltre, che non siano i lavoratori a spostarsi dalle loro terre per la cercare un'occupazione, ma che siano le industrie a trasferirsi dove c'è una manodopera a costi competitivi (a

un'ottica di diminuzione delle disuguaglianze, il Paese ha l'obiettivo di costruire nelle zone più interne e arretrate gli stessi tipi di insediamenti che ci sono stati negli anni della crescita economica nelle città della costa.

La riuscita di questo obiettivo che consentirebbe alla Cina di continuare a sfruttare la manodopera a prezzi più che competitivi dipende da una valutazione delle singole imprese che riguarda la *supply chain* e la rete infrastrutturale nelle zone interne del paese. Nel caso di *supply chain* di dimensioni ridotte si tenderà a preferire un paese dove la manodopera è più competitiva quali per esempio Bangladesh o Indonesia, mentre nel caso di dimensioni più ampie, la possibilità di poter contare su trasporti sicuri e una rete di collegamenti stabile porterà a preferire ancora la Cina.

Il governo deve anche far fronte alle crescenti pressioni che giungono dal malcontento che, a differenza del passato, nasce da problemi di vita quotidiana, come l'obbligo di dover sgomberare le proprie case per lasciar spazio alla costruzione di dighe, nel sud come nel centro, o il livello di disoccupazione che ha visto un incremento a causa della dismissione delle aziende statali<sup>162</sup>. Si può parlare di una sorta di seconda Cina, rimasta nell'arretratezza ai confini del paese, in senso geografico ed economico, che potrà prendere il posto delle grandi città industrializzate mentre queste ultime dopo aver raggiunto buoni livelli di qualità della vita si sposteranno sempre di più nel settore dei servizi. Non essere più la fabbrica del mondo, termine inflazionato quanto realistico, sconvolgerà gli equilibri che hanno portato la Cina allo sviluppo attuale e lascerà

---

differenza dei grandi centri costieri in cui la crescita economica ha comportato un generale aumento dei costi).

<sup>162</sup> *Op. cit.*, NARONTE G.

spazio ad altri mercati emergenti che intendono sfruttare la propria manodopera a basso costo per una crescita economica in tempi rapidi.

Bisogna d'altro canto considerare che la Cina ha assunto un ruolo decisivo nello scacchiere internazionale che non le consente di considerare il mondo esterno soltanto come destinazione dei propri prodotti e approvvigionamento di materie prime.

Questo passaggio rende realisticamente quello che potrebbe e vorrebbe diventare la Cina in futuro:

*“L’affermazione di uno sviluppo equilibrato e sostenibile per una società armoniosa [...] fa della Cina un potenziale mercato finale di prodotti di consumo che non ha eguali. E poiché oggi la Cina è la fabbrica del mondo, se l’assunto è vero, o meglio sarà vero, non potrà che diventare fabbrica di se stessa”.*<sup>163</sup>

## **1.2. Nuovo atteggiamento del governo**

Il governo cinese è consapevole della portata dei suoi cambiamenti e delle implicazioni che questi hanno nel resto del mondo. Un atteggiamento diverso comporta un nuovo panorama che è stato, negli ultimi anni, decisivo per le principali forze mondiali ed è dunque oggi di maggiore interesse.

Se qualche anno fa la Cina era vista come la patria della manodopera a basso costo, dello sfruttamento –economico e politico- e del luogo disposto a tutto pur

---

<sup>163</sup> *Op. cit.*, BARBIERI P., GAVAZZA L., PRODI G., p. 201.

di ottenere un investimento straniero, oggi si manifesta una tendenza contraria per facilitare le aziende locali.

La Cina non è più disposta a chiudere un occhio a eventuali infrazioni da parte delle aziende straniere specialmente se queste vanno a violare le soglie di inquinamento o sono in contrasto con altri obiettivi del Piano. A dimostrazione di un maggior interesse alla situazione interna del paese sono aumentati i salari minimi nelle zone costiere<sup>164</sup> e sono state unificate le imposte sul reddito delle società, indipendentemente dalla loro origine nazionale. Le imprese straniere dunque non potranno più farsi forti di un trattamento di favore perché la loro presenza non sempre è indispensabile come in passato<sup>165</sup>. Parte integrante di questa nuova dimensione non sono solo le autorità ma anche i cittadini a cui sono dati nuovi strumenti di partecipazione. A titolo di esempio, il Consiglio di Stato Cinese ha emanato le *Implementing Rules* alla *PRC Environmental Protection Law* che conferiscono uno strumento di partecipazione con il quale i cittadini possono denunciare alle autorità le imprese, sia cinesi che straniere, che operano nei settori ad elevato impatto ambientale, qualora siano superati i livelli massimi di inquinamento<sup>166</sup>.

Nel febbraio del 2014 il Consiglio di Stato cinese ha rivelato le linee guida di una riforma fiscale e di redistribuzione del reddito che ha come scopo quello di imporre maggiori tasse ai colossi statali e ridurre il divario tra chi risiede in città e chi nelle aree rurali con una riduzione della forbice di trentacinque punti.

---

<sup>164</sup> La legge sul salario minimo, *Order for Minimum Wage*, è entrata in vigore nel 2004 e richiede che ogni provincia aggiusti il livello minimo dei salari ogni due anni.

<sup>165</sup> Cfr., *op. cit.*, ORLANDI R.

<sup>166</sup> *Op. Cit.*, NARONTE G.

La riforma segna anche un addio all'esenzione dalle tasse per gli stranieri che investono in Cina, in particolare le misure colpiranno i dividendi ottenuti dalle imprese a investimento straniero che fino ad oggi erano esentati del 20% dalle tasse sul profitto<sup>167</sup>.

Il nuovo piano quinquennale inoltre fa sì che le aziende straniere non possano più arrivare in Cina sottocapitalizzate, il governo vuole che arrivino già capitalizzate e non è disposto a dare più aiuti. Ulteriore complicazione deriva dal fatto che se, per esempio, un'azienda vuole comprare un terreno per edificarlo è necessario un investimento per metri quadri, quota che prima non era necessaria<sup>168</sup>.

Uno degli aspetti più innovativi della nuova politica consiste negli investimenti della Cina all'estero, novità piuttosto importante per un paese che non si era spinto al di là delle frontiere se non per manodopera e merci. Nel 2004 gli IDE cinesi, esclusa Hong Kong, sono stati pari a quattro miliardi di dollari, per salire agli undici miliardi del 2005, ai sedici del 2006<sup>169</sup> e agli 84,22 miliardi del 2012<sup>170</sup>.

La maggior parte degli IDE cinesi è concentrata sulle risorse naturali che hanno raggiunto il 76% del totale nel 2006<sup>171</sup>, sulla base di una strategia rivolta ad assicurarsi l'offerta di risorse sempre più scarse e di cui la Cina ha sempre avuto bisogno. L'Africa è un paese nel quale vi sono stati investimenti massicci, sia in

---

<sup>167</sup> MONTRELLA S., "Salta esenzione tasse per stranieri", *AGICHINA 24*, Roma, febbraio 2014 reperibile online: <http://www.agichina24.it/dossier/notizie/salta-esenzione-tasse-per-stranieri>

<sup>168</sup> Fonte: Intervista Dottor Antonio D'Angiò, Unicredit Shanghai.

<sup>169</sup> Fonte: STANCA L., LANZA A., Banca Intesa Sanpaolo.

<sup>170</sup> Fonte: Unctad.

<sup>171</sup> Fonte: Centro Studi Confindustria.

termini di materie prime grezze direttamente importate in Cina sia con la costruzione di aeroporti (in Chad) o di una rete ferroviaria (in Etiopia) per favorire le esportazioni del Regno di Mezzo in futuro. Si ha dunque una grande apertura verso l'esterno specialmente negli investimenti rivolti all'acquisizione di materie prime e tecnologia a fronte di un ridimensionamento dei vantaggi delle aziende straniere in Cina.

La forbice si sta, infatti, lentamente chiudendo per le aziende straniere, ma la situazione sta cambiando, sebbene più lentamente, anche per le aziende statali che non godono più delle protezioni passate e risentiranno di un maggior livellamento delle norme che intende favorire lo sviluppo di aziende cinesi private di piccole e medie dimensioni. Un importante cambiamento soprattutto per l'apparato statale ma non solo è stato introdotto dall'entrata della nuova leadership che ha affermato tra gli obiettivi primari la lotta alla corruzione. Non si tratta di un argomento nuovo, volgendo lo sguardo al passato ci sono state almeno quattro campagne che hanno avuto l'obiettivo di ripulire il grande partito dalla corruzione<sup>172</sup>. L'attuale leader Xi Jinping ha attuato una vera e propria crociata contro la corruzione, già a partire dal suo discorso di insediamento nel novembre del 2012 aveva affermato la sua volontà di debellare i "vermi che si nutrono di sostanze in decomposizione". Nel gennaio del 2013 lancia la caccia alle "tigri" e alle "mosche" riferendosi alle attività illegali di alto rango e a tutti i casi di corruzione a livello locale da parte di tutti i

---

<sup>172</sup> La prima è stata condotta, con lo slogan "curare la malattia" nel 1942 con lo scopo di consolidare la leadership di Mao Zedong; la campagna più recente è stata condotta da Deng Xiaoping tesa a sradicare la "Banda dei Quattro" e a preparare il terreno per la politica delle "Porta Aperta".

funzionari che hanno un'influenza diretta sulla popolazione<sup>173</sup>. Senza dubbio la campagna di Xi Jinping è stata la più efficace che sia stata condotta: nel 2013 tra lo sciame delle “mosche” sono stati puniti 182 mila funzionari con l'accusa di violazioni disciplinari interne<sup>174</sup>. Anche le “tigri” sono state raggiunte da questa politica di anti-corruzione; a titolo di esempio, i distillatori cinesi hanno dichiarato di aver perso quasi un terzo della loro quota di mercato nell'ultimo anno e la produttrice più famosa al mondo di *baijiu* cinese ha dichiarato un calo dei profitti del 50%<sup>175</sup>. Le aziende statali cinesi e l'apparato di funzionari pubblici non sono più immuni da regole e controlli anche se le condizioni più difficili rimangono per le aziende straniere che si trovano di fronte uno scenario mutato e più difficile. Ci sono diversi fattori che concorrono.

Innanzitutto i costi più elevati, la difficoltà a trovare manager di valore vista l'elevatissima domanda e il nuovo ruolo del consumatore cinese che non è più disposto a pagare enormi *premium price* per marche straniere. Questo è dovuto in parte allo sviluppo di internet che ha ridotto l'asimmetria informativa ma anche alla nascita di un sentimento di orgoglio per le marche cinesi che nasce del miglioramento dei prodotti locali<sup>176</sup>.

---

<sup>173</sup> Cfr., GABUSI G., “Lotte di potere dietro la crociata anti-corruzione”, in *Orizzonte Cina*, settembre 2013.

<sup>174</sup> In tale illecito rientrano spese ingiustificate di fondi pubblici, uso improprio di veicoli governativi e costruzione di lussuosi edifici pubblici.

<sup>175</sup> Cfr., ROMANELLI L., “Xi Jinping l'acchiappa animali: i risultati della campagna anti-corruzione”, in *Osservatorio Asia Orientale*, reperibile da: <http://www.osservatorioasiaorientale.org/xi-anticorruzione/>

<sup>176</sup> BORZATTA P., “Il futuro dell'Italia in Cina”, *AGICHINA 24*, Milano 12 febbraio 2014, reperibile online: <http://www.agichina24.it/focus/notizie/il-futuro-dellitalia-in-cina>

Operare in Cina è più complesso anche per una diversa configurazione del mercato interno: oggi non esistono più solamente i tre grandi centri economici di Canton, Shanghai e Pechino, ci sono decine di città con una popolazione di 1-3 milioni di abitanti in continua crescita<sup>177</sup>. Queste città saranno il nuovo grande bacino del futuro, per il mercato interno e per le imprese straniere che intendono guardare alla Cina. L'espansione del mercato richiede nuovi e adatti strumenti che possano coprire tutto il territorio. Tra questi, gli strumenti di distribuzione e di presentazione sono sempre stati una lacuna profonda dell'Italia che se non riuscirà a trovare una soluzione attraverso importanti investimenti nel settore del *retail* o attraverso collaborazioni con partner nel campo della distribuzione continuerà a portare risultati non soddisfacenti.

Il mercato cinese oggi non è agevole neanche per i grandi marchi internazionali a causa delle nuove politiche *ad hoc* e delle barriere non tariffarie che sostengono un buon livello di competitività dell'imprenditoria cinese.

La Cina richiede che le aziende ora facciano investimenti di qualità e con una tecnologia più avanzata; non intende più essere considerata un mero cliente per il committente o l'investitore ma promette di essere partner per le imprese che investono.

---

<sup>177</sup> Secondo i calcoli della società di investimento London & Capital entro il 2025 la Cina avrà 221 città con oltre un milione di abitanti e 23 città con più di cinque milioni di abitanti.

Cfr., BUZZETTI E., "Conviene (ancora) investire in Cina?", *AGICHINA24*, Pechino febbraio 2014 reperibile online: <http://www.agichina24.it/focus/notizie/conviene-ancora-investire-in-cina>

## 2. Sguardo dal passato al presente

La nuova essenza della Cina apre importanti possibilità per tutti gli stati che intendano trarre beneficio da un paese che si presenta come la seconda economia al mondo e che, secondo numerosi studi<sup>178</sup>, sarà la prima entro il 2030<sup>179</sup>. In realtà si parla di un sorpasso già nel 2014 che tuttavia avrà un significato simbolico più che economico dato che l'altro indice (PPP) presenta ancora un divario notevole tra Cina e Stati Uniti che si riflette nelle condizioni della popolazione e che lascia perciò un margine di crescita ancora consistente per la Cina<sup>180</sup>.

L'Italia, in questa come in altre situazioni, ha una posizione singolare nella quale emergono da sempre buoni rapporti con la Cina, ma anche mancanze in termini di continuità e strategia. La colpa, se ne deve esserne trovata una, non ricade esclusivamente sull'incapacità di evolversi dell'Italia, ma deriva anche da una conformazione intrinseca del nostro paese, caratterizzato da una serie di piccole e medie aziende che non hanno dovuto sviluppare competenze su larga scala e non hanno a disposizione grandi somme da investire. Non ha aiutato in questo senso un sistema paese poco sviluppato che, specialmente in un confronto con gli altri paesi, europei e non, mostra tutte le sue lacune. Un'impresa italiana che investe in Cina si trova senza un supporto sia da un punto di vista finanziario

---

<sup>178</sup> Secondo alcune statistiche il sorpasso sarebbe già avvenuto in termini di mero Pil senza tenere in considerazione il reddito pro capite che presenta ancora un grande divario tra i due paesi.

<sup>179</sup> Ci sono anche pareri contrastanti; per esempio secondo un sondaggio del Pew Research Center il 53% di persone negli Stati Uniti vede la crescita economica come una cosa negativa e la ritiene destinata a scemare. Cfr., <http://www.pewglobal.org/2011/07/13/china-seen-overtaking-us-as-global-superpower>

<sup>180</sup> Cfr., ORLANDI R., "China: size matters", in *Osservatorio Asia*, maggio 2014.

che di approccio alla realtà cinese e ciò non attiene agli uffici italiani presenti in Cina, che anzi cercano di fornire quante più informazioni alle imprese, quanto piuttosto a un'azione delle istituzioni dall'Italia lacunosa e frammentaria.

La pianificazione economico-politica della Cina si riflette anche nella cultura e nelle abitudini della sua popolazione. Un'azione discontinua, una parola data e non mantenuta sono atteggiamenti che pesano più che in altri paesi. D'altro canto, anche azioni e comportamenti apprezzati in altri contesti, quali un forte dinamismo interno e velocità dei risultati, non danno gli effetti sperati perché in contrasto con il metodo graduale richiesto dall'approccio con la Cina<sup>181</sup>. A questo si affianca un atteggiamento che potremmo definire non collaborativo dell'Italia che spesso non ha avuto la volontà e la pazienza di capire e aspettare i tempi cinesi. Può sembrare che ci sia ben poco di economico nell'analisi di questi elementi, ma la Cina in molte occasioni tende a non distinguere i confini, le relazioni economiche si intrecciano a rapporti personali, di fiducia e di collaborazione costruiti sul lungo periodo. Indipendentemente da colpe e colpevoli un'analisi sugli errori commessi dall'Italia può servire per cercare di migliorare e trovare un posto più adatto nel panorama dei prossimi anni.

### ***2.1. Incapacità o errori?***

L'Italia godeva di tutta una serie di vantaggi nel momento in cui la Cina si è aperta: era stato il secondo paese a riconoscere la RPC, un anno dopo la Francia e molto tempo prima degli Stati Uniti, aveva mantenuto importanti rapporti commerciali e anche nel periodo maoista la Banca Commerciale Italiana non

---

<sup>181</sup> ORLANDI R., PRODI G., *A volte producono. Le imprese italiane in Cina*, Bologna, il Mulino, 2006, p.125.

aveva mai formalmente chiuso<sup>182</sup>. Questi elementi uniti al fatto che l'Italia, anche grazie al suo non brillante passato da paese colonizzatore, non è mai stata temuta in questo senso né additata per comportamenti colonialisti, ma anzi apprezzata per la sua cultura e storia, hanno contribuito a creare un'immagine del tutto favorevole del bel Paese. Non è stato fatto buon uso di questa posizione perché sia le aziende private che pubbliche non hanno saputo cogliere le enormi opportunità che si sono aperte nei tre decenni della grande crescita. Ciò può essere ricondotto a diversi fattori, tra cui meritano di essere menzionate la difficoltà delle nostre aziende di inserirsi nel mercato cinese, l'attitudine tutta italiana di attuare strategie *cost-based* e la mentalità provinciale di molti manager italiani.

In primo luogo, le aziende italiane sono principalmente piccole e medie e di conseguenza la loro capacità si riferisce alla dimensione nella quale sono abituate ad operare. La difficoltà nel momento in cui si entra in un mercato come quello cinese è che il prodotto è potenzialmente indirizzato a un numero molto grande di consumatori e una buona rete distributiva in questo senso è necessaria per dare al prodotto la giusta visibilità e accessibilità. In questo l'Italia è sempre mancata, manifestando un'incapacità di stabilire grandi imprese, importanti catene alberghiere e un sistema di Grande Distribuzione Organizzata che funzionasse. Le imprese italiane sembrano essere troppo piccole per sfruttare pienamente le potenzialità del mercato cinese<sup>183</sup>, fatto di

---

<sup>182</sup> *Op. cit.* BARZOTTA P., "Il futuro dell'Italia in Cina".

<sup>183</sup> "Tutte le imprese intervistate hanno segnalato problemi legati in qualche modo alla ridotta dimensione d'impresa". È stato condotto uno studio che ha permesso la redazione del libro a cura di ORLANDI R., PRODI G., *Op. cit.*, *A volte producono*, p.115.

grandi numeri e volumi. In molti casi gli ordini delle aziende italiane non raggiungono quote di interesse per i produttori cinesi, dando la precedenza ai grandi produttori mondiali e anche alle imprese cinesi. Entrare nel mercato cinese richiede, inoltre, grandi investimenti che spesso non sono alla portata delle nostre aziende, non per incapacità ma per mancanza di disponibilità a impiegare cifre considerevoli. L'Italia nel 2007 occupava il diciottesimo posto tra i Paesi investitori in Cina, per un valore pari a 350 milioni di dollari, ben lontana da valori di altri paesi europei quali Germania, Olanda e Regno Unito rispettivamente con investimenti pari a 1,98 miliardi, 840 milioni e 730 milioni di dollari<sup>184</sup>. Secondo uno studio condotto da Osservatorio Asia tra il 2006 e il 2007<sup>185</sup> il 70% delle imprese italiane ha investito meno di 5 milioni di euro e più del 20% ha investito sotto un milione di euro; cifre che, pur tenendo conto di incentivi e agevolazioni, sono molto basse. Un potenziale basso di investimento si ripercuote anche su un altro aspetto fondamentale per riuscire in un mercato complesso come quello cinese, vale a dire una limitata possibilità di fare studi su come entrare nel mercato e capire quale atteggiamento adottare; per un'azienda di piccole-medie dimensioni questo è possibile con un maggior sforzo economico rispetto ai concorrenti e spesso questi studi vengono messi in secondo piano o non effettuati aumentando la probabilità di non riuscire. In secondo luogo, le aziende italiane hanno molto spesso attuato una strategia

---

<sup>184</sup> Dati raccolti da *Rapporti Commerciali ed Economici Italia-Cinesi*, ICE di Ancona.

<sup>185</sup> Ivi, p. 66 e seg.

*cost-based*<sup>186</sup> cercando di minimizzare i costi piuttosto che una programmazione strategica *revenue-based*<sup>187</sup> investendo sulle proprie competenze e la fiducia nel proprio prodotto. Questo atteggiamento, sviluppatosi principalmente negli anni della crisi quando nacque l'esigenza di eliminare quanti più costi possibili, è tipicamente italiano nel panorama delle grandi economie occidentali. Una strategia del genere, se pur comprensibile in quanto mezzo più rapido per rientrare dall'investimento effettuato, è difficile che possa portare a proficui risultati nel mercato cinese che necessita di tempi più diluiti.

Infine, i manager stessi in diverse situazioni non sono stati in grado di far fronte alle necessità ed esigenze della Cina, continuando a pensare che fosse un Paese "inferiore" e che i fallimenti venissero da fattori esogeni – come un mercato non ancora maturo o culturalmente troppo distante- piuttosto che endogeni quali l'incapacità di comunicare e di imparare a leggere un paese diverso dall'Italia. Secondo uno studio condotto su 1500 manager espatriati, il 48% pensa che la caratteristica più penalizzante all'estero sia data dall'incapacità di staccarsi dai modelli aziendali-manageriali italiani<sup>188</sup>. Inoltre, in molti casi lo spazio della piccola impresa è in realtà lo spazio dell'imprenditore che si occupa di gestire e mantenere i rapporti con la Cina. Questo comporta un'insicurezza di fondo sulla sostenibilità di questo assetto una volta che manchi la presenza

---

<sup>186</sup> Nella strategia *cost-based*, anche conosciuta come leadership di costo, ciò che conta è la posizione che un'impresa raggiunge in termini di costi sostenuti rispetto alle concorrenti. I due elementi di questa strategia, su cui l'impresa va ad operare sono le determinanti di costo e la configurazione della catena del valore.

<sup>187</sup> La strategia *revenue-based* prende in considerazione la parte di mercato che si ha a disposizione e ha come obiettivo il ricavo che deriva da una vendita di giusta quantità al giusto prezzo investendo sulle proprie capacità e competenze.

<sup>188</sup> Studio elaborato da AstraRicerche e condotto per ManagerItalia nel 2012.

dell'imprenditore. Le aziende italiane di piccole dimensioni rientrano generalmente in due situazioni: o fanno riferimento a un unico proprietario che si trova a gestire i rapporti su due fronti oppure si tratta di una o più famiglie che non riescono a trovare la persona giusta da mandare in Cina<sup>189</sup>.

La percentuale di investimenti che non hanno avuto successo si aggira intorno al 20%, causa principale una sottovalutazione delle problematiche nel nuovo mercato. Ci sono anche molti casi positivi, che si riscontrano proprio tra imprese che hanno avuto una visione più lungimirante cercando di entrare in contatto con il mondo cinese, come parte e non solo controparte degli affari. Un esempio di ottima riuscita è quello delle JV tra la società Grandi Salumifici Italiani<sup>190</sup> e lo Shineway Group, leader nel settore degli insaccati in Cina e scelto tra venticinque aziende candidate. Senza aprire un'analisi approfondita del caso è sufficiente porre l'accento sul successo di questa partnership, che ha rappresentato un *asset* decisivo per affrontare il mercato cinese, dovuto in parte a fortuna nel riscontro del partner ma anche a una particolare costanza nel costruire e coltivare relazioni di lungo periodo nonostante le difficoltà iniziali<sup>191</sup>. Il vantaggio di un partner si è rivelato in una più rapida risoluzione delle problematiche legate alla selezione del personale, ai fornitori –il partner in questo caso era anche il principale fornitore- e anche in termini di relazioni con le autorità e gli uffici locali. Questa esperienza rimane un esempio positivo nonostante il fatto che la JV sia stata totalmente acquistata dal socio cinese

---

<sup>189</sup> Fonte: Intervista Dottor D'Agostino.

<sup>190</sup> L'azienda cambia nome nel gennaio del 2005; precedentemente si chiamava Italia Salumi nata come JV nel 2001 tra Unibom Salumi e Senfter Spa.

<sup>191</sup> Op. cit., PRODI G., ORLANDI R., *A volte producono*, pp. 225-231.

mettendo così in luce anche tutte le criticità di questa forma di investimento che tende a favorire il socio che investe, quindi il partner cinese, che una volta acquisite competenza e tecnologie necessarie decide di essere autonomo. Nonostante una notevole liquidazione all'azienda italiana, il risultato ha visto passare un'importante azienda italiana completamente nelle mani cinesi.

Secondo alcune società di consulenza di Shanghai<sup>192</sup>, un'altra importante difficoltà e fonte di disillusione delle aziende italiane è stato l'equivoco che ha fatto coincidere il paese più popoloso al mondo con il mercato più vasto, confondendo gli abitanti con i consumatori<sup>193</sup>. Si ritiene che questo sia stato fonte di una spinta iniziale notevole, il paese enorme in cui si sarebbe trovato il modo di vendere a una parte, seppur piccola, dei consumatori. Il mercato cinese invece se è semplice da penetrare non lo è nell'ambito dei profitti e quindi nell'effettiva vendita al consumatore finale<sup>194</sup>. La Cina è andata per gradi anche in questo senso, tenendo ben salde le redini del suo sviluppo e lasciando con l'amaro in bocca molte aziende italiane che guardavano al paese come un mercato su cui investire e guadagnare rapidamente.

La situazione in futuro cambierà, la Cina diventerà sempre più fabbrica di se stessa e paese con il più alto numero di consumatori, ma anche in questo caso si parla di un processo lungo, culturale e politico quanto economico.

---

<sup>192</sup> Fonte: Intervista alla società di consulenza Mandarin Servizi e Comunicazioni.

<sup>193</sup>Ivi, pp. 39-48.

<sup>194</sup> Fonte: Intervista Dottor D'Angiò, Unicredit Shanghai.

## ***2.2. La barriera culturale***

Tralasciando momentaneamente l'aspetto, trattato precedentemente, legato alla difficoltà di investire grosse somme da parte delle aziende italiane in Cina, è opportuno affrontare un elemento che le aziende hanno sempre messo in secondo piano, l'approccio culturalmente diverso agli affari e alla vita nel suo complesso. Ciò è stato fonte di una serie di errori, molti irrimediabili che non hanno permesso all'Italia un legame duraturo, stabile ed efficace con la Cina.

Siamo di fronte ad un Paese molto diverso che richiede un atto di umiltà per essere capito, spesso nemmeno intrapreso da molti imprenditori italiani che, con le dovute eccezioni, tendevano a guardare alla Cina come un paese che doveva imparare da noi, in cui le differenze sono frequentemente state viste con lenti cieche e diffidenti<sup>195</sup>.

Si tratta di un approccio completamente diverso, che partendo da un ambito di tipo culturale si riflette anche in quello economico e commerciale.

Nel nostro mondo occidentale le relazioni tra persone fisiche e giuridiche sono *transaction-based* fondate sulla *rule of law*<sup>196</sup>, mentre in quello cinese sono *relationship-based*. Le relazioni nel mondo cinese sono una forma di social capital, possedute da uomini d'affari e strettamente collegate alla società che gestiscono. In occidente una persona d'affari di successo è un uomo (o una

---

<sup>195</sup> L'aspetto culturale è stato spesso messo non considerato e messo in secondo piano rispetto ad aspetti economici. Se c'è un paese, invece in cui l'approccio culturale ha un'importanza strategica questo è proprio la Cina.

<sup>196</sup> In questo caso *rule of law* non deve essere inteso come il principio alla base del quale si ergono i sistemi di common law, ma come un principio che indica la fondamentale importanza del diritto nelle relazioni tra soggetti. Nessuno in tal senso è al di sopra della legge in una società *sub legem*.

donna) *facoltoso* mentre in Cina è una persona *well-connected*<sup>197</sup>, che possa vantare una rete di relazioni fitta e consistente.

La negoziazione tra soggetti occidentali e orientali viene così ad essere il confronto di due approcci culturali molto diversi, come spiega Maria Weber<sup>198</sup>, il primo con uno spirito propriamente analitico e teso all'efficienza, il secondo basato su

*"[...] Un ragionamento di tipo consensuale, guidato dalla realizzazione dell'armonia e basato su una versione olistica e consensuale della decisione. L'obiettivo ultimo dei cinesi è sempre quello di enfatizzare l'impegno di lungo periodo e l'armonia tra le parti coinvolte"*<sup>199</sup>.

L'insieme di relazioni, in cinese definito *Guanxi*<sup>200</sup>, è una competenza fondamentale per avere successo ma è spesso stata sottovalutata dai paesi occidentali e dall'Italia in particolare. Il termine *guanxi* attiene all'insieme delle relazioni che un soggetto si costruisce in ambito sociale, personale, lavorativo ed economico nel corso del tempo. Questa rete di conoscenze è l'elemento più importante, che va al di là anche di contratti regolarmente stipulati e che fa

---

<sup>197</sup> Cfr., MING D., CHEN J., *Inside Chinese Business: A Guide for Managers Worldwide*, Boston, Harvard Business School Press, 2001, pp. 45-65.

<sup>198</sup> Cfr., WEBER M., "La negoziazione in Cina", in *Economia & Management*, 2005, pp.30-34.

<sup>199</sup> Ibidem.

<sup>200</sup> Tale aspetto ha caratterizzato l'ambiente cinese e ne ha consentito anche lo sviluppo industriale. Grazie ad un ambiente basato su un "*informal business networks rather than on legal codes and transparent rules*", le imprese cinesi sono riuscite ad istituire un network molto valido, flessibile, che ha permesso loro la formazione di un ambiente propizio e di veri e propri cluster. *Op. cit.*, McNALLY C.A., p. 750.

riferimento a un complesso scambio di favori, consigli, aiuti. È un meccanismo che richiede tempo e pazienza, specialmente per un imprenditore straniero che deve costruirsi questa rete da cui dipende molto del suo investimento in Cina.

La problematica italiana ha un duplice fronte: da un lato gli imprenditori che non sono stati in grado di cogliere la portata e l'importanza di questo fenomeno, dall'altro la mancanza di voglia e tempo per costruire delle relazioni personali prima che lavorative<sup>201</sup>. Questo si riflette nelle relazioni, con i clienti e con i fornitori, che tendono a non essere pienamente soddisfacenti se non improntate sul lungo periodo. In questo senso non gioca a favore il fatto che molte imprese italiane non abbiano piani strutturati e spesso non siano disposte a progettare investimenti sul lungo periodo sia in termini economici sia di presenza fisica sul territorio.

La barriera più importante è però legata al capitale umano che richiede uno studio *ex ante* da parte di risorse altamente qualificate, ma sono poche le imprese che hanno a disposizione queste figure. Si tratta di un costo tipicamente non recuperabile e che poche imprese riescono a sostenere vista la ristrettezza dei capitali da investire. Sono operazioni che riguardano principalmente studi di fattibilità, selezione del luogo, del partner, dei fornitori e sono tutti costi che incidono molto di più sulle PMI che sulle grandi aziende<sup>202</sup>. Per le aziende piccole è anche più complicata la scelta del personale *in loco* sia qualificato che non e questo sia per un problema di ricerca che per la difficoltà ad attirare in aziende piccole grandi talenti<sup>203</sup>.

---

<sup>201</sup> Op. cit., PRODI G., ORLANDI R., *A volte producono*, pp. 119-120.

<sup>202</sup> PRODI G., "Le PMI italiane in Cina: produrre per competere", *L'industria*, luglio-settembre 2007.

<sup>203</sup> *Ibidem*.

Secondo alcune analisi economiche il 2030 sarà l'anno in cui la Cina diventa la prima economia e il più grande mercato di consumo del mondo<sup>204</sup>, “rubando” il posto di locomotiva dell'economia mondiale agli Stati Uniti<sup>205</sup>. Anche per questa ragione non si possono più fare gli stessi errori nel rapportarsi con i cinesi, imprenditori e consumatori. È necessario tenere in considerazione che il consumatore cinese è difficile e appartiene a una cultura drammaticamente diversa che richiede uno sforzo maggiore per essere compresa, ma indispensabile per entrarci in contatto. Si può parlare di una sorta di “cinesizzazione<sup>206</sup>” necessaria, nel senso di sviluppo di una sensibilità cinese con una filosofia di fondo occidentale per riuscire ad avere una propria quota di mercato, che seppur piccola nel contesto cinese, può rappresentare importanti incrementi di volume per le piccole aziende italiane. Iniziare una conversazione culturale con la Cina significa farlo non solo nel momento di creazione o introduzione di un prodotto, ma anche nelle modalità di comunicazione e di distribuzione tenendo conto del fatto che il consumatore cinese vede le cose attraverso le proprie lenti culturali, fatte di tempi più lunghi, di relazioni e

---

<sup>204</sup> BARZOTTA P., *Consumi interni: quello che i cinesi vogliono*, in *Modello Cina, L'Asino d'oro*, Roma, 2011.

<sup>205</sup> Secondi i dati dell'Asian Development Bank nel 2011 il Pil pro capite cinese era di 2.559 euro e quello americano di 32.101 euro. L'economia cinese con 1 miliardo e 300 milioni di persone è già oggi la terza economia al mondo anche se solo il 23% della popolazione ha un reddito da medio-alto in su. Secondo alcune proiezioni elaborate da The European House- Ambrosetti nel 2020 saranno 700 milioni i cinesi con un reddito superiore a 11 mila euro e rappresenteranno il 48% della popolazione.

<sup>206</sup> Ivi, pp.147-150.

passaparola<sup>207</sup>.

La mancanza di successo in Cina, o comunque un risultato inferiore rispetto a quello sperato, non ha un'unica causa e la focalizzazione su un singolo aspetto rischia di essere fuorviante. Le imprese hanno avuto una difficoltà di fondo nell'investire grandi capitali, e dunque anche nel fare ampie ricerche di mercato che potessero indirizzare e prevenire alcuni errori di posizionamento sul mercato e, infine, in molti casi, non hanno accettato la sfida di un paese molto diverso e complesso, preferendo chiudersi al "modo occidentale" che in Cina non può funzionare. Nonostante i buoni risultati raggiunti da alcuni settori (moda e accessori e meccanica su tutti), questi sono notevolmente più deboli rispetto ai nostri diretti concorrenti<sup>208</sup>.

La posizione italiana presa singolarmente ci dà un risultato positivo, ma se si tenesse in considerazione il costo opportunità<sup>209</sup>, in termini di mancato vantaggio raggiunto dovuto all'incapacità di sfruttare le occasioni e il potenziale che avevamo, il risultato sarebbe piuttosto negativo<sup>210</sup>. Le opportunità per il

---

<sup>207</sup> Nel 2006 l'azienda americana Accenture ha lanciato un programma di ricerca mondiale su 19 paesi con circa 4600 intervistati per capire quali sono gli elementi chiave che permettono a un marchio occidentale di avere successo in Cina. Dall'analisi emergono alcuni aspetti assolutamente peculiari dei consumatori cinesi, quali, per esempio, la percezione del contributo portato dal marchio alla comunità o l'importanza del passaparola (più dell'80% dei consumatori cinesi che hanno acquistato prodotti li hanno poi raccomandati ad altri).

<sup>208</sup> In termini di export la Germania copre il 33% dell'export europeo verso la Cina, contro il 5% dell'Italia che è preceduta anche da Stati Uniti, Giappone e Francia. Situazione simile se non più a sfavore del nostro paese per gli IDE, decisamente inferiori rispetto a quelli dei nostri concorrenti.

<sup>209</sup> In economia, con il termine costo opportunità si intende il mancato sfruttamento di una opportunità che viene concessa al soggetto preso in considerazione. Il costo in questo caso ricomprende il valore delle alternative a cui il soggetto ha rinunciato per compiere un'altra scelta.

<sup>210</sup> Op. cit., BARZOTTA P., *Il futuro dell'Italia in Cina*.

nostro Paese ci sono state e sono state importanti, l'auspicio è che gli stessi errori non siano più commessi in un futuro che, seppur con strumenti e modi diversi, continuerà a offrire importanti margini di crescita.

### **3. Il concetto di distretto industriale: caratteristiche e criticità nel modello cinese**

L'incredibile sviluppo di cui è stata partecipe la Cina a partire dall'introduzione della politica della "Porta Aperta" ha visto la maggior parte degli investimenti, italiani ma non solo, concentrarsi nell'area della costa orientale. Per quanto lo scopo fosse quello di avviarsi verso un'economia di mercato allontanandosi dalla pianificazione, l'inizio di questo percorso è stato tutt'altro che lasciato alle forze del mercato.

La spinta verso queste regioni non è stata casuale, Pechino aveva infatti scelto di investire su determinate aree a livello di infrastrutture, benefici fiscali, facilitazioni per l'esportazione e tutta una serie di agevolazioni che avessero lo scopo di attirare gli IDE. Queste aree, sebbene se ne siano formate numerose negli ultimi anni, possono essere ricondotte essenzialmente a tre poli principali<sup>211</sup>: quello nello Yangze River che comprende la municipalità di Shanghai e sul quale il governo ha investito molto anche a livello di servizi; quello situato nel Guangdong conosciuto come Pearl River Delta che ha potuto beneficiare di essere stata la prima area soggetta a regime speciale e della

---

<sup>211</sup> *Op. cit.*, ORLANDI R., PRODI G., p. 70-75.

vicinanza ad Hong Kong<sup>212</sup>. Il terzo polo è costituito dalla capitale Beijing e da Tianjin, meno importante da un punto di vista economico ma fondamentale da un punto di vista politico per la presenza della capitale e buon punto strategico per le imprese che hanno bisogno di un appoggio istituzionale. Queste aree, scelte dal governo cinese come apertura verso il commercio internazionale a partire dai primi anni '80, hanno contribuito all'enorme crescita di investimenti esteri in Cina<sup>213</sup>: nel 1980 si parlava di una somma inferiore ai 200 milioni di dollari, 17 anni dopo, nel 1997 il volume era aumentato di 225 volte superando i 44,9 miliardi di dollari<sup>214</sup>. Gli investimenti furono il motore propulsore della crescita economica cinese, ma data la loro concentrazione geografica, contribuirono a creare un solco sempre più evidente tra le aree costiere che si erano aperte al commercio e le aree meno sviluppate nella zona centrale e occidentale della Cina.

### ***3.1. Canali privilegiati per gli scambi***

La Cina iniziò una serie di riforme volte all'apertura degli scambi commerciali di determinate aree del paese. La volontà era di iniziare un'apertura progressiva guidata dalle forze di mercato e che consentisse un incontro tra le imprese internazionali e quelle cinesi per intraprendere lo scambio tra manodopera cinese e tecnologie e innovazione internazionali. A partire dal 1979 furono

---

<sup>212</sup> La provincia del Guangdong è sempre stata un centro propulsore importante, non solo è stata istituita la prima Zona Economica Speciale nel 1980, ma è stata anche la destinazione di quel viaggio a sud che compì Deng Xiaoping nel 1992 per rilanciare le riforme e l'apertura.

<sup>213</sup> Nei tre poli citati, che rappresentano meno del 4% della superficie totale, si concentra il 67% delle presenze produttive italiane e concentrazioni simili si riscontrano anche per altri paesi tra cui Francia e Germania. Cfr., *Op. cit.*, ORLANDI R., PRODI G.

<sup>214</sup> COUGHLIN C., SEGEV E., "Foreign Direct Investment in China: A Spatial Econometric Study", in *The World Economy*, gennaio 2000, pp.1-23.

istituite le prime tre Zone Economiche Speciali (ZES)<sup>215</sup>, canali privilegiati per gli scambi con l'estero con il duplice obiettivo di attrarre capitali e tecnologie straniere e sperimentare nuove politiche economiche<sup>216</sup>. L'apertura al mercato continua con l'approvazione da parte della RPC di altri tipi di zone franche con trattamento fiscale preferenziale<sup>217</sup>: 5 ZES, 32 Zone di Sviluppo Economico e Tecnico, 53 Parchi di Sviluppo per Progetti ad Alto Contenuto Tecnologico nelle città più industrializzate, 15 Zone Franche e dal 2009 sono istituiti 23 *Bonded Logistic Center* nei quali vi è un'agevolazione tariffaria per le merci in entrata e tariffa zero sull'export<sup>218</sup>. Infine, il 29 settembre 2013 è stata inaugurata a Shanghai la Free Trade Zone<sup>219</sup> che nasce dall'unione di precedenti zone franche con l'intento di riportare Shanghai ad essere il principale polo finanziario della Cina. Le agevolazioni presenti in queste zone sono un argomento complesso che varia da provincia a provincia e sono anche negoziabili con le autorità locali, generalmente ben disposte, almeno fino a qualche anno fa, ad accogliere investimenti. Oltre agli incentivi fiscali queste aree si caratterizzano per una

---

<sup>215</sup> Nel testo *"How China became capitalist?"*, Coase e Wing individuano nelle ZES uno dei tre motori fondamentali dello sviluppo cinese. Le ZES, a differenza delle TVEs e delle imprese private che sono state effettivamente tralasciate dallo Stato, hanno ricevuto un'iniziale spinta statale che doveva essere una sorta di esperimento. Successivamente Pechino non è riuscita a controllare lo sviluppo interno a queste aree e l'integrazione internazionale e l'autonomia privata hanno prevalso.

<sup>216</sup> Cfr., FRATTINI F., PRODI G., *op. cit.*

<sup>217</sup> Il trattamento preferenziale può variare, tra i più comuni ci sono diversi tipi di esenzioni, riduzioni, rimborsi di imposta, agevolazioni per le infrastrutture, prestiti, sovvenzioni, concessioni per l'utilizzo di terreni, agevolazioni per ottenere la residenza fissa. Cfr., Business Atlas, *Op. cit.*

<sup>218</sup> Fonte: asianews.it; ICE.

<sup>219</sup> Ufficialmente l'area è denominata *China Shanghai Pilot Free Trade Zone*, prima di questa introduzione era soggetta a due regolamenti distinti, uno generale e uno della municipalità di Shanghai, che contribuivano a rendere non chiara la situazione per gli imprenditori stranieri che intendevano investire nella suddetta area.

maggior indipendenza nella gestione degli affari internazionali e per le attività economiche organizzate tramite *joint-ventures* tra società cinesi e straniere con capitale esclusivamente o prevalentemente cinese. L'approvazione di queste zone ha contribuito al grande sviluppo della Cina, non solo in termini di volumi economici ma anche di tecnologia e innovazione. Il contatto che si è venuto a creare nelle aree più densamente industrializzate tra imprenditori stranieri e locali e l'utilizzo della manodopera cinese hanno concorso alla creazione di lavoratori più qualificati, che hanno portato a un aumento della produttività e quindi dei salari e a rendere la Cina ancora più competitiva. I costi sono complessivamente aumentati nelle regioni più industrializzate, ma questo è stato compensato da una sempre migliore condizione delle infrastrutture e competenza della forza lavoro.

### ***3.2. Distretti industriali in Cina: analisi e criticità.***

Dal momento della sua apertura economica, la Cina si è industrializzata a un tasso elevato, portando il suo Pil a una crescita media del 9,4% dal 1978 al 2005. Le esportazioni, come già affermato precedentemente, hanno avuto un peso importante sul Pil passando dal 6% nel 1981 al 38% nel 1990 arrivando al 49% nel 2005. La Cina è oggi il paese *leader* in 774 articoli ed è stata classificata tra i cinque migliori paesi esportatori per 1972 prodotti<sup>220</sup>. Questi numeri sono stati guidati principalmente da una politica *low wage manufacturing* dei beni di consumo; la maggior parte delle aziende cinesi fabbrica prodotti per conto di altre aziende che dopo averli acquistati li commercializza con il proprio

---

<sup>220</sup> WANG J., *Development of Industrial Districts in China and its Implications*, Peking University, Beijing, pp. 1-20

marchio<sup>221</sup>. Questa tendenza ha rallentato un posizionamento della Cina nei mercati internazionali dei prodotti ad alto valore aggiunto, anche se le competenze acquisite durante questi decenni stanno traghettando il paese verso un *made in china* di qualità.

Tra le conseguenze di questo approccio ha assunto rilievo anche una dimensione geografica: gli investimenti, le esportazioni e il miglioramento delle competenze manifatturiere si sono concentrati nell'area costiera creando numerosi distretti industriali per lo più nelle province del Guangdong, Zhejiang (ne ospita 136), Jiangsu e Fujian. Si parla di 536 distretti in 15 province. In termini di imprese presenti, i distretti più piccoli ne hanno una dozzina, come il distretto conciario nel Xiangtan, mentre i più grandi possono arrivare a 10 mila aziende, come il distretto tessile nel Jieyang, nella provincia del Guangdong<sup>222</sup>. Si tratta di un numero importante, cresciuto soprattutto negli ultimi due decenni che hanno beneficiato della transizione da un'economia pianificata a una di mercato; ed è stato proprio secondo il principio della mano invisibile del mercato<sup>223</sup> che si sono sviluppate queste aree.

I distretti sono una realtà importante in Cina, hanno visto crescere le aziende private da 1,8 milioni nel 2000 a 4,3 milioni nel 2005, oltre che ricoprire quasi la metà del Pil nelle province che ne hanno visto un più rapido sviluppo.

---

<sup>221</sup> Il termine originale inglese è Original Equipment Manufacturer (OEM).

<sup>222</sup> *Op. cit.*, WANG J.

<sup>223</sup> Concetto non più utilizzato nelle moderne teorie economiche e introdotto da Adam Smith per indicare il meccanismo per il quale nel libero mercato la ricerca del proprio interesse individuale tende a garantire il benessere dell'intera società. Il corpo sociale si troverebbe quindi a godere di benefici che nessuno ha posto in essere intenzionalmente.

I distretti in queste aree si caratterizzano per aver sviluppato mercati specializzati in determinati settori. La mancanza di canali di distribuzione ha fatto sì che le imprese si affidassero a quanto offrivano i mercati *in loco* per raccogliere prodotti e informazioni di mercato, riducendo così i costi di transizione, di ricerca di informazioni e di promozione. Così i mercati specializzati hanno spronato la crescita dei distretti industriali e questi ultimi a loro volta hanno aiutato i mercati specializzati ad aumentarne la portata e le dimensioni diventando così il luogo di commercio favorito dai grossisti cinesi<sup>224</sup>. L'imprenditore straniero che arriva nel distretto industriale si trova un ambiente che lo "accoglie", personale che parla inglese, che lo aiuta nel reperire le materie prime, nelle spedizioni e nei rapporti con i clienti. Sono strutture che funzionano perfettamente e che danno un supporto sia in tutta la fase dell'investimento che nel reclutamento del personale<sup>225</sup>. Quest'ultimo elemento è considerato dagli imprenditori italiani come una delle problematiche principali a causa di una barriera linguistica molto alta, di inesperienza e diversità di approccio alla vita lavorativa.

Sono state questa dimensione idonea all'imprenditore straniero, che arriva in un mercato totalmente sconosciuto, e la capacità della Cina di organizzare in maniera più che efficiente queste zone a essere decisivi per una rapida crescita. Uno sviluppo economico così rapido e distribuito su diverse aree ha inciso in maniera rilevante sulla vita dei cinesi e i distretti industriali hanno contribuito all'economia cinese sotto diversi punti di vista<sup>226</sup>. Innanzitutto, è aumentata la

---

<sup>224</sup> Ibidem.

<sup>225</sup> Fonte: Unicredit, intervista dottor D'Angiò.

<sup>226</sup> *Op. cit.*, WANG J., pp. 9-10.

competitività nazionale delle aziende nel loro complesso e anche dei lavoratori che hanno tratto beneficio dall'integrazione con le aziende straniere. Il contatto internazionale ha consentito alle aziende cinesi una vera e propria apertura alle realtà internazionali e alle loro tecnologie, le imprese straniere hanno iniziato a produrre in Cina assumendo la forza lavoro locale e consentendo quindi ai lavoratori di imparare velocemente. In secondo luogo hanno generato un grande numero di imprese rendendo quelle determinate aree più attrattive per gli imprenditori che vogliono iniziare un nuovo business. I distretti possono essere considerati veri e propri punti di attrazione di investimenti, nel momento in cui si delinea un centro questo diventa un attrattore sempre più forte fino a quando le economie di aggregazione<sup>227</sup> non superano le diseconomie dovute alla eccessiva congestione<sup>228</sup>. Infine, dal punto di vista della popolazione locale, hanno creato grandi opportunità di lavoro incrementando il fenomeno dell'urbanizzazione e hanno contribuito all'aumento dei profitti dei residenti.

Il nuovo percorso che la Cina ha intrapreso recentemente, come analizzato nel primo capitolo, sia da un punto di vista economico che politico non può non mostrare le proprie ripercussioni anche sui distretti industriali. La Cina oggi sta andando verso una nuova immagine di qualità, tecnologica e innovativa, ma non sarà facile stravolgere il concetto che si è affermato a partire dai distretti industriali nei mercati globali di un *made in china "low price but low quality"*. Questo atteggiamento ha funzionato nel momento di apice della crescita ma ora

---

<sup>227</sup> Con questo termine ci si riferisce alle sinergie che derivano dal fatto che due o più imprese non operano in modo isolato ma creano relazioni reciproche in grado di dare vita a un insieme di attività produttive realizzate in una logica unitaria fra più imprese collegate. Gli elementi da cui scaturiscono questi vantaggi sono sia di tipo economico che non economico.

<sup>228</sup> Cfr., *op. cit.*, ORLANDI R., PRODI G, pp. 76-78.

inizia a non essere più conveniente neanche per gli imprenditori; i costi della produzione e i salari sono aumentati e bassi prezzi dei prodotti comportano bassi profitti per i produttori.

Inoltre, i distretti hanno prodotto anche una serie di esternalità negative, quali il grave danno ambientale, i conseguenti problemi salutari e l'alto numero di materiali tossici in circolazione, dovuto anche a mancanze di controllo passate. La Cina ha inoltre creato un'alta domanda di risorse naturali e in molti casi, per mancanza di tecnologia e management appropriato, un loro spreco.

I distretti così disegnati sono stati voluti dal governo che aveva messo come priorità la crescita economica e la crescita del Pil come l'indicatore più importante per la valutazione degli ufficiali locali. Negli anni passati i terreni erano venduti al ribasso e i governi locali erano disposti a chiudere più di un occhio pur di attrarre investimenti esteri. È iniziato proprio da questo tipo di atteggiamento uno sfruttamento sconsiderato del territorio sulla base di una scelta che poneva in primo e unico rilievo la crescita economica.

Negli anni più recenti, tuttavia, la direzione è cambiata e i distretti industriali devono affrontare una nuova realtà. L'ingente domanda di lavoro qualificato e il rallentamento dei flussi migratori di lavoratori hanno causato una scarsità della forza lavoro. Secondo l'Ufficio del lavoro e della Sicurezza Sociale di Guangdong quasi tutti i settori sono in carenza di lavoratori. Questa sorta di riallocazione delle risorse umane ha diverse origini tra cui l'aumento del costo del lavoro, della terra, il miglioramento delle condizioni di vita nelle province più sviluppate e la scarsità delle risorse. Inoltre, in molti casi i lavoratori, una volta rientrati nelle campagne per il capodanno cinese o altre festività non fanno più ritorno nelle zone costiere chi per mancanza di necessità chi perché trova

condizioni migliori. L'entrata della Cina nel World Trade Organization (WTO)<sup>229</sup> ha inoltre reso sempre "meno speciali" le zone che avevano trainato lo sviluppo economico. I benefici si sono ampliati anche ad altre zone che oggi sono libere di commerciare con l'estero. È cambiato anche l'atteggiamento del governo, se prima, infatti, vi erano le condizioni ottimali per instaurare un'azienda nelle regioni costiere più avanzate, con un sistema che accoglieva l'imprenditore straniero ora anche grazie alla politica del *Go west*, la volontà è quella di riprodurre distretti industriali nelle zone più a ovest, dove da un punto di vista economico verranno create le stesse condizioni. Tra le azioni più tangibili c'è stata la volontà di concentrare nella città di Chengdu<sup>230</sup>, nell'ovest della Cina, l'azione di innovazione tecnologica cinese.

Le PMI non sono mai state considerate a sufficienza nella politica industriale cinese che ha preferito concentrarsi sulle aziende di grandi dimensioni; in molti distretti, non ci sono garanzie per l'utilizzo dei terreni, prestiti bancari e apporto di acqua ed energia. Per alcuni economisti è stata proprio questa la forza della crescita cinese che è avvenuta là dove il governo era più assente e le piccole e medie imprese hanno potuto svilupparsi, seppur prive di aiuti, in maniera più autonoma. Una riallocazione dei distretti implica un supporto più che economico, un imprenditore continuerà a preferire una zona in cui i costi sono più alti ma vi è una manodopera specializzata e un sistema di

---

<sup>229</sup> L'adesione della Cina all'Organizzazione Mondiale del Commercio è avvenuta nel dicembre del 2001 dopo più di dieci anni di trattative. È un avvenimento fondamentale per la Cina e per il commercio globale anche se molto deve ancora essere fatto per raggiungere gli standard promessi dalla Cina. Sono state avviate una serie di riforme, ma molte questioni, tra cui il rispetto del principio di trasparenza, devono essere affrontate.

<sup>230</sup> Alcuni si spingono a definirla la "Silicon Valley cinese".

infrastrutture sempre più sofisticato. Nella redistribuzione dei vantaggi fiscali che sta effettuando il governo una particolare attenzione deve essere data a ricreare le condizioni che hanno permesso lo sviluppo degli anni passati, significa non solo costruire una buona rete di infrastrutture in termini di trasporti, acqua ed elettricità, ma anche costruire un *business friendly environment*<sup>231</sup>, dove sia conveniente investire per un imprenditore. Nel Guangdong, per esempio, è stata promossa la collaborazione tra città gemelle, una avanzata e una più arretrata, per costruire i “*relocation park*” e ne sono programmati più di venti<sup>232</sup>. Sempre nella stessa provincia si continua ad effettuare una sorta di razionalizzazione dell’energia elettrica, sospendendola qualche giorno a settimana in alcune aree del Guangdong per favorire anche le aree che ne erano totalmente prive o quasi.

La prospettiva futura è di vedere le prime ZES capitalizzare l’esperienza della prima apertura e utilizzare i vantaggi acquisiti fungendo da “zone pilota”; sono aree che tenderanno ad un processo di specializzazione in settori tecnologicamente avanzati e nei servizi. Le zone all’interno invece iniziano a costruire un ambiente per attirare gli investimenti dell’industria a basso valore aggiunto ed intenso utilizzo di manodopera per poter continuare a sfruttare il basso costo della manodopera<sup>233</sup>.

---

<sup>231</sup> Nei distretti industriali è di fondamentale importanza la rete di relazioni personali e conoscenza che si crea, elemento essenziale tra aziende che, in molti casi, operano in fasi diverse della produzione di uno stesso bene.

<sup>232</sup> Cfr., *op. cit.*, WANG J.

<sup>233</sup> Rapporto *Progetto Speciale Informazione sul mercato della RPC*, Dipartimento Informazione, Studi e Diffusione Servizi, Istituto Nazionale per il Commercio Estero.

Per quanto la Cina si sia ripromessa di ridurre le enormi disparità che si sono create al suo interno<sup>234</sup>, lo scenario per i prossimi anni ripropone ancora una corsa a doppia velocità: le zone centro occidentali che si affacciano allo sviluppo industriale e che baseranno la propria crescita sui grandi volumi e il basso costo della produzione, mentre le zone sud orientali andranno verso un modello più tecnologicamente avanzato e saranno sempre più competitive nei confronti delle aziende internazionali.

### ***3.3. Da Marshall alla Cina, passando per l'Italia***

La nozione di distretto industriale viene introdotta nella seconda metà dell'800 da Marshall, che applica i concetti di esternalità<sup>235</sup> e distretto industriale per spiegare il fenomeno di agglomerati di piccole e medie imprese in Inghilterra. Oltre al metodo classico integrato, Marshall propone un altro modello di pari efficienza formato da PMI specializzate in diverse fasi del processo, per le quali rileva quella che lui chiama "*economic nation*", come un posto caratterizzato da un alto grado di omogeneità culturale, libera circolazione delle informazioni e continuità territoriale in cui circolazione di capitale e lavoro compensano salari e profitti più bassi<sup>236</sup>. Marshall, che al suo tempo non ebbe grande successo,

---

<sup>234</sup> Il governo ha investito 500 miliardi di dollari in infrastrutture tra il 1998 e il 2005 soprattutto nelle province interne del paese (Jabbour 2006).

<sup>235</sup> Con tale termine si intende l'esternalità territoriale come quel vantaggio (o svantaggio) che un territorio può determinare sulla funzione di consumo o di produzione di una determinata impresa. L'esternalità è in questo senso determinabile cogliendo tutte le caratteristiche di un territorio da quelle spaziali a quelle socio-culturali.

<sup>236</sup> BECCATINI G., *From Marshall's to the Italian "Industrial Districts". A Brief Critical Reconstruction*, in *Complexity and Industrial Clusters, Contribution to Economics*, Physica Verlag, Heidelberg, 2002, pp.83-106.

valutò anche l'importanza dell'aspetto sociale-personale; l'uomo evolve soprattutto grazie all'attività lavorativa che svolge. Egli quindi sposta il focus dell'analisi economica dalle variabili esterne (infrastrutture, strade, materiali) all'analisi delle variabili interne (come la potenzialità della mente umana e l'intelletto); ritiene che le prime si basino su un comportamento di routine e siano acquisibili e cumulabili, mentre le seconde sono aperte a continui cambiamenti e sono inseparabili dai loro portatori, non si possono trasferire perché la loro natura consiste in sottili e mutevoli reti di relazioni interpersonali<sup>237</sup>. Marshall identifica un raggruppamento di economie statiche e uno di dinamiche: mentre le prime si focalizzano sul profitto come risultato ottenuto dalle economie di scala, le transazioni e i costi dei trasporti, le seconde sottolineano il ruolo centrale dell'apprendere e creare la conoscenza. L'economia dinamica del distretto industriale viene utilizzata da Marshall per proporre un'alternativa per un aumento di produttività che si basa su un'attenzione maggiore a quei valori e a quelle conoscenze che consentono al lavoratore di identificarsi con il luogo in cui lavora e di stare quindi in un ambiente più favorevole all'innovazione<sup>238</sup>.

I distretti industriali cinesi, come abbiamo visto, nascono da una realtà molto particolare che tuttavia può trovare una sua collocazione in alcuni studi dell'economista inglese. Marshall aveva infatti individuato due tipologie di distretti industriali: i *man-mad* e i *semi-automatic*. Mentre questi ultimi sono più

---

<sup>237</sup> Questa visione allontana nettamente Marshall sia dal pensiero degli economisti classici sia dal pensiero di Marx che poneva un'enfasi eccessiva nella separazione tra lavoratori e mezzi di produzione *materiali*.

<sup>238</sup> Ibidem

avvicinabili a un modello di distretto italiano in cui prevale una sorta di “centro specializzato delle competenze” fortemente radicato al luogo ove sorgono, i *man-made* sono distretti creati intenzionalmente e organizzati sulla base delle sinergie che si creano in determinate attività manifatturiere o artigianali. Da questo secondo tipo Marshall rileva l'importanza di politiche pubbliche che devono consolidare i distretti in vere e proprie istituzioni<sup>239</sup>. Non vi è quindi solo una componente di sviluppo naturale delle forze di mercato *automatiche*, questa altro non sarebbe che la base per l'implementazione di politiche socio-istituzionali<sup>240</sup>. In questa analisi si inseriscono i distretti cinesi, come una forma che è nata sì grazie all'interazione di più aziende di piccola dimensione ma che è stata “forzata” dalla creazione da parte del governo di particolari zone speciali che ne hanno in qualche modo favorito la comparsa e lo sviluppo; la componente fondamentale in questo caso non risulta essere quella interpersonale quanto piuttosto quella *cogent* determinata dallo Stato.

Il distretto industriale italiano invece, avendo più a che fare con la continuità territoriale e un aspetto socio-culturale, rientra nel primo tipo di quelli individuati da Marshall e viene riportato al concetto delle economie esterne<sup>241</sup>. Un importante contributo al distretto italiano viene effettuato da Porter che vede la realtà italiana come un successo nell'ottenimento di diversi vantaggi

---

<sup>239</sup> *Op. cit.*, BECCATINI G., pp. 89-91.

<sup>240</sup> DEI OTTATI G., “Distretti Industriali italiani e doppia sfida cinese”, in *Rivista dell'Associazione Rossi-Doria*, 2009, pp.123-142.

<sup>241</sup> Gli studiosi italiani hanno intrapreso molte vie, anche piuttosto lontane dal pensiero di Marshall, per spiegare il fenomeno del distretto industriale. Per esempio lo studioso Sebastiano Brusco partendo dallo studio del fenomeno industriale in Emilia Romagna giunge al concetto di distretto senza l'aiuto di economie interne-esterne. Cfr., BRUSCO, 1989.

competitivi e nicchie di mercato nel mondo manifatturiero; questi vantaggi venivano raggiunti indipendentemente della superiorità tecnologica delle grandi imprese e dai costi inferiori dei concorrenti.

Ci sono alcuni fattori che caratterizzano i distretti italiani e sono<sup>242</sup>: un insieme di famiglie e di business che interagiscono gli uni con gli altri in un territorio ben determinato, un'organizzazione che si suddivide in diverse fasi della produzione a cui lavorano persone che fanno generalmente capo a un distributore di beni e infine i prezzi del prodotto che sono strettamente collegati agli standard dei costi sociali supportati dalla popolazione locale. Si vengono quindi a sovrapporre due tipi di relazioni, economico-produttive da un lato e socio-culturali dall'altro<sup>243</sup>.

### ***3.4. La conoscenza non viene globalizzata?***

La globalizzazione ha cambiato il concetto di vicinanza e la portata della competizione, ha mostrato che non ci sono modelli migliori in assoluto ma che variano a seconda del luogo e del momento storico. Prerequisito per la sopravvivenza delle aziende è la capacità di incrementare l'evoluzione dei rapporti locali e internazionali e sviluppare modalità interattive per la creazione di nuova conoscenza. Per quanto riguarda i distretti industriali invece, la globalizzazione ha introdotto nuove alternative per gli agglomerati di PMI che hanno a disposizione molti strumenti per arricchire le proprie competenze. Queste, derivano essenzialmente dalla tecnologia e dai rapidi cambiamenti

---

<sup>242</sup> Op. cit., BECCATINI G.

<sup>243</sup> Gli elementi sono stati individuati sulla base di una ricerca condotta sul distretto industriale di Prato.

tecnologici che stanno ridisegnando i confini spaziali ed economici. Un approccio interessante introdotto da alcuni studiosi si è spostato dall'analisi dei meri fattori economici al meccanismo di diffusione e accumulazione della conoscenza che si stabilisce in un determinato spazio tra industrie connesse<sup>244</sup>. La posizione dominante a riguardo ritiene che l'innovazione, a differenza di molte altre fasi della catena produttiva sia estremamente statica e rimanga per questo connessa a determinati luoghi nonostante una forte dispersione geografica dei mercati e della produzione. La principale ragione di questa immobilità risiederebbe nella natura interattiva dell'innovazione che richiede un frequente scambio di conoscenza tra i consumatori e i produttori, la maggior parte della quale viene indicata come conoscenza tacita<sup>245</sup>. Diversi studi hanno confermato che la pratica migliore per scambiare questo tipo di conoscenza è l'osservazione attraverso contatti *face-to-face* e *learning by doing*<sup>246</sup>. Ciò conferma l'importanza dinamica dei raggruppamenti spaziali industriali, la coabitazione facilita uno scambio intenso e rapido di nuove idee e miglioramenti produttivi e organizzativi<sup>247</sup>. La conoscenza e l'innovazione non riescono facilmente a emigrare oltre i confini così come invece fa la produzione che richiede un mero spostamento geografico. È per questo che una

---

<sup>244</sup> GUERRIERI P., IAMMARINO S., PIETROBELLI C., *New Challenges for Industrial Districts: Global Production Networks and Knowledge Diffusion*, in *The Global Challenge to Industrial Districts, Small and Medium-sized Enterprises in Italy and Taiwan*, Edward Elgar, 2001, pp.131-132.

<sup>245</sup> Nonaka ha teorizzato il concetto di conoscenza tacita come l'esperienza accumulata attraverso l'azione, si basa sul *fare* piuttosto che sul *conoscere*. Una persona sa fare più di quello che conosce, si stima che circa l'ottanta per cento della conoscenza sia tacita (Botkin e Seeley 2001).

<sup>246</sup> Cfr., EVERS D.H., *Knowledge hubs and knowledge clusters: Designing a knowledge architecture for development*, University of Bonn, Munich personal RePEc Archive (MPRA), 2008.

<sup>247</sup> Ivi, pp. 133-144.

delocalizzazione in aree più competitive economicamente non significa una riduzione automatica dell'enorme gap che sussiste tra i paesi in termini di conoscenza. Questo si ripercuote sui paesi attori e partecipi di questi cambiamenti, l'Italia che trae giovamento dall'immobilità dell'innovazione che le consente di mantenere una superiorità e la Cina, limitata nella sua crescita, che riconferma una diseguaglianza globale. L'aspetto critico riguarda il lungo periodo nel quale la Cina avrà tempo e modo di "catturare" la tecnologia e la conoscenza dei paesi più avanzati e quindi non avrà più bisogno di una forma di collaborazione.

### ***3.5 Il futuro del distretto verso una forma di collaborazione sino-italiana: aspetti critici.***

Il modello del distretto industriale è sinonimo di ricchezza innovativa e internazionalizzazione; ne ha preso atto sia la Cina che ha introdotto lo sviluppo dei distretti nei programmi di sviluppo dell'11° Piano quinquennale di molte province e municipalità, sia la Commissione Europea che ne ha inserito la promozione nel programma-quadro di ricerca.

I distretti cinesi e italiani rimangono strutture che, per quanto raggruppate sotto uno stesso nome, sono molto diverse. Una ricerca e analisi in questo senso ha permesso di capire molte differenze tra i due paesi: in Italia le imprese si sono formate in maniera più spontanea e per questo sono più radicate al territorio, mentre in Cina si parla più di *cluster*, raggruppamenti di PMI nei quali il governo ha avuto un ruolo importante con le grandi imprese che fungessero

da catalizzatore<sup>248</sup>. Ci sono almeno tre ragioni per poter affermare che il fenomeno cinese è unico nel suo genere: da un punto di vista geografico l'economia si è sviluppata in quelle aree in cui il sistema burocratico *top-down* è più debole e l'impresa locale è più forte. In secondo luogo il fatto che l'investimento sia straniero va a ridisegnare la rete della produzione locale in termini di struttura e di competenza e, quindi, in questo senso il legame tra le aziende cinesi e straniere viene ad essere più forte di quello tra imprese cinesi in uno stesso *cluster*. In terzo e ultimo luogo, i *cluster* cinesi sono nati vent'anni fa e ci vorrà ancora molto tempo perché possano costruire un meccanismo di mercato maturo.

I distretti cinesi hanno appreso da quelli italiani l'importanza delle PMI, comprendendo che le piccole imprese possono trarre vantaggio dal loro "essere piccole"; queste imprese non sono deboli perché sono di dimensioni ridotte ma per la posizione isolata le une dalle altre. L'elemento discriminante è quindi la capacità di creare una sana cooperazione intra-aziendale e una competizione tra *cluster* migliorando le economie di scala e di scopo. In questo senso è stata determinante come esempio a livello globale l'esperienza della "*Third Italy*"<sup>249</sup> che in dieci anni, a cavallo degli anni '60 e '70, è passata dalla periferia al centro dell'Europa costituendo un modello anche per gli altri paesi.

I distretti industriali, rappresentando una parte importante della realtà industriale dei due paesi e potrebbero aprire un'occasione importante di

---

<sup>248</sup> Pechino: pubblicato il testo "I distretti industriali nello scenario della globalizzazione economica", agosto 2009, reperibile da <http://italian.cri.cn/781/2009/08/13/69s124952.htm>

<sup>249</sup> Con questa espressione si indica la parte centro settentrionale dell'Italia che è stata testimone, dopo la fine della seconda guerra mondiale, di un particolare sviluppo industriale che la ha portata in poco più di dieci anni al centro del panorama industriale europeo.

collaborazione. Da un lato si schiera chi crede alla possibilità di una collaborazione che giovi a entrambi i paesi mentre, dall'altro, c'è chi ritiene che sul lungo periodo un atteggiamento collaborativo possa andare a scapito dell'Italia.

Alcuni studi comparati su distretti cinesi e italiani hanno fornito dati su una possibile complementarità in alcuni settori, quali il design, la tutela dell'ambiente e la meccanica, nei quali l'Italia potrebbe intervenire in maniera rilevante<sup>250</sup>. La ricerca ha anche rilevato come una più stretta collaborazione possa permettere di conoscere le reciproche realtà industriali e si possa parlare di complementarità con riferimento più specifico alla catena globale dei valori; date le diverse fasi di sviluppo dei distretti, la maggior parte della produzione cinese si trova a un'estremità mentre il design e il mercato sono dalla parte opposta della catena nei paesi sviluppati tra cui l'Italia.

Il commercio tra i due paesi è quasi raddoppiato nel primo decennio del secolo e l'Italia si attesta oggi come quinto partner europeo della Cina. Le imprese cinesi producono gli stessi beni dei loro colleghi italiani e hanno imparato da questi attraverso l'*outsourcing*<sup>251</sup> di alcune fasi della produzione. Dal canto suo molti lavoratori immigrati in Italia, specialmente nel distretto di Prato<sup>252</sup>, hanno stabilito un vero e proprio network con le imprese italiane fornendo informazioni sul mercato cinese. Questi legami internazionali potrebbero

---

<sup>250</sup> L'Accademia di scienze sociali cinese e la rivista "Economia italiana" hanno affrontato nel 2009 il tema della "ricerca comparata dei nuovi ruoli dei distretti industriali cinesi e italiani".

<sup>251</sup> Con questo termine ci si riferisce alle pratiche di un'impresa di ricorrere ad altre imprese per alcune fasi della produzione.

<sup>252</sup> Da considerare che il distretto di Prato presenta notevoli peculiarità dovute al fatto che vi si sono stabilizzate moltissime imprese cinesi (circa 4130).

aumentare la possibilità degli investimenti italiani di avere successo in Cina<sup>253</sup>. Sfruttando l'enorme mercato cinese con un buon ambiente lavorativo e competitivo e i vantaggi italiani in termini di tecnologia e management si potrebbe creare una cosiddetta *win-win situation*<sup>254</sup> per entrambe le parti e con l'aumento della protezione dei diritti di proprietà intellettuale<sup>255</sup> l'Italia sarà sempre più tutelata dalla possibilità che i cinesi si appropriino indebitamente delle tecnologie e conoscenze italiane.

Questa visione, positiva e propizia per i rapporti tra i due paesi, solleva però delle critiche. L'Italia si trova in una condizione in cui potrebbe collaborare ottenendo dei vantaggi nell'immediato grazie a quella conoscenza che non riesce a valicare i confini in tempi brevi, ma si troverebbe svantaggiata nel momento in cui le aziende cinesi apprendono, più o meno rapidamente, i meccanismi che portano a una produzione ad alto valore aggiunto<sup>256</sup>. L'Italia non potrà mai competere sul basso costo della manodopera e sui grandi volumi di produzione e, data la concreta possibilità di perdere le sue competenze innovative e tecnologiche, l'ipotesi di una situazione *win-win* viene a vacillare. Inoltre, anche l'aumento della protezione della proprietà intellettuale è un obiettivo su cui è calata l'attenzione e la cui importanza sembra essere stata

---

<sup>253</sup> *Op. cit.*, WANG J., pp. 13-17.

<sup>254</sup> Definisce una situazione nella quale la cooperazione, il compromesso o la partecipazione di un gruppo porta benefici a tutti i partecipanti in una situazione che presenta solo vincitori.

<sup>255</sup> Anche la proprietà intellettuale vive in Cina una fase a doppia velocità: da un lato si sente sempre più la necessità di regolamentare il campo, sia per le aziende straniere che aspettano da tempo un livellamento della Cina su standard internazionali sia per le imprese cinesi che iniziano a voler tutelare i propri prodotti; dall'altro lato, tuttavia, non si stanno ponendo in essere azioni concrete per il miglioramento della tutela e non vi sono prospettive per un rapido cambiamento.

<sup>256</sup> Fonte: intervista professor Giorgio Prodi, membro di Osservatorio Asia.

messa in secondo piano a causa delle lunghe tempistiche prospettate e della incertezza sull'implementazione delle leggi. Più parole che fatti. I segnali che vengono dalla Cina, inoltre, continuano ad indicare un incremento di traffici illeciti, di contraffazioni e difficoltà burocratiche che non lasciano intravedere soluzioni positive in tempi rapidi.

Nonostante le opinioni divergenti, il tema rimane di grande interesse perché avvicina Italia e Cina nella loro dimensione industriale e lascia aperta la possibilità di una collaborazione da definire nei contenuti e negli effetti.

#### **4. Prospettive future**

L'analisi condotta fino ad ora permette di affermare che ci sarà un cambio di atteggiamento, in parte coattivamente creato dallo scenario che si verrà a formare e di cui sono state poste le basi e in parte, si spera, frutto di una presa di coscienza rispetto agli atteggiamenti sbagliati, sia del paese Italia che del singolo imprenditore.

La Cina è oggi un mercato tutt'altro che saturo, le città di seconda e terza fascia presentano grandi margini di crescita, la politica del *Go west*, se condotta secondo quanto dichiarato dal governo, creerà le stesse condizioni, a livello di basso costo del lavoro e del grande numero di manodopera da impiegare, presenti nelle città costiere all'inizio della crisi.

Alcuni aspetti, però, sono cambiati e non possono essere trascurati. Innanzitutto l'Italia deve affrontare un nuovo rapporto tra il *caro Made in Italy* e il *nuovo Made in China* che ha abbandonato, sebbene il mondo faticò ad accorgersene, l'immagine della *low quality* a basso costo. In secondo luogo, inizia a essere

impensabile continuare a vedere le imprese italiane investire in Cina senza che vi sia un impegno del sistema-paese in grado di supportare un investimento attraverso un'azione coesa da parte di governo, sistema bancario e associazioni nei diversi settori che dovrebbero avere l'importante ruolo di sopperire alla mancanza di grandi somme di denaro da investire delle nostre aziende e migliorare il sistema-paese attraverso uno scambio di informazioni, contatti, esperienze. Non è un obiettivo semplice per un paese come l'Italia che ha quasi sempre avuto una linea discontinua e poco determinata, ma oggi più che in altri momenti sembra doveroso affermare che lo sviluppo e la riuscita del nostro paese in Cina non può prescindere da un'azione compatta.

Sempre secondo l'analisi condotta fino ad ora, le imprese italiane dovrebbero guardare alla localizzazione e non più alla mera delocalizzazione, non solo quindi spostamento del processo produttivo ma anche individuazione *in loco* del processo valutativo per determinare il luogo idoneo a un'impresa sulla base di vantaggi, opportunità e mercato con cui ci si confronta.

Infine, una prospettiva futura non può prescindere da un'analisi dell'attuale situazione italiana in Cina, prendendo in considerazione i settori più importanti per il nostro Paese e quelli su cui si intende migliorare ed investire.

#### ***4.1. Nuovo concetto di Made in Italy e Made in China***

La Cina sta diventando sempre di più un paese produttore di beni sofisticati e con una più alta qualità; questi aspetti non rappresentano una novità quanto piuttosto una conseguenza prevedibile, e una causa, dato l'aumento del costo del lavoro e della produzione. Questo nuovo panorama avrà le sue ripercussioni sulla Cina ma anche sulle economie limitrofe, molte delle quali intendono

imitare il modello di sviluppo che la Cina ha avuto negli ultimi trent'anni. Come riflesso di questa nuova consapevolezza, un sondaggio condotto nel dicembre del 2012 mostra che l'84% delle compagnie intervistate indica il sud-est asiatico come l'area prioritaria per gli investimenti futuri, mentre solo il 40% indica la Cina<sup>257</sup>.

Ciò non significa una Cina completamente diversa, Pechino non intende abbandonare il basso valore aggiunto, quanto piuttosto spostare le produzioni ad alta intensità in altre aree del paese, per promuovere uno sviluppo simile a quello delle aree costiere nei decenni passati<sup>258</sup> e attuare così la politica del *Go west* introdotta negli anni '90 e tesa all'incremento di investimenti, *in primis* statali, nelle zone più sottosviluppate del paese.

La realtà di un nuovo *Made in China* che si sta affermando insistentemente è dovuta principalmente a due fattori: il primo riguarda marchi molto importanti come Apple o Sony che utilizzano la Cina come paese per assemblare i loro prodotti da vendere nel mercato globale e il consumatore cinese e straniero si rende conto che buona parte della produzione viene oggi realizzata in Cina da lavoratori cinesi; una *supply chain* che sia in grado di supportare i leader del mercato tecnologico mondiale trae beneficio anche per i marchi cinesi che approfittano e sfruttano la tecnologia e il capitale umano che hanno sviluppato grazie a questi tipi di aziende. Il secondo fattore riguarda il conseguente miglioramento delle competenze delle compagnie cinesi che hanno interiorizzato le competenze tecnologiche straniere. Oggi un consumatore,

---

<sup>257</sup> "Guru-baru tenkai yutumezu", Nikkei Shimbun, Dicembre 2012,

[http://www.nikkei.com/article/DGXDasDD210HO\\_T21C12A2TJC000/](http://www.nikkei.com/article/DGXDasDD210HO_T21C12A2TJC000/).

<sup>258</sup> *Op. cit.*, Intervista al professor Giorgio Prodi, *La Cina orienta la propria economia al soft*.

occidentale e orientale, inizia a riconoscere che molti degli strumenti che usa a contenuto *high-quality* e *high-performance* sono prodotti in Cina<sup>259</sup>. La globalizzazione in questo senso ha aiutato il Dragone contribuendo a costruire, o quantomeno a iniziare, una nuova immagine dei prodotti cinesi. La Cina rappresenta un fenomeno piuttosto forte e particolare di questa globalizzazione, nella quale si può contemporaneamente essere alleati e concorrenti. In un momento in cui l'unico terreno che misura chi vince e chi perde è il libero mercato, la competizione consente maggiori margini di manovra in un contesto dai contorni non ben definiti<sup>260</sup>. In questo panorama la strategia decisiva per le aziende cinesi è stata quella di basare la propria affidabilità su tecnologie e credibilità di attori stranieri già affermati<sup>261</sup>. Il nuovo *Made in China* ingloba, infatti, un concetto complesso, caro a Pechino, che si può riassumere nel "*owned by China*" e "*created by China*", esprimendo un approccio espansivo e qualitativo adottato verso i mercati stranieri, principalmente Hong Kong, Africa, Usa ed Europa (quest'ultima in calo)<sup>262</sup>.

Ci troviamo di fronte a un paese che ha la forza economica di possedere determinati *asset* ma anche che sta sviluppando la tecnologia e l'innovazione necessaria per creare prodotti di alta qualità. Quindi una Cina più consapevole che, attraverso marchi e tecnologie universalmente riconosciuti, cerca di

---

<sup>259</sup> ABURAKI K., *China's Competitiveness, Myth, Reality, and Lesson for the United States and Japan*, Center for Strategic & International Studies, rapporto gennaio 2013.

<sup>260</sup> Op. cit., ORLANDI R., PRODI G., *A volte producono*.

<sup>261</sup> Per esempio Lenovo, primo produttore cinese di personal computer e terzo a livello mondiale, si affida alla reputazione dell'IBM ThinkPad, che produce e commercializza dal 2005, e ad esperti giapponesi per il disegno delle componenti elettroniche.

<sup>262</sup> Business Atlas, 2014.

riabilitarsi agli occhi del mondo. Si tratta di un processo piuttosto lungo che è percepito in modo molto diverso a seconda degli attori che vengono presi in considerazione; la Cina è più consapevole del valore aggiunto della sua produzione mentre per gli altri paesi il *made in China* continua a essere principalmente visto come sinonimo di bassa qualità<sup>263</sup>.

Non ci sono solo aspetti positivi, da una maggior qualità e forza dei propri prodotti la Cina ha anche ricevuto degli oneri. Un cambiamento di questa portata la obbligherà a diventare più innovativa per competere direttamente con le aziende più tecnologicamente avanzate; in questo senso il paese, come già affermato, si è già mosso aumentando la spesa destinata a R&S da 1,7% a 2,2% del Pil per l'attuale piano quinquennale. Vi sarà, inoltre, una certa pressione per tutti i mercati emergenti *cost-effective* che cercheranno di sviluppare lo stesso rapido percorso di crescita economica della Cina<sup>264</sup>; situazione che obbligherà la Cina a competere su due fronti, quello dei costi competitivi nelle aree meno sviluppate del paese su cui concorrerà con altri paesi che tendono a una rapida crescita e quello della tecnologia e dell'innovazione nelle aree costiere su cui si confronterà con i paesi occidentali.

L'aumento della qualità, inoltre, comporta una serie di fenomeni tipici dei paesi occidentali che vedrebbero in maniera alquanto positiva un incremento<sup>265</sup> degli

---

<sup>263</sup> Fonte: intervista professor Giorgio Prodi.

<sup>264</sup> Op. cit., ABURAKI K, pp. 17-24.

<sup>265</sup> Per molto tempo la Cina è stata segnata dal contrasto tra due opposte scuole di pensiero: quella legista che vedeva nella legge scritta il più efficiente degli strumenti di governo e quella confuciana, storicamente prevalente, che riteneva necessario fondare l'ordine della società sul rito e l'educazione. Soprattutto nell'epoca di Mao e della Rivoluzione Culturale si arrivò quasi alla cessazione dell'attività dei giuristi; fu dopo l'introduzione della politica della "Porta Aperta", anche per la necessità di confrontarsi con i paesi occidentali, che la Cina iniziò a recuperare uno studio e un utilizzo del diritto.

*Intellectual Property Rights* che proteggano il *know-how* di prodotti con un alto valore aggiunto. Questa è una problematica particolarmente sentita nel nostro paese che non avendo grandi volumi da presentare e da produrre ritiene fondamentale mantenere una conoscenza “esclusiva” del prodotto che ha all’origine un’idea originale che deve essere tutelata per non indebolire la posizione delle aziende italiane.

La sfida della copia esiste, non è primaria ma è comunque fonte di preoccupazione per le aziende straniere, specialmente quelle che producono eccellenze e tentano di mantenerle. Nella Cina di oggi, tuttavia, il problema non è più quello della mera copia quanto quello di un’imitazione fatta bene se non meglio dell’originale, che contribuisce a rendere il *made in China* un prodotto più che valido ma anche a preoccupare le aziende straniere fino a che non ci sarà un’idonea protezione legale. In quest’ottica, l’appropriazione indebita di brevetti, sebbene in un primo momento appaia meno rilevante della copia del marchio, è ancora più pericolosa perché comporta conseguenze sul lungo periodo. La situazione tuttavia sta progressivamente, ma lentamente, migliorando sia per l’aumento della domanda di brevetti proveniente dalla Cina che per un più strutturato quadro giuridico che permette alle aziende di inserire la tutela della proprietà industriale nella loro strategia.

Le aziende italiane attualmente possono servirsi del “Desk per la tutela della proprietà intellettuale” istituito dal Ministero dello Sviluppo Economico a Pechino. Il compito principale è quello di fornire, a titolo gratuito, servizi di

informazione e orientamento sulla protezione dei diritti di proprietà intellettuale e sulla registrazione di marchi, invenzioni, brevetti<sup>266</sup>.

Cosa ne è stato e ne sarà invece del *made in Italy*?

Il *made in Italy* deve affrontare un cambiamento altrettanto drastico. In uno scenario che sta cambiando rapidamente, non si può perdere il contatto con la crescita della domanda che si realizza in mercati lontani, la Cina avanti a tutti. È bene chiedersi se il *made in Italy* allo stato attuale sia in grado di partecipare al meccanismo globale di impiego della conoscenza e alla conseguente moltiplicazione del valore, oppure sia costretto a guardare il gioco degli altri attori nel panorama mondiale. Non basta più il grado di sofisticazione dei nostri prodotti, bisogna trovare un modo per trasformare il *made in Italy*, per far sì che sfrutti l'energia moltiplicativa che deriva dalla globalizzazione della conoscenza<sup>267</sup>. Sulla base dell'analisi condotta fino ad ora, la chiave potrebbe essere il passaggio verso una forma più flessibile e più dinamica, che porti a una maggior efficienza, e soprattutto più organizzata. L'Italia non potrà prescindere da un sistema-paese forte, strutturato e impostato sul lungo periodo.

Se la singola impresa italiana è percepita come integrata in un sistema verrà considerata con maggior attenzione anche dalle attività e autorità locali abituate a interfacciarsi con grandi realtà strutturate. L'Italia in Cina sconta un alto grado di frammentazione anche grazie al recente fenomeno che ha visto le regioni

---

<sup>266</sup> Cfr., DE SANCTIS G., *La tutela della Proprietà Intellettuale nei Rapporti d'Affari in Cina*, Istituto Commercio Estero, Pechino.

<sup>267</sup> RULLANI E., *Economia della conoscenza e dell'impresa diffusa, Territori intelligenti, reti estese e innovazioni sostenibili per portare il "made in Italy" fuori dalla crisi*, in Rinforzare la rete. Imprese e istituzioni nel tempo dell'innovazione e della discontinuità, Bologna, Il Mulino, 2010.

italiane aprire in Cina rappresentanze proprie senza però raggiungere le dimensioni minime per supportare le imprese che si inseriscono nello scenario commerciale cinese.

Questa lacuna è avvertita anche da chi opera sul mercato cinese che sente la necessità di avere un progetto coordinato per chi lavora con la Cina ed in Cina: uffici statali, enti pubblici territoriali, aziende, associazioni, sistema bancario, assicurativo e finanziario. Ciò che manca è un'impronta di solidità e continuità, soprattutto in relazione agli altri paesi europei<sup>268</sup>. A titolo di esempio, un paese più simile a noi a livello di capacità economica investita, come la Francia ha avuto buoni risultati da un'organizzazione coesa, che implica anche una scelta su alcuni settori e prodotti da portare avanti. Quando i francesi decisero di investire sul vino in Cina, furono il primo paese a importarlo all'inizio degli anni '80 e il sistema fu organizzato sotto ogni punto di vista, dalle catene di distribuzione, in cui sono molto forti con Auchan e Carrefour, fino alla presenza nei programmi televisivi cinesi, sia come sponsor che con sommelier francesi in grado di spiegare, in cinese, le qualità dei loro vini. A questo si aggiungono programmi da un punto di vista culturale con il risultato che il 30% degli studenti all'International Wine Institute di Bordeaux proviene proprio dalla Cina<sup>269</sup>. Questo indica un sistema-paese strutturato, coeso e che ha portato a risultati importanti nel corso degli anni.

L'Italia viene oggi considerata da un punto di vista storico-culturale, come sinonimo di uno stile di vita ammirato in tutto il mondo ma i risultati, da un punto di vista economico, sono inferiori al potenziale. Non aiutano in questo

---

<sup>268</sup> *Op. cit.*, ORLANDI R., PRODI G., *A volte producono*.

<sup>269</sup> Dati del New York Times, gennaio 2014.

scenario, come già accennato, le numerose copie e imitazioni che fanno sì che la Cina sia l'unico posto al mondo dove il *made in Italy* non sia italiano. In questo senso, giocherà a favore delle PMI italiane un maggior riconoscimento degli IPR, nella speranza che il fenomeno della copia sia progressivamente messo in secondo piano e non costituisca più un freno per le imprese che intendono investire.

La struttura di un'Italia più competitiva non può prescindere da un'identificazione degli elementi su cui si deve basare una buona strategia. Un *made in Italy* più competitivo deve effettuare una pianificazione sulla base di tre aspetti: segmento di consumatori ben identificato, qualità del prodotto e prezzo medio<sup>270</sup>. Quest'ultimo elemento in particolare gioca un ruolo fondamentale, in parte perché i consumatori cinesi, visto l'aumento nella qualità dei loro prodotti, non sono più disposti a pagare un enorme *premium price*, e in parte perché la nuova classe media non può ancora essere paragonata a quella occidentale in termini di reddito spendibile e di propensione alla spesa. I prodotti di fascia alta sono già penetrati nel mercato e diversi partner cinesi sono alla ricerca di buona qualità e prezzi accessibili<sup>271</sup>.

Sicuramente uno dei più grandi problemi che incontrano le aziende italiane è un difficile accesso al credito, in assoluto e rispetto ai concorrenti, figlio di un

---

<sup>270</sup> Elementi posti in rilievo anche dal fondatore e CEO dell'impero delle bibite cinesi Wahaha durante un'intervista sul segreto dell'export *Made in Italy*. Cfr., BUZZETTI E., "Mr Wahaha: ecco il segreto dell'export Made in Italy", *AGICINA 24*, Pechino, giugno 2013.

<sup>271</sup> La tematica è stata ripresa da Zong Qinghou, CEO del colosso di bibite cinesi Wahaha, durante il Sino-Italy Food Safety Dialogue, che sottolinea come i prodotti italiani spesso costino troppo e vengano messi in secondo piano; un olio spagnolo viene preferito ad uno italiano perché più adatto per i cibi cinesi e meno costoso.

sistema paese che a partire proprio da ciò che succede in Italia non ha le basi per una manovra ad ampio raggio come quella necessaria in Cina. Un più ampio accesso al credito permetterebbe la costituzione di aziende più grandi, ricerche di mercato che conducano a risultati più efficienti e una maggior sicurezza anche in termini di strategia da attuare, non più e non solo *cost-based* per cercare di rientrare dall'investimento nei tempi più brevi possibili ma anche una strategia che miri al conseguimento di predefinite quote di mercato.

La prospettiva per il futuro in termini di accesso al credito non sarà delle più semplici per un paese come il nostro che fa fatica a crescere, ma sono stati compiuti passi molto importanti in questa direzione, che costituiscono soprattutto un segnale incoraggiante per le imprese e per l'introduzione di altre strutture simili. La creazione di strumenti finanziari specifici a supporto delle aziende, come quella del fondo Simest<sup>272</sup>, rappresenta una novità importante dell'ultimo decennio. La problematica degli investimenti italiani riguarda, infatti, non solo la dimensione ridotta, ma anche il fatto che il 90% è autofinanziato dalle imprese stesse<sup>273</sup>, che si ritrovano senza una struttura del paese Italia che le sostenga, aspetto che risulta dal 44,5% delle aziende che non ha richiesto supporto alle istituzioni italiane e il 24% che dichiara nullo l'aiuto ricevuto<sup>274</sup>.

---

<sup>272</sup> Si tratta di una finanziaria di sviluppo e promozione delle imprese italiane all'estero che ha l'obiettivo di sostenere il processo di internazionalizzazione nei mercati stranieri. È controllata dal Ministero dello Sviluppo Economico e partecipano al capitale tutti i principali gruppi bancari italiani e associazioni di imprenditori e di categoria. Cfr., *Diplomazia Economica Italiana, Dossier SACE-SIMEST*, ottobre 2011.

<sup>273</sup> *Op. cit.*, ORLANDI R., PRODI G., *A volte producono*, p.67.

<sup>274</sup> CRISTALDI S., *L'Italia che produce in Cina*, Osservatorio Asia, settembre 2005.

#### ***4.2. È il secolo della Cina: localizzare è la chiave del successo.***

Nell'affrontare il tema di uno scenario futuro non ci sono dati statistici o analisi su cui basare una tesi inconfutabile, tuttavia, tracciando alcune linee fondamentali e accogliendo il pensiero di qualche esperto si può tracciare uno scenario del prossimo futuro.

La Cina è il paese più popoloso al mondo con 1 miliardo e 300 milioni di persone, di cui 100 milioni appartengono alla classe ricca e circa 300 alla classe media, in costante crescita. Nel 2020 la Cina rappresenterà il 20% del mercato del consumo globale di beni di lusso e la classe media ricoprirà il 45% della popolazione cinese per un totale di circa 700 milioni di persone. Da un punto di vista di crescita della domanda non c'è alcun dubbio che la Cina, come più grande mercato emergente, sia il futuro. Il Pil pro capite della Cina è lo stesso del Giappone nel 1966 e della Corea del Sud nel 1988; in questi due paesi seguì quasi un altro decennio di crescita molto sostenuta. Il potenziale di crescita è quindi ancora molto alto, testimonianza in questo senso il Pil pro capite cinese pari a un quinto di quello degli Stati Uniti<sup>275</sup>.

Inoltre, nell'ambito delle riforme promosse dal comitato del Partito comunista cinese per una concorrenza più effettiva nell'autunno del 2013, il governo della RPC ha introdotto una modifica della somma di capitale minimo per iniziare un'attività, da 30 mila yuan (3500 euro) per le società a responsabilità limitata fino a un massimo di 5 milioni di yuan (585 mila euro) per le tipologie societarie

---

<sup>275</sup> Fonte dati: Conference Board

complesse. Anche grazie a questa riforma il numero di imprese è cresciuto nel 2013 del 27,6% rispetto al 2012 per un totale di 2,5 milioni di unità<sup>276</sup>.

Rimangono tuttavia dei profili critici che meritano di essere valutati. La Cina si trova ancora al novantesimo posto della graduatoria<sup>277</sup> dei *“Doing Business Indicators”*<sup>278</sup> e rimangono forti barriere all’entrata problematiche per l’accesso alle infrastrutture<sup>279</sup>. Diverse riforme in questo senso sono state decise durante il terzo *plenum*, ma ancora incerte rimangono le tempistiche per la loro attuazione. Anche sotto il profilo del costo del lavoro, questo è drasticamente aumentato. Se da un lato la Cina non ha avuto nemmeno nei decenni passati il costo del lavoro più basso al mondo, dall’altro si parla di un aumento da \$0,60 a \$2,90 all’ora tra il 2000 e il 2011.

Attualmente il costo è superiore di 1.5 dollari rispetto alla Thailandia, di 2,5 dollari rispetto alle Filippine e 3,5 dollari rispetto all’Indonesia<sup>280</sup>. Nel 2012 la nota azienda taiwanese Foxconn, che produce Ipad Apple a Shenzhen ha aumentato i salari di circa il 20%. I paesi del sud-est asiatico non sono gli unici ad essere competitivi, molte aziende manifatturiere di Hong Kong stanno pensando di delocalizzare in Africa, in particolare Rwanda ed Etiopia che hanno

---

<sup>276</sup> SANFILIPPO M., “Fare business tra riforme e vecchie barriere”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, marzo 2014.

<sup>277</sup> World Bank.

<sup>278</sup> Indicatore che misura, sulla base di valutazione di esperti, gli standard di regolamentazione che incidono nell’attività d’impresa.

<sup>279</sup> Queste problematiche si concentrano su un aspetto temporale, prevalentemente legato alle pratiche burocratiche: in Cina bisogna attendere il triplo del tempo e svolgere il triplo delle pratiche rispetto ai paesi Ocse. Anche per quanto riguarda i tempi per ottenere i permessi di costruire e l’accesso alla rete elettrica i dati della World Bank parlano di rispettivamente di 270 e 45 giorni.

<sup>280</sup> Dati forniti da Economist Intelligence Unit (EIU).

un'abbondante ed economica forza lavoro. Molti marchi noti tra cui H&M, Tesco e Walmart si sono già trasferiti per reperire risorse a buon mercato<sup>281</sup>.

Nonostante i dati appena riportati si ritiene che la maggior qualità e sofisticazione dei prodotti stia sviluppando un vantaggio competitivo chiave specialmente per i settori manifatturieri dell'high-end e high-technology. Molti imprenditori hanno valutato il trasferimento altrove, soprattutto nel vicino Vietnam, ma hanno deciso, con le dovute eccezioni<sup>282</sup>, di restare per alcune ragioni, tra cui la competenza dei fornitori cinesi e il supporto logistico<sup>283</sup>.

La miscela offerta dalla Cina, quindi, continua a presentarsi come la via preferibile, magari meno accattivante per manager e imprenditori che si trovano in un clima più ostile, con lo spettro di un diritto quasi inesistente e condizioni di vita più difficili nelle grandi città<sup>284</sup>, ma pur sempre la soluzione migliore.

Nessun altro paese offre costi di produzione ancora competitivi, stabilità politica, rete infrastrutturale e mercato interno in crescita. Inoltre, l'aumento del costo del lavoro è stato compensato da una maggior produttività e competenza dei lavoratori cinesi, che sono pagati di più ma che producono di

---

<sup>281</sup> So C., *China losing status as "world's factory"*, South China Morning Post, febbraio 2014, reperibile da: <http://www.scmp.com/business/china-business/article/1419428/china-losing-status-worlds-factory>

<sup>282</sup> Nel 2010 i prodotti fabbricati in Vietnam dal noto marchio Nike hanno superato per volume la produzione in Cina.

<sup>283</sup> "Except in commodity business, competence will always trump cost", John Rice, vice chairman of General Electric.

<sup>284</sup> ORLANDI R., "Cina, il paradiso perduto delle multinazionali", in *Europaquotidiano*, aprile 2014, reperibile online: <http://www.europaquotidiano.it/2014/04/03/cina-il-paradiso-perduto-delle-multinazionali/>

più. Per le imprese che intendono assumere una dimensione globale, un investimento in Cina significa avere la possibilità di realizzare economie di scala e quindi un vantaggio competitivo da usare sia sul mercato cinese sia estero, oltre che una crescita volta alla diversificazione produttiva e alla sofisticazione tecnologica. Il senso di tanti e tali investimenti che continuano ad arrivare<sup>285</sup> è la giusta combinazione tra produttività del lavoro, buone infrastrutture e capitale umano sufficientemente preparato.

Da considerare anche l'importante processo di urbanizzazione di cui si è già detto in precedenza che apre a nuove e importanti occasioni anche per le PMI italiane, sebbene si ritenga che le imprese che per storia e dimensione sono sempre riuscite a entrare in questi tipi di commesse continueranno a farlo, ma saranno comunque i soliti nomi. Ci sono molti spazi per opportunità future, sia in termini di produzione a basso costo che in termini di competitività su un mercato che sta affinando i suoi gusti e le sue esigenze. A titolo di esempio, nel settembre 2013 il Vice Direttore Generale dell'Autorità ferroviaria di Shanghai ha confermato un altro progetto dell'infrastruttura ferroviaria coordinato da Pechino. Tra le opportunità con le aziende italiane si è evidenziata la possibilità di scambio di tecnologie e *know-how*, in particolare il settore antisismico è stato indicato come una priorità dal momento che la parte cinese riconosce alle aziende italiane una certa competenza nel settore per la morfologia del nostro territorio. Il direttore ha anche mostrato interesse per una collaborazione nel campo della manutenzione e della riparazione delle infrastrutture

---

<sup>285</sup> A gennaio 2014 gli IDE hanno fatto un balzo dell'11,6% su base annua, valore che rimane importante anche se registrato durante il periodo del capodanno cinese.

e delle carrozze dei treni ad alta velocità<sup>286</sup>. Le opportunità non mancano, ma ciò che è indispensabile è un'azione coesa e uno sfruttamento delle nostre competenze nei settori di primaria importanza nello sviluppo cinese.

Un altro aspetto incoraggiante riguarda l'evoluzione del mercato cinese in termini di sviluppo di imprese di dimensioni medio piccole. Negli ultimi dieci anni, sebbene non si sia ancora trovata una riforma compiuta delle SOEs, si verificano in maniera sempre più diffusa la privatizzazione delle aziende e la creazione di nuovi centri d'affari di dimensioni più ridotte rispetto ai grandi colossi cinesi. Questo permette alle PMI italiane di instaurare rapporti più "equilibrati" e anche se le imprese cinesi nascenti, non avendo reti distributive e marchi riconosciuti, sono ancora molto deboli si potrebbero auspicare delle collaborazioni future per unire i punti di forza delle PMI italiane e cinesi<sup>287</sup>.

La delocalizzazione, quindi, non sarà scoraggiata, anche se per un modello vincente non basta più delocalizzare, inteso come mero trasferimento della produzione di un'impresa in un paese che offre costi vantaggiosi ed esportazione del prodotto nel mercato d'origine o in altri mercati.

La Cina ha cambiato il suo modello di crescita economica e sono cambiate le sue esigenze, ma ci sono ancora opportunità importanti, da cogliere non guardando la Cina dall'esterno ma studiandola dall'interno. Con le prospettive di crescita del mercato interno che ci sono oggi in Cina, potrebbe essere un grande errore quello di non guardare in maniera sufficientemente attenta ai bisogni dei cinesi.

---

<sup>286</sup> *Italia in Cina*, mensile d'informazione e approfondimenti, a cura dell'Ambasciata Italiana a Pechino, dei Consolati Generali di Shanghai, Canton e Hong Kong, degli uffici ICE, Camera di Commercio e Istituti Italiani di Cultura presenti in Cina, ottobre 2013.

<sup>287</sup> Cfr., *op. cit.*, PRODI G., *Le PMI italiane in Cina: produrre per competere*.

Quando un'azienda oggi pensa alla Cina, dovrebbe essere disposta ad immaginare un processo di localizzazione, inteso come valutazione compiuta dall'imprenditore per individuare il prodotto da offrire ad un determinato mercato in una specifica area geografica. Più brevemente, non solo produrre per esportare, ma produrre per determinate fasce del mercato cinese in continua crescita, nelle zone più sviluppate ma soprattutto in quelle che stanno emergente a centro-ovest del paese.

La localizzazione di un business si basa su una lista di criteri sulla base dei quali l'imprenditore deve decidere: la Cina è un paese molto grande e variegato e questo comporta un'attenzione particolare al criterio geografico in termini di scelta di dove conviene aprire la propria azienda, se privilegiando l'accesso al consumatore o quella ai fornitori e così via; in secondo luogo il criterio economico, che si riferisce al livello di sviluppo dell'area in cui si intende investire e, se in passato la decisione avveniva essenzialmente nelle tre aree maggiormente sviluppate (Shanghai, Pechino, Guangdong), oggi anche altre città situate nel centro-ovest che costituiscono un'alternativa interessante. Si parla, infatti, di un vero e proprio boom delle città di seconda e terza fascia che continuerà a offrire opportunità senza precedenti. Queste città diventeranno non solo più popolate, ma cresceranno anche da un punto di vista del reddito e degli investimenti, sia statali che esteri. Vi sono poi un criterio commerciale, di fondamentale importanza per la valutazione del *target* di clienti e dei canali distributivi attraverso cui raggiungerli, e un criterio fiscale che esamina i livelli di tassazione ed eventuali esenzioni fiscali. Infine, un criterio industriale che tiene conto della reperibilità dei fattori produttivi, tra cui il costo degli input e la reperibilità e competenza della forza lavoro e un criterio logistico che si

riferisce al livello delle infrastrutture di supporto alle imprese<sup>288</sup>. Anche in quest'ultimo caso, gioca un ruolo ancora importante l'eterogeneità del paese nonostante la direzione verso un'armonizzazione infrastrutturale. Con un'economia globale che fatica a riprendersi, non è più conveniente pensare alla Cina come alla fabbrica del mondo, dove produrre beni da esportare interamente o quasi, ma pensando a come cambieranno i valori della domanda aggregata bisogna tenere conto della Cina come mercato del mondo.

#### ***4.3. L'Italia in Cina: una visione generale .***

Prima di effettuare un focus su un settore da sempre di rilevante importanza per l'Italia, quale quello agroalimentare, presento una panoramica dei diversi settori e del loro impatto nei rapporti con la Cina. Tenendo conto delle grandi dimensioni del paese del Dragone e di quelle ridotte dell'Italia, anche piccole quote di mercato cinese possono significare una posizione importante per le nostre imprese.

La situazione dei flussi economici Italia-Cina è migliorata notevolmente nell'ultimo anno<sup>289</sup>. Gli investimenti sono cresciuti del +29%, valore che corrisponde a circa 230 milioni di euro, anche se bisogna tener conto che si tratta di una ripresa rispetto al crollo degli investimenti nel 2012 del -36,62%<sup>290</sup>. L'Italia rimane il ventunesimo paese fornitore della Cina, ricoprendo una quota di circa l'1%, ed è il suo decimo mercato di sbocco con un valore di

---

<sup>288</sup> BARBATELLI C., "Dilemmi dell'imprenditore in Cina: come scegliere l'area industriale (ETDZ) in cui investire", in *Economia & Management*, 2005, pp. 30-38.

<sup>289</sup> Anno 2013.

<sup>290</sup> *Op. cit.*, Business Atlas.

circa il 2% delle sue esportazioni. Non si tratta di valori impressionanti e, sebbene la distanza e le dimensioni dei due paesi siano un ostacolo, si può notare un netto miglioramento rispetto a dieci anni fa, quando la Cina rappresentava il ventitreesimo mercato per le nostre merci e lo 0,7% delle nostre esportazioni<sup>291</sup>.

Le imprese manifatturiere italiane che hanno investito in Cina sono 650, il 60% del totale e rappresentano un numero considerevole, anche se bisogna tener conto che solo da qualche anno si sono allentati i vincoli che scoraggiavano o vietavano gli investimenti nella distribuzione e nei servizi e di conseguenza il settore manifatturiero è stato quello su cui era più agevole investire. Da un punto di vista della presenza manifatturiera in Cina, i macchinari ricoprono il 41,5% del totale, tessile e abbigliamento il 15,72% e prodotti elettrici e elettronici l'11%<sup>292</sup>.

I settori più importanti del *Made in Italy* rimangono quindi le produzioni ad alto valore aggiunto grazie alla loro qualità e contenuto tecnologico; infatti macchinari<sup>293</sup> e attrezzature di precisione coprono la maggior parte dell'export verso la Cina.

Nel settore metalmeccanico ci sono spazi importanti per l'Italia ma, ancora una volta, c'è bisogno di grandi investimenti e ora la situazione è più complessa anche perché il nuovo piano quinquennale fa sì che le aziende straniere che si trasferiscono in Cina non possano più essere sottocapitalizzate, ma devono arrivare già capitalizzate..

---

<sup>291</sup> *Op. cit.*, PRODI G., GAVAZZA L., BARBIERI P., *Supply China Management*

<sup>292</sup> *Fonte:* Osservatorio Asia

<sup>293</sup> Ricoprono il 63% dei prodotti esportati verso la Cina, fonte: ICE.

Il settore più presente è dunque quello della meccanica che rappresenta quasi un terzo della presenza italiana in Cina e degli investimenti produttivi e si configura come un contesto in cui l'Italia è riuscita a trovare uno spazio di manovra importando buone tecnologie a prezzi inferiori rispetto ai concorrenti tedeschi. La crescita di questo settore, tuttavia, tenderà ad essere meno sostenuta per l'aumento del livello della concorrenza, sia in termini di volumi che di qualità.

Il tessile è un settore *border-line* con il nuovo carattere eco-friendly di grande importanza per il nuovo Piano quinquennale. È uno dei settori da cui giungono i più alti gradi di inquinamento e anche i maggiori scandali di materiali cinesi inquinati. Inoltre, sembra essere il settore in cui si riscontra una maggior differenza di trattamento tra aziende straniere e locali. Queste ultime, infatti, sebbene sottoposte alle stesse regole, ricevono controlli in un secondo momento e soprattutto hanno le conoscenze giuste per poterne sviare qualcuno. Bisogna tener conto, inoltre, che il manifatturiero è un settore in trasformazione, anche da un punto di vista geografico sarà più conveniente per le aziende spostarsi nelle zone centro-occidentali del paese in cui però non sono ancora presenti infrastrutture e collegamenti con il territorio efficienti come nelle zone costiere e del sud. Il passo più difficile in questo senso riguarda il personale. È molto difficile trovare risorse umane disposte ad andare dove i collegamenti sono ancora deboli e non vi è tutta una serie di elementi che permettono una vita "occidentale" ai dipendenti come accade a Shanghai o a Canton.

Nell'ambito della moda<sup>294</sup> l'Italia si attesta come secondo fornitore della Cina mantenendo i suoi punti di forza su pelletteria, calzature, gioielleria e bigiotteria. Il *made in Italy* ha acquisito un'immagine associata a lusso ed eleganza ed è richiesto da ottime e diversificate piattaforme di *e-commerce*.

Rimangono tuttavia delle criticità: vista la scarsità di canali di distribuzione si rende chiara la necessità di introdurre formati innovativi di vendita *retail* e di valutare attentamente le potenzialità nei mercati di seconda e terza fascia sulla base del potere d'acquisto<sup>295</sup>.

Il settore del turismo non ha mostrato grandi sviluppi. È un'area in cui potrebbero giungere risultati importanti per il nostro paese ma anche in questo caso sono essenziali le componenti di un'azione coesa e della comprensione del cliente cinese. È necessario capire che cosa vuole il cliente cinese, dove vuole alloggiare in che modo preferisce viaggiare, e ciò implica una conoscenza profonda della sua cultura. Le diverse aziende nel settore del turismo dovrebbero adottare una strategia comune e portarla avanti con l'aiuto delle istituzioni in Cina. Anche in questo senso sono arrivati risultati positivi, nel settembre del 2013 è stata inaugurata la nuova sede dell'Agenzia Nazionale del Turismo (ENIT) in Cina, che si pone come interlocutore per chi intende visitare l'Italia o esplorare attività commerciali legate al turismo<sup>296</sup>. Il turismo è un settore da non sottovalutare sempre in riferimento ai grandi numeri, secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo erano 83 milioni i cinesi in

---

<sup>294</sup> Cfr., *Scheda di settore moda 2013*, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

<sup>295</sup> Camera di Commercio Italiana in Cina, *L'Italia a Shanghai, Presentazione del Sistema Italia: la Comunità Italiana, le Relazioni Economiche, le Attività Culturali, i Visti*, Shanghai, ottobre 2013.

<sup>296</sup> *Op. cit.*, *Italia in Cina*, ottobre 2013.

viaggio per il mondo nel 2012, 90 milioni nel 2013 e se ne prevedono 100 milioni nel 2015. Sempre nel 2012 la presenza in Italia è stata di 4 milioni e la spesa di 316 milioni di euro<sup>297</sup>. Inoltre, a livello mondiale la spesa dei cinesi dal 2000 a oggi è cresciuta con una media del 19% annuo, da 13 miliardi di dollari a 102 miliardi.

L'Istituto del Commercio Estero nel 2011 ha evidenziato diverse carenze in termini di scarsità di voli diretti, di guide e manuali in cinese, di hotel dotati di personale che parla mandarino. Il turismo è un settore che assumerà un'importanza strategica, i cinesi viaggeranno sempre di più e si aspetteranno di trovare standard adeguati alle loro necessità; tradire queste aspettative significherebbe perdere occasioni importanti in un campo dove l'Italia non ha rivali.

Ci sono buone prospettive di crescita anche nei settori farmaceutico<sup>298</sup> e del welfare<sup>299</sup>, oltre che in quello Green Economy in cui è auspicabile una promozione più attiva di macchinari, tecnologie e prodotti per l'efficienza energetica, la gestione dei rifiuti e il trattamento di acque e bonifiche. Vista anche la dimensione del territorio e la quantità di aree che hanno l'obiettivo di darsi una dimensione più *green* nei prossimi anni le imprese italiane dovrebbero promuovere progetti facilmente replicabili in città con esigenze simili<sup>300</sup>.

---

<sup>297</sup> Fonte: Banca d'Italia.

<sup>298</sup> A titolo di esempio, l'acquisizione del 59% della Shanghai Tianyan Pharmaceutical Machinery da parte dell'azienda italiana IMA.

<sup>299</sup> In un paese che nel 2035 avrà oltre il 25% della popolazione sopra i 60 anni, l'organizzazione di un sistema previdenziale equilibrato è di primaria importanza. Cfr., *Op. cit.*, *Bollettino Economico Repubblica Popolare Cinese*, Primo semestre 2013.

<sup>300</sup> *Op. cit.*, Rapporto della Camera di Commercio Italiana in Cina, *L'Italia a Shanghai*.

## CAPITOLO III

### FOCUS: ANALISI DEL SETTORE AGROALIMENTARE

#### **1. La sfida dell'agroalimentare.**

Il settore agroalimentare presenta, sebbene sotto una diversa prospettiva, criticità e opportunità sia per la Cina che per l'Italia che si troveranno a dover affrontare sfide importanti nei prossimi anni. Si tratta di un settore difficile che risente di forti radici culturali che non sono disposte a essere sradicate in nome della modernizzazione e della ricchezza. Rimane comunque il fatto che una chiusura in questo senso non potrà essere portata avanti nel lungo periodo. Nell'ottica di un aumento della popolazione e della ricchezza, ci sarà bisogno di un volume sempre maggiore di alimenti e la richiesta di qualità acquisterà connotati più decisivi. La Cina è un paese che sta crescendo e lo fa anche nei suoi bisogni e negli standard che ricerca, aspetti quali la sicurezza e la qualità del cibo sono già più che diffusi. Gli scandali da cibo contaminato hanno colpito Pechino e oggi si avverte nel paese la paura che quell'inquinamento dell'acqua e dell'aria abbia toccato anche gran parte dei prodotti alimentari.

Un secondo aspetto non meno importante che preoccupa la Cina riguarda il fatto che la continua crescita della popolazione renderà il paese sempre meno autosufficiente e quindi costretto a importare beni di prima necessità quali quelli alimentari. Si parla di un miliardo e quasi 400 milioni di abitanti che

consumano e cercheranno di consumare cereali e carne<sup>301</sup> almeno due volte al giorno. Questi dati confermano l'importanza che il settore agroalimentare continuerà ad assumere da un punto di vista socio-culturale e commerciale. Infine, un obiettivo caro a Pechino riguarda il miglioramento del livello tecnologico nel settore per uno sfruttamento migliore delle risorse a disposizione e una produzione più efficiente.

In questa prospettiva si inserisce l'Italia che ha buone opportunità soprattutto nel campo della meccanica applicata all'agricoltura, della sicurezza alimentare e dei prodotti alimentari che sono considerati uno dei settori più profittevoli dei prossimi anni<sup>302</sup>. I prodotti italiani, sebbene risentano di una diffusione scarsa e non omogenea, sono riconosciuti come prodotti di qualità associati a uno stile di vita sano. In un momento in cui aumenta l'importanza di valori prima sconosciuti o sottovalutati in Cina, l'Italia può avere margini di crescita importanti.

### **1.1. Rilevanza del settore per la Cina e sue criticità.**

La situazione della Cina è cambiata drasticamente negli ultimi quindici anni e il settore agroalimentare è stato uno dei centri propulsori di questo cambiamento. Le dimensioni del paese e la popolazione crescente hanno fatto sì che il concetto dell'autosufficienza alimentare fosse sempre sentito in maniera particolare da Pechino. Nel 2002 il paese, durante il suo primo anno da membro del WTO, è

---

<sup>301</sup> Nel 2012 il consumo di carne in Cina è stato pari al doppio di quello negli Stati Uniti: 71 milioni di tonnellate contro 35. Su scala globale la produzione di carne è passata da 50 milioni nel 1950 a 280 milioni nel 2010.

<sup>302</sup> *Op. cit., Bollettino Economico Repubblica Popolare Cinese*, primo semestre 2013, p. 26.

diventato un esportatore netto di prodotti agricoli. Dieci anni dopo, nel 2012, la Cina sorpassa gli Stati Uniti come più grande importatore di prodotti agricoli; nonostante i 500 milioni di agricoltori non è in grado di sostenere la crescita della domanda specialmente per i cereali e i semi di soia<sup>303</sup>.

Il dodicesimo piano quinquennale, come precedentemente analizzato, sancisce un cambio sia di modello economico che socio-culturale. La Cina è uscita a grande velocità dall'estrema povertà in cui si trovava e il futuro del paese non risponderà più solamente a imperativi di crescita economica ma vorrà anche essere un modello sostenibile che antepone la qualità della vita a un Pil a doppia cifra. In quest'ottica si collocano anche tre obiettivi strategici per la nuova leadership<sup>304</sup>. Un primo obiettivo è quello dell'aumento della produzione, indispensabile per far fronte alla crescente domanda di cibo; vi è poi la necessità di un'agricoltura moderna che utilizzi le tecniche dei paesi sviluppati e che si concretizzi in una meccanizzazione delle produzioni agricole. L'Italia può in questo senso offrire soluzioni per entrambi gli aspetti e intende acquisire maggiori quote nel mercato cinese dei macchinari agricoli<sup>305</sup>. Anche in termini di una produzione eco-sostenibile l'Italia presenta buone possibilità di

---

<sup>303</sup> PERKOWSKI J., "Feeding China's Population", in *Forbes*, aprile 2013, reperibile da:

<http://www.forbes.com/sites/jackperkowsky/2013/04/25/feeding-chinas-population/>

<sup>304</sup> *Italia in Cina*, mensile d'informazione e approfondimenti, a cura dell'Ambasciata Italiana a Pechino, dei Consolati Generali di Shanghai, Canton e Hong Kong, degli uffici ICE, Camera di Commercio e Istituti Italiani di Cultura presenti in Cina, gennaio 2014, pp. 8-24.

<sup>305</sup> L'Italia ha sempre ricoperto un ruolo importante nei macchinari, in particolare in quelli da imballaggio e confezionamento si è collocata fino al 2011 al primo posto con 672 milioni di dollari di macchinari importati contro i 513 della Germania. I numeri si sono invertiti con un superamento della Germania che nel primo semestre del 2013 aveva esportato in Cina 339 milioni di dollari di tali macchinari contro i 236 dell'Italia.

collaborazione con le produzioni di bio-etanolo da scarti agricoli e sfruttamento dei terreni non coltivati; proprio in Italia è in funzione il più grande impianto al mondo di produzione di bio-etanolo di seconda generazione. Il terzo obiettivo riguarda la sicurezza alimentare, la Cina ha attuato e implementato diverse politiche di controllo sia da un punto di vista interno che con i partner commerciali stranieri, ma l'azione non è mai stata ben coordinata e manca un sistema di controllo sia nelle aziende che in campo sanitario per una maggiore attenzione ai disturbi di origine alimentare.

Nonostante una presa di posizione importante, il settore agricolo cinese presenta molte sfide dovute alle dimensioni del territorio e a un livello di tecnologia che non permette ancora uno sfruttamento idoneo delle risorse a disposizione. La Cina deve sfamare più del 20% della popolazione mondiale con solo il 10%<sup>306</sup> delle terre arabili raggiungendo così appena 0,1 ettari disponibili per ogni cittadino cinese<sup>307</sup>. Inoltre, nel 1978 il 70,4% della popolazione costituiva la forza lavoro nell'agricoltura, mentre nel 2008 solo il 45,5%, circa 320 milioni di persone<sup>308</sup>. Dunque la forza lavoro che il paese ha a disposizione è sempre meno a fronte di una tecnologia che non avanza altrettanto rapidamente. Gli agricoltori di molte province, quali Shangdong, Zheijiang o Anhui, incontrano spesso difficoltà a portare i prodotti al consumatore finale

---

<sup>306</sup> BATTISTEL P., "Cina, grande esportatore ma non autosufficiente", in *Colture Protette*, marzo 2013.

<sup>307</sup> Contro la media mondiale di 4,3 ettari per persona.

<sup>308</sup> *Italia in Cina*, mensile d'informazione e approfondimenti, a cura dell'Ambasciata Italiana a Pechino, dei Consolati Generali di Shanghai, Canton e Hong Kong, degli uffici ICE, Camera di Commercio e Istituti Italiani di Cultura presenti in Cina, marzo 2013, p. 14.

per l'inefficienza nel trasporto dei prodotti provenienti dalle aziende agricole<sup>309</sup>. Secondo recenti dati del mercato cinese, quasi il 25%<sup>310</sup> di frutta e verdura deperisce e marcisce prima di essere venduto. Gli intermediari non riescono a vendere gli alimenti andati a male e quindi pagano in misura minore gli agricoltori che vedono i loro ricavi ridotti a causa di inefficienza che riguardano la post produzione. Un ulteriore aspetto critico attiene ai trasporti dei prodotti su piccoli automezzi a tre ruote e rimorchi che non sono in grado di trasportare grandi quantità e costringono a vari cambi prima del raggiungimento della destinazione finale. Queste problematiche riducono il margine di profitto degli imprenditori che quindi non riescono a investire per migliorare i loro standard di vita e di produzione; aspetto che contribuisce all'esodo di persone dalle campagne alle città e al fenomeno dell'urbanizzazione.

La situazione della Cina dunque si presenta, anche sotto questo punto di vista, ricca di contraddizioni, da un lato un paese che non riesce a essere autosufficiente dal punto di vista alimentare e dall'altro una incapacità di incanalare nella giusta direzione l'enorme produzione, soprattutto di frutta e ortaggi, che non viene ottimizzata.

### ***1.2. Commercio estero: l'Italia come paese esportatore in Cina.***

L'aumento del potere d'acquisto e l'evoluzione degli stili di vita dei consumatori cinesi stanno profondamente modificando il settore alimentare, sia per la produzione interna che per le importazioni. I consumatori ampliano la loro

---

<sup>309</sup> *Pacchetto per la collaborazione sino-italiana nel settore agricolo e della sicurezza alimentare*, a cura di Ambasciata d'Italia nella Repubblica Popolare Cinese, gennaio 2014.

<sup>310</sup> Contro la media del 5% di un paese sviluppato.

dieta, consumano più pasti fuori casa e sono più curiosi di provare cibi stranieri. Seguendo questa tendenza alimentare si sono diversificate anche le esportazioni dei prodotti agroalimentari. Si sono così create nuove forme di distribuzione, si cercano sistemi che garantiscono la sicurezza alimentare ed è aumentato anche il volume di prodotti italiani richiesti. Rimane il fatto che la Cina è un paese fiero della sua cultura gastronomica e non facilmente disposto a cambiare la propria cucina.

I consumatori continuano a trovarsi per lo più nelle grandi città e aree dove sono concentrati i gusti occidentali, ma un'auspicabile apertura in questo senso non sembra una previsione azzardata considerati i margini di crescita economica e di apertura internazionale.

La Cina alla fine del 2013 ha importato complessivamente 93,98 miliardi di dollari di prodotti agroalimentari e bevande con un aumento del 9,1% rispetto al 2012. I prodotti maggiormente importati a livello globale sono soia, oli e grassi, pesce e crostacei. Sempre nello stesso anno, sono aumentate le esportazioni italiane in Cina che sono cresciute del 19,81% per un valore di 344,72 milioni di dollari<sup>311</sup>. Nel primo semestre del 2013 il valore delle esportazioni italiane di prodotti alimentari in Cina ha raggiunto circa 211 milioni di dollari, con una variazione del 14,8% rispetto al 2012. L'Italia presenta le maggiori vendite nei prodotti tipici<sup>312</sup>, dove si conferma seconda

---

<sup>311</sup> *Market Report Food and Wine*, ICE-Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane, Shanghai, pp.6-31.

<sup>312</sup> Con l'aggregato prodotti tipici si comprendono cioccolato, olio d'oliva, pasta, acque minerali, kiwi, caffè, vino, formaggio e prodotti da forno.

solamente alla Francia, ma rimane ventisettesima tra i fornitori della Cina con una quota di mercato dell'agroalimentare dello 0,4%<sup>313</sup>.

Ci sono stati diversi fattori che hanno contribuito a un aumento significativo delle esportazioni, tra i più importanti vi è una riduzione dei dazi, la crescita di catene di hotel e ristoranti, una forte diffusione della GDO <sup>314</sup> e una semplificazione in materia di licenze. Nonostante i risultati raggiunti dall'Italia siano in crescita, il settore comunque ricopre una percentuale molto bassa sul totale delle importazioni.

Secondo una ricerca del 2013 si stima che i consumatori potenziali del *Made in Italy* siano circa 250 milioni di persone<sup>315</sup>. Le città di prima fascia coprono un ruolo essenziale, ma altrettanto importanti sono le città di seconda e terza fascia che, da un punto di vista socio-culturale e reddituale, sembrano pronte ad accogliere i prodotti italiani e non solo quelli tipici.

Bisogna tenere in considerazione che la Cina importa da sempre solo quello di cui ha bisogno e quindi materie prime e tecnologia. Mancando in Italia materie prime, la parte più consistente che il paese ha svolto e che potrebbe continuare a svolgere riguarda la tecnologia e in particolare la meccanica strumentale. Quando l'Italia ha iniziato a guadagnare grandi quote di mercato in questo settore, era riuscita a intercettare la necessità della Cina che perseguiva un'industrializzazione veloce ed era riuscita a trarne vantaggio come sistema-Italia per questa sua visione lungimirante. Allo stesso modo è necessario uno

---

<sup>313</sup> *Op. cit., Italia in Cina*, marzo 2013, p.16.

<sup>314</sup> Grande Distribuzione Organizzata.

<sup>315</sup> *Op. cit., Market Report Food and Wine*.

studio più approfondito dei bisogni cinesi in campo alimentare, soprattutto in termini di qualità e sicurezza e un'analisi dei loro cambiamenti a riguardo.

La difficoltà consiste nel capire cosa vogliono i cinesi e riuscire a presentare e consegnare loro i beni. Le esportazioni dell'Italia verso la Cina sono aumentate in valore assoluto, ma nel 1999 l'Italia ricopriva l'1,6% delle importazioni cinesi mentre soltanto lo 0,9% nel 2013<sup>316</sup>. Questo indica che le esportazioni italiane sono aumentate ma a fronte di un aumento più rilevante delle esportazioni degli altri paesi. L'Italia presenta una difficoltà maggiore a relazionarsi con la Cina, di cui è il venticinquesimo paese esportatore a fronte dell'ottavo posto che ricopre a livello mondiale.

Una domanda crescente dei prodotti italiani non deve essere valutata come un cambio delle abitudini gastronomiche dei cinesi, quanto piuttosto come una qualità maggiore nella loro alimentazione e l'introduzione di una cucina diversa *una tantum* che risponda a un misto di curiosità e qualità. Assumono significato in questa direzione le catene di ristoranti che sono state aperte negli ultimi anni, riscontrando anche un certo seguito, simbolo di una crescente propensione del consumatore cinese a scegliere italiano, quantomeno fuori di casa. Buona parte dei consumatori cinesi sembra propensa ad accogliere i prodotti italiani anche se ancora in via eccezionale.

### **1.2.1. I principali prodotti.**

La domanda dei prodotti italiani sta progressivamente crescendo anche se le esportazioni si basano prevalentemente sui prodotti tipici. Tra questi assumono

---

<sup>316</sup> Fonte: Intervista professor Romeo Orlandi, vicepresidente Osservatorio Asia.

una particolare rilevanza da un punto di vista economico-culturale il cioccolato, l'olio e il vino, tra i prodotti principali con cui si identifica il *Made in Italy*.

Il mercato cinese del cioccolato è, in termini di volume, il secondo al mondo dopo gli Stati Uniti; nel 2013 il valore totale delle importazioni è stato di 352,45 milioni di dollari, registrando un aumento del 27,8% rispetto al 2012. Tra i paesi esportatori l'Italia si colloca saldamente al primo posto, seguita da Germania e Belgio, con una quota di mercato del 34,67% pari a un valore di esportazioni di 122 milioni di dollari, anche questo dato in crescita del 10% rispetto al 2012<sup>317</sup>. Nonostante la crescita della domanda, l'Italia ha diminuito la sua quota che era del 40,26% nel 2012; tale dato conferma il mercato in crescita e, ancora una volta, una crescita degli altri paesi più veloce rispetto a quella dell'Italia. Di tutto il settore agroalimentare, il cioccolato rappresenta il 39,24% del totale. Vi sono infine due elementi che lasciano ipotizzare un futuro promettente per il mercato del cioccolato in Cina: il divario consistente tra consumi locali<sup>318</sup> e globali e la produzione locale che fatica a far fronte a problemi relativi alla produzione quali la presenza di macchinari desueti, delle infrastrutture necessarie e della ricerca necessaria su questo tipo di prodotto.

Il prodotto dell'olio d'oliva italiano è un settore che, nonostante la sua affermazione a livello globale, fatica a trovare una degna posizione in Cina. Il suo consumo è in espansione anche grazie al riconoscimento crescente delle sue proprietà e ad alcuni cambiamenti nella cucina cinese che inizia a introdurre condimenti a crudo e sistemi di cottura più semplici. Il fattore che frena maggiormente la diffusione di questo prodotto è il prezzo, che continua a essere

---

<sup>317</sup> *Op. cit.*, ICE, *Market Report Food and Wine*.

<sup>318</sup> I consumi cinesi sono pari all'1% della media mondiale.

troppo alto di fronte a una popolazione che non può ancora permettersi, neanche nella fascia media, di effettuare scelte completamente qualitative. Per questo motivo la Spagna presenta importazioni nettamente superiori all'Italia, con uno stacco quasi del 40% sulla quota di mercato<sup>319</sup>. È utile una riflessione su come le quote di mercato sono cambiate negli ultimi anni per capire dove siano le lacune italiane più consistenti. Nel 2010 Italia e Spagna avevano circa quote di mercato uguali, ma mentre gli ordini di olio spagnolo sono triplicati, quello italiano non ha avuto lo stesso seguito<sup>320</sup>. Se certamente non si può addossare la responsabilità a una qualità inferiore del prodotto italiano le cause di questo distacco vanno ricercate nel prezzo ancora troppo alto e nella distribuzione. Inizialmente l'olio d'oliva giungeva in hotel e ristoranti di lusso ma oggi circa il 93% si trova nei supermercati, in cui l'Italia pur avendo accordi con le GDO operanti in Cina non può gestire direttamente la vendita al consumatore. Il 2013 è stato, tuttavia, un anno positivo che ha visto un aumento delle esportazioni del 16,73% per un valore di 1,4 milioni di dollari<sup>321</sup> guadagnando quasi un punto nella quota di mercato. Dato che la produzione locale è quasi inesistente l'olio rimane un prodotto identificato con la provenienza estera e i marchi che lo rappresentano. Inoltre, la crescente attenzione per il "mangiare sano" ha portato in primo piano questo prodotto e le sue proprietà nutrizionali. Spagna e Italia detengono insieme quasi l'84% del mercato, ma una serie di ricerche indica che i prezzi italiani sono ancora alti tenendo conto anche del fatto che una volta

---

<sup>319</sup> Nel 2013 la Spagna ha ricoperto il 61,55% delle importazioni di olio d'oliva in Cina, mentre l'Italia il 22,52%.

<sup>320</sup> *Op. cit., Italia in Cina*, marzo 2013, pp. 20-21.

<sup>321</sup> Fonte: ICE Roma

riconosciuto il prodotto, la scelta tra un olio o l'altro è determinata dal prezzo comparato<sup>322</sup>.

Il terzo prodotto preso in considerazione è il vino, che si caratterizza per essere un prodotto tipico, di alta qualità e di non facile comprensione per il consumatore cinese. È un prodotto molto lontano dalla cucina cinese, che propende per bevande ad alto tasso alcolico da consumarsi preferibilmente calde<sup>323</sup>. Il consumatore cinese deve essere quindi “educato” al prodotto del vino e in questo giocano un ruolo fondamentale la presentazione e distribuzione. In termini di consumatori, il dato degli abituali è stimato attorno ai dieci milioni e più del doppio sarebbero quelli occasionali; secondo le stime questi numeri aumenteranno sensibilmente nei prossimi anni. Rimane aperta la questione che fuori dai grandi centri di prima e seconda fascia che ospitano un numero elevato di locali notturni e discoteche è molto più difficile che il vino sia consumato. Infine, coloro che scelgono di consumare vino non in nome di uno *status symbol* ma come bevanda di accompagnamento sono molto sensibili al prezzo e per questo preferiscono il vino locale a quello d'importazione<sup>324</sup>. La produzione di vino interna è dominata da pochi marchi che ricoprono il 40% della produzione totale ed è in crescita anche a causa della forte pressione che viene esercitata dall'aumento delle importazioni. La Cina è considerata ancora un mercato emergente per il vino e la crescita dell'interesse verso questo prodotto apre a opportunità commerciali interessanti nel medio-lungo

---

<sup>322</sup> *Op. cit.*, ICE, *Market Report Food and Wine*, pp. 44-45.

<sup>323</sup> La diversità del prodotto si riflette anche nell'uso da parte della popolazione, il consumo pro-capite nazionale è di 1,4 litri l'anno contro una media mondiale di 4,5 litri.

<sup>324</sup> La variabilità di prezzo si aggira attorno ai 4-5 euro per il vino locale e ai 10-20 euro per quello d'importazione.

periodo<sup>325</sup>. L'Italia esporta principalmente vino imbottigliato e si colloca, nonostante il suo primato a livello mondiale, al quinto posto dopo Francia, Australia, Cile e Spagna: il primo detiene la leadership qualitativa mentre gli ultimi due dominano per la fornitura di vino sfuso. Questa posizione risente ancora una volta di una lacuna in ambito distributivo e di presentazione del prodotto. Guardando l'esempio della Francia emerge con chiarezza cosa sia mancato all'Italia. La Francia alla fine degli anni '80 decise di importare il vino in Cina e di investire un grande impegno, economico ma non solo, per l'introduzione di questo prodotto che è stata accompagnata da campagne pubblicitarie, sponsor nei canali televisivi ed esperti francesi in grado di spiegare al pubblico le proprietà dei loro vini<sup>326</sup>. Per quanto riguarda la distribuzione, il ruolo dell'importatore è qui più che in altre situazioni di grande rilievo poiché è direttamente coinvolto nell'attività di vendita assieme a un *team* di specialisti che lavora a contatto con i distributori locali. Quindi l'investimento dovrebbe essere preceduto da uno studio del mercato e da una selezione di personale esperto e in grado di interfacciarsi con il distributore cinese che stenta a investire le proprie risorse per un prodotto che non conosce ancora bene. In termini di distribuzione il vino ha ancora grandi prospettive di crescita dato che le importazioni si concentrano ancora principalmente nel canale Ho. Re. Ca<sup>327</sup>.; ciò vale principalmente nelle grandi città di Shanghai Pechino e

---

<sup>325</sup> Ivi, pp. 33-41.

<sup>326</sup> Lo stesso tipo di investimento è stato effettuato dalla Francia quando decise di esportare il vino in Corea del Sud.

<sup>327</sup> Termine commerciale che si riferisce all'industria alberghiera e alle imprese che si occupano di alimenti e bevande, generalmente si identifica con il canale commerciale della bevanda e della ristorazione o con il canale commerciale alberghiero.

Canton mentre nelle città di seconda fascia circa il 70% dei vini è venduto dai distributori locali<sup>328</sup>.

Inoltre, nonostante stia progressivamente venendo meno l'atteggiamento riluttante dei distributori locali ad impegnare risorse proprie, per un prodotto come il vino questo è un *deficit* ancora più pesante perché costringe le aziende straniere ad investire direttamente in attività di formazione e promozione esponendole e notevoli rischi economici. In un panorama in cui il mercato, sebbene in espansione, si presenta saturo a livello di etichette e marchi proposti il modo migliore per raggiungere possibili importatori e consumatori è quello degli eventi organizzati. Un'importante iniziativa a tal riguardo è stata intrapresa e sostenuta dal sistema-paese nell'ambito dei fondi di promozione straordinari assegnati al Ministero per lo Sviluppo Economico (MISE). A differenza di altre azioni promozionali, la programmazione strategica del MISE ha sviluppato una strategia integrata mirata alle esigenze delle aziende medio-piccole e con risultati previsti sul medio e lungo termine. La Convenzione per la realizzazione del progetto "Vini in Cina" è caratterizzata da un efficiente uso delle risorse che permette il raggiungimento del massimo obiettivo pur potendo contare su un budget ridotto. Il primo problema da affrontare in quest'ottica è quello della comunicazione e quindi la prima mossa, nel 2011, è stata quella di promuovere la conoscenza dei principali nomi italiani, facendo leva sul legame tra storia, territorio e tradizioni<sup>329</sup>. Un altro passaggio lungimirante di tale

---

<sup>328</sup> *Op. cit.*, ICE, *Market Report Food and Wine*, p. 36.

<sup>329</sup> *Italia in Cina*, mensile d'informazione e approfondimenti, a cura dell'Ambasciata Italiana a Pechino, dei Consolati Generali di Shanghai, Canton e Hong Kong, degli uffici ICE, Camera di Commercio e Istituti Italiani di Cultura presenti in Cina, settembre 2013, pp. 14-18.

campagna si è avuto dopo la conferenza stampa di inaugurazione a cui si è fatto seguire un assaggio di vini italiani accompagnati da pietanze cinesi, cogliendo la necessità di inserire il vino come elemento che accompagna e non stravolge le abitudini cinesi. Quello intrapreso dal MISE è un progetto importante non solo perché mette in evidenza quanto incisiva possa essere un'azione condotta e supportata dal sistema-paese ma anche perché lascia ben sperare in termini di analoghe azioni future.

### ***1.3. Criticità e ostacoli nell'importazione.***

La rilevanza del settore agroalimentare riguarda non solo il crescente interesse culturale ed economico dei due paesi in questione ma anche i suoi ostacoli, a volte mal interpretati altre non considerati affatto. Le problematiche del settore possono essere essenzialmente circoscritte a due tipi di barriere: istituzionali e culturali.

Tra le barriere istituzionali le più importanti sono quelle tariffarie e non tariffarie tra cui sono ricomprese: restrizioni sanitarie, divieti assoluti, procedure amministrative onerose e complicate, certificazioni complesse, sistema frammentario di autorizzazioni. Questi elementi accompagnati da un'ingente normativa a livello locale determinano elevati costi di accesso al mercato dovuti alle spese da affrontare e al tempo impiegato per compiere l'*iter* burocratico<sup>330</sup>. Uno degli aspetti più rilevanti della normativa in vigore riguarda

---

<sup>330</sup> Cfr., SIMONCELLI P., *Cina scheda paese*, ICE- Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, marzo 2013.

l'obbligo di etichettatura originale in lingua cinese<sup>331</sup> il cui controllo preventivo è stato eliminato a favore di un controllo e un'approvazione contestuali alle altre ispezioni che avvengono in dogana ad opera della AQSIQ<sup>332</sup>. Quest'ultima può impiegare da una a tre settimane per fornire un esito sul prodotto, a seconda della complessità dei documenti richiesti e del bene importato. Altro aspetto critico è quello dei dazi doganali che, sebbene ridimensionato dopo l'entrata della Cina nel WTO, continua a incidere soprattutto in termini di competitività del prodotto con i corrispettivi locali che spesso costano cinque-sei volte meno. In particolare nel vino, dazi tasse e ricarichi determinano forti aumenti dal produttore al consumatore con ricarichi anche di otto volte rispetto al valore del FOB<sup>333</sup>. Oltre a dazi e imposta sul valore aggiunto (VAT), al vino viene anche applicata un'imposta sul consumo pari al 10%; l'effetto combinato per una bottiglia raggiunge il 48,2%.<sup>334</sup> Inoltre, solo per i prodotti alcolici, è necessaria una certificazione di analisi sulla presenza di ftalati<sup>335</sup> che attesti che siano inferiori ai limiti stabiliti dalle autorità cinesi. L'insieme di questi elementi rende quindi piuttosto onerosa la procedura per l'esportazione del vino.

---

<sup>331</sup> Le etichette devono contenere una serie di informazioni obbligatorie (nome del prodotto, data di produzione, ingredienti, informazioni e contatti dell'impresa produttrice, ecc), reclami falsi o esagerati non sono permessi ed è obbligatoria l'apposizione dell'etichetta ai fini dell'importazione del bene in Cina.

<sup>332</sup> La sigla indica la "General Administration of Quality Supervision, Inspection, and Quarantine", Autorità cinese preposta ai controlli di qualità.

<sup>333</sup> Indica la locuzione *free on board*, indicando il prezzo di un bene che non comprende nessuna spesa accessoria per portarlo a destinazione.

<sup>334</sup> Il vino in bottiglia inferiore a due litri ha un'imposta sul consumo del 10%, un VAT del 17% e un Most Favoured Nation (MFN) del 14%. Cfr., *op. cit.*, ICE, *Market Report Food and Wine*, pp. 33 e seg.

<sup>335</sup> La certificazione può essere richiesta da un ente nazionali abilitato e gli standard cinesi sono analoghi a quelli dell'Unione Europea.

Vi è infine una cospicua parte di prodotti che non può essere importata e alcuni prodotti che riscontrano difficoltà oggettive<sup>336</sup>.

Queste barriere sono progressivamente diminuite e l'auspicio è che specialmente a livello di dazi e autorizzazioni le procedure si facciano più snelle e comprensibili portando la Cina ad uniformarsi ai suoi obblighi di membro della WTO e, più in generale, agli standard internazionali.

Vi è un altro tipo di barriera che, pur non rientrando nelle categorie menzionate, merita di essere citata e riguarda l'esistenza di un mercato illecito di cui, secondo diverse testimonianze, le autorità cinesi sono complici. Per lo più questo meccanismo si giova di prodotti che arrivano liberamente a Hong Kong e vengono poi trasportati illecitamente in Cina. Anche in questo caso l'auspicio è quello di maggiori controlli e meno corruzione ma, a differenza di altre rosee prospettive, il mercato illecito sembra godere di numeri molti alti e di risorse illimitate.

Da un punto di vista culturale emerge il divario tra la cucina cinese e quella italiana non solo in termini di pietanze ma anche di abitudini e ideologie completamente differenti <sup>337</sup>. Secondo alcune statistiche l'atmosfera dei ristoranti italiani è considerata seria, il pasto monopolizza l'attenzione del cliente e si sente la mancanza di chiassosi karaoke; andare al ristorante italiano "solo per mangiare" scoraggia il cliente cinese. Non rientra nella concezione

---

<sup>336</sup> Tutti i prodotti freschi di origine animale e vegetale non possono entrare nel paese e alcuni prodotti riscontrano difficoltà, per esempio le acque minerali che spesso non rispettano gli standard cinesi diversi da quelli dell'Unione Europea.

<sup>337</sup> Cfr., ORLANDI R., *La cucina italiana in Cina: ideologia e commercio*, settembre 2002, reperibile da: [http://www.tuttocina.it/mondo\\_cinese/112/112\\_orla.htm](http://www.tuttocina.it/mondo_cinese/112/112_orla.htm)

cinese l'attesa di un pasto o una tavola ben imbandita che non riscuote alcun tipo di attenzione.

La difficoltà maggiore è comunque di tipo concettuale. Spesso i cinesi non sanno nemmeno come ordinare e questo non per incapacità ma per inesperienza. La loro cucina è orizzontale, il pasto viene consumato tutti insieme e contemporaneamente con l'aiuto della *lazy susan*, il disco centrale che fa mangiare a ciascuno ciò che desidera nello stesso momento, garantendo l'intercambio dei sapori e la "sovranità del consumatore"<sup>338</sup>; la cucina italiana invece è di tipo verticale, con un ordine ben preciso dal primo all'ultimo piatto e sapori di tipo ascendente<sup>339</sup>. Il pasto verticale è costituito da quattro portate consistenti mentre quello orizzontale da più di dieci piatti che sono messi a disposizione dei commensali. Anche la diffusione del vino, al di là degli aspetti critici già menzionati, soffre una difficoltà importante di tipo culturale. In cinese vino si traduce *putao jiu* che significa "vino d'uva" in contrapposizione al vino cinese che deriva dai cereali, presenta un tasso alcolico alto e si beve caldo<sup>340</sup>.

La penetrazione dei prodotti alimentari presenta dunque rischi e opportunità in un paese che non è ancora inserito pienamente nel consesso internazionale e che ha vissuto secoli di chiusura e autovalorizzazione. Queste valutazioni devono rientrare nella valutazione e pianificazione di un imprenditore che intende investire e che non può, soprattutto in un campo difficile come l'agroalimentare, sottovalutare l'importanza socio-culturale.

---

<sup>338</sup> Ibidem.

<sup>339</sup> Fonte: intervista al Professor Romero Orlandi, vice-presidente di Osservatorio Asia.

<sup>340</sup> Ibidem.

## 2. La sicurezza alimentare: nuova sfida per la Cina

La popolazione cinese è preoccupata per le condizioni della propria terra e di conseguenza degli alimenti che derivano da essa. Secondo una campagna di marketing condotta a Shanghai otto cinesi su dieci collegano la parola sicurezza al cibo e circa l'87% si dichiara preoccupato per la sicurezza degli alimenti in circolazione. Nelle sedici maggiori città cinesi la sicurezza alimentare è percepita come la principale preoccupazione per l'82% degli intervistati<sup>341</sup>. L'inquinamento della terra è la conseguenza più lampante e disastrosa dello sfruttamento dell'ambiente che ha effettuato la Cina negli ultimi anni. Per troppo tempo l'obiettivo di una crescita economica è stato messo in primo piano senza vedere le conseguenze che questo avrebbe comportato. Da qualche anno si sono comunque prese delle misure a riguardo, in particolare con il nuovo piano quinquennale che impone delle misure eco-friendly trasversali ai diversi settori e la sicurezza alimentare che permane al centro delle priorità strategiche che la Cina si è prefissata di perseguire. Questi accorgimenti però potrebbero non bastare, secondo alcuni dati, per esempio, l'80% dei fiumi del paese è contaminato in maniera irreversibile<sup>342</sup> e la FAO parla del 40% di terre cinesi seriamente compromesse. La Cina sta compiendo passi importanti nella direzione di un miglioramento delle condizioni attuali, sono state introdotte leggi sui controlli, creati forum nazionali e internazionali per trovare sostegno e aumentare la consapevolezza della popolazione. Queste iniziative, tuttavia,

---

<sup>341</sup> *Op. cit.*, *Italia in Cina*, gennaio 2014, pp. 8-25.

<sup>342</sup> *Op. cit.*, HONGJIAN C., BRESLIN S., SUISHENG Z., BROWN K.

richiederanno tempo e ingenti sforzi da parte del governo e della popolazione, si tratta di un cambiamento politico ma anche culturale indirizzato a un territorio molto ampio nel quale sono presenti diversi gradi di sviluppo e consapevolezza. Bisogna inoltre tener presente che questo problema non riguarda soltanto chi popola il paese ma anche il resto del mondo che vede nella Cina uno dei maggiori esportatori di cibi a livello globale. Nel 2013 la Cina ha esportato prodotti alimentari per un valore di poco superiore a 44 milioni di dollari (44.087.375) con una variazione positiva del 6,2% principalmente verso Unione Europea e America Settentrionale<sup>343</sup>. Una collaborazione in questo senso con la Cina deve quindi anche essere vista come un miglioramento e un'uniformità degli standard internazionali che comporterebbe un maggior livello qualitativo globale e uno snellimento delle procedure di controllo tra i diversi paesi.

### ***2.1. Lo scenario attuale in Cina.***

La necessità di un'alimentazione sana, soprattutto in relazione ai problemi di inquinamento rilevati nelle terre cinesi, si pone come una questione fondamentale per il presente e per il futuro. Nonostante i progressi raggiunti in numerosi settori il campo della sicurezza alimentare continua a configurarsi come un terreno complesso. Oltre ad alcuni dati già menzionati che vedono la Cina con il 20% della popolazione da sfamare avendo a disposizione appena il 10% delle terre arabili del paese, l'allarme si riflette anche su una popolazione in costante cambiamento. Si sta affermando con forza il passaggio dal "mangiare

---

<sup>343</sup> Fonte: ICE, Tabella sulla Distribuzione geografica delle esportazioni in serie storica.

abbastanza” al “mangiare sano”. A tal proposito l’indice di Engel<sup>344</sup> è sceso a 37,7% e 45,5% rispettivamente in aree urbane e rurali mostrando che il problema di sfamarsi non è più al primo posto e che un numero crescente di persone inizia a vedere ciò che compra e che mangia non solo da un punto di vista quantitativo ma anche qualitativo. La Cina attualmente produce il 95% di quello che consuma, anche se l’Accademia Cinese delle Scienze (CAS) si augura che la percentuale scenda all’85% offrendo così prodotti di maggiore qualità e rispettosi dell’ambiente ai propri consumatori<sup>345</sup>. La Cina è stata vittima di molti scandali che hanno colpito il settore alimentare e che hanno contribuito a scatenare una reazione da parte del governo. È il paese al mondo dove sono registrati più problemi legati alla *food safety* e ci sono aspetti controversi in ogni punto della *value chain*, dalla fattoria fino alla tavola. Gli scandali hanno colpito il paese nel corso degli anni sono tra i più diversi, dal continuare a produrre e a vendere olio bandito dal commercio allo scandalo di più di trent’anni fa nel quale furono avvelenate 292.301 persone per aver ingerito delle vongole crude contaminate con l’epatite; l’ultimo notevole caso è del 2008 quando fu trovato latte in polvere contaminato di melamina che provocò infezioni al tratto urinario a 290 mila bambini<sup>346</sup>. La nuova leadership ha assunto con particolare impegno il miglioramento delle condizioni alimentari della popolazione, queste

---

<sup>344</sup> È un valore che indica la percentuale del proprio salario spesa per l’acquisto di cibo; se con l’aumentare delle proprie entrate la percentuale diminuisce significa che i prezzi degli alimenti sono calati e la problematica di sfamarsi è meno grave.

<sup>345</sup> *Op. cit., Italia in Cina*, marzo 2014, pp. 14-15.

<sup>346</sup> WU Y., CHEN Y., *Epidemiol Community Health* Published Online First: <http://doi:10.1136/jech-2012-201767>, gennaio 2013.

le parole dell'attuale premier Li Keqiang nel 2012 durante la National Food Safety Awareness Week:

*"Food safety is a major livelihood issue related to each family and each individual; we must strengthen the supervision firmly and severely crack down on food safety crimes, and meanwhile, enhance the moral quality of the entire food industry, which is the fundamental basis to steadily improve the food safety situation."*

La Cina impiega più sforzi nella sicurezza alimentare che qualunque altro paese, ma la strada sembra ancora in salita. Un controllo più stringente non significa che il paese abbia raggiunto uno standard idoneo. Le responsabilità nel regolamento della sicurezza nazionale sono condivise da quattordici agenzie diverse e la conseguente dispersione ha creato problemi in termini di una comunicazione efficiente, collaborazione e coordinamento tra i diversi organi; tutto ciò ha contribuito a un abbassamento del livello di supervisione. Per eliminare in maniera efficace il problema è necessario aumentare le pene in caso di violazione dei divieti e riaccreditare un sistema che funzioni di sicurezza sul cibo che sia in grado di monitorare l'intera catena industriale. Tenendo conto che ci sono più di 200 milioni di allevamenti-fattorie, la questione riguarda un'azione coesa che dovrebbe essere intrapresa e implementata nell'intero territorio. Il problema più grave riguarda le malattie di origine alimentare, secondo uno studio condotto tra il 2010 e il 2011, in un anno sono stati contati 202 milioni di casi il che significa che un abitante ogni 6,6 è stato

vittima di un disturbo di origine alimentare<sup>347</sup>. Il problema della sicurezza e dell'inquinamento non riguarda solo la Cina ma riflette le sue conseguenze a livello mondiale, in particolare la politica messa in atto dalla Cina con una sorta di "shopping" planetario di terreni agricoli prende le vesti di una sorta di colonizzazione politica *soft* dei paesi vicini, dell'Africa "nera" e dell'America centrale<sup>348</sup>. Le ripercussioni a livello globale si manifestano in un terreno anche più vicino all'Italia. Ogni giorno nei porti italiani sbarcano fusti di più di duecento chili con concentrato di pomodoro da rilavorare e confezionare come prodotto italiano e non rimane traccia in un secondo momento di questo passaggio dato che, nei contenitori al dettaglio, è obbligatorio indicare solo il luogo di confezionamento ma non quello di coltivazione dell'ortaggio<sup>349</sup>. Quindi un danno sanitario ed economico di cui fanno le spese i produttori italiani ma anche i consumatori che si trovano prodotti arricchiti da sostanze chimiche<sup>350</sup>. La sfida della sicurezza alimentare, inoltre, non riflette solamente una problematica economica ma anche etica, legata alla produzione di beni all'interno dei laogai<sup>351</sup>. Uno studio della Laogai Research Foundation Italia intitolato "*Dai lager cinesi alle nostre tavole?*" afferma che una parte consistente

---

<sup>347</sup> Ibidem.

<sup>348</sup> *Op. cit.*, BATTISTEL P.

<sup>349</sup> MONTRELLA S., "Scarsa qualità e lavoro forzato dietro alcuni cibi cinesi", *AGICHINA 24*, Roma, aprile 2014, reperibile online da: <http://www.agichina24.it/focus/notizie/scarsa-qualita-e-lavoro-forzato-dietro-cibi-cinesi>.

<sup>350</sup> Secondo i dati raccolti da Greenpeace nei campi cinesi viene utilizzato oltre il 30% dei fertilizzanti azotati utilizzati nel mondo.

<sup>351</sup> Laogai letteralmente significa riforma attraverso il lavoro e identifica i circa 1007 (il numero preciso costituisce segreto di Stato) campi di rieducazione presenti in Cina nei quali lavorano tra i tre e i cinque milioni di abitanti per quindici ore al giorno e in condizioni di veri e propri prigionieri secondo un rapporto delle Nazioni Unite.

dei prodotti destinati all'export proviene dai campi di rieducazione cinesi. Secondo la ricerca, dietro i cancelli delle prigioni si troverebbero vere e proprie imprese che operano sotto due nomi, quello ufficiale della prigione e quello dell'attività imprenditoriale con cui ci si presenta sul mercato e si concludono contratti come una normale società di capitali. Giocattoli, pelli, capi d'abbigliamento e soprattutto ortaggi: questi sarebbero i prodotti maggiormente destinati all'export una volta che escono dai laogai. Tesi confermata anche dal rapporto Coldiretti del 2010 secondo cui il 21% dei laogai produce nel settore dell'agroalimentare per poi esportare in tutto il mondo.

## ***2.2. Il ruolo e le opportunità dell'Italia.***

L'Italia gode oggi di una buona visione da parte della Cina in termini di qualità dello stile di vita e dei beni prodotti; ciò ha contribuito a una serie di iniziative che hanno l'obiettivo di rafforzare il peso commerciale dell'Italia nei rapporti con la Cina e favorire uno sfruttamento della tecnologia e del know-how di qualità italiano per le sfide che la Cina si trova ad affrontare.

L'Ambasciata italiana a Pechino ha organizzato diverse iniziative di carattere seminariale-promozionale sull'olio di oliva, il vino e sui prodotti alimentari in generale. Il Sino-Italy Food Safety Dialogue organizzato a giugno 2013 è uno degli eventi più recenti al quale hanno partecipato settantacinque aziende italiane e in cui sono state gettate le basi per la sottoscrizione di un futuro MoU<sup>352</sup> tra Italia e Cina per definire un programma di lavoro articolato nel

---

<sup>352</sup> Il Memorandum d'intesa è un documento che esprime una convergenza di interessi tra due parti, a differenza di un trattato il testo di un MoU può essere mantenuto riservato.

settore della sicurezza alimentare<sup>353</sup>. Lo strumento del MoU è già stato utilizzato nell'ambito della cooperazione dei due paesi per combattere la povertà nelle aree rurali della Cina e anche per facilitare le autorizzazioni dell'AQSIQ per l'importazione di prodotti. Sono anche spesso organizzati incontri da parte degli enti presenti sul territorio per promuovere i prodotti italiani.

Tra gli incontri che hanno gettato il seme per future collaborazioni, merita di essere ricordato l'incontro tra la delegazione cinese e sei ministri dell'Europa Meridionale per la trentaseiesima riunione annuale del consiglio dei governatori IFAD (International Fund for Agricultural Development) avvenuta a Roma nel febbraio del 2013. L'allora vice-premier Hui Liangyu ha spiegato in tale occasione che nonostante l'intenzione di migliorare e aumentare la produzione agricola cinese, la Cina difficilmente raggiungerà l'autosufficienza alimentare. In questo senso le imprese agricole dei Paesi mediterranei fondono innovazione, sostenibilità ambientale ed eccellenza e l'Italia, che vanta molti primati per la qualità certificata, ha ricevuto parole di incoraggiamento dal vice-premier che ha constatato la mancanza di politiche incentivanti tra i due paesi e la necessità di eliminare le barriere fiscali e di informare il consumatore cinese sui prodotti che acquista<sup>354</sup>.

In termini di collaborazione, ci sono diversi settori in cui l'Italia può sfruttare la sua esperienza. Innanzitutto la citata frammentarietà del sistema dei controlli e la volontà di risolvere le problematiche con il "pugno di ferro" ha portato a risultati insufficienti e imprecisi. L'Italia ha espresso la sua volontà di

---

<sup>353</sup> *Op. cit., Pacchetto per la collaborazione sino-italiana nel settore agricolo e della sicurezza alimentare*, p. 3 e seg.

<sup>354</sup> *Op. cit., Italia in Cina*, marzo 2013, pp. 12-13.

collaborare in questo senso con la controparte cinese per lo scambio di esperienze a livello normativo e di controllo dei processi di produzione e tracciabilità dei prodotti<sup>355</sup>.

Anche sul fronte dell'autosufficienza alimentare, l'Italia può collaborare per lo sviluppo di produzioni su base industriale di prodotti agricoli di massa dato che vanta un *know-how* per la produzione di massa di beni alimentari con tecniche industriali che garantiscono un'elevata qualità. L'aver sviluppato competenze e tecnologie in grado di produrre in modo massivo ogni tipologia di prodotto agricolo permette all'Italia di trasferire tecniche industriali anche su larga scala che garantiscono qualità e un'elevata produttività.

La sicurezza alimentare è uno dei campi in cui l'Italia potrebbe meglio dispiegare le sue competenze e la sua fama di *Made in Italy* che porta prodotti di alta qualità e a basso impatto ambientale. In questo senso anche l'approvvigionamento per esempio nel settore del biologico, che pone una maggior attenzione nella provenienza e produzione del cibo, dove l'Italia vanta diversi primati, può aprire la strada ad importanti progetti. Ciò che rileva maggiormente per la popolazione cinese non è tanto il *Made in Italy* nell'agroalimentare in sé quanto piuttosto la necessità di acquistare anche prodotti *basic*, come frutta e ortaggi, che abbiano una filiera certificata e che escludano il pericolo e la paura della contaminazione. Riuscire a collaborare con la Cina in tale ambito comporterebbe oltre che importanti investimenti anche un avvicinamento con il paese di cui si comprenderebbe una delle sfide e dei problemi più importanti.

---

<sup>355</sup> *Op. cit., Italia in Cina*, gennaio 2014, pp. 8-24.

Secondo le ultime azioni intraprese l'Italia intende valorizzare la sua esperienza in ambito di sicurezza alimentare e divenire in un intervallo medio-lungo il referente principale delle istituzioni cinesi sul tema, proponendo agli interlocutori cinesi un modello avanzato ed efficiente. Tra le iniziative concretamente individuate dall'Italia spiccano tre proposte<sup>356</sup>: l'e-certificate come un sistema di banche dati per la verifica dei certificati fitosanitari per i prodotti destinati all'esportazione in Cina; la tracciabilità del prodotto attraverso sistemi di identificazione tramite etichettatura come prevede la Food Safety Law cinese del 2009 che diano una garanzia al consumatore in tema di qualità e sicurezza; e, infine, l'introduzione di procedure di standardizzazione attraverso lo sviluppo di sistemi di controllo e certificazione per prodotti specifici.

### **3. La debolezza italiana nella GDO: criticità**

Nel settore agroalimentare la GDO rappresenta un elemento fondamentale che integra un canale di presentazione e di distribuzione dei prodotti. L'idea del supermercato rappresenta una novità per la Cina che ha aperto agli investitori stranieri solo nel 2004, seppur formalmente, il mercato al dettaglio e all'ingrosso. Nonostante il recente approccio, i consumatori cinesi hanno risposto in maniera positiva all'introduzione di questo nuovo metodo di vendita dei prodotti alimentari. Anche prima del 2004 le grandi catene internazionali si erano affacciate al mercato, prima tra tutte Carrefour che ha

---

<sup>356</sup> *Op. cit., Pacchetto per la collaborazione sino-italiana nel settore agricolo e della sicurezza alimentare*, p. 19.

confermato ancora una volta la lungimiranza della Francia nell'approccio con il Regno di Mezzo. Purtroppo per l'Italia il settore della GDO ha sempre rappresentato una partita difficile da giocare e mai giocata fino in fondo. La mancanza nel settore è identificata da ICE, Camera di Commercio e i maggiori esperti di Cina come la causa principale della mancata diffusione dei prodotti italiani. In generale, una volta arrivati i prodotti in Cina, la fase più complessa è quella della presentazione, spiegazione e distribuzione al cliente cinese non solo per la diversità dei prodotti ma anche per la vastità del territorio. Avere un supporto nazionale in questo senso, aiuta non solo nell'*iter* a livello di esperienza e comprensione ma anche nella possibilità di privilegiare i propri prodotti. La necessità, invece, di doversi appoggiare ad altre catene di distribuzione internazionali ha messo sempre i produttori italiani in una situazione riconducibile al B2B nella quale quindi il contatto viene creato e portato a termine con un'azienda di distribuzione e non con il cliente. Questo ha anche influito su alcune categorie di prodotto, ad esempio il vino, su cui molti distributori cinesi non se la sono sentita di investire soprattutto in termini di eventi e personali specializzato. Le situazioni di cui invece possono godere altri produttori, quali i francesi, è riconducibile al B2C; potendo contare sulla possibilità di sviluppare un rapporto di fiducia con i clienti, i produttori presentano i propri prodotti nelle GDO nazionali riuscendo ad arrivare direttamente al consumatore finale. Questa differenza comporta una posizione di svantaggio per l'Italia che data la mancanza di GDO nazionali si trova a dover fare affidamento su distribuzioni straniere. Molti operatori del settore ritengono che visto lo sforzo economico e le capacità necessarie per creare una grande distribuzione, l'Italia non disponga oggi di imprenditori ed esperienza

in grado di intraprendere una strada nel settore e debba portare avanti i suoi rapporti commerciali creando e sviluppando relazioni con gli altri distributori. In quest'ottica nel 2012 l'ICE ha organizzato incontri tra produttori italiani di determinati prodotti e dodici operatori cinesi rappresentanti delle più importanti catene di GDO cinesi.

L'unica esperienza tentata ma non riuscita in Cina in ambito di GDO risale al 2008 durante il periodo delle Olimpiadi di Pechino ad opera dell'azienda CRAI. Data la mancanza di un'azienda forte nel settore che sia in grado di fare un tale investimento in Cina, l'alternativa per l'Italia consiste nel perseguire la strada di una trattativa con i grandi distributori cinesi e internazionali oppure intraprendere un investimento a livello di sistema-paese con la collaborazione di diversi organi statali.

### ***3.1. La GDO in Cina: la rivoluzione nei consumi.***

Nel 2004 la Cina ha aperto anche agli investitori stranieri il mercato al dettaglio e all'ingrosso; si è trattato di un'apertura solo formale dato che le grandi catene di GDO<sup>357</sup> internazionali erano già riuscite a penetrare nel mercato<sup>358</sup>. La nuova politica adottata dal governo consente a qualsiasi impresa straniera di registrarsi come società operante nel settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio ponendo il requisito minimo di capitale sociale pari alle aziende nazionali<sup>359</sup>.

---

<sup>357</sup> Carrefour, Metro, W-Mart, Auchan.

<sup>358</sup> *Op. cit.*, ICE, *Market Report Food and Wine*, pp. 14 e seg.

<sup>359</sup> Il capitale sociale minimo è di 500 mila RMB per i grossisti e 300 mila RMB per i dettaglianti.

I supermercati sono arrivati in Cina a metà degli anni '90 creando una vera e propria rivoluzione nella vendita al dettaglio e diventando il luogo principale di riferimento per l'acquisto di generi alimentari. Questo sistema sta cercando di andare a sostituire quello passato generalmente non di grandi dimensioni e molto specializzato che faceva sì che un produttore di diversi prodotti, anche dello stesso settore, dovesse trattare con più distributori per ogni area del paese. Anche in questo caso la spiegazione è di tipo culturale, il negozio a conduzione familiare era il metodo più diffuso perché le persone possono contrattare, toccare con mano la merce e instaurare un rapporto con il venditore<sup>360</sup>. Pur rimanendo comunque l'aspetto di una struttura distributiva particolarmente complessa con una serie di passaggi e figure di raccordo, la novità della GDO ha anche snellito il processo poiché i supermercati raccolgono all'interno di uno stesso luogo molti prodotti e hanno l'obiettivo di acquistare sempre più merci direttamente dall'importatore evitando i numerosi intermediari presenti nella filiera, come ha già iniziato a fare l'azienda Metro con lo sviluppo di una serie di canali di importazione diretta.

La Distribuzione Moderna ha costituito, in Cina come in Occidente qualche anno prima, una risposta del mercato alle mutate condizioni della domanda in termini di preferenze e acquisto dei consumatori. Ha in parte integrato e in parte sostituito il tradizionale sistema di distribuzione al dettaglio; anche in Cina, molti punti vendita di vicinato hanno ceduto e cederanno la propria licenza alle catene distributive.

---

<sup>360</sup> Cfr., SAMMARRA A., SECCHI G., CAPPUCCHETTI E. M., *La gestione delle persone in Cina. La diversità culturale: un'opportunità o una criticità?*, Franco Angeli, 2007, pp. 116 e seg.

I supermercati attualmente presenti in Cina si possono suddividere in due categorie: a capitale estero e di proprietà statale. Tra i primi spiccano Metro, Tesco e Carrefour, che è stato il primo a investire in Cina nel 1995 riscuotendo un impatto positivo non solo per i consumatori ma anche per gli altri operatori del settore che si stavano affacciando a un nuovo tipo di mercato. L'esempio di Carrefour merita un breve approfondimento per il successo che è riuscita ad ottenere in Cina e l'approccio utilizzato che può essere uno spunto per gli imprenditori italiani. Il nome stesso della catena, una volta valicati i confini della Cina, è cambiato diventando *Jialefu* che letteralmente significa portare gioia e felicità alle famiglie. L'esperimento di una via cinese inizia già dalla denominazione per continuare con i prodotti inseriti nei supermercati pensati e presentati per il consumatore cinese; e infine anche con gli addetti si è voluto dare un chiaro segnale dato che in tutto il territorio cinese solo 50 dipendenti sono stranieri e sempre più lavoratori diventano manager.

“Un punto importante è conoscere la psicologia dei consumatori cinesi e il fabbisogno del mercato locale”, così dichiara Legros, presidente per l'area cinese Carrefour quando spiega l'attenzione riposta alle usanze e le necessità dei cinesi, fondamentali per l'azienda. Basti pensare che tra i momenti più proficui dell'impresa francese rientrano le cosiddette ondate di consumo nei periodi di festività cinese, sconosciute al modello occidentale. Sapersi adattare a queste differenze e saperne cogliere le opportunità hanno rappresentato la chiave di successo per il colosso francese. Carrefour ha avuto un grande sviluppo e conta oggi 156 punti vendita dislocati nelle quarantacinque città più importanti della Cina e un totale di 50 mila addetti. Oltre a contribuire attraverso le tasse, gli acquisti e la forza lavoro impiegata, Carrefour concorre allo sviluppo economico

cinese attraverso l'introduzione di moderne tecnologie e know-how nella gestione della vendita al dettaglio<sup>361</sup>.

Per quanto riguarda le aziende statali, invece, fanno riferimento a poche grandi catene distributive che imparano molto dai concorrenti stranieri e che stanno riscuotendo risposte positive dal mercato. Si tratta comunque anche in questo caso di un passaggio complesso e che richiede tempo, i cinesi nonostante il trend di crescita mostrato negli ultimi anni rimangono un popolo di risparmiatori più che di consumatori. Una propensione maggiore verso i consumi è un atteggiamento futuro su cui non si hanno dubbi, ma le tempistiche saranno frutto di molti elementi non collegati tra loro, dall'urbanizzazione al dodicesimo piano quinquennale, dalla nascita di nuovi bisogni a uno sviluppo sostenuto.

### ***3.2. Le criticità dell'Italia nella GDO.***

Gli ostacoli che affronta l'Italia nel settore non sono solo causate dalla complessità del mercato cinese ma dal fatto di essere quasi totalmente assenti con la GDO nel panorama internazionale. L'industria medio-piccola italiana non ha sviluppato grandi catene di distribuzione che potessero competere a livello internazionale e il fatto che tra le maggiori imprese italiane nel settore vi siano due cooperative, Coop<sup>362</sup> e Conad, che hanno limiti statutari per gli utili che

---

<sup>361</sup> C. FRANCA E., "Cina, megamerco in espansione dove la GDO italiana è assente", in *GDO WEEK*, settembre 2010.

<sup>362</sup> La Coop ha una quota di mercato pari a circa il 15%.

possono conseguire<sup>363</sup>, contribuisce alla mancanza di incentivi e a una struttura statica. La creazione di un apparato distributivo in un paese delle dimensioni della Cina comporta un'ampia fase di pianificazione e studio oltre che un investimento ingente, che rappresenta l'ostacolo più grande.

Si possono individuare due elementi che hanno frenato la corsa all'Italia in questo settore, uno di carattere oggettivo e uno soggettivo<sup>364</sup>. Il primo si riferisce alla appena citata difficoltà economica, specialmente in questo periodo la possibilità di avere accesso al credito è spesso un'impresa impossibile che ha danneggiato e scoraggiato le PMI italiane. Il secondo elemento, quello soggettivo, ha le sue radici nella storia italiana, ovvero di un paese che ha dimostrato di non allearsi, di non sapersi "mettere insieme"<sup>365</sup>. Se il problema di un sistema-paese spesso assente e frammentato nelle sue azioni è un dato di fatto, non può non essere considerata la scarsa propensione delle imprese italiane ad allearsi e costruire associazioni e consorzi che permettano un'azione più coesa in Cina in termini di condivisione delle informazioni sul mercato, su fornitori, clienti, ed anche su eventuali sconfitte<sup>366</sup>. Un ulteriore elemento riguarda il fatto che il patrimonio enogastronomico italiano non viene valorizzato, si tratta per lo più di PMI che contribuiscono, data anche la mancanza di collaborazione, a creare una frammentazione della struttura

---

<sup>363</sup> Le società cooperative hanno dei limiti alla distribuzione degli utili, limiti derivanti dalla natura dello scopo mutualistico perseguito; è previsto a riguardo che l'atto costitutivo indichi la percentuale massima degli utili distribuibili e la destinazione di quelli residui (art. 2518 c.c.).

<sup>364</sup> Fonte: Intervista professor Romeo Orlandi.

<sup>365</sup> Ibidem.

<sup>366</sup> Un'analisi condotta da Osservatorio Asia ha mostrato come molte aziende che hanno fallito il loro investimento in Cina siano particolarmente restie a raccontare la loro esperienza e sfuggano pertanto alle statistiche del caso.

produttiva<sup>367</sup>. Un miglioramento del sistema-paese, quindi, non significa solo una presa di posizione più forte da parte delle istituzioni ma anche la creazione di una rete di associazioni che favoriscano la collaborazione tra le imprese di uno stesso settore e possano, in parte, sopperire alla mancanza di porre in essere uno sforzo economico molto grande<sup>368</sup>.

I prodotti italiani, inoltre, soffrono la concorrenza di quelli prodotti da economie più deboli sulla carta, come l'Olanda, ma con una strategia più efficace di penetrazione del mercato cinese. Si è registrata un'unica esperienza di GDO italiana in Cina, spesso apostrofata come uno dei più grandi fallimenti del *Made in Italy* nel paese asiatico. L'azienda di distribuzione italiana CRAI<sup>369</sup> decide di investire sulla realizzazione del progetto Piazza-Italia a Pechino nel 2008, anno delle Olimpiadi cinesi con il proposito di permettere ai prodotti italiani di penetrare efficacemente il più grande e uno tra i più difficili mercati al mondo. I prodotti distribuiti su tre piani dovevano rappresentare il meglio della gastronomia italiana tra ristoranti, bar e cantina di vini. Nonostante il grande entusiasmo dopo appena quattordici mesi l'azienda è stata costretta a chiudere, ufficialmente per lavori di ristrutturazione, ma si ritiene che dietro vi fosse un grande indebitamento causato da ingenti spese e un'errata valutazione del mercato cinese. Erano emersi anche problemi con i pagamenti dei lavoratori cinesi e in seguito l'obbligo per il manager della società di rimanere a Pechino fino alla risoluzione delle controversie. Il fallimento di questa esperienza

---

<sup>367</sup> Fonte: Intervista Dottor Giuseppe Russo, ICE Shanghai.

<sup>368</sup> Fonte: Intervista Dottor Antonio D'Angiò, Unicredit Shanghai.

<sup>369</sup> La società di diritto cinese è la CRAI Beijing partecipata al 61% dalla Tac e dal 39% dallo Stato attraverso la Simset, controllata al 76% dal ministero per lo sviluppo economico.

italiana, sottolineato dalla stampa locale come un esempio di come gli italiani avessero sottovalutato il consumatore cinese, riflette tutte le debolezze e gli errori dell'approccio italiano alla Cina. Anche nel momento in cui vengono reperiti i fondi per provare un'impresa come quella della distribuzione in Cina, gli errori sono stati troppi e troppo elementari. La probabilità che un insieme di prodotti esclusivamente italiani, per lo più coperti da un *premium price* esagerato, possa essere acquistato da un consumatore cinese è molto bassa. Se si aggiunge a ciò un ambiente totalmente italiano nel contenuto e nella presentazione, si incorre in una sottovalutazione del consumatore cinese che, fiero e orgoglioso della sua cultura enogastronomica, stenterà ad entrare in una piccola Italia a Pechino.

L'esperienza italiana fallisce e lo fa per gli stessi motivi che specularmente hanno fatto riuscire il modello francese: attento studio e attenzione al consumatore cinese e alle sue abitudini e una ostinata volontà di rappresentare un canale francese sotto spoglie cinesi. L'esperimento ha reso chiaro all'Italia quanto non basti più, e forse non sia mai bastato, il nome *Made in Italy* per vendere nell'agroalimentare ma sia necessario vendere la qualità, la sicurezza del cibo, non volendo esportare l'Italia in Cina, ma proponendo alla Cina di conoscere l'Italia.

Di sicuro, il fatto di non avere una buona rete di presentazione e distribuzione farà sì che le opportunità dei prossimi anni, specialmente concentrate nelle città di seconda e terza fascia che cercano qualità e quantità, non siano sfruttate pienamente. Queste opportunità parlano di una classe media che cresce e che ricerca diverse tipologie di beni ma ha bisogno di essere efficacemente raggiunta sia per un'informazione e spiegazione dei prodotti sia per poterli

effettivamente reperire. I beni italiani sono al momento ancora troppo costosi per questa classe media e faticano ad essere riconoscibili a causa della mancanza di un percorso di pubblicità e informazione a monte.

Si tratta comunque di un processo *in fieri*, che potrebbe aprire nuove opportunità e scenari; al momento l'importazione di prodotti agroalimentari per il consumo al dettaglio è un fenomeno che è iniziato da poco più di un decennio e riguarda ancora quantità modeste di prodotti. Non si è ancora creata una categoria esperta di importatori-distributori che sanno come muoversi nel mercato cinese. Questo contribuisce a una difficoltà maggiore che incontrano le imprese italiane a trovare un importatore e, spesso, quando lo trovano, le richieste di investimento per entrare nel mercato sono proibitive. Si sta sviluppando più di recente un nuovo gruppo di importatori più professionali che offrono maggiori opportunità di sbocco per i prodotti esteri.

Si aggiunge a questo scenario il cambiamento che la globalizzazione ha portato. Il sistema paese con i suoi uffici sul territorio cerca di dare un sostegno pubblico alle aziende verso la logica dell'internazionalizzazione, quindi di un aumento dell'export che aumenti il Pil del paese. La nuova dimensione della globalizzazione ha però cambiato il concetto di internazionalizzazione, ha fatto sì che molti concetti sbiadissero<sup>370</sup>. Oggi, per esempio, un bene prodotto nel Guangdong ha il *know-how* italiano, materiali giapponesi o americani, e assemblaggio in Cina o in Vietnam; qual è quindi l'origine del prodotto? Come incide l'internazionalizzazione?

---

<sup>370</sup> Fonte: Intervista professor Romeo Orlandi.

Nel rapporto con la Cina, attualmente una dimensione internazionale consiste nel riuscire a capire quali siano i bisogni cinesi e riuscire a soddisfarli. Così come la meccanica e il lusso sono riuscite a sfondare le porte cinesi, così anche nel sistema casa-persona-alimentare la chiave è quella di riuscire a capire i bisogni e interpretarli; quindi un qualcosa che la Cina non riesce ancora a fare, un sistema alimentare più sano, più sicuro e più vario senza la pretesa di cambiarne i connotati culturali.

#### **4. Prospettive future del settore agroalimentare.**

L'analisi fino a ora condotta porta a concludere che il settore agroalimentare è e sarà uno dei più rilevanti e su cui vi saranno più sfide da giocare in futuro, per la Cina ma non solo. I gravi danni ambientali che sono stati causati da decenni di sfruttamento esasperato dell'ambiente hanno messo in rilievo il tema della sicurezza e un generale innalzamento degli standard di vita ha contribuito all'emersione di nuove esigenze per la popolazione cinese. Abbandonare il mercato cinese significa perdere il secondo mercato più grande al mondo destinato a diventare il primo nel giro di qualche anno. D'altro canto, le soluzioni che l'Italia può intraprendere ci sono e sono diverse. La possibilità di riproporre l'idea di una Grande Distribuzione italiana è una soluzione che richiede un grande sforzo economico e di pianificazione, la sua realizzabilità è complessa, ma facendo tesoro degli errori commessi con l'esperienza del 2008, i risultati potrebbero essere positivi.

Il secondo ambito in forte crescita è quello della ristorazione e delle relative catene. Specialmente nelle città di prima e seconda fascia il ristorante italiano

rappresenta uno *status symbol* e sempre più cinesi ne sono incuriositi. La ristorazione deve essere usata come vetrina per i prodotti italiani, per farne assaporare i gusti e spiegarne le proprietà, talvolta unendoli alla cucina cinese nell'ottica di portare qualche alimento anche oltre i ristoranti e bar italiani.

Il terzo ambito, quello più innovativo e che promette risultati più brillanti assieme a un investimento relativamente basso riguarda il commercio *online*. Se la Cina si sta avviando a essere il primo mercato dei consumi nel mondo reale, lo è già nel mondo virtuale: degli oltre 591 milioni di persone con accesso alla rete, 242 milioni portano a termine acquisti *online* con una spesa pro-capite annua di 490 dollari e rappresentano il 3,3% del valore totale delle vendite al dettaglio rendendo così la Cina il primo mercato in termini di acquisti sulla rete<sup>371</sup>. Questo settore, inoltre, ha margini di crescita notevoli nei prossimi anni: è prevista una crescita degli acquirenti a 330 milioni con una spesa pro-capite annua di 1000 dollari per un giro di affari di 315 miliardi di dollari nel 2015 e 650 miliardi di dollari nel 2020<sup>372</sup>.

#### ***4.1 . I canali della Grande Distribuzione Organizzata e della Ristorazione.***

Decidere di investire sulla GDO può assumere diverse forme. Una prima, più ambiziosa, potrebbe vedere un investimento congiunto da parte di consorzi, associazioni, catene già attive in Italia, magari sostenuti da una partecipazione statale attraverso il fondo Simset, come successe con il progetto CRAI, che predispongono un investimento dopo una attenta pianificazione sul territorio. Riprovare un investimento in un ambito in cui si ha precedentemente fallito può

---

<sup>371</sup> *Op. cit., Bollettino Economico Repubblica Popolare Cinese*, primo semestre 2013, p. 4.

<sup>372</sup> Fonte: Boston Consulting Group.

essere un buon segnale, oltre che la conferma di non voler abbandonare un settore così importante. Per le ragioni affermate nel medesimo capitolo, l'importanza di avere un canale di distribuzione nazionale è considerato spesso il *discrimen* fondamentale e la possibilità di avere una vetrina dove poter far conoscere direttamente i prodotti italiani accompagnati da una dimensione cinese è l'auspicio di molti investitori. Sulla base, inoltre, dell'importanza che si sta dando alla qualità dell'alimentazione e del riconoscimento che gode l'Italia a riguardo, questo sembra essere il momento giusto per investire e proporre un'Italia che si sa distaccare dalla piccola dimensione in cui è abituata a operare. Investimenti nella consolidazione di una rete distributiva, nella logistica, nel marketing sono di un'importanza imprescindibile e in loro assenza gli altri tipi di azioni, quali fiere e promozioni, non sempre ottengono risultati efficaci in quanto manca una struttura di sostegno a monte.

Oltre a questa possibilità, negli ultimi anni si è sviluppato il canale della ristorazione che funge da strumento di conoscenza e diffusione dei prodotti italiani ai cinesi<sup>373</sup>. Il ristorante rappresenta la dimensione occasionale a cui sempre più consumatori cinesi si rivolge nella sua quotidianità e i ristoranti italiani oltre a rappresentare il più grande numero in Cina, ad esclusione delle cucine asiatiche, godono di una buona fama nel mondo cinese. Da un punto di vista strategico la ristorazione rappresenta un canale di creazione di "consumatori di ritorno", i clienti infatti nel caso in cui abbiano gradito il prodotto saranno poi propensi a cercarlo sul mercato. La ristorazione, inoltre, è stata determinante e rappresenta un elemento di successo dei prodotti italiani

---

<sup>373</sup> Cfr., Rapporto Cina, Infomercati Esteri, a cura di Ambasciata d'Italia in Cina, 2012.

in molti mercati dove si registravano debolezze analoghe a quelle cinese, ad esempio la Russia.

La scelta che viene fatta dal singolo imprenditore o dal paese deve obbligatoriamente avere un approccio verso l'ampliamento geografico dell'attività di penetrazione commerciale delle città di seconda e terza fascia che sono le più difficili da raggiungere e quelle che presentano le maggiori opportunità, a differenza dei grandi poli economici che sono, per molti aspetti, saturi. Non essendo riusciti a penetrare là dove era più facile per vicinanza geografica e supporto delle infrastrutture risulta complesso pensare di farlo in un terreno più complesso, ma non farlo significa lasciare una parte considerevole del mercato cinese.

#### ***4.2 . La realtà dell'e-commerce.***

L'*e-commerce* è la più grande novità che ha caratterizzato il mercato cinese negli anni più recenti e che lo ha reso il più grande mercato virtuale del mondo. Si presenta come uno strumento vincente non solo per le modalità che consentono al consumatore di ordinare dal computer o, come già fanno in 55 milioni, utilizzando un dispositivo mobile e di ricevere comodamente a casa quanto ordinato ma anche perché permette di accorciare le distanze in un territorio immenso. Rendere un prodotto riconoscibile attraverso l'uso di internet significa avere potenzialmente decine di milioni di possibili consumatori.

Nel luglio del 2011 ottantatré imprese sono state selezionate come modelli per lo sviluppo del settore *e-commerce* e sono stati inseriti i regolamenti del settore come linee di sviluppo nel Dodicesimo piano quinquennale. La linea del governo è stata piuttosto compatta in questo senso, ha esortato le grandi imprese a

dotarsi di una piattaforma *online* per sviluppare il settore del *retail* e nel 2012 ha emanato una circolare per lo sviluppo del commercio online in città pilota tramite la standardizzazione delle pratiche, la regolamentazione dei pagamenti virtuali e l'utilizzo di carte elettroniche.

La realtà del commercio *online* è, dunque, affermata già da qualche anno ma sembra non conoscere soste, secondo i dati del 2012 gli utenti erano arrivati a 242 milioni con un aumento del 21% rispetto al 2011, superando così i 75 milioni di utenti americani e doppiando i giapponesi<sup>374</sup>. Le stime parlano di un aumento del commercio *online* del 41% nel 2015, rispetto ai dati del 2013 e per capire a pieno la portata di tale fenomeno basti pensare che ogni minuto in Cina sono vendute 2950 paia di scarpe da donna, 1368 vestiti da donne e ogni secondo vengono spesi 40 mila dollari.

Tra i dati più rilevanti quelli del *Singles Day* hanno lasciato perplessi molti osservatori del mercato. La Cina con grande lungimiranza e conoscenza della sua popolazione ha stabilito che l'11 di novembre, giornata dedicata a tutti i single, debbano essere effettuate delle offerte da parte delle piattaforme virtuali così da favorire un momento dedicato a concedersi un regalo per i milioni di single nel paese. La lungimiranza non riguarda soltanto il tema scelto ma anche il momento dell'anno, novembre, infatti, è un periodo piuttosto depresso nell'economia annuale cinese dato che segue la festa d'autunno e precede il capodanno cinese di gennaio. Anche da un punto di vista economico quindi si tratta di una scelta vincente. Durante la prima ora sono stati acquistati beni per un valore di 16 milioni dollari e alla fine della giornata si è registrato un totale

---

<sup>374</sup> Fonte: Rapporto rilasciato il 21 febbraio 2013 dal China National Network Information Center (CNNIC).

di 5 miliardi e 700 milioni di dollari, il più grande risultato mai raggiunto in una singola giornata. Questo tipo di strumento ha colto un altro bisogno importante, rispondendo alla necessità di stare comodamente a casa propria e richiedere i beni che si desiderano; necessità ancor più consistente in un paese che presenta distanze enormi e città dove alcuni beni non sono ancora arrivati. Specialmente all'inizio di questo *boom* le problematiche legate ai tempi di consegna e alle grandi distanze sono state importanti e hanno fatto nascere numerose critiche e la paura di frodi, ma la ricerca di sofisticazione del servizio ha già portato a risultati notevoli dopo solo un anno.

Per quanto riguarda la tipologia di prodotti maggiormente venduta online gli elettrodomestici ricoprono il 38%, seguiti dalla moda al 16% e da musica e libri al 15%. Inaspettatamente, anche i prodotti alimentari godono di un 4% nelle vendite virtuali e secondo le stime si tratta del settore che ha i maggiori margini di crescita nel mercato virtuale<sup>375</sup>.

#### **4.2.1. Analisi del mercato virtuale.**

Il mercato online presenta almeno due tipi di attività, il segmento dei siti B2C e quello dei siti C2C. Il primo tipo rappresenta la relazione *business-to-consumer* quindi il rapporto tra l'azienda che presenta i suoi prodotti online e fa le offerte al consumatore e crescerà, secondo le stime, dal 29,8% del 2013 al 40,7% del 2015 a scapito del segmento C2C che prevede un rapporto diretto tra *consumer-to-consumer* e che si ridurrà di conseguenza. La più grande piattaforma cinese è

---

<sup>375</sup> *Op. cit., Italia in Cina*, marzo 2013, pp.51-52

T-Mall<sup>376</sup>, portale vendita *business-to-consumer* che ha aperto nell'aprile del 2008 e riunisce 73 mila marchi cinesi e internazionali; rappresenta il 55% del commercio elettronico in Cina. Nonostante il fatto che su questa piattaforma si trovino molti marchi concorrenti è stato scelto anche da importanti marchi italiani quali Ferrero e Reply per il fatto che offre la possibilità di inserirsi in un canale già consolidato e utilizzato da un vasto pubblico di consumatori. Nel segmento C2C, invece, sono venduti prodotti più orientati al basso prezzo che alla qualità e la posizione dominante è ricoperta da Taobao<sup>377</sup>.

Il segmento dominante è quello del B2C e ogni piattaforma ha iniziato specializzandosi in una determinata categoria di prodotto e diversificando successivamente la propria offerta su più beni. Uno dei maggiori rischi in cui può incorrere il consumatore è quello delle frodi di cui si è registrato un alto numero nel 2012. Tali illeciti potevano riguardare le caratteristiche della merce, la consegna, i materiali. Taobao è stato tra i più efficienti a prendere delle misure di precauzione bloccando il denaro fino alla consegna del bene in modo tale che il consumatore possa effettivamente vedere se il bene che riceve corrisponde a quello che ha comprato e successivamente proceda a sbloccare il pagamento. Il fenomeno del mercato cinese online rappresenta l'ennesima prova della complessità di un mercato caratterizzato da grandi oscillazioni; la chiave del successo è quella di capire le esigenze del consumatore cinese.

---

<sup>376</sup> Alibaba Group è una compagnia fondata nel 1999 da Jack Ma sotto il dominio di Alibaba.com con lo scopo di connettere produttori cinesi con acquirenti e distributori internazionali. Ha la sua sede ad Hangzhou ed è composta da una famiglia di compagnie minori attive nel campo del commercio elettronico tra cui spiccano Taobao un equivalente di e-bay nel C2C e T-Mall, leader nel B2C.

<sup>377</sup> Taobao ha registrato transazioni nel 2011 per 63 milioni di dollari e controlla il 90,7% del segmento.

#### **4.2.2. Perché l'e-commerce in Cina è una grande opportunità per l'agroalimentare italiano.**

Il tipo di commercio online si presenta come un ottimo strumento per l'Italia dato che richiede un investimento minore e tempi più brevi per la sua attuazione. Il processo comunque non deve essere sottovalutato, la vendita *online* al pari di quella *offline* deve essere appoggiata da una campagna pubblicitaria e di riconoscimento del prodotto al fine di evitare critiche e delusioni una volta ricevuto il prodotto.

Il commercio sulla rete consente di promuovere in maniera aggregata i prodotti italiani contribuendo a costruire una strategia di promozione sistemica attraverso i collegamenti che possono essere effettuati sul social network. Inoltre, uno spazio online può essere un metodo meno rischioso per sperimentare il proprio prodotto e farlo conoscere in tutta la Cina facendo da trampolino per l'eventuale apertura di negozi reali. In questo senso anche l'incontro con un partner cinese può essere facilitato da un primo approccio virtuale dell'azienda.

Sussistono, tuttavia, anche dei rischi in particolari attinenti alla registrazione del marchio; è necessario eseguirla previamente sia per il marchio che per il dominio per evitare violazioni dei diritti di proprietà intellettuale<sup>378</sup>.

Il mercato si sta in questo senso sviluppando sempre di più, a Shanghai è stata da poco aperta la prima piattaforma transfrontaliera nella nuova Free Trade

---

<sup>378</sup> Nel Rapporto rilasciato dall'Unione Europea "*Facts and figures on EU-China trade: Did you know?*" è stato calcolato che il 20% di potenziali guadagni in Cina viene perso per furti di proprietà intellettuale.

Zone all'interno di un piano di internazionalizzazione dello Yuan. Inoltre le piattaforme già attive hanno piani di investimento che prevedono un ampliamento del business dalle aree più ricche della costa alle città di seconda e terza fascia che saranno il vero motore di sviluppo dei prossimi anni.

Anche l'Italia sta facendo dei progressi in questo senso e sembra voler investire nel canale virtuale. A tal proposito nel luglio del 2013 l'amministratore delegato di Poste Italiane, Massimo Sarmi, ha siglato un accordo per favorire i gruppi italiani che intendono avere uno spazio nel mercato virtuale cinese. Questo strumento si presenta come una soluzione efficace per le aziende che intendono investire e sarà anche disponibile un canale di supporto e assistenza tecnica per rendere meno gravose le difficoltà di carattere linguistico, fiscale e amministrativo<sup>379</sup>.

Per quanto riguarda il settore del commercio elettronico legato ai prodotti agroalimentari, i dati parlano di un'area che al momento ricopre il 4% dei consumi ma che è destinata a crescere notevolmente nei prossimi anni. Tenendo conto degli alti investimenti che richiede un ingresso nel commercio reale e del fatto che i prodotti che si possono esportare in Cina possono essere mantenuti nei depositi e spediti<sup>380</sup>, il canale *online* si presenta come l'alternativa più vicina alle possibilità italiane.

---

<sup>379</sup> BUZZETTI E., "La via italiana all'e-commerce cinese", in *Orizzonte Cina*, settembre 2013.

<sup>380</sup> Essendo per lo più prodotti non freschi, di cui sono state vietate le importazioni dalla legge cinese, si tratta di beni sottovuoto o comunque a lunga conservazione che possono resistere a un periodo di giacenza nei magazzini.

La più vasta modalità di vendita esistente in Cina ha sviluppato anche in campo alimentare piattaforme molto forti non solo con i prodotti locali ma anche con una vasta gamma proveniente da tutto il mondo. È un tipo di vendita che ha rivoluzionato il modo di fare commercio con i cinesi che fino a dieci anni fa era prevalentemente fatto di grandi mercati dove si facevano trattative.

Concretamente, le piattaforme web non sono coloro che importano ma le prime hanno stipulato contratti con gli importatori che organizzano l'importazione e successivamente anche la spedizione a casa per il cliente, dunque la piattaforma si occupa solamente del rapporto nel *web*. Ci sono anche altre modalità, per esempio alcune piattaforme fanno contratti con società di trading cinesi che a loro volta hanno contratti con produttori, italiani o stranieri; la società nel contratto con il produttore chiede esplicitamente di far arrivare la merce ordinata al cliente finale e quindi ogni singolo pezzo comprato partirà indipendentemente dalla società di produzione e non passerà dalle mani dell'importatore ma andrà direttamente all'acquirente finale. Questo sistema, tuttavia, avviene per lo più con oggettistica e non con merce agroalimentare a causa delle leggi cinesi che obbligano al controllo di ogni prodotto importato dall'ente incaricato per la certificazione sanitaria. Inoltre, l'Electronic Data System (EDS) locale che consente l'applicazione di licenze commerciali dovrebbe essere semplificato e reso più accessibile così da rendere meno limitata la partecipazione delle compagnie straniere al mercato *online*<sup>381</sup>.

---

<sup>381</sup> "The national demand for faster, more efficient and sophisticated express services continues to grow. Nevertheless, market participation by foreign companies is limited. The domestic EDS business license application process should be simplified and completed in a timely manner...", cfr., *European Business in China Position Paper 2013/2014*, European Chamber, 2013, p.312.

Unica alternativa in campo alimentare sarebbe quella di creare un sito indipendente dall'impresa al consumatore, portando comunque una serie di rischi maggiori legati alla novità e alla non conoscibilità del prodotto.

Creare quindi una propria struttura non sembra la soluzione più conveniente, quantomeno all'inizio quando il marchio deve essere conosciuto e si devono comprendere i meccanismi di questo tipo di mercato<sup>382</sup>.

Essendo un mercato che si è sviluppato in maniera esponenziale la vera forza è nelle mani dei siti più importanti che hanno iniziato per primi e che continuano a crescere a dismisura come popolarità e vendite. Esiste però il lato negativo di una situazione che sta portando con la sua sofisticazione in termini di servizi e vendite un incremento delle difficoltà per chi intende lavorare con queste piattaforme soprattutto in relazione alle restrizioni e agli obblighi a causa dell'aumento degli standard di qualità. Ogni sito cercherà sempre più di dare al cliente un servizio impeccabile sia sulle tempistiche di consegna che sulle qualità del prodotto aumentando così gli obblighi, dettati *in toto* dall'azienda che possiede la piattaforma, della società che si fa carico di importare e consegnare la merce al cliente finale<sup>383</sup>.

#### **4.2.3. L'Italia nel commercio enologico virtuale.**

Nei paragrafi precedenti l'analisi effettuata sulla Grande Distribuzione e i canali di presentazione hanno messo in luce come l'Italia sia piuttosto debole nel settore e rischi di non sfruttare le possibilità che continuerà a offrire il mercato cinese. Il commercio *online* potrebbe in parte ovviare a questi ostacoli. *L'iter* per

---

<sup>382</sup> Fonte: Intervista al Dottor Giordano Zizzi, importatore di vini in Cina per la società Venas Vinus.

<sup>383</sup> *Ibidem*.

riuscire ad inserirsi nella piattaforma virtuale comprende comunque una serie di pratiche amministrative, in termini di licenze e di ricerche che rendono il percorso abbastanza complesso e sono in molti ad auspicare una semplificazione.

Una ricerca condotta tra importatori italiani di vini in Cina, in particolare nella zona di Shanghai e Hangzhou ha messo in luce le principali criticità che si devono affrontare. Innanzitutto la difficoltà nell'ottenere la documentazione rilasciata dagli enti governativi, sempre piuttosto lenti, che non si rivela quasi mai totalmente ben eseguita. In secondo luogo vi è un problema legato alla difficoltà delle cantine italiane di capire quanto sia importante non solo cercare di vendere ma anche e soprattutto cercare di investire su chi importa in Cina aiutandolo in promozioni e supporto finanziario. Generalmente il produttore ha bisogno di un certo numero di ordine per "credere" nell'importatore, quindi le difficoltà da parte della cantina sono maggiori in quando l'importatore coopera maggiormente con chi appoggia, fin dall'inizio, un piano di promozione fatto dallo stesso importatore. Sempre questo atteggiamento fa sì che i produttori tendano a vendere il più possibile e quindi non pensano a focalizzarsi su un unico imprenditore aspettando il tempo necessario perché egli cresca e si crei una rete solida e duratura; inoltre la vendita a più importatori, mossa dalla preoccupazione di vendere il più possibile crea una grande confusione sul mercato sia a livello di prezzi che di contatti portando spesso alla rottura dei rapporti con l'importatore. Terza e importantissima problematica è quella legata alla promozione. Nella maggior parte dei casi le cantine non credono che sia necessaria una pesante campagna pubblicitaria per far conoscere e apprezzare un prodotto come il vino che, come molte eccellenze italiane, è molto

lontano dalle abitudini cinesi. In questo senso, i prodotti e i fondi destinati alla realizzazione di eventi per far conoscere il prodotto sono alquanto scarsi e il rapporto investimento-cantina è direttamente proporzionale alle vendite dato che l'immagine del prodotto deve essere costruita dal nulla. Infine, la difficoltà più grande che si è riscontrata riguarda il rapporto con gli importatori cinesi che tendono a lavorare con chi da maggiori vantaggi in termini di pagamenti posticipati, a quattro o sei mesi, ed eventi organizzati. In questo scenario la competizione naturalmente non è solo tra cantine e quindi produttori italiani ma di tutto il mondo. La Cina quindi si presenta sì come un mercato in forte crescita e che offre buone possibilità ma la competizione è alta e vede tutto il mondo che cerca di inserirsi in uno stesso mercato.

Per le ragioni precedentemente esposte, sono state intraprese diverse iniziative anche con la collaborazione della Camera di Commercio e del Ministero per lo Sviluppo Economico e il settore dei vini è quello su cui si è deciso di concentrare gli investimenti. La decisione deriva sia dal fatto che il vino, nel panorama delle esportazioni dell'agroalimentare rappresenta il 20,6% sia dal fatto che vista la diminuzione dei consumi interni, l'export diventa il principale driver della domanda aggregata e la Cina è il mercato più promettente a cui rivolgere un investimento<sup>384</sup>. Inoltre, tra i maggiori problemi che si sono registrati nella vendita di tale prodotto, la mancanza di canali di presentazione è stata cruciale, tenendo conto che anche gli importatori generalmente attivi nella Grande Distribuzione si sono mostrati più restii nei confronti del vino.

---

<sup>384</sup> *Op. cit., Italia in Cina*, settembre 2013, pp. 13-17.

Oltre a ciò il vino rimane il settore nel cui l'Italia detiene un primato mondiale ma in Cina sconta una debolezza strutturale; su cento bottiglie importate in Cina, cinquantacinque sono francesi e solamente cinque italiane. Gli ultimi anni, tuttavia, hanno visto la quota italiana aumentare e l'*e-commerce* può essere l'elemento chiave per una crescita dei consumi dei vini italiani vista la premiante tendenza dei consumatori cinesi ad informarsi su internet. Si può quindi affermare che il commercio *online* sarà, a parità di condizioni per l'Italia, il metodo che riserverà i risultati più importanti in campo alimentare. I fattori analizzati precedentemente non solo a livello di marketing ma anche di sviluppo di una componente socio-culturale devono essere considerati il driver per la crescita dei prossimi anni, sulla base del principio che per poter vendere nel mercato cinese è necessario, innanzitutto, capire che cosa i consumatori cinesi vogliono e cosa non sono (ancora) in grado di fare. La relazione con il mercato cinese deve essere pensata sul lungo periodo considerando, tuttavia, un atteggiamento flessibile per un mercato che continua a cambiare le sue esigenze e a svilupparne di nuove.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **TESTI:**

**ALVI G.**, *Il capitalismo, verso l'ideale cinese*, Venezia, Marsilio Editori, 2011.

**ALVI G.**, *L'anima e l'economia*, Milano, Mondadori, 2005.

**COASE R., WANG N.**, *How China became capitalist*, Londra, Palgrave Macmillan, 2013.

**BAGNAI A., MONGEAU OPSINA C. A.**, *Geografia economica e politica- Economia europea e internazionale*, Dipartimento di Economia e Storia del Territorio dell'Università "G. D'Annunzio" di Chieti-Pescara, 2010.

**BARBIERI P., ORLANDI R., PRODI G.**, *Supply China Management, Strategia, approvvigionamenti e produzione: opportunità e sfide per le imprese italiane nel paese del dragone*, Bologna, il Mulino, 2011.

**BARZOTTA P.**, *Consumi interni: quello che i cinesi vogliono*, in *Modello Cina*, L'Asino d'oro, Roma, 2011.

**BIANCHI P., POZZI C.**, “Crisi economica e politica industriale”, in Bianchi P., Pozzi C. (a cura di), *Le politiche industriali alla prova del futuro. Analisi per una strategia nazionale*, Il Mulino, Bologna, 2010.

**BLANCHARD J. O.**, *Macroeconomia*, Il Mulino, Bologna, 2011.

**FONTANA F., CAROLI M.**, *Economia e Gestione delle imprese*, McGraw-Hill, Milano, 2006.

**GERSCHENKRON A.**, *Economic Backwardness in Historical Perspective, A book of Essays*, Belknap Press, London, 1962.

**GRILLO M. SILVA F.**, *Impresa concorrenza e organizzazione. Lezioni di economia e politica industriale*, Carocci Editore, 1989.

**GUERRIERI P., IAMMARINO S., PIETROBELLI C.**, *New Challenges for Industrial Districts: Global Production Networks and Knowledge Diffusion*, in *The Global Challenge to Industrial Districts, Small and Medium-sized Enterprises in Italy and Taiwan*, Edward Eglar, 2003.

**GEORGESCU-ROEGEN N.**, “L’economia della produzione”, in Georgescu-Roegen N., *Energia e miti economici*, Bollati Boringhieri, Torino, 1982.

**GERSCHENKRON A.**, *Economic Backwardness in Historical Perspective: A Book of Essays*, Harvard University Press, Cambridge, 1962.

**GONG X., KONG S. T., LI S., MENG X.,** *Rural-urban migrants: a driving force for growth*, in *China's Dilemma: Economic Growth, the Environment, and Climate Change*, Stati Uniti 2008.

**HAMILTON G. G.,** *Asian Business Networks*, Walter de Gruyter, Berlino, 1996.

**HUANG Y.,** *China: Getting the Rural Issues Right*, in *New Ideas on Development after the Financial Crisis*, Johns Hopkins Press, Baltimore, 2011.

**IMBRIANI C., LOPES A.,** *Aggregati macroeconomici e struttura finanziaria. Mercati, istituzioni e politiche*, UTET Università, Torino, 2006.

**JIE Y,** *Il caso Liu Xiaobo ha colpito i punti deboli del "modello Cina"*, in *Modello Cina, L'asino d'oro*, Roma 2011.

**LEE K., KIM J., WOO W.T.,** *Power and Sustainability of the Chinese State*, New York, Routledge, 2009

**MING D., CHEN J.,** *Inside Chinese Business: A Guide for Managers Worldwide*, Boston, Harvard Business School Press.

**NAUGHTON B., PRODI G. et al.,** *Modello Cina, L'asino d'oro*, Roma 2011.

**NGAI P.**, *Cina, La società armoniosa. Sfruttamento e resistenza degli operai migranti*, Jaca Book, Milano, 2012.

**ORLANDI R., PRODI G.**, *A volte producono. Le imprese italiane in Cina*, Bologna, il Mulino, 2006.

**PIERANNI S.**, *Il nuovo sogno cinese*, Manifestolibri, Roma 2013.

**RAMO J.C.**, *The Beijing Consensus*, The Foreign Policy Centre, Londra, 2004.

**RULLANI E.**, *Economia della conoscenza e dell'impresa diffusa, Territori intelligenti, reti estese e innovazioni sostenibili per portare il "made in Italy" fuori dalla crisi*, in *Rinforzare la rete - Imprese e istituzioni nel tempo dell'innovazione e della discontinuità*, Bologna, Il Mulino, 2010.

**SAMMARRA A., SECCHI G., CAPPUCITTI E. M.**, *La gestione delle persone in Cina. La diversità culturale: un'opportunità o una criticità?*, Franco Angeli, 2007.

**SONG L., Woo W.T.**, *China's Dilemma: Economic Growth, the Environment, and Climate Change*, Stati Uniti, Asia Pacific Press, 2008.

**STIGLITZ J. E., YUSUF S.**, *Rethinking the East Asia Miracle*, World Bank and Oxford University Press, Washington, 2001.

**WEBER M.**, *Il Miracolo Cinese perché bisogna prendere la Cina sul serio*, Il Mulino, Bologna, 2001.

**WALTER C. E., HOWIE F. J. T.,** *Red Capitalism, The Fragile Financial Foundation of China's Extraordinary Rise*, John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd., Singapore, 2011.

**ZHAO S.,** *Il modello Cina e la sua sostenibilità*, in *Modello Cina, L'asino d'oro*, Roma 2011.

**RIVISTE:**

**ANDORNINO G., GABUSI G.,** "Il miraggio della crescita armoniosa", in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, giugno 2010.

**BARBATELLI C.,** "Dilemmi dell'imprenditore in Cina: come scegliere l'area industriale (ETDZ) in cui investire", in *Economia & Management*, 2005.

**BATTISTEL P.,** "Cina, grande esportatore ma non autosufficiente", in *Colture Protette*, marzo 2013.

**BECCATINI G.,** "From Marshall's to the Italian "Industrial Districts". A Brief Critical Reconstruction", in *Complexity and Industrial Clusters, Contribution to Economics*, Physica Verlag, Heidelberg, 2002.

**BUZZETTI E.**, “La via italiana all’e-commerce cinese”, in *Orizzonte Cina*, settembre 2013.

**CAO Y.**, “Lo spettro del collasso ambientale”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, gennaio 2014.

**CARTLEDGE S.**, “China’s first multinational?” ,*China Economic Quarterly*, September 2008.

**COASE R., WANG N.**, “How China Became Capitalist”, *Cato Policy Report*, Washington, gennaio-febbraio 2013.

**COUGHLIN C., SEGEV E.**, “Foreign Direct Investment in China: A Spatial Econometric Study”, in *The World Economy*, gennaio 2000.

**CRISTALDI S.**, “L’Italia che produce in Cina”, *Osservatorio Asia*, settembre 2005.

**DE SANCTIS G.**, “La tutela della Proprietà Intellettuale nei Rapporti d’Affari in Cina”, Istituto Commercio Estero, Pechino.

**DEI OTTATI G.**, “Distretti Industriali italiani e doppia sfida cinese”, in *Rivista dell’Associazione Rossi-Doria*, 2009.

**DREZNER D.W.**, “Bad Debts: Assessing China’s Financial Influence in Great Power Politics”, *International Security* 34 n. 2, 2009, pp. 7-45.

**EVERS D.H.**, “Knowledge hubs and knowledge clusters: Designing a knowledge architecture for development”, University of Bonn, *Munich personal RePEc Archive (MPRA)*, 2008.

**GABRIELE A.**, “The role of the State in China’s Industrial Development: a Reassessment”, *Munich Personal RePEc Archive*, 2009.

**GABUSI G.**, *Lotte di potere dietro la crociata anti-corrruzione*, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, settembre 2013.

**GABUSI G.**, “Le ambizioni del nuovo piano quinquennale”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, aprile 2011

**GIRMA S., GONG Y.**, “FDI, Linkages and the Efficiency of State-Owned Enterprises in China”, *The Journal of Development Studies*, London, Maggio 2008.

**Hu A.**, “The Distinctive Transition of China’s Five-Year Plans” in *Modern China*, Tsinghua University, Beijing, november 2013.

**KAHLER M.**, “Asia and the Reform of Global Governance”, *Asia Economic Policy Review*, pp.179-193, 2010.

**KENNEDY S.**, “The Myth of the Beijing Consensus”, in *Journal of Contemporary China*, giugno 2010.

**MARINELLI M.**, “Rivoluzione urbana, la Cina cambia volto”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, aprile 2011.

**MCNALLY C. A.**, “Sino-Capitalism: China’s Reemergence and the International Political Economy”, *World Politics*, Volume 64, Cambridge University Press, ottobre 2012, pp. 741-776.

**NAUGHTON B.**, “The Return of Planning in China: Comment on Heilmann-Melton and Hu Angang”, in *Modern China*, 2013.

**NAUGHTON B.**, “China’s Distinctive System: can it be a model for others?”, *Journal of contemporary China*, aprile 2010.

**NAUGHTON B.**, “Understanding Chinese Stimulus Package” in *China Leadership Monitor*, edizione online 2009.

**POZZI C.** “Competitività e moneta unica”, *L’Industria*, 4, 2012, pp. 567-576.

**PRAHALAD C.K., MASHELKAR R.A.**, “Innovations’ Holy Grail”, *Harvard Business Review*, agosto 2010.

**PRODI G.**, “Le PMI italiane in Cina: produrre per competere”, *L’Industria*, luglio-settembre 2007.

**PRODI G., FRATTINI F.**, “Industria e crescita in Cina: quali evidenze, quale modello e quali criticità?”, in *L’Industria*, luglio-settembre 2013.

**SANFILIPPO M.**, “Povertà e disuguaglianze in Cina dopo le riforme”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, gennaio 2013.

**SANFILIPPO M.**, “Fare business tra riforme e vecchie barriere”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, marzo 2014.

**STIGLITZ J. E.**, “Rethinking the East Asian Miracle”, *World Bank-Oxford University Press*, Oxford 2001.

**QUAGLIA A. P.**, “Classe media alla ribalta”, in *Orizzonte Cina*, Istituto Affari Internazionali, febbraio 2014.

**THE ECONOMIST**, “The End of Cheap China, What do soaring Chinese wages for global manufacturing?” in *The Economist*, 10 marzo 2012.

**WEBER M.**, “La negoziazione in Cina”, in *Economia & Management*, 2005.

**WEI P.**, “Il sistema cinese contemporaneo”, in *Modello Cina*, Pechino 2009.

**WILDAU G.**, “Albatross turns phoenix”, *China Economic Quarterly*, June 2008.

**XU C., ZHANG X.**, “The Evolution of Chinese Entrepreneurial Firms: The Township and Village Enterprises Revisited”, *International Food Policy Research Institute*, Chicago, 2008.

**ZHAN W., HE D.**, “How dependent is the Chinese economy on exports and in what sense has its growth been exported-led?”, in *Journal of Asian Economics*, 2010.

**ZHANG J.**, “How long Can the Chinese Economy Continue to Grow?”, in *Qiushi Journal*, English Edition, ottobre 2013.

**ZHU A., KOTZ D.**, “The Dependence of China’s Economic Growth on Exports and Investment”, University of Massachusetts Amherst , July 2010.

#### **ARTICOLI:**

**BORZATTA P.**, “Il futuro dell’Italia in Cina”, *AGICHINA 24*, Milano 12 febbraio 2014  
reperibile da:

<http://www.agichina24.it/focus/notizie/il-futuro-dellitalia-in-cina>

**BORZATTA P.**, “Speriamo che la maionese non impazzisca”, *AGICHINA 24*, Milano  
17 dicembre 2013 reperibile da: <http://www.agichina24.it/blog-paolo-borzatta/notizie/speriamo-che-la-maionese-non-impazzisca>

**BREMMER I., GORDON D.**, "China's Risky Reforms", *Project Syndicate* New York, febbraio 2014, reperibile da: <http://www.project-syndicate.org/commentary/ian-bremmer-and-david-gordon-caution-that-the-leadership-s-proposed-reforms-heighten-the-risk-of-instability-at-home-and-abroad>

**BUZZETTI E.**, "Conviene (ancora) investire in Cina?", *AGICHINA 24*, febbraio 2014, reperibile da: <http://www.agichina24.it/focus/notizie/conviene-ancora-investire-in-cina>

**BUZZETTI E.**, "Mr. Wahaha: ecco il segreto dell'export Made in Italy", *AGICHINA24*, Pechino, giugno 2013, reperibile da: <http://www.agichina24.it/in-primo-piano/made-in-italy/notizie/mr-wahaha-ecco-il-segretobr-/dellexport-made-in-italy>

**EICHENGREEN B.**, "Yuan Dive", *Project Syndicate*, reperibile da: <https://www.project-syndicate.org/commentary/barry-eichengreen-offers-two-explanations-for-the-renminbi-s-depreciation-in-recent-weeks>

**FELDSTEIN M.**, "Il piano d'interesse della Cina e i tassi d'interesse globali", *Il Sole 24 Ore*, marzo 2011, reperibile da: <http://www.ilsole24ore.com/art/economia/2011-03-29/piano-quinquennale-cina-tassi-182921.shtml?uuid=AaO4CNKD>

**FRANCIA C. E.**, “Cina, megamerco in espansione dove la GDO italiana è assente”, in *GDO WEEK*, settembre 2010, reperibile da: [http://www.gdoweeek.it/articoli/0,1254,44\\_ART\\_4055,00.html](http://www.gdoweeek.it/articoli/0,1254,44_ART_4055,00.html)

**FRANKEL J.**, “China is still number two”, in *Project Syndicate*, reperibile da: <http://www.project-syndicate.org/commentary/jeffrey-frankel-pours-cold-water-on-the-claim-that-the-us-economy-has-been-surpassed>

**HOFMAN B.**, “Reimagining China’s Urban Future”, in *Project Syndicate*, reperibile da: <https://www.project-syndicate.org/commentary/bert-hofman-highlights-the-institutional-reforms-needed-to-keep-migration-on-track-and-inequality-in-check>

**HONGJIAN C.**, “China under Xi Jinping: scope and limits efforts to deepen China’s Reform”, *ISPI*, novembre 2013, reperibile da: <http://www.ispionline.it/en/pubblicazione/china-under-xi-jinping-scope-and-limits-efforts-deepen-chinas-reform-9380>

**HONGJIAN C., BRESLIN S., SUISHENG Z., BROWN K.**, “Chinese Policies under Xi Jinping. What’s new and what’s the problem?”, *ISPI*, novembre 2013, reperibile da: <http://www.ispionline.it/it/pubblicazione/chinese-policies-under-xi-jinping-whats-new-and-whats-problem-9469>

**LOPS V.**, “La Cina snobba il dollaro e paga il petrolio in yuan. Per gli esperti questa nuova guerra è l’inizio di un nuovo ordine mondiale”, *Il Sole 24 Ore*,

settembre 2012. Reperibile da: <http://www.ilsole24ore.com/art/finanza-e-mercati/2012-09-25/cina-snobba-dollaro-paga-111255.shtml?uuid=AbCWZKjG>

**MONTRELLA S.**, “Scarsa qualità e lavoro forzato dietro alcuni cibi cinesi”, *AGICHINA 24*, Roma, aprile 2014, reperibile da: <http://www.agichina24.it/focus/notizie/scarsa-qualita-squo-e-lavoro-forzato-dietro-cibi-cinesi>

**MONTRELLA S.**, “Salta esenzione tasse per stranieri”, *AGICHINA 24*, Roma, febbraio 2014, reperibile da: <http://www.agichina24.it/dossier/notizie/salta-esenzione-tasse-per-stranieri>

**NARONTE G.**, “La Cina che verrà. Analisi del 12° Piano Quinquennale (2011-2015) per orientare gli investimenti esteri oltre la Grande Muraglia”, in collaborazione con Top Legal, scaricato il 17 febbraio 2014, da <http://www.toplegal.it/upload/banner/La%20Cina%20che%20verra.pdf>

**ORLANDI R.**, *China: size matters*, in Osservatorio Asia, maggio 2014, reperibile da: <http://www.albertoforchielli.com/2014/05/22/china-size-matters/>

**ORLANDI R.**, “Cina, il paradiso perduto delle multinazionali”, in *Europaquotidiano*, aprile 2014.

**ORLANDI R.**, “La cucina italiana in Cina: ideologia e commercio”, settembre 2002, reperibile da: [http://www.tuttocina.it/mondo\\_cinese/112/112\\_orla.htm](http://www.tuttocina.it/mondo_cinese/112/112_orla.htm)

**PERKOWSKI J.**, “Feeding China’s Population”, in *Forbes*, aprile 2013, reperibile da:  
<http://www.forbes.com/sites/jackperkowsky/2013/04/25/feeding-chinas-population/>

**POGGI C.**, “Pechino investe il 16% del Pil nel piano anticrisi”, *Il Sole 24 Ore*, 1 novembre 2010, reperibile da: <http://archivio-radiocor.ilssole24ore.com/articolo-645574/cina-pechino-investe-16-pil/>

**POZZI C.**, “Produttività, falso mito della concorrenza perfetta e trasmissione delle conoscenze”, in *Orizzonte48*, reperibile da:  
<http://orizzonte48.blogspot.it/2013/06/produttivita-falso-mito-della.html>

**PRODI G.**, “Intervista: La Cina orienta la propria economia al soft”, marzo 2012, reperibile da: <http://www.altd.it/2012/03/28/giorgio-prodi-cina-soft-landing/>

**RAPOZA K.**, “Takeaways from Wen Jiabao China Press Conference”, in *Forbes*, 2011, reperibile da:  
<http://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2011/03/14/takeaways-from-wen-jiabao-china-press-conference/>

**ROACH S. S.**, “China’s 12th Five-Year Plan: Strategy vs. Tactics”, Morgan Stanley, aprile 2011, reperibile da:  
[http://www.law.yale.edu/documents/pdf/cbl/China\\_12th\\_Five\\_Year\\_Plan.pdf](http://www.law.yale.edu/documents/pdf/cbl/China_12th_Five_Year_Plan.pdf)

**ROACH S. S.**, “The End of Chinese Central Planning”, in *Project Syndicate* Pechino, marzo 2014, reperibile da: <https://www.project-syndicate.org/commentary/stephen-s--roach-reports-that-the-country-s-top-economic-officials-have-all-but-abandoned-traditional-growth-targets>

**ROMANELLI L.**, “Xi Jinping l’acchiappa animali: i risultati della campagna anti-corruzione”, in *Osservatorio Asia Orientale*, reperibile da: <http://www.osservatorioasiaorientale.org/xi-anticorruzione/>

**SISI F.**, “Senza i privati, niente crescita in Cina”, *Limes-rivista italiana di geopolitica*, Pechino, 2012, reperibile da: <http://temi.repubblica.it/limes/senza-i-privati-niente-crescita-in-cina/36200?printpage=undefined>

**SO C.**, “China losing status as “world’s factory””, *South China Morning Post*, febbraio 2014, reperibile da: <http://www.scmp.com/business/china-business/article/1419428/china-losing-status-worlds-factory>

**TALIA A.**, “ANP sotto esame, nuovo Piano Quinquennale”, *AGICHINA 24*, Pechino 4 marzo 2011, reperibile da: <http://www.agichina24.it/focus/notizie/il-nuovo-piano-quinquennale-sotto-esame-dellrsquoanp>

**YONGDING Y.**, “A different road forward”, in *China Daily*, dicembre 2008, reperibile da: [http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2010-12/23/content\\_11746054.htm](http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2010-12/23/content_11746054.htm)

**YONGDING Y.**, “La dipendenza della Cina dagli investimenti”, *Project Syndicate*, ottobre 2007, reperibile da:

<http://www.project-syndicate.org/commentary/yu-yongdingthe-roots-of-chinese-overinvestment/italian>

**WU Y., CHEN Y.**, “Epidemiol Community Health”, gennaio 2013, Published Online First: <http://doi:10.1136/jech-2012-201767>

**ZANIER V.**, “La Cina fra sviluppo e armonia sociale. Un bilancio degli ultimi dieci anni”, gennaio 2014, reperibile da:

<http://www.chometemporary.it/2014/01/30/la-cina-fra-sviluppo-e-armonia-sociale-un-bilancio-degli-ultimi-dieci-anni/>

#### **RAPPORTI:**

**ASIAN DEVELOPMENT BANK**, *From poverty reduction to inclusive growth*, reperibile da: <http://www.adb.org/themes/poverty/topics/inclusive-growth>

**ABURAKI K.**, *China's Competitiveness, Myth, Reality, and Lesson for the United States and Japan*, Center for Strategic & International Studies, gennaio 2013.

**AMBASCIATA D'ITALIA NELLA REPUBBLICA POPOLARE CINESE**, *Pacchetto per la collaborazione sino-italiana nel settore agricolo e della sicurezza alimentare*, gennaio 2014.

**CAMERA DI COMMERCIO EUROPEA**, *European Business in China Position Paper 2013/2014*, 2013.

**CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA IN CINA**, *Bollettino Economico Repubblica Popolare Cinese*, Primo Semestre 2013.

**CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA IN CINA**, *L'Italia a Shanghai, Presentazione del Sistema Italia: la Comunità Italiana, le Relazioni Economiche, le Attività Culturali, i Visti*, Shanghai, ottobre 2013.

**CENTRO STUDI PER L'IMPRESA FONDAZIONE ITALIA CINA**, *La Cina nel 2013: scenari e prospettive per le imprese* in Rapporto 2013.

**INSTRUMENT BUSINESS OUTLOOK**, *China details five-year plan*, febbraio 2012.

**ISTITUTO PER GLI STUDI DI POLITICA INTERNAZIONALE (ISPI)**, *Maria Weber: veduta lunga sulla Cina*, conferenza "China Watcher" marzo 2014.

**GANG F., LIPING HE.**, *China's 12th Five-Year Plan*, Kraneshares, reperibile online da:

[http://kraneshares.com/resources/2013\\_10\\_kfyp\\_fan\\_gang\\_white\\_paper.pdf](http://kraneshares.com/resources/2013_10_kfyp_fan_gang_white_paper.pdf)

**ICE-Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane**, *Market Report Food and Wine*, 2014.

**ICE-** Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane, *Rapporti Commerciali ed Economici Italia-Cinesi*, Ancona, 2012.

**ITALIA IN CINA**, mensile d'informazione e approfondimenti, a cura dell'Ambasciata Italiana a Pechino, dei Consolati Generali di Shanghai, Canton e Hong Kong, degli uffici ICE, Camera di Commercio e Istituti Italiani di Cultura presenti in Cina, ottobre 2013.

**ITALIA IN CINA**, mensile d'informazione e approfondimenti, a cura dell'Ambasciata Italiana a Pechino, dei Consolati Generali di Shanghai, Canton e Hong Kong, degli uffici ICE, Camera di Commercio e Istituti Italiani di Cultura presenti in Cina, gennaio 2014.

**ITALIA IN CINA**, mensile d'informazione e approfondimenti, a cura dell'Ambasciata Italiana a Pechino, dei Consolati Generali di Shanghai, Canton e Hong Kong, degli uffici ICE, Camera di Commercio e Istituti Italiani di Cultura presenti in Cina, marzo 2013.

**MAGGIORI GM., LANDUCCI S.**, *Bollettino Economico Repubblica Popolare Cinese*, Camera di Commercio Italiana in Cina, Primo Semestre 2013.

**MINISTERO AFFARI ESTERI**, *Piano Quinquennale 2011-2015, Alcuni ulteriori approfondimenti*, 2011 reperibile da:

<http://www.programmaregionicina.it/index.php?go2=news&id=114>

**ORLANDI R.**, *La Cina oltre l'internazionalizzazione*, in *L'Italia nell'economia internazionale* Rapporto ICE 2006-2007.

**ORLANDI R.**, "Le conseguenze globalizzate delle riserve cinesi", *Istituto Commercio Estero*, 2013.

**ROACH S. S.**, *China's 12th Five- Year Plan: Strategy vs. Tactics*, Morgan Stanley, aprile 2011.

**SIMONCELLI P.**, *Cina scheda paese*, ICE- Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, marzo 2013

## SITOGRAFIA

Sito Ufficiale Istituto del Commercio Estero: [www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it)

Sito Ufficiale Camera di Commercio Italiana in Cina: [www.cameraitacina.com](http://www.cameraitacina.com)

Sito Ufficiale Istituto Affari Internazionali: [www.iai.it](http://www.iai.it)

[www.agichina24.it](http://www.agichina24.it)

[www.economist.com](http://www.economist.com)

Asian Development Bank: [www.adb.org](http://www.adb.org)

[www.forbes.com](http://www.forbes.com)

[www.ispionline.it](http://www.ispionline.it)

[www.project-syndicate.org](http://www.project-syndicate.org)

[www.osservatorioasia.com](http://www.osservatorioasia.com)

