



### “Nuova via della seta”: opportunità e sfide per il manifatturiero italiano

di Federico Ferrari \* e Alessandra Lanza\*

#### Il risveglio del leone

*La Chine est un lion endormi. Laissez donc la Chine dormir, car lorsque la Chine s'éveillera le monde entier tremblera.* È una frase attribuita a Napoleone che, tanto citata da diventare quasi un cliché nella letteratura sulla Cina, è tornata prepotentemente di moda da quando il presidente Xi Jinping ha svelato per la prima volta i contorni del progetto Belt and Road Initiative (BRI). Pensata per ricalcare a grandi linee il percorso delle carovane che dall'Europa viaggiavano in direzione della Cina<sup>1</sup>, la Nuova via della seta è un concetto che va oltre il semplice rafforzamento delle vie di comunicazione esistenti all'interno del continente euroasiatico. Il progetto, infatti, non riguarda solo l'aspetto infrastrutturale ma, più in generale, si propone di promuovere “la pace (...), la prosperità economica dei paesi (...), rafforzare gli scambi” e “(...) l'innovazione e lo sviluppo”<sup>2</sup>. Prosaicamente, è facile cogliere dietro alla retorica e alle associazioni evocative con le antiche carovane di cammelli la volontà dei *policy-makers* cinesi di portare avanti il percorso di integrazione economica (e, idealmente, creare un'area di scambio) con le economie del continente euroasiatico. Con il suo carico di investimenti stimati nell'ordine delle decine di miliardi di dollari, ci sono pochi dubbi sul fatto che BRI possa, se non far tremare il mondo intero, quantomeno rappresentare lo strumento più adatto spostarne il baricentro economico ancora più a Oriente. L'obiettivo di questa analisi è quello di circoscrivere il “peso” economico della BRI sul commercio mondiale di manufatti, identificando quali settori del manifatturiero italiano siano, almeno potenzialmente, meglio posizionati per cogliere le opportunità di crescita ad essa connesse.

#### Il peso della BRI nel commercio mondiale di manufatti

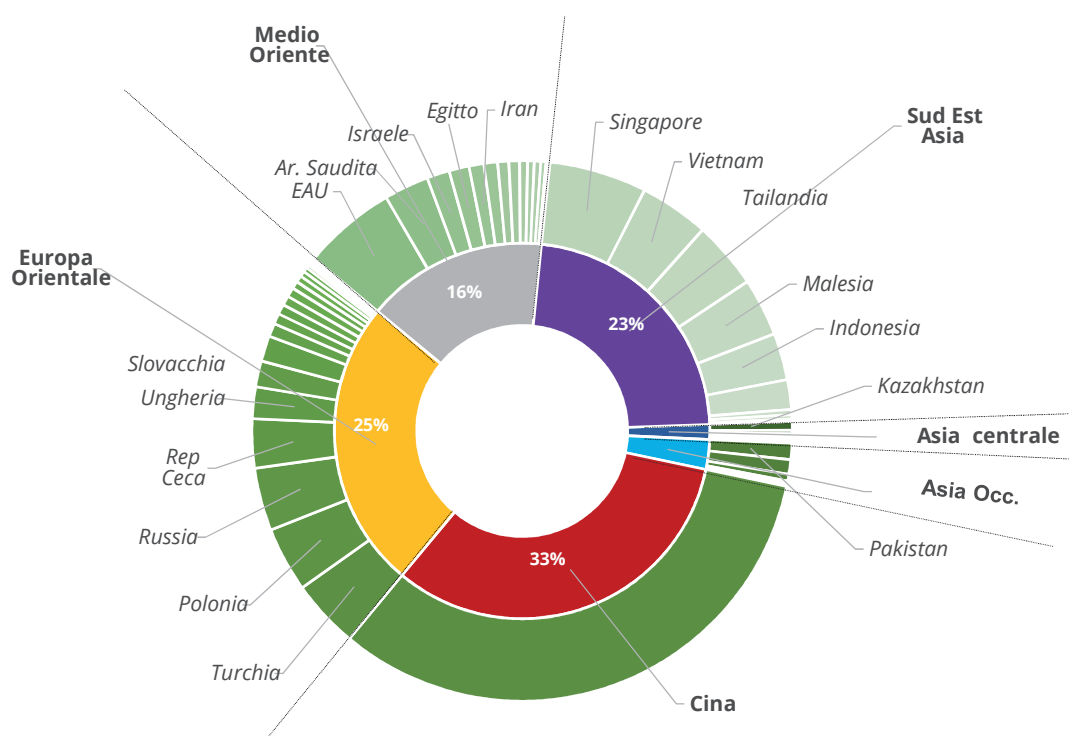
Prima di entrare nel dettaglio, è opportuno ricordare come al momento non esista un elenco definito di partecipanti, ma soltanto un gruppo di potenziali partner che hanno mostrato la volontà di aderire al progetto. Il nostro perimetro d'analisi è stato pertanto circoscritto ai 61 paesi che hanno partecipato in veste ufficiale (con capi di Stato/primi ministri) al Belt and Road Forum, l'evento fondativo tenutosi a Pechino nel maggio del 2017. L'elenco comprende la quasi totalità dell'area asiatica emergente (26 paesi inclusa la Cina, ma con l'esclusione dell'India), dell'Europa orientale (22 paesi) e parte del Medio Oriente (14 paesi). In termini di commercio mondiale, si tratta di un mercato le cui importazioni complessive sfiorano i 4.700 miliardi di dollari<sup>3</sup> (3.600 circa al netto del contributo cinese) pari al 30 per cento circa degli scambi mondiali (tavola 1), con quattro macro-regioni che assorbono la quota preponderante delle importazioni dell'area: Europa orientale (25 per cento), Sud-Est asiatico (23 per cento circa) e Medio Oriente (16 per cento circa), oltre ovviamente alla Cina (33 per cento circa del totale). Le due aree dell'Asia cen-

\* Prometeia (federico.ferrari@prometeia.com) (alessandra.lanza@prometeia.com)

- <sup>1</sup> Per una descrizione accurata del progetto e dei due percorsi della Nuova via della seta si rimanda al portale web ufficiale del progetto (<https://eng.yidaiyilu.gov.cn/>).
- <sup>2</sup> Xi Jinping, discorso alla cerimonia di apertura del Belt and Road Forum for International Cooperation, Pechino, 14/5/2017.
- <sup>3</sup> Valori in dollari a prezzi correnti del 2016. Dati Intracen.

trale e meridionale si collocano in posizione defilata: la prima, guidata dal Kazakhstan, pesa per l'1,3 per cento sul totale delle importazioni dei paesi afferenti alla BRI, mentre la seconda, che sconta la "pesante" assenza dell'India, importa annualmente merci per circa 124 miliardi di dollari complessivi, il 2,5 per cento del totale.

**Grafico 1 - La mappa delle opportunità lungo la Nuova via della seta**



<sup>(1)</sup> Spaccatura del valore delle importazioni di prodotti manifatturieri dei 61 paesi partecipanti, per area geografica (2016).

Fonte: elaborazioni Prometeia su dati ITC, GTI

### Più infrastrutture, meno distanze, più commercio: l'impatto della BRI per l'Italia

È nota la relazione negativa che lega la distanza e il commercio internazionale, tale per cui l'ammontare degli scambi commerciali tra paesi tende a decrescere all'aumentare delle barriere – geografiche e non – che li separano<sup>4</sup>. È altrettanto noto, e intuitivo, che le prospettive di crescita economica di una nazione vadano di pari passo con il crescere dello stock (e della qualità) delle sue infrastrutture<sup>5</sup>. Il progetto della Nuova via della seta – catalizzatore di investimenti infrastrutturali tra e all'interno dei paesi coinvolti<sup>6</sup> – presenta un duplice vantaggio per il manufattu-

<sup>4</sup> D. Hummels (2007) Transportation Costs and International Trade in the Second Era of Globalization, Journal of Economic Perspectives.

<sup>5</sup> Fondo Monetario Internazionale, World Economic Outlook, (autunno 2014) capitolo 3.

<sup>6</sup> Guardando alla sola Europa, Bosnia-Erzegovina, Repubblica Ceca, Romania, Serbia e Ungheria, le "porte" di accesso di della Nuova via della seta al Vecchio continente, sono tra i paesi partner del gruppo 16+1, il framework di cooperazione con Pechino mirato allo sviluppo delle aree più deficitarie dal punto di vista delle infrastrutture.



riero italiano: da un lato, nel ruolo di acceleratore della crescita economica nei paesi toccati dal progetto, potrà infatti aumentare la platea di potenziali consumatori, agendo da volano per la domanda di prodotti del *Made in Italy*. Dall'altro (considerato che i container in arrivo dovranno comunque prendere la via opposta) consentirà di migliorare le connessioni fisiche tra questi paesi e l'Italia che, nel progetto BRI, occupa un ruolo di primo piano. Vera e propria testa di ponte del continente euroasiatico, il nostro paese si pone come ultimo anello delle nuove rotte che si snoderanno tra Cina ed Europa.

### **Il manifatturiero italiano lungo la Nuova via della seta: poche sorprese, domina l'effetto distanza**

Le esportazioni italiane dirette ai potenziali paesi interessati dal passaggio della Nuova via della seta ammontano a circa 120 miliardi di dollari, poco meno del 30 per cento del totale mondiale. Non sorprende che siano proprio i mercati più industrializzati e con maggiore tradizione in termini di rapporti bilaterali con il nostro paese ad assorbire la quota più ampia di prodotti del *Made in Italy*: la prossimità geografica porta innegabili vantaggi, sia in termini di costo, sia legati alla possibilità di sfruttare canali distributivi tradizionali, ed è anche per questo motivo che quasi il 60 per cento delle esportazioni tricolori, per un ammontare complessivo di circa 720 miliardi di dollari, sono dirette ai 22 paesi individuati nell'aggregato Europa orientale, con Polonia e, rispettivamente, Turchia, Russia e Romania ai primi posti della classifica dei principali paesi di destinazione. La prossimità geografica gioca un ruolo decisivo anche nel definire il posizionamento della seconda area in ordine di importanza, quella composta dai paesi collocati lungo il troncone della Nuova via della seta che transita per il Medio Oriente: il *ranking* dei 14 paesi dell'aggregato, che assorbe il 22 per cento delle esportazioni italiane, vede Emirati Arabi Uniti e, rispettivamente, Arabia Saudita ed Egitto ai primi posti tra i mercati di destinazione per l'Italia. La Cina – qui considerata come area a sé stante – si colloca sul terzo gradino del podio: il paese promotore del progetto “pesa” per circa il 12 per cento sul valore complessivo dei prodotti italiani diretti ai paesi collocati lungo la Nuova via della seta. Singapore, Thailandia e Malaysia sono invece i primi tre partner, in ordine di importanza, dell'aggregato dei paesi collocati nel Sud-Est asiatico, le cui importazioni assommano al 7 per cento circa di quelle dirette al gruppo dei 61 paesi. Segnaliamo infine come il carattere residuale delle altre due macro-aree (Asia centrale e meridionale) risulti anche dal lato dell'Italia: la prima assorbe circa l'1 per cento delle nostre esportazioni, dirette prevalentemente verso il Kazakistan. La seconda sfiora il 2 per cento, con Pakistan e Bangladesh che assorbono circa il 70 per cento circa delle esportazioni italiane in valore dirette verso i 7 paesi collocati nell'aggregato dell'Asia meridionale.

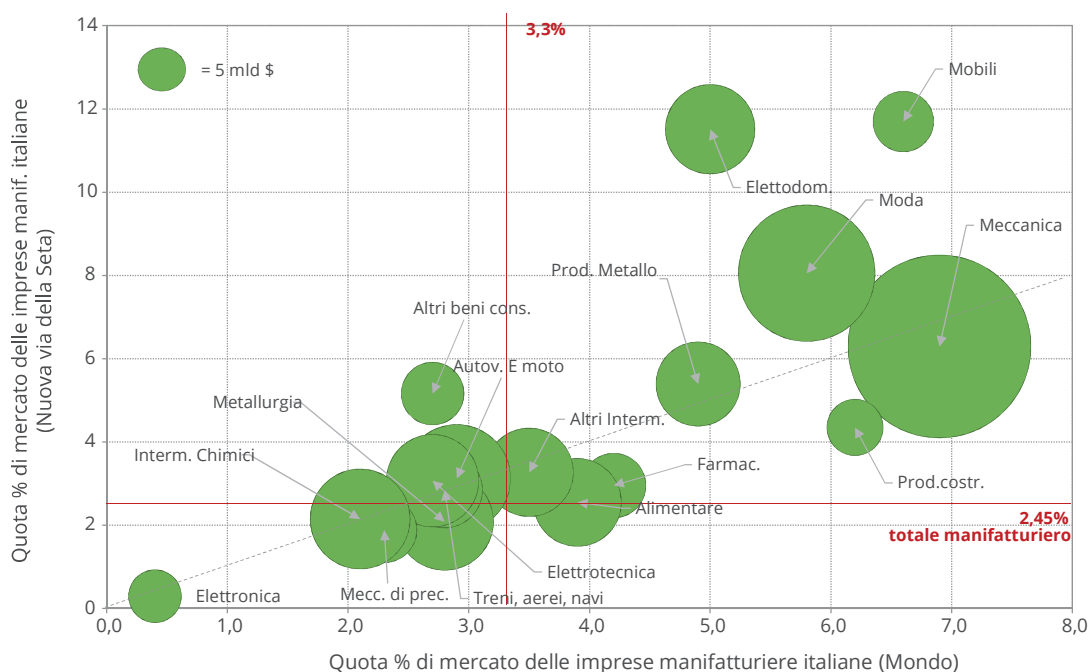
### **Moda, mobili ed elettrodomestici i settori meglio posizionati**

Mentre la classifica delle principali aree di destinazione del nostro export non riserva particolari sorprese, il posizionamento delle imprese sui 61 mercati interessati dal progetto offre interessanti suggestioni sui settori che potrebbero beneficiare in maggior misura di un incremento dell'interscambio commerciale con i paesi collocati lungo la Nuova via della seta. Tra questi ultimi è ragionevole comprendere quelli che, negli anni passati, sono riusciti a ritagliarsi le quote di mercato più ampie: si tratta prima di tutto di industrie i cui prodotti presentano caratteristiche di unicità difficilmente imitabili e, per questo motivo, sono portatori di un valore intrinseco riconosciuto (e premiato) a tutte le latitudini. Il riferimento è in particolare al settore del mobile, dove la quota di mercato delle nostre imprese si colloca su livelli molto più elevati della media in tutti gli aggregati considerati, attestandosi tra il 10 e il 14 per cento in Asia, Medio Oriente ed Eu-

ropa orientale e raggiungendo il 20 per cento in Cina. La forte attenzione verso le caratteristiche dei prodotti del *Made in Italy* è determinante anche per comprendere il posizionamento delle imprese che operano nella moda, che tuttavia sembrano faticare in misura maggiore, rispetto alle prime, nel ritagliarsi spazi sui mercati lontani: la quota di mercato delle imprese italiane che operano in questo settore lungo la Nuova via della seta è più elevata della media solo in Europa orientale (15 per cento circa), Asia occidentale (8 per cento) e Cina (7 per cento), risultando invece relativamente più contenuta nelle altre aree (tavola 2).

Quote di mercato elevate si riscontrano in altri due settori le cui imprese sono caratterizzate da un'elevata vocazione all'export, meccanica ed elettrodomestici, anche se per entrambi la prossimità geografica sembra giocare un ruolo determinante nel definire il posizionamento relativo rispetto ai competitors. Nel caso della meccanica, *working horse* del manifatturiero italiano sui mercati internazionali, l'Asia si conferma infatti una destinazione difficile: la quota di mercato delle imprese tricolori nei 61 paesi dell'aggregato è lievemente inferiore rispetto a quella media mondiale (di circa mezzo punto percentuale), penalizzata soprattutto dalla performance ottenuta nell'aggregato Asia meridionale e in Cina, dove "solo" il 2 e, rispettivamente, il 3,4 per cento del mercato è appannaggio delle imprese italiane. Le prospettive – almeno a giudicare dal posizionamento relativo – sono invece molto più incoraggianti per le imprese che operano nel settore degli elettrodomestici, la cui quota sui mercati individuati dalla BRI (11,5 per cento) è quasi doppia rispetto a quella media osservata a livello globale (5 per cento), e compresa tra il 5,5 per cento del Sud-Est asiatico e il 16 per cento circa del Medio Oriente.

**Grafico 2 - Il posizionamento del manifatturiero italiano sui mercati della Nuova via della seta**



(1) La dimensione delle bolle è proporzionale al valore delle esportazioni nei 61 paesi aderenti al progetto One Belt, One Road.

Fonte: elaborazioni Prometeia su dati ITC, GTI, Prometeia *Market Intelligence Outlook (MIO)*



### Meno chance per alimentare e prodotti intermedi

Accanto ai settori citati finora, che in ragione del loro peso specifico appaiono meglio posizionati per cogliere le opportunità del progetto BRI, ve ne sono altri per cui il miglioramento delle connessioni con il continente asiatico non sembra offrire analoghe possibilità di crescita. Ci riferiamo soprattutto alle imprese i cui prodotti si scontrano con la presenza di barriere culturali spesso più difficili da superare rispetto a quelle fisiche o, più banalmente, con l'imposizione di standard e regolamentazioni più rigidi rispetto alla media. Tipico è il caso del settore alimentare, la cui quota sui mercati della Nuova via della seta (2,5 per cento) risulta molto più ridotta se confrontata a quella media sui mercati esteri (3,9 per cento) e dove, al netto del contributo di Medio Oriente ed Europa orientale, il peso del *Made in Italy* sul totale delle importazioni lungo la Nuova via della seta non supererebbe il punto percentuale. Vi sono poi settori, tra cui i materiali per costruzioni e la metallurgia, che risentono in maniera molto elevata del peso dei costi di trasporto (la cui incidenza sul prezzo finale è tanto più forte quanto minore è il valore medio unitario dei prodotti esportati) e per i quali il fattore distanza gioca un ruolo decisivo nel determinarne la competitività e le relative quote di mercato. Discorso simile per i settori che producono beni intermedi (intermedi chimici, altri intermedi), la cui performance sui mercati lontani è penalizzata, oltre che da fattori geografici, anche dalla difficoltà di inserimento nelle fasi intermedie delle catene globali del valore (*Global Value Chains, GVC*)<sup>7</sup>.

È opportuno ricordare come queste classificazioni debbano essere considerate *cum grano salis*. Il posizionamento relativo dei settori è infatti utile per offrire indicazioni di massima sulla capacità delle imprese di intercettare la domanda sui mercati esteri ma, come evidenzia l'analisi che segue, non è un indicatore completo per inquadrare le prospettive di sviluppo delle esportazioni, a maggior ragione in uno scenario in cui la riduzione dei costi di trasporto tra Europa e Oriente promette di ridurre sensibilmente gli svantaggi competitivi legati alla distanza geografica.

### Alcune suggestioni su BRI e possibili effetti-sostituzione per il manifatturiero italiano

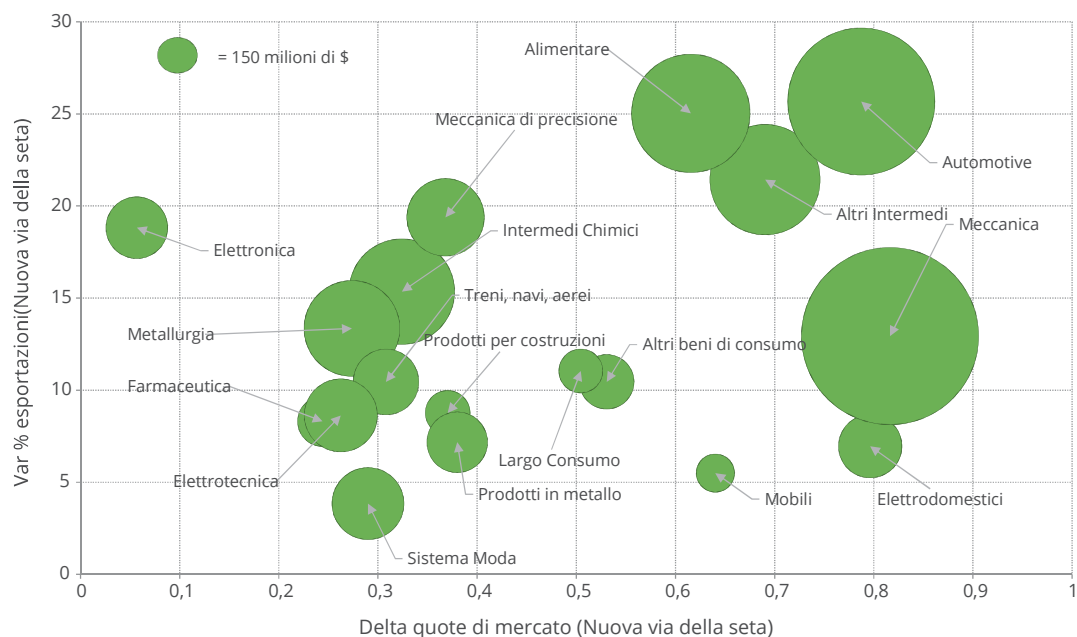
L'enfasi sulla multilateralità e l'inclusività con cui Pechino presenta la Nuova via della seta non è sufficiente a celare il fatto che, come tutti i grandi cambiamenti, anche il progetto BRI appare destinato a lasciare sul terreno vincitori e sconfitti. Rafforzare le vie di comunicazione tra Cina ed Europa non significa infatti solo aumentare le prospettive di sviluppo del commercio nel continente euroasiatico, ma anche ridurre la competitività relativa dei prodotti realizzati fuori dal perimetro delle stesse: come accade con la creazione delle aree di libero scambio, al miglioramento delle connessioni fisiche tra paesi appartenenti a un'area economica si associa, *ceteris paribus*, un incremento della competitività relativa (in termini di minori costi di trasporto) dei prodotti realizzati al suo interno nei confronti di quelli che, invece, provengono dall'esterno. È quindi ragionevole attendersi che, anche per le imprese italiane, la Nuova via della seta possa aprire spazi per aggredire la quota di mercato dei concorrenti emarginati dal progetto.

Per individuare quali settori potrebbero beneficiare in misura più rilevante di questo effetto di sostituzione, abbiamo realizzato una semplice simulazione. Da un lato, abbiamo ipotizzato un azzeramento del commercio estero tra i 62 paesi della Nuova via della seta e il gruppo di potenziali *competitors* del nostro manifatturiero esclusi dalla stessa, individuati nelle economie avanzate collocate al di fuori del continente euroasiatico: Stati Uniti, Canada, Messico e Australia. Successivamente, per ogni settore, abbiamo rimpiazzato le esportazioni di questi quattro paesi

<sup>7</sup> Prometeia (2014), *Rapporto Industria e Filiera*.

con prodotti realizzati nelle altre economie avanzate toccate dal progetto BRI<sup>8</sup>, Italia inclusa. Infine, abbiamo redistribuito i flussi di esportazione tra queste ultime, in funzione delle relative quote di mercato. Si tratta di un esercizio che, pur basato su ipotesi volutamente "estreme" che, peraltro, non tengono conto né delle possibili imperfezioni nei rapporti di sostituzione tra i prodotti, né dei possibili effetti legati alle differenze in termini di costi di trasporto e logistici, offre tuttavia alcune interessanti suggestioni.

**Grafico 3 - Potenzialità di crescita delle esportazioni italiane, per settore**



(<sup>1</sup>) Esercizio effettuato ipotizzando un azzeramento dei flussi di merci provenienti dai competitor dell'Italia esclusi dalla Nuova via della seta e sostituzione con manufatti realizzati dai competitor Ocse collocati nel percorso della Nuova via della seta. La dimensione delle bolle è proporzionale all'incremento potenziale del valore delle esportazioni.

Fonte: elaborazioni Prometeia su dati ITC, GTI, Prometeia *Market Intelligence Outlook* (MIO)

I risultati sono riportati nel grafico 3. Tra i settori del manifatturiero italiano meglio posizionati per sottrarre quote di mercato ai competitor sono due in particolare a spiccare: si tratta dell'alimentare e Automotive che, nella nostra simulazione, potrebbero potenzialmente incrementare fino al 25 per cento il valore delle esportazioni dirette ai paesi collocati lungo la Nuova via della seta rispetto ai livelli attuali. Altrettanto incoraggianti le prospettive per altri intermedi, meccanica di precisione ed elettronica: soprattutto quest'ultimo, pur mantenendo la quota di mercato su livelli estremamente contenuti, potrebbe potenzialmente accrescere i flussi in valore diretti verso i paesi BRI di quasi il 20 per cento rispetto ai livelli attuali. Per le imprese della meccanica, della metallurgia e degli intermedi chimici si potrebbero aprire spazi di crescita superiori al 10 per cento mentre, tra i settori manifatturieri meno avvantaggiati, si segnalano moda, mobili ed elettrodomestici, con potenzialità di crescita delle esportazioni comprese tra il 4 e il 7 per cento, rispetto ai livelli attuali sempre in valore.

<sup>8</sup> Individuati nell'aggregato Ocse al netto di Australia, Stati Uniti, Canada e Messico. Abbiamo incluso invece il Giappone che, pur inizialmente restio ad aderire, nei mesi recenti ha mostrato una maggiore apertura verso il progetto (si veda, 18/12/2017, *Japan said ready to cooperate with China's 'Silk Road' project*, the Japan Times).



### In conclusione, la campana suona per tutti i settori

È facile notare l'esistenza di un certo grado di complementarità tra il posizionamento relativo dei settori in termini di quote di mercato e di prospettive di sviluppo delle esportazioni in sostituzione di quelle dei *competitors*: molti di quelli maggiormente penalizzati sul primo aspetto risultano infatti più avvantaggiati sul secondo, e viceversa. L'esercizio presentato è volutamente esagerato, e basato su ipotesi poco realistiche ma, riprendendo l'aforisma iniziale, è sufficiente a mostrare come il risveglio del *leone addormentato* possa aprire spazi di crescita anche per i settori peggio posizionati in termini di interscambio commerciale lungo la Nuova via della seta. Se questi ultimi riusciranno a cogliere, in tutto o in parte, le potenzialità messe in luce dall'analisi dipenderà in prima battuta dall'efficacia con cui riusciranno cavalcare l'onda del progresso tecnologico, in primo luogo quello applicato alla logistica dei trasporti e della distribuzione. La posta in gioco è alta: per le imprese italiane si tratterà infatti di sfruttare la riorganizzazione dei flussi di commercio mondiale implicita nel progetto della Nuova via della Seta per aumentare il grado di integrazione e migliorare il posizionamento all'interno delle catene globali del valore. Un obiettivo certamente impegnativo che il nostro manifatturiero, oggi molto più "internazionalizzato" rispetto al passato, potrà tuttavia affrontare con molte frecce al proprio arco. Le nuove tecnologie per interfacciarsi con i partner e tracciare in maniera affidabile i flussi di beni e servizi (la frontiera è attualmente segnata dalla tecnologia dei *blockchain*) rappresentano infatti un vero e proprio *game changer* nel mondo dei rapporti internazionali tra clienti e fornitori. Insieme alla riduzione delle distanze fisiche promessa dalla Nuova via della seta consentirà, se non di annullare, quantomeno di ridurre buona parte dei vincoli che, negli ultimi anni, hanno penalizzato la performance delle imprese italiane sui mercati più lontani. In conclusione, non mancano certamente gli elementi di attenzione (il primo carico di pomodori cinesi arrivato via treno nel marzo scorso<sup>9</sup> è lì, a ricordarci come anche i caposaldi del *Made in Italy* non siano al riparo da un possibile aumento della concorrenza) ma, per un manifatturiero a forte vocazione esportatrice come quello italiano, che in passato ha evidenziato difficoltà nell'aggregare con successo i mercati più lontani, le opportunità legate al miglioramento delle connessioni con l'Oriente sembrano superare i rischi ad esse associate.

<sup>9</sup> M. Cappellini (13/3/2018) *Adesso il concentrato di pomodoro cinese arriva anche via treno*, il sole24ore.