

## L'entrata della Cina nell'OMC: una minaccia per le esportazioni di Italia e Germania?

contributi

di Giorgia Giovannetti, Marco Sanfilippo, Margherita Velucchi\*

### Introduzione

*La forte crescita economica della Cina negli ultimi trenta anni ha influenzato gli altri paesi attraverso diversi canali, di cui il principale è stato il commercio. Ad oggi, tuttavia, l'attenzione si era concentrata sull'impatto della Cina sugli altri paesi Asiatici e sui paesi in via di sviluppo dell'Africa e dell'America Latina (Lall e Albadelejo, 2004; Yang, 2006), anche perché le strutture produttive dei paesi sviluppati erano considerate meno "a rischio" per la loro complessità produttiva. Lavori recenti (Chepeta et al., 2010) evidenziano, però, che la specializzazione manifatturiera di alcuni paesi sviluppati li rende comunque soggetti a una pressione competitiva da parte della Cina, la cui struttura delle esportazioni si sta lentamente spostando verso prodotti relativamente più sofisticati (Schott, 2008). In conseguenza di ciò, rispetto ad un contesto eterogeneo come quello dei paesi avanzati, è probabile che l'aumento delle quote di mercato cinesi abbia effetti diversi su paesi diversi e settori specifici.*

*Dopo l'ingresso della Cina sui mercati internazionali, le quote di mercato dei diversi paesi europei hanno avuto andamenti diversi. Se da un lato, ad esempio, le quote tedesche sono rimaste pressoché costanti, quelle italiane sono diminuite sensibilmente, anche se con differenze notevoli tra settori, prodotti e mercati. Ciò può essere attribuito alla specializzazione italiana nelle produzioni a bassa intensità di lavoro qualificato, la cui domanda mondiale è cresciuta meno della media durante l'ultimo decennio (Barba*

*Navaretti et al, 2008; Lanza e Quintieri, 2007). A fronte di questi andamenti delle quote, fra il 1995 e il 2009, i vantaggi comparati di Italia e Germania sono rimasti piuttosto stabili, mentre la Cina ha aumentato notevolmente il numero di settori di vantaggio comparato (come ad esempio nei semilavorati, 74-77 della classificazione SITC rev. 3, si veda la Tabella 1).*

Questo ha facilitato un aumento rapido delle quote cinesi sul mercato globale ed un effetto catching-up sui paesi sviluppati che hanno portato la Cina a diventare il primo esportatore mondiale nel 2009. Il trend risulta ancora più evidente se si considera solamente il settore manifatturiero (ICE, 2010). La Figura 1 mostra l'impressionante crescita dell'export cinese nei mercati OCSE. La figura mostra anche come, sugli stessi mercati e durante lo stesso periodo, la Germania abbia mantenuto una posizione relativamente stabile nel tempo, aumentando comunque in modo sostanziale il proprio peso sui mercati OCSE. L'Italia, d'altra parte, a partire dal 1995, ha perso quote di mercato.

### 1. La stima del modello

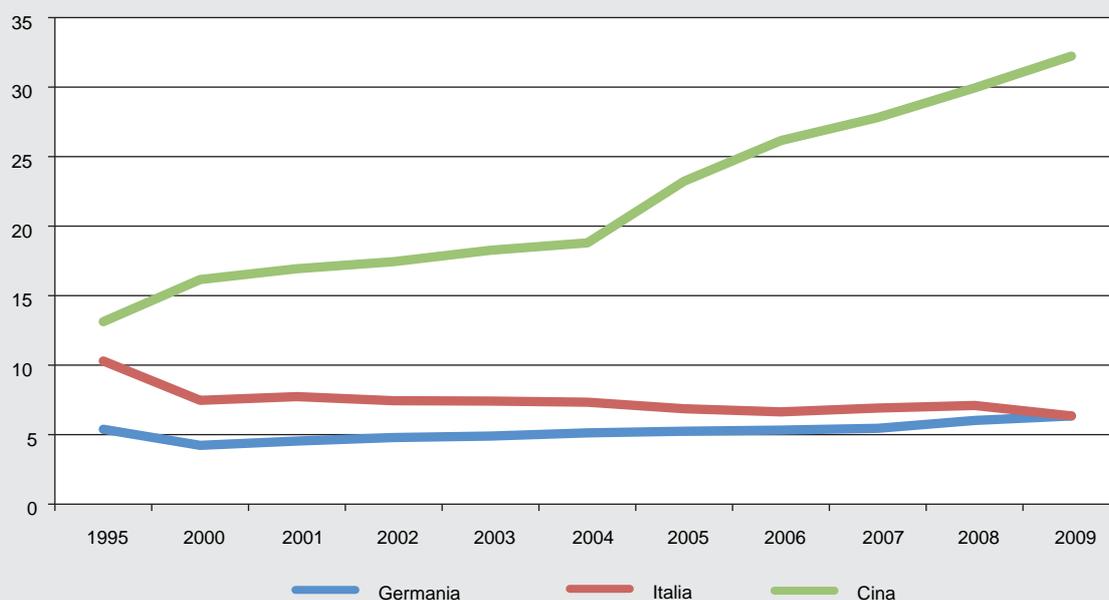
In quanto segue, stimiamo un modello gravitazionale "aumentato" per analizzare la dinamica delle quote di mercato delle esportazioni italiane, tedesche e cinesi. L'obiettivo è stimare l'impatto dell'internazionalizzazione della Cina sulle quote di mercato di Italia e Germania – i principali esportatori di manufatti Europei – nei loro mercati principali, quelli dei rimanenti paesi OCSE.

**Tavola 1 - Indice di Vantaggio Comparato di Balassa (calcolato a 2digit, SITC rev. 3) per alcuni settori**

Settore	Cina			Italia			Germania		
	1995	2000	2009	1995	2000	2009	1995	2000	2009
71 Produzione di energia elettrica	0,4	0,4	0,6	0,8	0,8	1,2	1,1	1,3	1,4
72 Fabbricazione di macchinari per industrie specializzate	0,2	0,3	0,5	2,1	2,2	2,1	1,8	1,7	1,6
73 Fabbricazione di macchinari per industrie metallifere	0,3	0,4	0,6	1,7	1,8	3	1,7	1,7	2
74 Fabbricazione di macchinari per l'industria	0,4	0,6	1	2	2,3	2,5	1,7	1,7	1,7
75 Fabbricazione di macchinari per l'ufficio	0,6	1,3	3,5	0,5	0,2	0,1	0,5	0,5	0,6
76 Telecomunicazioni	1,5	1,6	2,9	0,3	0,4	0,2	0,5	0,6	0,4
77 Elettronica	0,7	1	1,4	0,7	0,6	0,7	0,9	0,8	0,9
78 Fabbricazione di autoveicoli	0,2	0,3	0,3	0,9	0,9	0,9	1,6	1,9	2
79 Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	0,3	0,4	1	0,6	1	1,1	1	1,2	1,4
81 Fabbricazione di prodotti prefabbricati, sanitari, riscaldamento etc.	1,9	2,6	2,3	2,7	2,9	2,5	1,1	1,2	1,3
82 Fabbricazione di mobili	1,3	1,9	2,7	3,8	3,6	2,8	0,9	0,9	1
83 Articoli da viaggio	6,3	5,9	3,8	2,2	2,4	2,9	0,3	0,2	0,3
84 Articoli di abbigliamento e accessori	5	4,9	3,6	1,9	1,9	1,9	0,4	0,4	0,6
85 Calzature	4,8	5,4	3,7	3,7	4,1	3,5	0,3	0,3	0,5
87 Apparecchi scientifici e professionali	0,4	0,5	1,1	0,7	0,6	0,6	1,4	1,3	1,3
88 Apparecchi per la fotografia	1,6	1,5	1	0,7	0,8	1,3	0,8	0,7	0,7
89 Altre industrie manifatturiere	2,3	2,4	1,6	1,3	1,4	1,1	0,8	0,8	1

Fonte: UN Comtrade via WITS

**Grafico 1**  
Quote di mercato nel settore manifatturiero e nei paesi OCSE.



Fonte: Elaborazione su dati Comtrade via WITS

L'Italia è caso particolarmente interessante perché, come è noto, la sua struttura produttiva è basata su settori cosiddetti "tradizionali", a più bassa intensità di tecnologia e di lavoro qualificato. La somiglianza della specializzazione cinese con quella italiana, così come la sua sovrapposizione, è aumentata negli ultimi anni, soprattutto nei settori caratterizzati da

lavoro non qualificato, ma anche in alcuni ad alta intensità di capitale umano (Amighini and Chiarlone, 2005). Un'analisi recente su indici di similarità delle esportazioni mostra che, a parte i paesi dell'Asia, l'Italia è il paese con la struttura più simile a quella cinese, seguita dalla Germania (ICE-Prometeia, 2011). Il modello stimato per l'analisi empirica è il seguente:

$$SHARE_{i,j,z,t} = C + \sum_{s=1}^k SHARE_{i,j,z,t-s} + \beta_1 SHAR\_CH_{j,z,t} + \beta_2 GDP_{i,t} + \beta_3 GDP\_PC_{j,t} + \beta_4 T_j + \beta_5 UV_{j,z,t} + e_{i,j,z,t}$$

Dove la variabile  $SHARE_{i,j,z,t}$  rappresenta la quota di mercato del paese  $i$  (Italia o Germania) nel paese  $j$  (uno dei paesi OCSE di destinazione) per il prodotto  $z$  (a 6-digit del sistema armonizzato 1992) nell'anno  $t$  (dal 1995 al 2009).

La variabile  $SHARE\_CH_{j,z,t}$  rappresenta la quota della Cina nello stesso paese  $j$ , prodotto  $z$  e anno  $t$ . Un segno negativo del suo coefficiente può essere interpretato come un segnale che l'incremento della quota cinese è avvenuto a spese della quota del paese  $i$  (Italia o Germania). Tenendo conto del periodo relativamente lungo dell'analisi, abbiamo verificato l'esistenza di un break strutturale sulla variabile di interesse in corrispondenza dell'ingresso della Cina nell'Organizzazione Mondiale per il Commercio (OMC), trovando che l'effetto è statisticamente significativo. Di conseguenza, l'entrata della Cina nell'OMC rappresenta un cambiamento strutturale che non si può trascurare e nella specificazione finale del modello, abbiamo inserito l'interazione della variabile  $SHARE\_CH$  con due dummy per valutare separatamente il periodo precedente l'accesso all'OMC (1995-2000) da quello successivo (2001-2009).

Tra le variabili indipendenti, abbiamo considerato il valore ritardato della quota di

mercato  $SHARE_{i,j,z,t-s}$ , il valore del PIL e del PIL pro-capite del paese importatore e un gruppo di variabili caratteristiche di un modello gravitazionale ( $T_j$ ), che include i fattori che possono ostacolare (la distanza o la mancanza di un accesso al mare dell'importatore) o favorire (la condivisione di un confine o di una lingua) il commercio. A questo gruppo di variabili abbiamo aggiunto la variabile  $UV_{i,j,z,t}$ , vale a dire il valore medio unitario del prodotto  $z$  sul mercato  $j$  al tempo  $t$ , con l'obiettivo di controllare un eventuale "effetto qualità" sulla tenuta delle quote di mercato.

Per evitare problemi di endogeneità e autocorrelazione tra le variabili, abbiamo stimato il modello attraverso uno stimatore Arellano-Bond/Blundell-Bover, la cui applicazione empirica è ben descritta in Roodman (2006).

## 2. I risultati

I risultati della nostra analisi sono presentati disaggregando i dati per i due gruppi principali all'interno del settore manifatturiero (macchinari e attrezzature, SITC-7, e beni di consumo, SITC-8), includendo anche le principali divisioni all'interno di ciascun gruppo. La tabella 2 riporta solo i coefficienti relativi alle variabili di maggior interesse<sup>1</sup>.

**Tavola 2 - Principali risultati per paesi e settori**

SITC	Italia			Germania		
	Quota di mercato		valore medio unitario del prodotto	Quota di mercato		valore medio unitario del prodotto
	1995-2000	2001-2009		1995-2000	2001-2009	
71	-1.312**	-0.290**	0.0196**	-0,681	0,14	0.0268*
72	-2,379	0.665**	-0.0317*	-1,394	-0.773**	-0,00448
73	-0,562	-0,134	-0,0123	0,635	-0,228	0,0334
74	-0,72	-0.400**	0.0412**	5.041**	-0,224	-0,029
75	0.549*	0.156***	-0,00509	-0,0702	-0,143	0,0144
76	-0.486***	-0.106***	0.0181***	0,221	0,103	0.0449***
77	-1,452	-0.246**	0,00928	0,621	-0.389**	0.0527***
78	-0,572	0,0838	0.0327***	3.820***	0,36	0,00392
79	-1,855	0,0891	0,00685	-0,63	-0,304	-0.0429**
81	-0,234	-0.176***	0.011**	-0.7517**	-0.5341***	-0.0233**
82	0,0782	0,0289	-0,00415	-0,447	-0.379***	0,00154
83	-0.130*	-0.250***	0,00738	-0.262***	-0.0880***	-0.0532***
84	-0,169	-0.279***	0.0415***	-0.568**	-0.154**	-0,00818
85	0,0511	-0.349***	0,00272	-0.827***	0.0975***	0,000919
87	0.725*	-0.348***	0,011	-0,609	-0,299	0.038***
88	0,265	-0.491***	0.0106***	-0,045	-0,406	-0.0310**
89	-0,0246	0,117	0,0116	0,384	-0,0395	0,0232

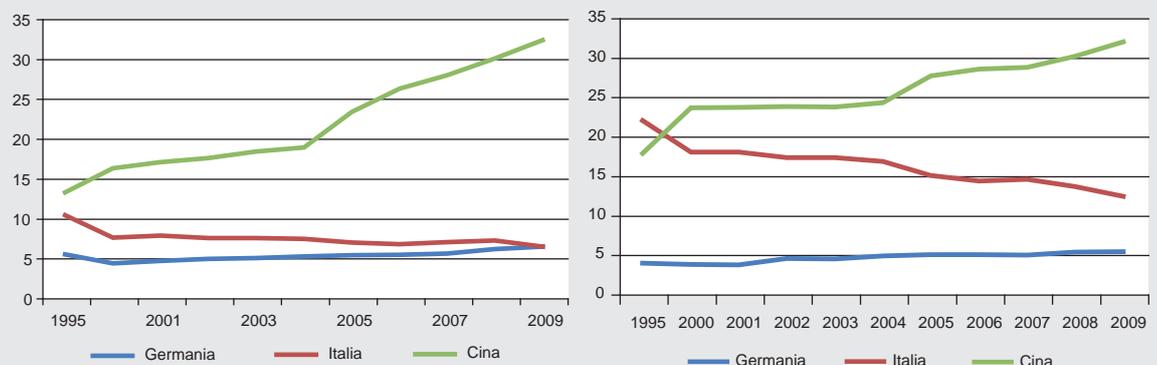
\*Significativo al 10%; \*\*Significativo al 5%; \*\*\*Significativo all'1%

<sup>1</sup> Le tabelle complete con i risultati e la diagnostica utilizzata, non inserite per motivi di spazio, sono disponibili su richiesta agli autori.

La tabella mostra una forte concentrazione dell'impatto della Cina sulle quote di mercato italiane e tedesche nel periodo successivo all'ingresso del paese nell'OMC. Sono infatti pochi i casi, e per lo più concentrati nel settore dei beni di consumo, dove si registra un effetto competitivo statisticamente significativo da parte della Cina su tutto il periodo. Considerando il gruppo dei beni di consumo (SITC-8) possiamo notare come, in generale, nei settori a basso contenuto tecnologico, dove la competizione è per lo più basata sul costo dei fattori, dopo l'ingresso della Cina sui mercati internazionali, le quote degli esportatori tradizionali si siano fortemente ridotte. Inoltre, le stime suggeriscono che le quote di mercato italiane soffrono maggiormente rispetto a quelle tedesche; alla luce del maggior peso di questo gruppo sull'export totale italiano, si tratta di un effetto sicuramente rilevante. Anche se la Germania sembra aver patito maggiormente la competizione cinese durante la fase precedente l'accesso nell'OMC, nel periodo

successivo l'effetto si è ridotto, per lo meno a livello di scala dell'impatto<sup>2</sup>. Nei settori cosiddetti tradizionali, tra cui risaltano i comparti dell'abbigliamento e delle calzature (SITC-84 e 85), l'impatto competitivo da parte della Cina, specialmente sulle quote italiane, risulta molto evidente. È da rilevare che, durante il periodo in esame, le esportazioni cinesi in questi due comparti hanno raggiunto il 30% del totale mondiale nei mercati OCSE. Tuttavia, per valutare con maggiore precisione la portata dell'effetto competitivo, occorrerebbe considerare anche le dinamiche intra-settoriali, dato che è molto probabile che le quote acquisite dalla Cina si concentrino per lo più nei prodotti di bassa qualità. In questa prospettiva, il coefficiente positivo e significativo del valore medio unitario dei prodotti Italiani nel comparto dell'abbigliamento potrebbe suggerire un riposizionamento qualitativo per mantenere nicchie di mercato su fasce più alte, come sostenuto da parte della letteratura recente (Marvasi, 2010; Armenise et al., 2008).

**Grafico 2**  
Quote di mercato nei settori dell'abbigliamento (2a) e calzature (2b) nei mercati OCSE



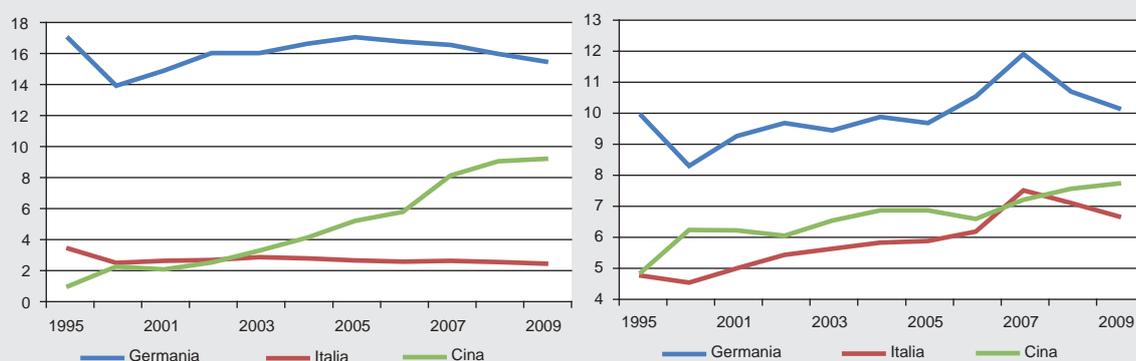
Fonte: Elaborazione su dati Comtrade via WITS

D'altra parte, settori più tecnologicamente avanzati all'interno del gruppo, quali quelli che includono gli strumenti di precisione, professionali e fotografici (SITC-87 e 88), in Germania non riportano evidenza di un effetto competitivo. In Italia, invece, l'impatto per entrambi i settori è negativo e significativo. I risultati, dunque, suggeriscono che il potere di mercato della Germania in questi due settori è rimasto inalterato (o, al limite, è aumentato), mentre il peso della Cina è

cresciuto più di quello dell'Italia. Nel settore degli strumenti fotografici appare interessante come vi sia, nel caso dell'Italia, un impatto positivo dell'indice dei valori medi unitari, segnale di un effetto qualità che ha aiutato a mantenere la quota del paese in crescita, nonostante la forte ascesa della Cina. Passando al settore dei macchinari (SITC-7), ad un livello generale, si osserva un effetto minore della Cina sulle quote di mercato di Italia e Germania, due tra i principali

<sup>2</sup> È necessario notare che i settori più colpiti nel gruppo dei beni di consumo sono relativamente marginali per la Germania.

**Grafico 3**  
Quote di mercato nei settori dei beni professionali (3a) e strumenti ottici e fotografici (3b) nei mercati OCSE

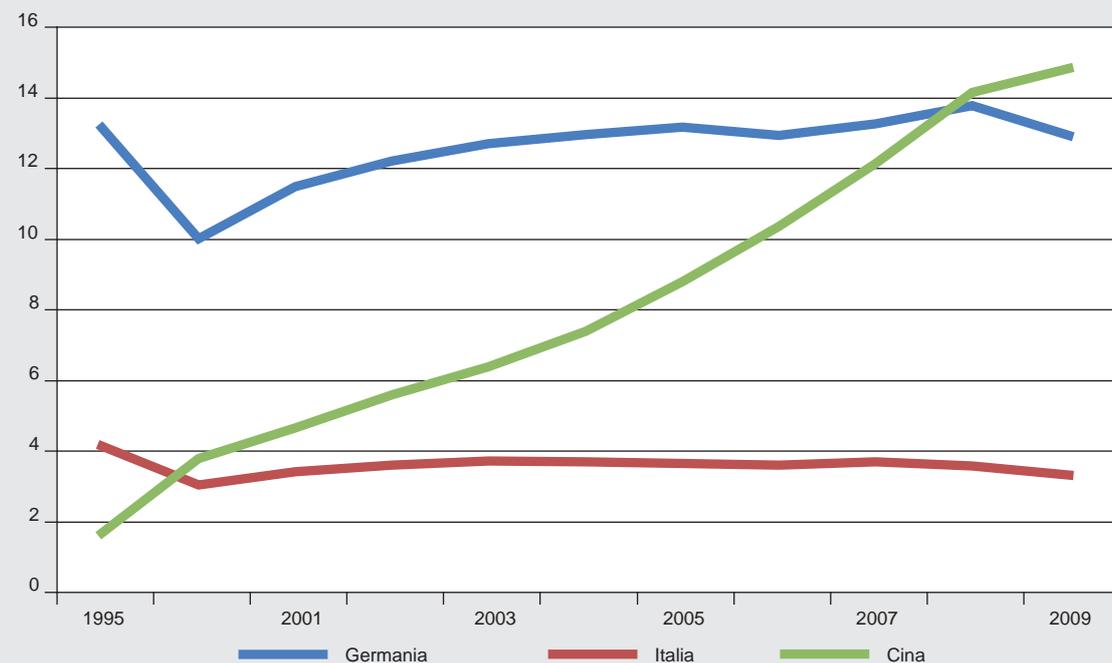


Fonte: Elaborazione su dati Comtrade via WITS

esportatori mondiali. In particolare, è la Germania il paese che sembra aver sofferto meno la competizione cinese, la cui crescita è avvenuta solo in parte a spese delle quote di mercato tedesco nei comparti delle macchine specializzate (SITC-72) e dell'elettronica (SITC-77). Un approfondimento su quest'ultimo comparto, nel quale l'effetto competitivo cinese sembra aver colpito sia l'Italia che la Germania, può essere utile. Se si osservano le dinamiche delle quote di mercato rappresentate nella Figura 3, è evidente come vi sia stata una forte crescita delle esportazioni cinesi a

fronte di una sostanziale stabilità di quelle italiane (su livelli bassi) e tedesche (con quote di mercato più consistenti). Si tratta, tuttavia, di un comparto in cui la Cina ha acquisito un vantaggio comparato negli anni più recenti, mentre l'Italia si sta despecializzando, pur mantenendo delle nicchie di mercato (Ricotta et al., 2008). La Germania, invece, come indicato anche dal segno positivo del coefficiente dei valori medi unitari, mantiene le proprie quote inalterate grazie ad una maggiore qualità dei propri prodotti.

**Grafico 4**  
Quote di mercato nel settore manifatturiero e nei paesi OCSE.



Fonte: Elaborazione su dati Comtrade via WITS

## Conclusioni

Questo contributo studia l'effetto della concorrenza cinese su due paesi sviluppati ed esportatori di lunga tradizione (Italia e Germania) utilizzando un modello gravitazionale "esteso". I risultati mostrano come anche i paesi più sviluppati sono stati oggetto della competizione della Cina sui loro principali mercati, quelli dei paesi OCSE, e in alcuni comparti strategici del settore manifatturiero. Tuttavia, in alcuni settori, Italia e Germania sono state capaci di mantenere le proprie quote di mercato, o nicchie di prodotti, grazie ad un miglioramento della qualità delle esportazioni, misurato dall'effetto positivo dei valori medi unitari sulle quote di mercato.

È verosimile che la vulnerabilità delle esportazioni dei paesi avanzati rispetto a quelle cinesi crescerà nel corso del tempo. L'Italia in particolare, a causa di una struttura statica del proprio vantaggio comparato in un mondo che cambia rapidamente, rischia di perdere nuove quote di mercato, a meno di non insistere sulla specializzazione in produzioni a più elevato valore aggiunto, ad oggi ancora immuni dalla minaccia cinese.

## Riferimenti bibliografici

- Amighini A., Chiarlone, S. (2005) Rischi dell'integrazione commerciale cinese per il modello di specializzazione internazionale dell'Italia. *Rivista di Politica Economica*, 95, 7-8: 63-86
- Armenise M., Giovannetti G., Luchetti F. (2007) Strategie di prezzo e qualità nelle esportazioni italiane: il settore tessile-abbigliamento in A. Lanza e B. Quintieri: *Eppur si Muove*, Rubettino ed.: Roma
- Barba Navaretti G., Bugamelli M., Faini R., Schivardi F., Tucci A. (2008) *Le imprese e la specializzazione produttiva dell'Italia: dal macroedecolno alla microcrescita?* Fondazione R. De Benedetti, Torino
- Cheptea A, Fontagé L., Zignago, S. (2010) *EU export performance*. CEPII document de travail, 2010-12, Parigi.
- Husted, Nishioka, S. (2010) *The Rise of Chinese Exports*, WP N. 391, Department of Economics, University of Pittsburgh
- ISAE (2005) *Le previsioni per l'economia italiana – crescita e struttura produttiva*, Rapporto ISAE, Febbraio 2005.
- ICE (2010) *Rapporto sul Commercio Estero*, Istituto per il Commercio Estero, Roma
- Lall S., Albaladejo M. (2004) *China's Competitive Performance: A Threat to East Asian Manufactured Exports?* *World Development*, 32, 9: 1441-1466
- Lanza A., Quintieri B. (2007) *Eppur si Muove*, Rubbettino, Roma
- Marvasi E. (2010) *Prezzi e Qualità: in che direzione si muove l'export italiano?* In ICE (2010) *L'Italia nell'Economia Internazionale – Rapporto ICE 2009-2010*, Istituto Nazionale per il Commercio Estero, Roma
- Ricotta, F., Mannarino, L., Pupo, V., Succurro, M. (2008) *Export quality in the machinery sector: Some evidence from main competitors*, MPRA Paper No. 12677
- Roodman, (2006) *An Introduction to "Difference" and "System" GMM in Stata*, Centre for Global Development WP N. 103
- Schott P.K. (2008) *Chinese Exports*. *Economic Policy*, Gennaio 2008: 5-49
- Shafaeddin M. (2002) *The Impact of China's Accession to WTO on the Exports of Developing Countries*. UNCTAD Discussion paper N. 160/2002
- Yang Y. (2006) *China's Integration in the World Economy: implications for developing countries* *Asian Pacific Economic Literature*, 20, 1: 40-56