



UNIVERSITÀ  
DI PAVIA

# La Cina sta comprando il mondo?

Roberta Rabellotti

Università di Pavia

Collegio Ghisleri, 3 Giugno 2020



**Margrethe Vestager (EU Executive Vice-President) in April 2020 ha dichiarato**

‘There is a real risk that businesses that are vulnerable can be the object of a takeover’

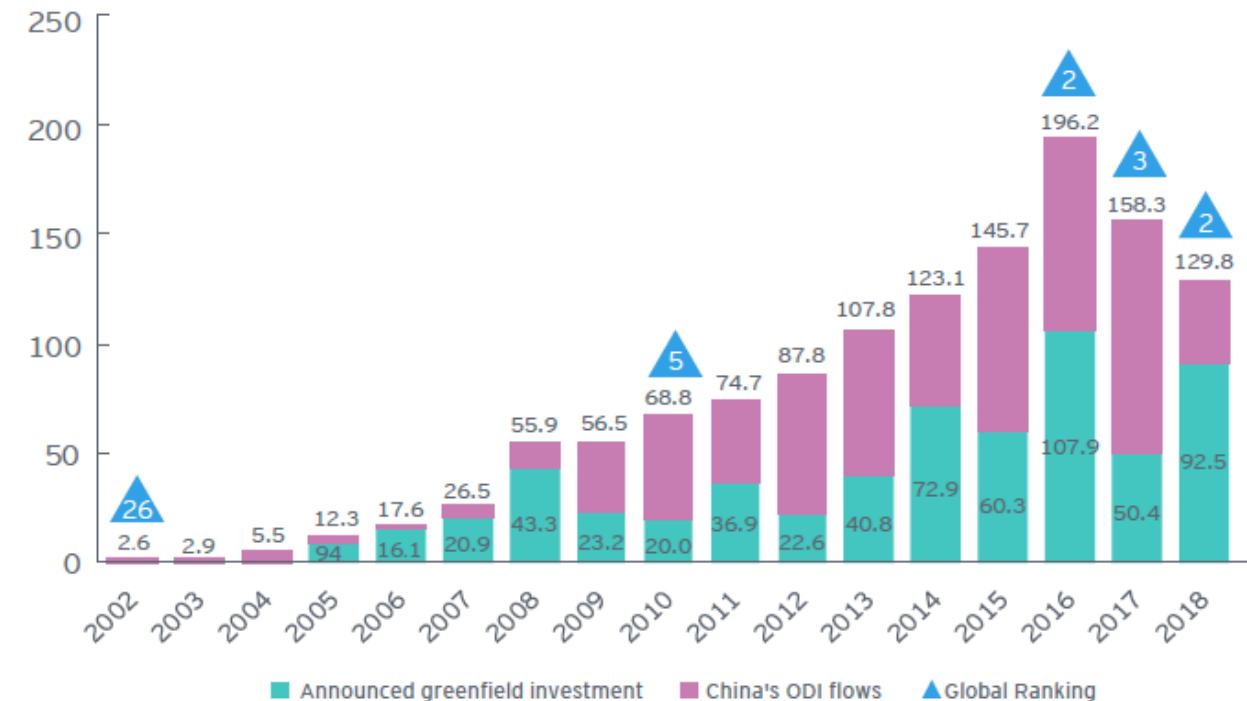
“People are more than welcome to come do business in Europe but not to do that with unfair competitive means. It has to have this double function.”



# Gli investimenti cinesi all'estero: qualche fatto

- 1999: 'Go Global' promuove la presenza delle imprese cinesi all'estero;
- 2005-2016: IDE cinesi aumentano di 10 volte;
- Oggi la Cina è il secondo paese investitore al mondo dopo gli Stati Uniti.

Figure 1: China's ODI flows and announced greenfield investment from 2002 to H1 2019 (US\$ billion)



Source: MOFCOM: China's ODI flows

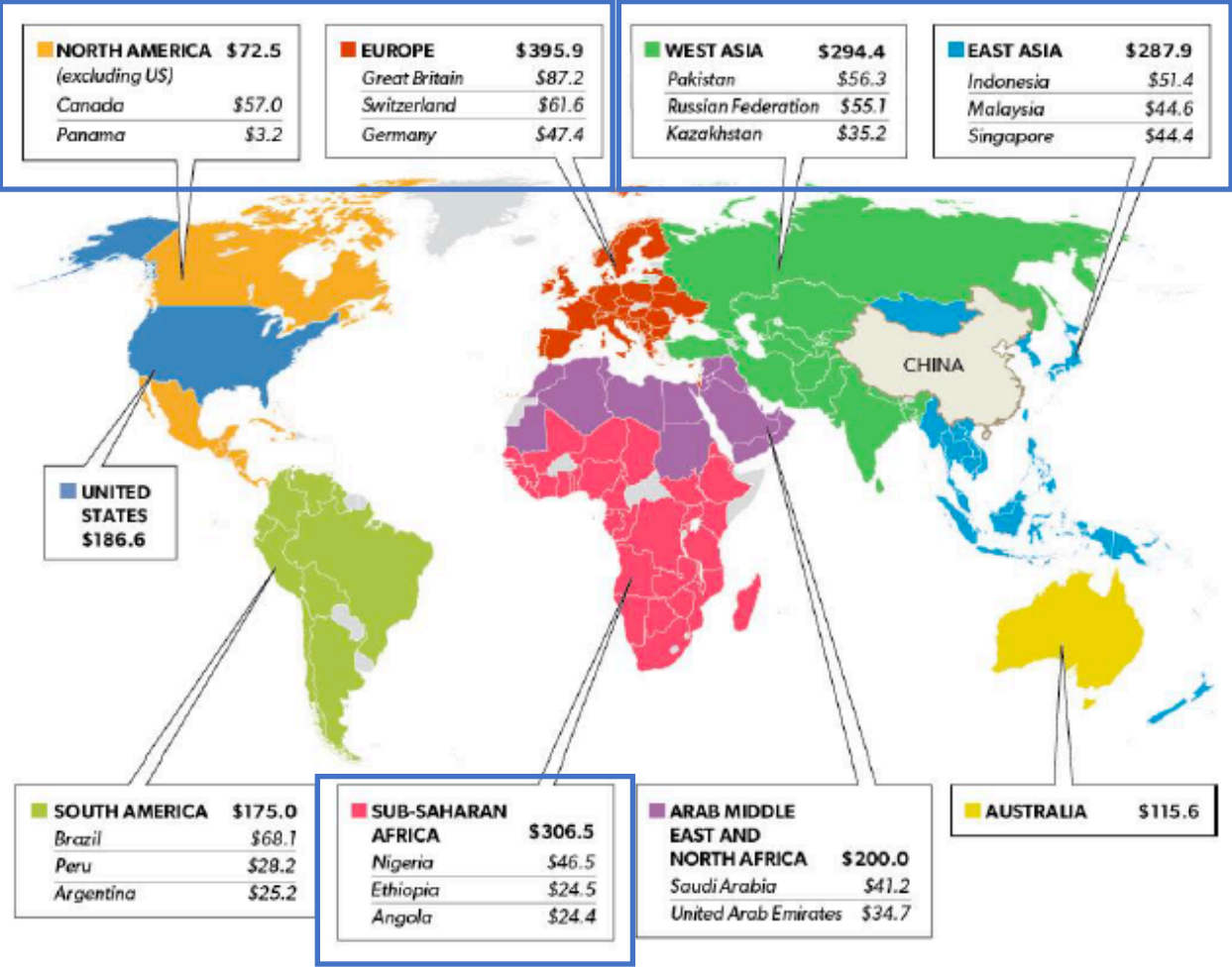
World Investment report 2019, UNCTAD: Announced greenfield investment, Global ranking

# IDE cinesi al tempo del Covid-19 (CNY miliardi)



### Figure 3. China's Worldwide Reach

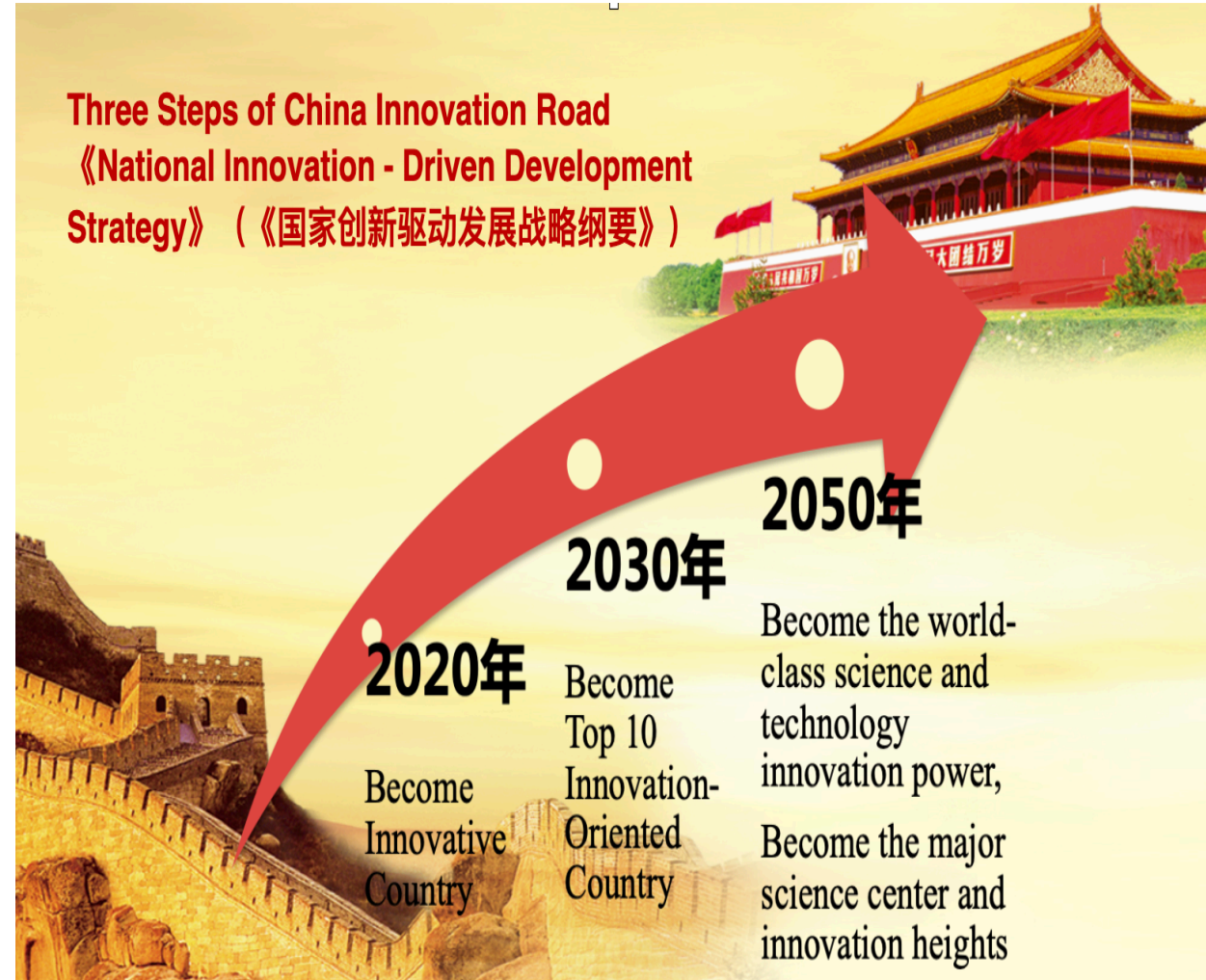
Since 2005, the combined value of China's global investment and construction exceeds \$2 trillion. Developed economies have now drawn the most investment, with Europe the leading region and America the leading country. Developing economies such as Pakistan and Nigeria see the bulk of construction activity.



Note: Figures are in billions of dollars.  
 Source: American Enterprise Institute and Heritage Foundation, China Global Investment Tracker, January 2020, <https://www.aei.org/chinaglobal-investment-tracker>.

# Perché le imprese cinesi investono in Europa?

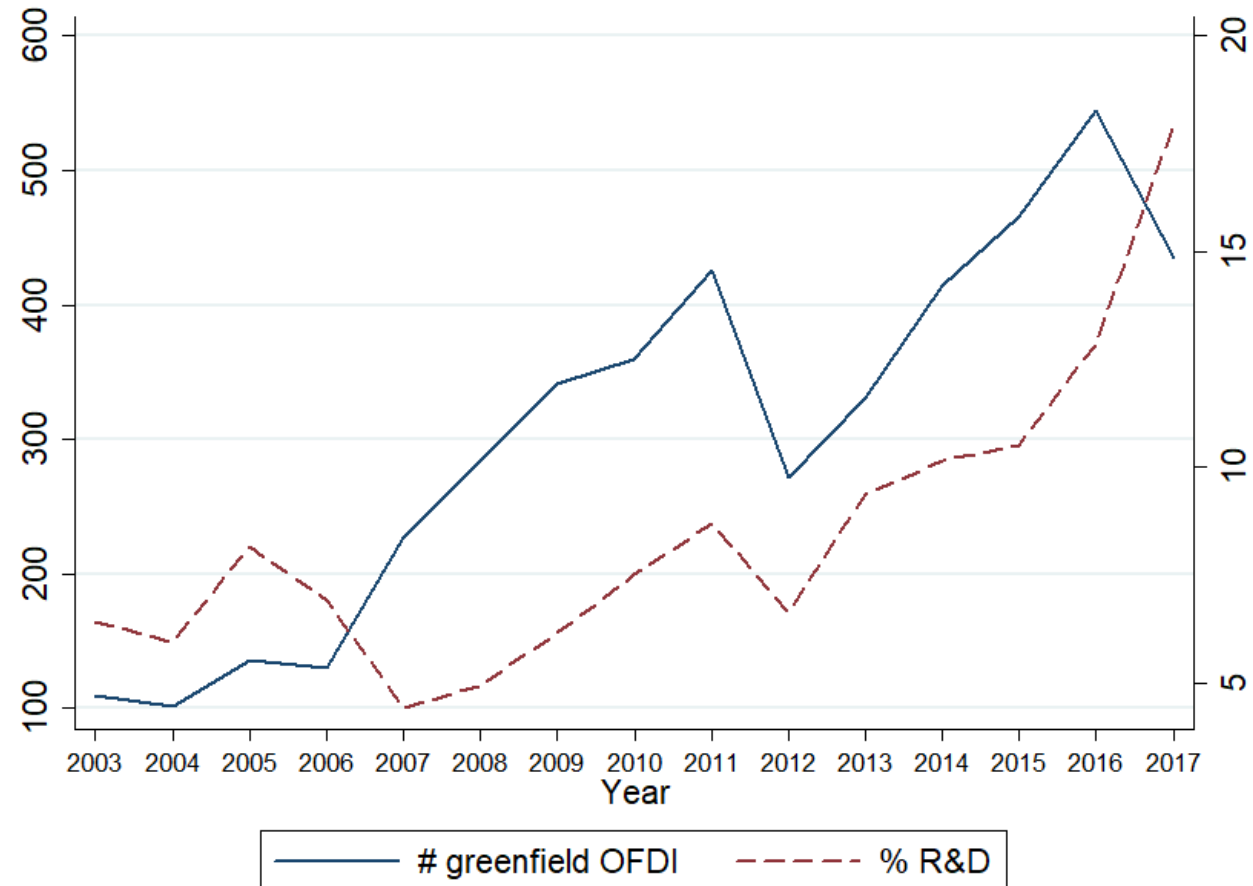
- **Market seeking:** 500 milioni di consumatori con un reddito medio pro-capite pari a 25000€;
- **Strategic asset seeking:** tecnologie, competenze manageriali, di design, di marketing
  - IDE sono uno dei canali, insieme a investimenti esteri in Cina, partecipazione alle GVC e mobilità capitale umano, attraverso i quali le imprese cinesi stanno costruendo la loro capacità tecnologica: **‘innovation springboard’**



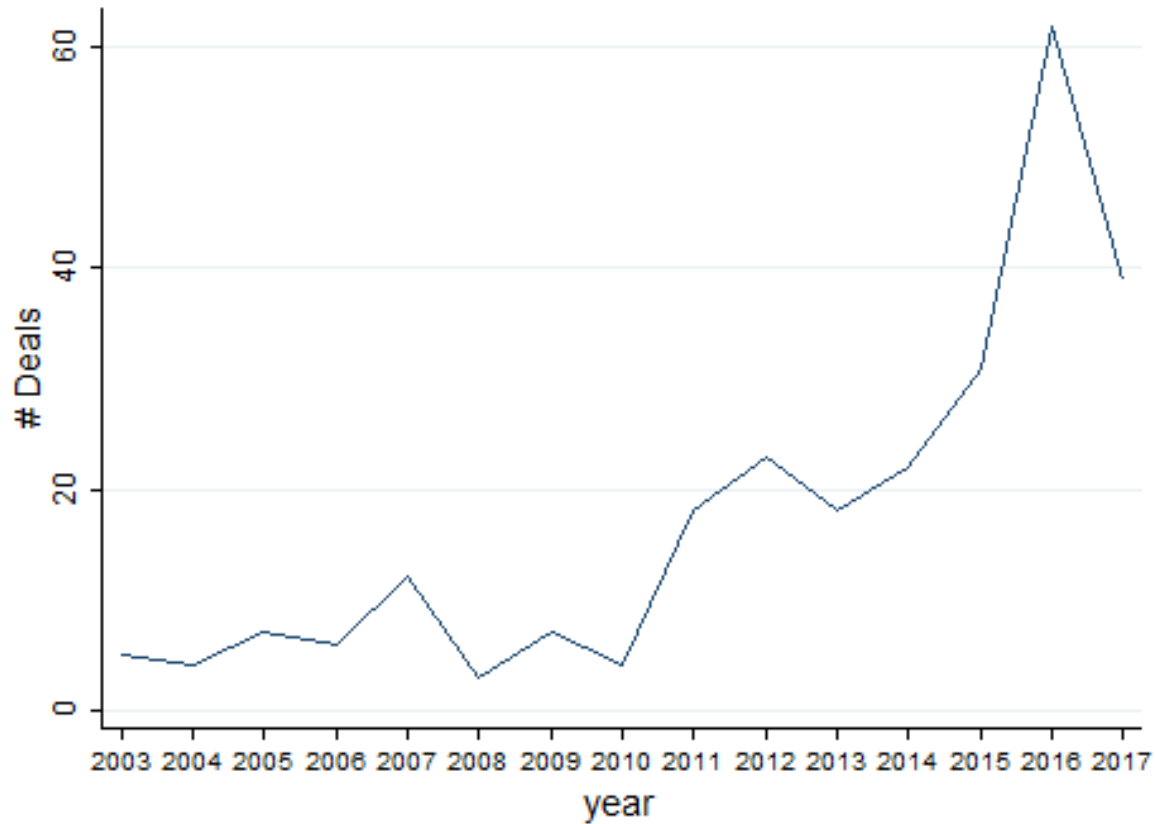
# Gli investimenti in R&S stanno aumentando

- Nel 2016 Huawei ha 10,000 dipendenti in Europa, 1570 dei quali lavorano in 18 centri di R&S

## Huawei R&D Centers Worldwide



# Anche le acquisizioni sono cresciute (# 2003-2017)









# Le multinazionali cinesi riescono veramente a migliorare la loro capacità innovativa con le acquisizioni?

*Journal of Economic Geography* 18 (2018) pp. 1149–1176

doi:10.1093/jeg/lby049

---

## Chinese and Indian MNEs' shopping spree in advanced countries. How good is it for their innovative output?

*Vito Amendolagine* <sup>\*</sup>, *Elisa Giuliani* <sup>\*\*†</sup>, *Arianna Martinelli* <sup>\*\*\*</sup> and *Roberta Rabellotti* <sup>\*\*\*\*.\*\*\*\*\*</sup>

<sup>\*</sup>Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Università di Pavia, Corso Strada Nuova 65, 27100 Pavia, Italy

<sup>\*\*</sup>Department of Economics and Management, University of Pisa, Via Ridolfi 10, 56124 Pisa, Italy

<sup>\*\*\*</sup>Scuola Superiore Sant'Anna, Piazza Martiri della Libertà, 33, 56127 Pisa, Italy

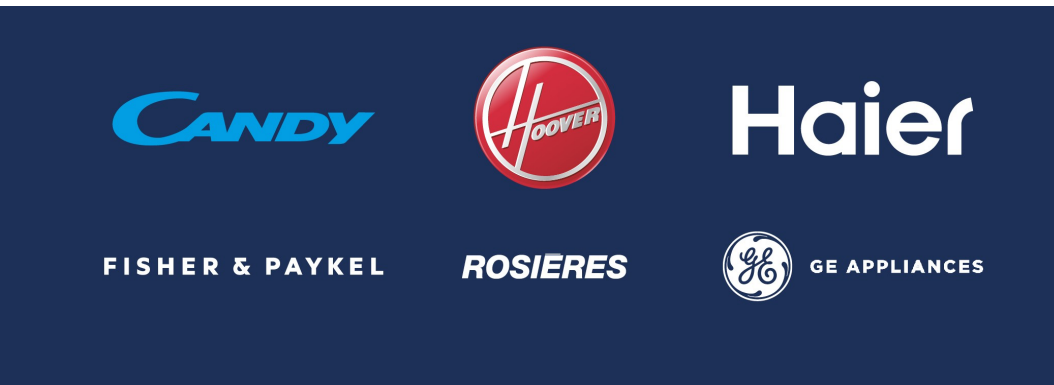
<sup>\*\*\*\*</sup>Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Università di Pavia, Strada Nuova 65, 27100 Pavia, Italy

<sup>\*\*\*\*\*</sup>Department of Business and Management, Aalborg University, Frederikskaj 10B, DK-2450, Copenhagen, Denmark

<sup>†</sup>Correspondence to: *email* <elisa.giuliani@unipi.it>

Abbiamo studiato 466 acquisizioni cinesi (e indiane) in Europa e US considerando due canali di accesso alla tecnologia e alle competenze

Canale diretto: le imprese acquisite



Canale indiretto: gli ecosistemi dove si localizzano le imprese acquisite



## Le multinazionali cinesi devono affrontare due problemi

- **Scarsa di capacità di assorbimento:** il gap tecnologico con le imprese acquisite rende difficile l'apprendimento e l'adattamento delle competenze che acquisiscono;
- **Scarsa reputazione:** spesso hanno uno stigma nei paesi avanzati (liability of emergingness).

*"it is difficult, you have to face **challenges and skepticism**, but people like me would have an advantage, because my company is **known for being fair, honest and serious** which allows us to get access to better **quality information** before the rest of the market."*

*"people are watching you, they are talking about you and behind you, saying this firm is a good firm, this is not a good firm. So, in spite of the general skepticism behind an emerging country company **they eventually prioritize one company over the other on the basis of the available information and the signals they get about that specific company.**"*

# Gli IDE cinesi non sono tutti uguali

- Gli ecosistemi locali e le imprese acquisite possono opporre resistenza al trasferimento di conoscenza verso le multinazionali cinesi;
- Solo le imprese con una buona capacità di apprendimento e con una buona reputazione sono in grado di approfittare dei loro investimenti, e in particolare delle acquisizioni, per migliorare le proprie capacità tecnologica;
- Le multinazionali cinesi non sono tutte uguali!
- Come identificare gli investimenti Win-Win? Più conoscenza a livello micro degli IDE (canali di apprendimento, reverse knowledge transfer, canali di cooperazione).

# Grazie!

[robertarabellotti.it](http://robertarabellotti.it)

Amendolagine, V., Giuliani, E., Martinelli, A., & Rabellotti, R. (2018). Chinese and Indian MNEs' shopping spree in advanced countries. How good is it for their innovative output?. *Journal of Economic Geography*, 18(5), 1149-1176 <https://doi.org/10.1093/jeg/lby049>

Amendolagine V., Fu X. & Rabellotti R., 2020, Chinese Outward Investments and Innovation, in Oxford Handbook of China Innovation (forthcoming), eds. Fu X., Chen J., McKenn B, Oxford University Press