

**ANALISI**

# Ma il made in Italy soffre la nuova concorrenza

## Tessile e calzature sono i settori più esposti

## Ora anche nelle Pmi posti di lavoro a rischio

DI **MARCO FORTIS** \*

**G**li esportatori italiani stanno confrontandosi con una serie di fattori negativi concomitanti senza precedenti: dal supereuro (che incide assai negativamente sull'export) alla crescente concorrenza cinese e all'implosione della domanda di alcuni tradizionali partner come la Germania. Ciò ha prodotto e potrà produrre conseguenze gravi, specie in alcuni distretti tessili e calzaturieri dove sono a rischio decine di migliaia di posti di lavoro. Questa situazione di emergenza, forse non da tutti compresa, va guardata con preoccupazione e rispetto. Con preoccupazione perché eravamo ormai abbondantemente abituati alla costante emorragia di posti di lavoro della grande impresa, ma non a quella

eventuale generata da distretti. Con rispetto perché il parametro di raffronto con la Cina, essendo basato su troppe componenti asimmetriche, non è davvero quello più corretto per poter sentenziare con leggerezza, come molti fanno, sulla competitività delle imprese del "made in Italy", fino a poco tempo fa indiscussa. D'altro canto, le aziende del nostro Paese stanno dimostrando nel complesso straordinarie doti di resistenza e molte riescono persino a crescere in un contesto così negativo. C'è dunque da essere ancora una volta ammirati di fronte all'imprenditorialità italiana, anche se, protrandosi la crisi economica, non manca chi è tentato di riproporre la solita tesi

(che sentiamo da quasi trent'anni) secondo cui il modello di sviluppo italiano (basato su settori tradizionali, distretti e Pmi fortemente radicati sul territorio) è ormai anacronistico e superato.

Eppure basterebbe dare un'occhiata all'ultimo annuario statistico delle regioni dell'Eurostat per capire quanto ci abbia portato lontano questo modello di sviluppo, nonostante la gigantesca mole del debito pubblico, le inefficienze strutturali del sistema Paese (alti costi dell'energia, burocrazia, congestione delle reti di traspor-

to, ecc.), i ritardi di alcune aree del Sud, il declino inarrestabile della grande impresa ed i recenti scandali finanziari che hanno bruciato risparmi. L'Italia presenta infatti ben nove regioni tra le prime 40 della Ue a 15 per Pil pro capite a parità di potere d'acquisto e una serie di dati eccezionali per livello di attività industriale e turistica. In ciò ci differenziamo nettamente dagli altri Paesi, soprattutto del Nord Europa, in molti dei quali, anche a seguito di delocalizzazioni spinte, le logiche degli importatori e dei grandi gruppi commerciali ormai prevalgono (anche in termini di lobby) su quelle degli industriali. Il che, tra l'altro, non sempre rappresenta una garanzia per la qualità e la sicurezza dei prodotti e quindi un vantaggio per i consumatori.

La ricchezza delle nostre regioni deriva, in definitiva, da una attività produttiva localizzata e straordinariamente diffusa sul territorio, basata su un gran numero di Pmi e distretti (inclusi quelli turistici) capaci di generare e trattenere in Italia un enorme volume di valore aggiunto diretto ed indotto, attraverso un potente meccanismo moltiplicativo. Ecco perché da tempo sosteniamo che difendere le produzioni italiane e tutelare il "made in Italy" (da concorrenza sleale e contraffazione) non sia affatto una battaglia di retroguardia, ma una priorità strategica per il nostro Paese.

Non vi è dubbio, comunque, che il modello del "made in Italy" vada modernizzato: ad esempio promuovendo la presenza non solo delle grandi imprese ma anche delle Pmi nella distribuzione, stimolando la crescita di marchi e brevetti e introducendo più Ict nei distretti industriali e nel turismo. È altresì necessario promuovere un rilancio su vasta scala della ricerca e sviluppo per favorire la nascita di nuovi settori di specializzazione a più alto contenuto scientifico-tecnologico, che compensi nel medio-lungo termine l'inevitabile perdita di quelli a minor valore aggiunto. Senza dimenticare che alcune re-

gioni del nostro Sud devono ancora agganciare quelle più progredite dello stesso Meridione. Inoltre, le imprese italiane devono concepire strategie commerciali più incisive e valutare con attenzione le reali opportunità di investimento nelle aree emergenti del mondo. Ma la delocalizzazione non dovrebbe assumere dimensioni patologiche generando un ridimensionamento netto del lavoro italiano perché, date le caratteristiche dell'Italia e del suo sistema economico, ciò significherebbe demoltiplicare la nostra capacità di creare ricchezza.

\* Vicepresidente **Fondazione Edison**