

allegato al **CORRIERE delle OPERE** Dicembre 2007

C comunicazione

DOSSIER

Le sfide vinte

Come le imprese hanno reagito alla "rivoluzione economica" dell'ultimo decennio

pub. Comunicazione s.p.a. - Legnano - 20133 MILANO - Poste Italiane SpA - Spedizioni in abb. post. L. 353/2003 (conv. 27/02/2004 n. 46) art. 1 comma 1 DCB MIERC

Delocalizzare non sempre aiuta le pmi

di Francesca Glanzer

L'ECONOMIA DELL'ULTIMO DECENNIO HA VISTO ENTRARE, in modo irruente, sullo scenario internazionale nuove potenze economiche provenienti dall'Asia, con un conseguente stravolgimento per le imprese italiane. Globalizzazione e forte concorrenza dei Paesi emergenti del Far East hanno destabilizzato l'economia delle piccole e medie imprese che hanno dovuto studiare *escamotages* e adottare vere e proprie tecniche di sopravvivenza per restare sul mercato e rivendicare la potenza del *made in Italy*. A volte con successo, a volte purtroppo con esiti negativi.

Si è così fatta avanti, come una delle alternative più utili, ma non secondo l'opinione di tutti gli economisti, la delocalizzazione, che ha dato l'opportunità a molte aziende italiane ed europee di produrre a costi inferiori e di contrastare conseguentemente l'avanzata della Cina. Ne parliamo con Marco Fortis, vice presidente della Fondazione Edison e docente di Economia industriale all'Università Cattolica di Milano.

Delocalizzazione: un'opportunità per le aziende o un limite per la nostra economia?

«Credo che la delocalizzazione di tipo meramente opportunistico, cioè la ricerca di luoghi all'estero dove soprattutto i costi del lavoro siano più bassi rispetto a quelli dell'Italia, sia una soluzione da praticarsi solo nel caso dei settori che obiettivamente non sono più in grado di sopravvivere nel nostro Paese. Penso ad alcune filiere del tessile di produzione dal basso valore aggiunto che non sono più possibili in Italia per i tanti problemi connessi al mercato del lavoro. In questi casi

piuttosto che chiudere un'attività l'imprenditore cerca una forma di sopravvivenza, come è avvenuto nel Nord-Est d'Italia, dove si è andati a produrre in Romania, in Slovenia e in Slovacchia per cercare di mantenere produzioni impossibili *in loco*. Interi distretti sono stati costretti a esportare l'attività produttiva in Paesi stranieri confinanti, basti pensare al distretto di Montebelluno della calzatura sportiva, proprio perché oggi è praticamente impensabile realizzare in patria grandi produzioni di massa, ad esempio di scarponi da sci o montagna. In questi casi è stato gioco forza il trasferimento dell'attività all'estero».

Pensa quindi che il futuro per le nostre imprese sia delocalizzare all'estero?

«Gli esempi che facevo sopra devono essere eccezioni piuttosto che regole per un Paese come il nostro che ha nella produzione manifatturiera realizzata in patria non un limite, ma un punto di forza e di creazione di ricchezza del Paese. Laddove è possibile resistere e mantenere in Italia la produzione, e conseguentemente l'intera filiera, sarebbe meglio farlo anche perché, a mio avviso, i Paesi che hanno portato sconvolgimenti nel commercio mondiale, come la Cina ad esempio, sempre più nel tempo si sposteranno su produzioni di massa di tipo più complesso e tecnologico. Credo infatti che il futuro della Cina sia nell'automobile e nell'elettronica tlc dove questo Paese è già primo produttore ed esportatore mondiale. Sono convinto che questa nazione avrà proprie aziende e propri marchi e non affiderà ad altri Paesi la loro produzione; ha le possibilità di farlo e a quel punto se noi italiani avremo conservato le fasce di produzione media e alta in settori come quelli dell'abbigliamento e delle calzature ci accorgeremo che il nostro modello non era poi così superato come alcuni economisti sostengono. Non credo quindi che la delocalizzazione sia una soluzione per risolvere problemi di competitività e la raccomanderei solo dove proprio non se ne può fare a meno».

Ci sono però esempi di delocalizzazione che sembrano essere più che positivi...

«Certamente sì. Direi che è una delocalizzazione virtuosa quella che cerca di aprire nuovi impianti all'estero non per sostituire quelli che ci sono in patria, ma per aumentare la produzione. Un esempio di questa delocalizzazione sono i grandi gruppi italiani (più facilitati rispetto alle piccole e medie imprese) quali la Mapei, che è diventata una multina-



LA FASE PIÙ CRITICA È FINITA

Ne è convinto Marco Fortis, vicepresidente della Fondazione Edison e docente di Economia Industriale all'Università Cattolica di Milano

zionale italiana con produzioni in tutto il mondo, non per sostituire le produzioni italiane, ma per accrescere la sua offerta e aggredire nuovi mercati. Stesso discorso vale per il gruppo Marazzi, leader nella produzione di ceramiche, che apre impianti in Russia non per chiudere quelli in Italia, ma per aggredire il mercato russo. Questi sono esempi di delocalizzazione virtuosa che aumentano la produzione e la capacità di grandi aziende italiane di aggredire il mercato».

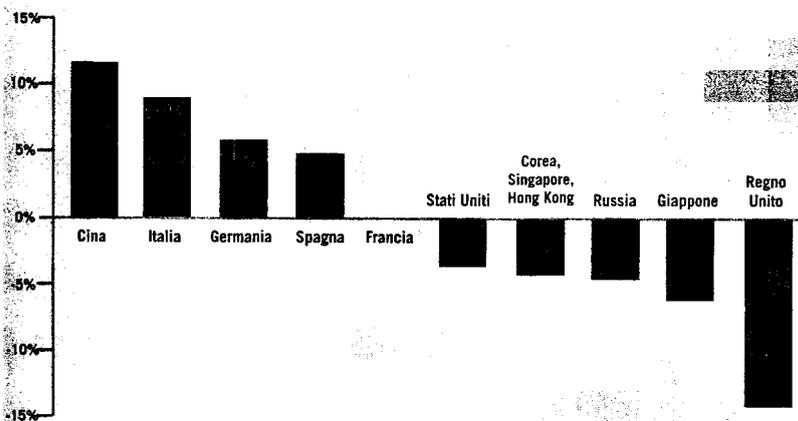
Se però questa delocalizzazione virtuosa è più appannaggio delle grandi aziende, cosa possono fare le piccole e medie imprese per restare sul mercato e avere ancora una loro competitività?

«Bisognerebbe cercare innanzi tutto di sfatare alcuni luoghi comuni sui limiti delle nostre imprese. Se si prende, ad esempio, la Scandinavia europea, che comprende Svezia, Finlandia e Danimarca, si vede che spesso viene presa a modello di tutto ciò che l'Italia non riesce a fare. Questi tre Paesi hanno un maggior numero di grandi gruppi rispetto a noi e sono presenti nella classifica mondiale delle prime 500 aziende forti. Se si prende la dimensione media delle loro aziende si vede che è maggiore rispetto a quella delle nostre piccole e medie imprese e che la loro produzione è maggiormente affidata a questi grandi gruppi piuttosto che a piccole realtà come le nostre. Questi tre Paesi spendono in ricerca e sviluppo più del 3% del Pil, mentre in Italia siamo poco oltre l'1%, considerano l'università e l'istruzione i grandi punti di riferimento internazionali, mentre l'Italia, come è noto, ha un sistema universitario in notevole difficoltà. La Scandinavia ha inoltre una situazione energetica più fortunata della nostra e non deve importare come l'Italia l'80% dell'energia sotto forma di combustibili e idrocarburi».

Quindi si potrebbe dire che questi Paesi rappresentino il *non plus ultra* sotto molteplici punti di vista...

«In un certo senso sì. Per paradosso possiamo però citare l'esempio del Nord-Centro Italia dove vivono 38 milioni di abitanti, numero che rappresenta quasi il doppio dell'intera popolazione della Scandinavia europea, si investe poco più dell'1% in ricerca, lo scenario è costituito per lo più da pmi, il deficit energetico e infrastrutturale è veramente drammatico. Sarebbe quindi il luogo meno ideale per investire nell'imprenditoria. Vediam

Variazioni nelle quote di export mondiale dell'Italia e di alcuni Paesi primo quadrimestre 2007 (rispetto al primo quadrimestre 2006)



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati ICE, FMI-Dots

mo poi che il Pil *pro capite* nel Nord-Centro Italia a parità di potere d'acquisto è maggiore rispetto a quello della Scandinavia europea, quindi c'è sicuramente un motivo per cui le nostre regioni sono più ricche rispetto a quelle del Nord Europa. E il segreto sta nel nostro modello manifatturiero basato su piccole e medie imprese che fanno fatica ad andare all'estero e che, pur operando in un ambiente molto competitivo, sono riuscite e riescono a sopravvivere. È come se si fosse selezionata una razza dal punto di vista genetico in grado di sopravvivere in condizioni estreme».

Ma quindi oggi l'effetto di questo Tsunami asiatico è ancora così violento per le nostre imprese?

«Direi che la fase più critica è finita e che le nostre piccole e medie imprese non sono poi così deboli come si pensa. Le esportazioni italiane stanno notevolmente crescendo, il che dimostra che il nostro modello non era poi così superato (nel 2006 sono cresciute di 27 miliardi mentre nei primi sette mesi di quest'anno hanno avuto un incremento di altri 23 miliardi di euro). In altri termini abbiamo avuto la più alta crescita dell'export tra i Paesi della vecchia Europa a 15 e addirittura la quota di mercato italiana nell'export mondiale è quella che è cresciuta più di tutti, del 9% circa, e solo la Cina ha fatto meglio. Evidentemente tutto questo non è fatto solo dalle grandi e dalle medie imprese italiane, ma anche dalle piccole aziende che sono capaci di creare valore ed esportazione». ■

CRESCE L'EXPORT DELL'ITALIA
Nei primi quattro mesi del 2007 l'Italia è il Paese che, dopo la Cina, ha visto maggiormente crescere l'export mondiale