

Chi ha innovato ed è flessibile batte anche i panzer tedeschi

L'economista Marco Fortis: strategico il farmaceutico a Latina

PAGINA A CURA DI
Giuseppe Latour
Francesco Nariello

«Il driver dell'innovazione, in questa fase, sono soprattutto le esportazioni». È l'analisi di Marco Fortis, economista e vicepresidente della Fondazione Edison, presidente della Commissione di compatibilità economica per la candidatura di Roma alle Olimpiadi del 2020. «Avendo mercati europei fiacchi - spiega Fortis - in questo periodo i leader dell'export italiano guardano ai mercati emergenti dove trovano però competitor molto agguerriti, spesso tedeschi. Per superarli, allora, è fondamentale puntare sull'innovazione. Penso alla meccanica non elettronica, alle macchine per imballaggio, alle pompe, alle macchine industriali». Chi si muove in questa direzione è premiato dai risultati. «Quello che di-

mostrano i dati - prosegue l'economista - è che in molti comparti l'Italia performa addirittura meglio della Germania. Spesso siamo sopra i massimi precisi mentre i tedeschi sono ancora sotto. Questo dipende dall'aggressività delle imprese italiane, che hanno spesso maggiore flessibilità nel raggiungere clienti anche in periodi difficili, cosa che altri non fanno». Con punte di eccellenza anche nel Lazio, dove «il punto di forza è certamente la farmaceutica di Latina, che rappresenta un polo di occupazione tra i maggiori del centro sud. Ma ci sono anche le attività di Colferro e gli insediamenti di Finmeccanica nel campo della sicurezza e dell'Ict».

A seconda dei settori, va privilegiata l'innovazione di prodotto o di processo. «Per le valvole, ad esempio - spiega Fortis - si spinge molto sul



Economista. Marco Fortis

processo perché il comparto è molto industrializzato. Chi riesce a produrre con una tecnologia ad alto risparmio di capitale umano, riesce a competere con aree emergenti che hanno un basso costo del lavoro. In altri casi, come quello delle macchine per imballaggio, è cruciale invece l'innovazione di prodotto. Magari fornendo anche il ser-

vizio post vendita ai propri clienti o monitorando in remoto il funzionamento delle macchine vendute».

Altro fattore importante è quello dell'innovazione organizzativa, per seguire più da vicino il mercato finale estero. «Ci sono casi - aggiunge Fortis - nei quali sono state sviluppate molte sedi estere perché si sono voluti raggiungere mercati molto lontani, dove è stato importante fare investimenti di tipo produttivo». Quanto alle politiche di sostegno, servono ma non sono risolutive. «I crediti di imposta sono sempre bene accolti - conclude l'economista - così come gli incentivi fiscali sulle reti di imprese stanno portando ottimi risultati. Ma non sono decisivi: quando le imprese vivono di questo, puntano comunque all'innovazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA