

**Facoltà di Economia.**

**Dipartimento di impresa e management.**

**Cattedra di: Storia dell'economia e dell'impresa.**

# **IL MADE IN ITALY: DALLE ORIGINI ALLE NUOVE SFIDE.**

**Relatore: Giovanni Farese.**

**Candidato: Francesco Cappelli 177521.**

**ANNO ACCADEMICO: 2014/2015.**

<b>1</b>	<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Capitolo 1: Le Origini del Made in Italy. ....</b>	<b>6</b>
	<b>1.1 Il Made in Italy. ....</b>	<b>7</b>
	<b>1.2 Le Origini del Made in Italy. ....</b>	<b>10</b>
	1.2.1 Il periodo 1950-1970. ....	10
	1.2.2 Il Periodo 1970-2000. ....	14
	<b>1.3 La Forza del Made in Italy. ....</b>	<b>18</b>
	<b>1.4 I Comparti del Made in Italy. ....</b>	<b>45</b>
<b>3</b>	<b>Capitolo 2: Il Made in Italy oggi: nuove sfide e opportunità. ....</b>	<b>30</b>
	<b>2.1 Un Nuovo Scenario. ....</b>	<b>31</b>
	<b>2.2 Le Conseguenze della Globalizzazione: Fattori congiunturali. ....</b>	<b>35</b>
	<b>2.3 I Problemi delle imprese italiane nel contesto dei distretti. ....</b>	<b>41</b>
	<b>2.4 La Questione Dimensionale, L'innovazione e i Distretti Industriali. ....</b>	<b>49</b>
	<b>2.5 Le Prospettive per il Made in Italy. ....</b>	<b>62</b>
<b>4</b>	<b>Conclusioni. ....</b>	<b>72</b>
<b>5</b>	<b>Bibliografia. ....</b>	<b>76</b>

# **INTRODUZIONE.**

Il termine “Made in Italy” si è trasformato in una espressione capace di evocare, in tutto il mondo, l’idea dei prodotti italiani. La fama di cui questa espressione ha goduto negli ultimi vent’anni ha fatto sì che essa, nel tempo, assumesse le caratteristiche di un vero e proprio brand, caratterizzato dalla qualità e dalla creatività tipiche delle eccellenze artigianali e industriali italiane.

Lo sviluppo del “Made in Italy”, nel tempo, ha contribuito a creare nell’immaginario collettivo un’idea ben definita del cosiddetto “Sistema-Italia”, in grado di rifletterne le abilità e le capacità distintive, così che i prodotti che possono rientrare sotto tale etichetta sono estremamente ricercati sui mercati stranieri.

Oggi, non sono solamente i prodotti, ma è lo stile di vita italiano a godere di grande apprezzamento da parte dei consumatori di tutto il mondo: questo costituisce una grande ricchezza per il nostro paese e per le nostre imprese, cosa che implica la necessità di disporre di adeguati strumenti di tutela e di politiche rivolte al suo sostegno.

I prodotti del “Made in Italy” costituiscono, ancora oggi, le voci principali delle esportazioni italiane e, nel corso degli anni, il surplus commerciale fatto registrare da queste merci ha consentito al paese di finanziare l’acquisto di energia e materie prime di cui esso è carente.

Nel mondo attuale, globalizzato ed attraversato da una delle più grandi crisi economiche dell’ultimo secolo, la competizione sui mercati internazionali è diventata sempre più difficile e complessa, a seguito anche dell’ingresso sulla scena di nuove potenze industriali. In questo contesto, è divenuta cruciale la capacità di fare innovazione e di implementare adeguate strategie competitive.

Il “Made in Italy” e, più in generale, il “Sistema-Italia”, a cui si è fatto riferimento poco fa, sono venuti a trovarsi di fronte problemi nuovi e di grande rilievo a cui, tuttavia, è legato il loro futuro.

Lo scopo di questo lavoro è quello di andare a delineare i tratti caratteristici del “Made in Italy” per capire, effettivamente, quale sia la realtà che si cela dietro ad un termine che, ormai, è entrato a fare parte del linguaggio comune, e di analizzare l’impatto che l’evoluzione del contesto economico, appena citata, ha avuto su di esso.

All’interno del primo capitolo ho deciso di ripercorrere la storia del “Made in Italy”, partendo dalle sue origini, che, come vedremo meglio successivamente, sono strettamente collegate con lo sviluppo dell’apparato industriale italiano. Una parte consistente dell’analisi verrà dedicata al fenomeno dei distretti industriali che, oltre a costituire una peculiarità quasi esclusivamente italiana, presentano una storia inscindibilmente legata a quella del “Made in Italy”, essendo i principali fautori del suo successo e della sua diffusione. In questa sezione, inoltre, verranno messi in luce i fattori su cui tale successo si è fondato.

Il secondo capitolo, invece, si concentra sui mutamenti che, negli ultimi decenni, hanno influenzato l'economia mondiale ed italiana, con lo scopo di analizzare l'impatto che questi hanno avuto sul "Sistema-Italia" e sul "Made in Italy". Vedremo come la globalizzazione abbia fatto emergere in tutto il loro spessore una serie di problemi che caratterizzano il sistema economico italiano e come questo comporti la necessità per le nostre imprese di intraprendere un rapido ed incisivo processo di ristrutturazione per continuare ad essere in grado di resistere alle nuove condizioni della competizione.

Concludono il lavoro alcune osservazioni conclusive ed una bibliografia essenziale.

# **CAPITOLO 1: LE ORIGINI DEL MADE IN ITALY.**

## 1.1 Il Made In Italy.

Il concetto di “Made in Italy” si presenta difficile da definire in senso univoco poiché è estremamente articolato al suo interno e perfino la letteratura lo ha connotato con le accezioni più diverse.

Il significato letterale del termine è quello di indicare l’insieme delle merci il cui processo produttivo viene svolto principalmente sul territorio italiano. Questa definizione, tuttavia, da sola non basta ad esprimere la complessità che si cela dietro a tale denominazione, che viene qui sostanzialmente ricondotta alla semplice provenienza di un certo prodotto.

Alcuni autori (Bucci, Codeluppi, Ferraresi) hanno scelto di analizzare il fenomeno muovendo dalla premessa che il poter associare un prodotto ad un determinato paese contribuisca significativamente all’immagine che il consumatore finale ha di tale prodotto. Secondo gli stessi autori, ciascun paese è dotato di una specifica identità che si riflette su tutto ciò che viene prodotto al suo interno, determinando quello che in letteratura viene chiamato “*country effect*”. Alla luce di tutto ciò possiamo concludere che il “Made in” è costituito dall’effetto sull’immagine che un prodotto o una marca possono ricevere dal fatto di essere prodotti in un certo luogo.<sup>1</sup>

Una considerazione ulteriore riguarda il fatto che non tutti i prodotti di un paese possano trarre un uguale beneficio dall’effetto “Made in”, che ha un impatto più rilevante sui prodotti che, nell’immaginario collettivo, sono visti maggiormente in sintonia con l’identità di tale paese.<sup>2</sup> Vedremo che, nel caso dell’Italia, i prodotti che beneficiano in misura maggiore del “country effect” sono quelli appartenenti ai comparti del tessile, abbigliamento e accessori, dell’arredamento e del design e del comparto alimentare, ovvero le cosiddette tre “F” del “Made in Italy” (*Food, Fashion, Furniture*).

Da un ragionamento così strutturato deriva l’eccellente definizione di “Made in Italy” che è stata sviluppata da Marco Fortis, secondo il quale esso può essere definito come “*l’insieme dei prodotti di un complesso di settori che, nell’immaginario collettivo del mondo, sono strettamente associati all’immagine del nostro paese, consacrata e ribadita ossessivamente dai media*”.<sup>3</sup>

Marco Fortis, a tale proposito, identifica quattro categorie merceologiche particolarmente rappresentative del “Made in Italy”, identificate attraverso le cosiddette “quattro A”, ovvero l’Abbigliamento-Moda, l’Arredo-Casa, l’Automazione-Meccanica e il comparto Alimentare.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Bucci A., Codeluppi V., Ferraresi M., *Il Made in Italy.*, Carocci, 2011.

<sup>2</sup> Ibidem.

<sup>3</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana.* Il Mulino, 2007

<sup>4</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione. Profili di analisi della Seconda Conferenza Nazionale sul commercio con l’estero.* Il Mulino, 2005.

Da questo, possiamo concludere che, per comprendere a fondo cosa si celi dietro il termine “Made in Italy” e capire cosa consenta alle categorie di prodotti, appena citate, di rientrare legittimamente sotto tale etichetta, è necessario, prima di tutto, mettere in luce gli elementi che identificano come italiano un prodotto davanti agli occhi dei consumatori finali.

Ragionando in questo senso ci accorgiamo che il semplice fatto che il processo produttivo di un certo bene sia stato svolto principalmente sul territorio italiano non è sufficiente a farlo rientrare sotto l’etichetta di “Made in Italy”.<sup>5</sup>

Sempre su questo tema, vale la pena di ricordare come, negli ultimi anni, con il diffondersi della delocalizzazione produttiva e l’internazionalizzazione degli scambi, si è giunti a domandarsi se un prodotto possa essere qualificato come “Made in Italy”, anche se il suo processo produttivo non è svolto in territorio italiano, per il semplice fatto che si faccia portatore di una “idea italiana” di produzione. Secondo tale filone interpretativo, dunque, potrebbero rientrare sotto il marchio di “Made in Italy” tutti quei prodotti che sono frutto di un processo produttivo ispirato al modello italiano o che sono stati semplicemente ideati in Italia e poi, per le ragioni più diverse, prodotti in territorio estero.

Il concetto di “Made in Italy” appena descritto risulta, tuttavia, poco condiviso sia dai massimi studiosi in materia (si vedano Becattini, Fortis, Ferraresi ecc.) che, come emerge da un sondaggio effettuato da Ferraresi, Mortara e Pomodoro, dai consumatori finali. In base ai risultati di tale ricerca, è emerso che per il 94,60% degli intervistati era importante che il processo produttivo di un prodotto “Made in Italy” venisse svolto in Italia, senza contare che per il 90,10% del campione è necessario che anche le materie prime utilizzate siano di provenienza italiana.<sup>6</sup>

Da questi dati, dunque, emerge chiaramente quanto sia forte l’impatto del “country effect” sui consumatori intervistati: nel loro immaginario, il fatto che un prodotto venga realizzato sul territorio italiano, con materie prime italiane e con manodopera italiana lo rende dotato di caratteristiche che non ritengono possano essere replicate in nessun altro luogo.

Vale la pena analizzare, a questo punto, quello che Bucci, Coldeluppi e Ferraresi chiamano “il contributo dell’Italia al Made in Italy”, intendendo con tale espressione l’insieme dei fattori culturali, sociali e storici che conferiscono ai prodotti “Made in Italy” la loro identità e che hanno consentito lo straordinario sviluppo delle quattro “A”.

---

<sup>5</sup> Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., Op. Cit.

<sup>6</sup> Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., Op. Cit.



Bisogna ricordare che, su questo argomento, sono stati forniti dalla letteratura numerosi ed approfonditi contributi che, in questa sede, tuttavia, mi limiterò solo ad accennare riportando, tra quelli individuati, gli elementi più significativi.

Nel 1986 Nicola Squicciarino sottolineò il contributo fornito dalla grande ricchezza del patrimonio culturale di cui l'Italia può godere: secondo lui, il contatto costante e prolungato nel corso dei secoli con i capolavori artistici e paesaggistici, di cui il paese è ricco, ha fatto sì che negli italiani si sviluppasse un'innata sensibilità per l'estetica ed il bello.

Sempre secondo Squicciarino, un ruolo significativo, in tale senso, è stato giocato anche dalla presenza della Chiesa Cattolica, che ha saputo esaltare la dimensione sensoriale e la ricerca della bellezza e ne ha favorito l'espressione artistica.<sup>7</sup>

A questi fattori deve essere aggiunto anche un altro elemento di grande importanza, ovvero la naturale propensione degli italiani verso l'imprenditoria, caratteristica che è osservabile anche al giorno d'oggi, tanto che, nel 2008, è stato registrato in Italia il tasso di imprenditorialità più alto d'Europa, con l'8,8% di imprese manifatturiere per 1000 abitanti (CENSIS 2008). Questa tendenza verso l'iniziativa imprenditoriale, che si dimostra quasi naturale negli italiani, nel corso degli anni, ha fatto sì che il gusto per l'estetica ed il bello venissero combinati con le raffinate conoscenze tecniche delle produzioni artigianali tipiche dei diversi territori, dando vita così ad imprese che hanno fatto di gusto e qualità il centro focale della loro produzione.<sup>8</sup>

Lo storico Pascal Morand ha, infine, individuato un elemento di enorme valore nel fatto che gli italiani hanno sviluppato quella che chiama "un'arte del vivere", che sono stati disposti a far conoscere e a condividere con il resto del mondo.<sup>9</sup>

La condivisione con il mondo del "vivere italiano" può essere ricondotta alla già citata definizione di "Made in Italy" che è stata fornita da Marco Fortis e che sottolinea come i media e la cultura di massa occidentale abbiano contribuito a plasmare nell'immaginario collettivo un'idea ben definita del "vivere italiano", che, dunque, diventa espressione di raffinatezza e qualità.

Alla luce di questi attributi, raffinatezza e qualità, possiamo facilmente comprendere come mai i prodotti che riescono a trarre maggiore beneficio dal "country effect" sono quelli identificati dalle quattro "A": "vivere italiano" infatti è diventato sinonimo di "vivere bene" in ogni aspetto della vita

---

<sup>7</sup> Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., Op. Cit.

<sup>8</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia*. Op. Cit.

<sup>9</sup> Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., Op. Cit.

quotidiana, dal vestire, al mangiare fino al circondarsi di oggetti pensati e costruiti per migliorare la qualità della vita.

Da quanto detto fin qui, è possibile comprendere meglio anche l'importanza che viene attribuita al fatto che tali prodotti abbiano visto la luce sul territorio italiano: acquistare un prodotto etichettato come "Made in Italy" equivale, nella moderna logica del consumo, a rendersi partecipi di una parte di quell'autentico "vivere italiano" che è penetrato a fondo nella mentalità degli acquirenti finali.

Da questo punto in avanti, l'oggetto della nostra dissertazione sarà quello di analizzare come il "Made in Italy" è arrivato ad acquistare la sua valenza simbolica e di studiare più nel dettaglio la realtà socioeconomica da cui ha origine.

## **1.2. Le Origini Del "Made In Italy".**

### **1.2.1 Il Periodo 1950-1970.**

Se si vuole cercare di comprendere il processo che ha consentito il progressivo sviluppo e la successiva affermazione del "Made in Italy", è necessario soffermarsi, almeno brevemente, sul periodo in cui si è assistito allo sviluppo e alla costituzione di quel tessuto industriale che oggi porta alla luce i beni che rientrano sotto tale etichetta.

Le basi di tale sviluppo possono essere fatte risalire al periodo che va dal 1950, anno in cui venne ultimata la ricostruzione postbellica, e gli anni Settanta del Novecento, momento in cui venne meno la soluzione di Bretton Woods. Un rilievo particolare, ai sensi della nostra analisi, viene assunto dal sotto-periodo che va dal 1958 al 1963, a cui gli storici hanno conferito il titolo di "miracolo economico italiano". In questo periodo, infatti, gli investimenti nell'industria manifatturiera salirono al 5,2% del PIL, nel 1953, fino a toccare il 6,3% nel 1963, contro un valore medio nel decennio precedente pari al 4,5%. Tra il 1950 ed il 1961 il prodotto interno lordo registrò un incremento annuo medio del 6,7%. La produzione industriale arrivò ad occupare il 47% del PIL, mentre la bilancia commerciale passò da un disavanzo di 343 milioni di dollari nel 1952, ad un avanzo di 745 milioni di dollari nel 1959.<sup>10</sup>

E' evidente, dunque, che tale periodo, costituisce una tappa fondamentale dello sviluppo del tessuto di imprese che, al giorno d'oggi, danno vita ai prodotti simbolo del "Made in Italy". Le caratteristiche di tali prodotti, infatti, sono strettamente legate alle peculiarità della struttura produttiva e del tessuto economico che è andato a formarsi in Italia durante il periodo sopra menzionato. Risulta, dunque,

---

<sup>10</sup> Castronovo V., *Storia economica d'Italia. Dall'Ottocento ai giorni nostri.*, Einaudi, 2013.

evidente che, per comprendere come è nato il “Made in Italy”, è necessario andare a vedere come sono nate le imprese che lo portano alla luce.

Occorre infatti premettere che il “Made in Italy” nasce in un particolare contesto, costituito da imprese di medie e piccole dimensioni, molto spesso a carattere familiare, che nel corso dei decenni si sono evolute ed adattate per operare in un mercato soggetto a rapidi cambiamenti. Come vedremo in seguito, una delle caratteristiche principali di tali imprese è costituita dalla loro tendenza a specializzarsi in determinate tipologie di produzione e ad essere organizzate e concentrate su base locale.

Come riporta Giacomo Becattini, all’inizio degli anni Cinquanta del Novecento, l’Italia si presentava agli occhi del mondo come un paese platealmente diviso tra un Nord semi-moderno ed un Sud ancora immerso nell’arretratezza, come una terra caratterizzata da un basso reddito pro-capite, da un alto grado di ruralità e da una vistosa arretratezza del suo apparato industriale nei settori più moderni. Questo quadro lasciava presagire un futuro incerto per l’Italia, che in molti vedevano già destinata ad essere soppiantata dalle grandi potenze occidentali.<sup>11</sup>

Nonostante le premesse, tutt’altro che incoraggianti, a partire dal 1950 l’Italia intraprese una fase di crescita ed espansione che l’avrebbe portata, di lì a pochi decenni, ad occupare un ruolo di primo piano nell’economia mondiale e a collocarsi tra i primi dieci paesi al mondo per livello di reddito pro-capite.

Gli studiosi di questo periodo, negli anni, hanno individuato una moltitudine di fattori e congiunture che, complessivamente, consentono di dare ragione al verificarsi di tale fenomeno. Tra i diversi elementi che la letteratura ha messo in luce per spiegare la crescita economica di quegli anni, ve ne sono alcuni che meritano di essere ricordati in questa sede, poiché significativi ai fini della nostra analisi.

Uno degli elementi che, secondo il parere di autorevoli interpreti, tra i quali figura anche Valerio Castronovo, ha dato il maggiore contributo alla crescita dell’economia italiana durante il periodo del “miracolo”, è costituito dalla presenza di una grande disponibilità di manodopera a basso costo, che è stata in grado di fornire, per lungo tempo, un vantaggio competitivo in termini di costi alle imprese italiane. Questo ha consentito alle loro merci di essere esportate a prezzi ridotti sul mercato internazionale, che proprio in quel periodo stava attraversando una fase di apertura ed integrazione.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia*. Op. Cit.

<sup>12</sup> Castronovo V. *Storia economica d’Italia*. Op. Cit.

Gli studiosi del cosiddetto “miracolo economico” sono concordi nel riconoscere che gran parte della crescita di quel periodo è da attribuirsi ad un ritorno dell’attenzione sui comparti industriali a più alta intensità di capitale (siderurgico, chimico, cantieristico ecc.), nell’intento di riprendere la via dell’industrializzazione aperta da Giolitti agli inizi del secolo.

In epoche più recenti, tuttavia, altri studiosi hanno messo in luce altri aspetti del “miracolo economico” che, per lungo tempo, erano passati sotto silenzio. Tra questi, mi pare opportuno citare Giorgio Fuà, il quale, pur riconoscendo la complessità e la molteplicità dei fattori che hanno trainato lo sviluppo di quel periodo, individua un elemento centrale in quella che chiama una “esplosione di imprenditorialità”. In tale periodo, infatti, si assistette alla nascita di una miriade di piccole imprese, spesso a carattere familiare, costituite da artigiani od operai specializzati che sceglievano di mettersi in proprio e di allargare la loro attività.<sup>13</sup>

Sono pochi gli autori che hanno saputo dare risalto a questo fenomeno, ma tra questi non mancano altre voci autorevoli quali Guido Carli: egli parla degli anni del “miracolo” come quelli di un “capitalismo ruggente” che ha dato vita all’imprenditoria medio-piccola. Secondo Carli, lo sviluppo di questo tessuto di industrie attraverso il ventennio 1950-1970 costituisce “Il fatto più grosso e di maggiore rilievo economico e sociale della nostra storia unitaria”.<sup>14</sup>

Anche Giacomo Becattini descrive questo processo di costituzione dell’apparato industriale italiano parlando di come si sia assistito, dapprima, ad una graduale scomparsa delle piccole imprese tradizionali ( falegnami, fabbri, ciabattini ecc.) ed, in seguito, ad una loro trasformazione in piccole imprese manifatturiere. Il fenomeno, fa notare Becattini, è particolarmente marcato nel Centro-Nord del paese, dove, proprio in quegli anni, iniziarono a costituirsi gli agglomerati di piccole imprese che, di lì a poco tempo, si sarebbero trasformati in veri e propri “distretti industriali”.<sup>15</sup>

Entrambi gli autori appena citati riconoscono che questo tessuto di piccole imprese di nuova costituzione trae le proprie origini, soprattutto, dalle attività artigianali che venivano svolte al livello locale. La trasformazione di tali attività in forme di impresa più strutturate costituisce una sorta di naturale sviluppo delle stesse, che non ne fa venire meno le caratteristiche fondamentali.

All’interno di tali imprese, a cambiare, è soltanto il modo in cui il processo produttivo viene organizzato: si passa da una produzione svolta all’interno delle botteghe a quella che, invece, ha luogo

---

<sup>13</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia*. Op. Cit.

<sup>14</sup> Carli G., *Intervista sul capitalismo italiano*., Laterza, 1977.

<sup>15</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia*. Op. Cit.

all'interno di uno stabilimento ben organizzato e strutturato. Si comincia ad allargare la produzione, ma viene lasciata inalterata l'attenzione per la qualità dei prodotti e delle materie prime.

Becattini, a tale proposito, sottolinea l'esistenza di un "artigianato artistico" che, a partire dagli anni Cinquanta, inizia a riorganizzare la propria attività in forma di impresa riuscendo a costituire un connubio tra "arte del fare bene" e produzione industriale.<sup>16</sup>

E' in questo contesto che si vengono a delineare i tratti peculiari dei prodotti "Made in Italy": la produzione delle piccole e medie imprese italiane, si focalizza principalmente su prodotti che possono essere definiti "tradizionali", quali i capi di abbigliamento, gli accessori per la persona, i mobili ed il comparto alimentare. Sono produzioni caratterizzate da basso contenuto tecnologico, ma, al contempo, dotate di straordinaria raffinatezza: i processi produttivi da cui hanno origine, in molti casi, sono articolati, frutto di tradizioni secolari che richiedono molte conoscenze tecniche, tanto che sono proprio gli artigiani in grado di trasferire tali conoscenze ad una produzione su scala più grande che godono dei risultati migliori.

Tra le piccole imprese di questo periodo, la competizione si fa talvolta molto accesa e spinge i piccoli imprenditori ad essere alla continua ricerca di miglioramenti e di nuovi sbocchi commerciali per i propri prodotti.

Come sottolineano autori del calibro di Castronovo e Becattini, lo sviluppo di tali piccole imprese venne favorito anche da alcuni provvedimenti di politica economica particolarmente favorevoli: basti pensare alla partecipazione italiana al GATT ed al ruolo attivo che l'Italia giocò nel processo di integrazione europea.<sup>17</sup>

L'insieme di questi provvedimenti contribuì ad aprire nuovi sbocchi per le produzioni italiane che, all'estero, godevano anche di un vantaggio competitivo in termini di prezzo, visto che l'Italia poteva contare su un basso costo della manodopera.

E' questo, dunque, il contesto da cui ha origine il "Made in Italy" per come lo conosciamo oggi. Per quanto riguarda la sua nascita vera e propria, vi è opinione sostanzialmente unanime che una data particolarmente significativa sia quella del 12 febbraio 1951.

In tale data Giovan Battista Giorgini, titolare di un noto "buying office" fiorentino ebbe la grande idea di convocare alcuni rappresentanti di grandi magazzini americani (Bergdorf and Goodman, Altman, Henry Morgan ecc.) per mostrare loro alcuni esempi di moda italiana, organizzando una

---

<sup>16</sup> Becattini G., *Distretti industriali e Made in Italy. Le basi socioculturali del nostro sviluppo economico.*, Bollati Boringhieri, 1998.

<sup>17</sup> Castronovo V., *Storia Economica d'Italia.*, Op. Cit.

piccola sfilata all'interno di una delle sue sale da ballo a cui partecipò una piccola schiera di stilisti italiani (Emilio Pucci, le sorelle Fontana ecc.). L'evento si rivelò un successo ed è così che la moda italiana, che all'epoca era pressoché sconosciuta, ebbe l'occasione di rivelarsi agli occhi del mondo. La sfilata organizzata da Giorgini divenne un evento annuale e, di lì a poco, venne trasferita all'interno di palazzo Pitti, conquistando così un posto stabile nelle manifestazioni mondiali del settore della moda.<sup>18</sup>

Fu così che, grazie a Giorgini e alla moda italiana, lo stile italiano, per la prima volta, riuscì ad oltrepassare i confini nazionali e ad essere conosciuto ed apprezzato nel resto del mondo: era nato il "Made in Italy".

La sfilata di Giorgini ha avuto il grande merito di far notare al mondo che il gusto degli italiani per l'arte ed il bello, che avevano rappresentato la loro forza nei tempi passati, non solo non erano scemati, ma erano ancora in grado di essere utilizzati per dare vita ad un modello concreto di sviluppo. L'Italia possedeva, nella sua cultura e nella creatività dei suoi abitanti, una risorsa importante ed era pronta a condividerla con il resto del mondo. I segnali che questo cambiamento era in atto erano già visibili semplicemente osservando la già citata proliferazione di piccole imprese ed il progressivo aumento del reddito pro-capite.

Di lì a pochi anni, sarebbe divenuto chiaro a tutti che l'Italia aveva trovato un modo per imboccare la via dell'industrializzazione. Si vedrà più avanti che i comparti del "Made in Italy" hanno dato un forte contributo a questo processo di sviluppo.

## **1.2.2. Il Periodo 1970-2000.**

E' stato appena detto che, a partire dagli anni Cinquanta, l'Italia è stata attraversata da grandi cambiamenti di carattere sociale ed economico, che le hanno permesso di intraprendere con successo la via dell'industrializzazione e di realizzare quello che è stato chiamato un "miracolo economico". Abbiamo anche visto che, secondo il parere di alcuni autorevoli studiosi (Becattini, Fuà, Carli), uno degli elementi più significativi da mettere in luce, riguardo a tale periodo, è stata la cosiddetta "esplosione di imprenditorialità" che, stando all'opinione di Guido Carli, ha portato alla costituzione del tessuto di piccole e medie imprese che caratterizzeranno la struttura economica italiana negli anni a venire.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., Op. Cit.

<sup>19</sup> Carli G., Op. Cit.

Bisogna sottolineare, comunque, il fatto che l'importanza della costituzione di tale tessuto di piccole e medie imprese manifatturiere si rivelerà, in tutto il suo spessore, solo alcuni decenni più tardi. Nel ventennio considerato, infatti, l'attenzione della politica era rivolta alle esperienze di impresa medio-grande che caratterizzavano principalmente il Nord-Ovest del paese e che puntavano a far entrare l'Italia in settori tecnologicamente più avanzati.

Durante quel ventennio, come sottolinea Becattini, nessuno era interessato alla nascita di quella miriade di piccole imprese manifatturiere che si stavano concentrando nel Centro-Nord del paese. Era chiaro che il contributo dell'Italia manifatturiera alla bilancia commerciale era significativo, ma era, tuttavia, opinione condivisa che quel tipo di industria dovesse rappresentare solo una fase transitoria del processo di industrializzazione del nostro sistema economico, che doveva essere trainato dai settori tecnologicamente più avanzati.<sup>20</sup>

Lo sviluppo della grande impresa e quello del tessuto di piccole imprese manifatturiere procedettero quasi di pari passo fino all'inizio degli anni '70, periodo in cui l'economia mondiale fu attraversata da profondi cambiamenti.

Gli shock petroliferi, le rivendicazioni salariali, gli aumenti generalizzati dei costi produttivi e la volatilità dei tassi di cambio misero a dura prova le economie sviluppate e mandarono in crisi il modello Ford-Taylorista di grande impresa.

Le grandi imprese dovettero intraprendere un processo di ristrutturazione per dotarsi di una struttura più flessibile, in grado di assorbire meglio l'impatto delle fluttuazioni della domanda di mercato. Una soluzione che si rivelò particolarmente efficace fu quella di effettuare una divisione del lavoro tra singole imprese di uno stesso settore, anziché tra addetti ad uno stesso processo produttivo. Sostanzialmente, ciascuna impresa si specializzava in una delle fasi di un processo produttivo complesso e vendeva i propri prodotti ad altre imprese della filiera. La possibilità di gestire un processo produttivo attraverso una rete di imprese di dimensioni più piccole consentiva una maggiore flessibilità e portava anche ad aumenti dell'efficienza.

In Italia, la tendenza delle imprese medio-piccole ad organizzarsi in una rete, come riporta Becattini, era già in atto a partire dai primi anni Sessanta. Fin da tale periodo infatti, era possibile riscontrare una marcata spinta, tra le piccole imprese appartenenti ad uno stesso settore, a concentrarsi su un territorio circoscritto e relativamente ristretto. Le imprese, così concentrate, erano solite, poi, stabilire, le une con le altre, delle relazioni di concorrenza o di cooperazione.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Becattini G., *Distretti industriali e Made in Italy.*, Op. Cit.

<sup>21</sup> Ibidem.

Secondo alcuni dei massimi studiosi di tale fenomeno (Becattini, Dei Ottati), questa tendenza, quasi spontanea, dei piccoli imprenditori italiani, racchiudeva in sé i prodromi di uno dei fenomeni caratteristici degli anni Settanta ed Ottanta: la nascita dei sistemi produttivi locali e dei “distretti industriali”.<sup>22</sup>

Durante gli anni Settanta si assiste ad un progressivo fenomeno di riorganizzazione della struttura produttiva italiana: Becattini, raffrontando i dati di due censimenti industriali, fa notare come nel decennio 1971-1981, nel Nord-Est e nel Centro viene registrato un significativo calo degli addetti nella grande impresa, pari a 160.000 unità, mentre vengono registrati un aumento di 140.000 addetti nelle piccolissime imprese e un aumento di addirittura 430.000 occupati nelle imprese con un numero di dipendenti compreso tra le 10 e le 49 unità.<sup>23</sup>

Becattini ravvisa, nel quarantennio 1951-1991, un “mutamento radicale della struttura manifatturiera italiana” e ne individua quattro tratti peculiari: il primo è costituito dalla tendenza delle imprese manifatturiere a ridurre le proprie dimensioni; il secondo è il marcato orientamento della produzione verso settori ad alto contenuto di “know-how”, design e creatività; il terzo tratto saliente consiste nel fatto che il fenomeno è riscontrabile sulla maggior parte del territorio italiano; il quarto, infine, è costituito dalla agglomerazione di tali imprese in “sistemi locali”.

In ultima analisi, Becattini sostiene che, a partire dagli anni Settanta, in Italia si è assistito ad una progressiva perdita di peso dei settori industriali “tradizionali”, a vantaggio dei settori merceologici che, comunemente, vengono fatti rientrare sotto l’etichetta di “Made in Italy”. E’ proprio in questi anni, infatti, che si assiste all’affermazione delle imprese italiane nei comparti indicati dalle quattro “A”, già prima accennate: il settore della moda italiana conosce uno dei suoi periodi più floridi e lo stesso vale anche per il design ed il comparto alimentare.

E’ significativo, come fa notare uno studio di Becattini e Dei Ottati, il fatto che i comparti del “Made in Italy” abbiano registrato una performance positiva sia durante il periodo sopra citato che durante i successivi anni Novanta, quando il resto dell’economia italiana ed europea mostrava, al contrario, segni di rallentamento.<sup>24</sup>

I dati riportati all’interno dello studio sembrano essere eloquenti: nel 2001 il 62% delle esportazioni manifatturiere italiane, per un ammontare di 164 miliardi di euro, era costituito dalla meccanica leggera e da beni per la persona e per la casa. Questi ultimi, in particolare, hanno consentito di

---

<sup>22</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia*. Op. Cit.

<sup>23</sup> Ibidem.

<sup>24</sup> Becattini G., Dei Ottati G., *L’economia italiana negli anni Novanta: un confronto tra aree di grande impresa e distretti industriali*. Franco Angeli, 2006.



realizzare un saldo positivo di 41 miliardi di euro sulla bilancia commerciale, a fronte di un saldo negativo, pari a 22,5 miliardi di euro, fatto registrare dall'industria pesante. In questo passaggio viene riportata una semplice "istantanea" della bilancia commerciale italiana nel 2001 che, però, risulta particolarmente significativa se si tiene conto del fatto, sottolineato da Becattini e Dei Ottati, che entrambi i comparti appena menzionati (beni per la persona e per la casa e meccanica leggera) avevano già mostrato evidenti segnali di crescita durante tutto il decennio precedente.<sup>25</sup>

Il fenomeno viene evidenziato anche da uno studio di Marco Fortis del 2004, nel quale l'autore evidenzia come durante il periodo 1991-2001 "*l'asse portante della bilancia commerciale italiana*" sia stato costituito dalle esportazioni di beni per la persona e per la casa e dalla meccanica leggera: questi settori, nel 2001, rappresentavano il 65% dell'occupazione manifatturiera italiana, distribuita tra 410 mila imprese.<sup>26</sup>

Da uno studio del 2004, addirittura, emerge che i settori di eccellenza del "Made in Italy" rappresentano il 57% dell'export nazionale, facendo registrare un saldo attivo commerciale con l'estero pari ad 80 miliardi di euro.<sup>27</sup>

L'industria italiana, dunque, presenta al giorno d'oggi un carattere "atipico" per quanto riguarda la specializzazione manifatturiera. Tale dato è evidenziato anche da un sondaggio effettuato dal Centro Studi di Confindustria che affronta un'analisi comparata della struttura industriale dei maggiori paesi avanzati. Il Centro Studi di Confindustria riporta che: "*L'industria italiana mostra di essere passata attraverso un processo di lungo periodo il cui risultato finale è una maggiore presenza relativa nelle c.d. produzioni del Made in Italy, nella produzione di laterizi e rivestimenti in ceramica, e nella carpenteria dei metalli, e una presenza minore nelle produzioni della filiera chimica, della filiera cartario-editoriale, nella produzione di metalli, nell'industria automobilistica e in quella dei beni meccanici di precisione*".<sup>28</sup>

Come sostengono gli stessi autori, tali dati possono essere spiegati dal fatto che le industrie italiane possiedono un vantaggio competitivo consistente nei settori sopraindicati. Le basi di tale vantaggio devono, per forza di cosa, essere rintracciate in quei mutamenti che, a partire dagli anni Settanta, hanno attraversato l'economia italiana e che hanno permesso la nascita dei sistemi di imprese che danno vita al "Made in Italy".

---

<sup>25</sup> Ibidem.

<sup>26</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

<sup>27</sup> Ibidem.

<sup>28</sup> Centro studi di Confindustria, n° 145, 2004, da Fortis M. *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.* Op. Cit.

### **1.3. La Forza Del “Made In Italy”.**

Giunti a questo punto, sembra opportuno andare ad approfondire l’analisi, prendendo in considerazione gli elementi che possono servire a spiegare le origini del vantaggio competitivo che l’Italia ha dimostrato di possedere nei comparti del “Made in Italy”.

Come è stato appena detto, nell’arco di circa quarant’anni, i settori del “Made in Italy” sono diventati uno degli elementi portanti dell’economia italiana, contribuendo a mantenere in avanzo la bilancia commerciale.

Molti studiosi, tra cui sono annoverati Becattini, Castronovo, Fortis ecc., intravedono una delle ragioni principali di tale successo nel modo peculiare in cui è organizzata la produzione di questi beni.

Questi studiosi muovono la loro riflessione a partire dalla constatazione che i beni classificabili come “Made in Italy” siano, per la maggior parte, frutto di un modello di sviluppo industriale che costituisce un “unicum” della realtà italiana, ovvero quello dell’organizzazione in “sistemi locali”.

Per “sistema locale” di produzione, comunemente, si intende la concentrazione di più imprese, appartenenti ad uno stesso settore, all’interno di un’area geografica ben definita. Affinché si possa parlare di “sistema”, oltre alla vicinanza fisica, tra le imprese, deve sussistere, tra le stesse, anche un insieme di relazioni di varia natura.

Fin dall’antichità, è possibile riscontrare, in Italia, una certa tendenza dei vari centri locali a specializzarsi nell’ambito di una determinata produzione. Tuttavia, è solo a partire dal secondo dopoguerra che si può parlare di veri e propri “sistemi locali”, costituiti da imprese dal carattere moderno.

Un significativo impulso alla costituzione di tali sistemi è stato dato, all’inizio degli anni Settanta, dai mutamenti delle condizioni economiche che hanno messo in crisi il modello Ford-Taylorista della grande impresa.

Con riferimento alla realtà italiana, come riporta Castronovo, le grandi imprese di questo periodo si trovarono ad attraversare un momento di crescente difficoltà, dovuto ad un aumento dei costi di produzione e ad una stagnazione dei consumi. Per rispondere al cambiamento dello scenario, molte

grandi imprese cominciarono a ridurre il numero di occupati e a riorganizzarsi attraverso la delocalizzazione di alcune fasi del processo produttivo.<sup>29</sup>

Con la delocalizzazione, le grandi imprese affidavano lo svolgimento di una o più fasi del processo produttivo ad un gruppo di piccole imprese specializzate. Questo fenomeno creò le precondizioni per lo sviluppo di sistemi di imprese in cui una, la grande impresa originale, esercitava una funzione, per così dire, di “coordinamento”, essendo lei a gestire i contratti di fornitura e a trovare gli sbocchi sul mercato per i prodotti finiti, mentre le altre si limitavano all’esecuzione delle commesse.

La riorganizzazione delle grandi imprese, tuttavia, ha contribuito alla nascita solamente di una parte dei “sistemi locali”: molti studiosi del fenomeno, come Becattini e Giorigio Fuà, hanno evidenziato come, molto spesso, i “sistemi locali” abbiano intrapreso il loro sviluppo in maniera autonoma, semplicemente grazie all’abilità delle imprese che ne fanno parte nel trovare sbocchi per i loro prodotti.<sup>30</sup>

Questa seconda tipologia di “sistemi locali” è quella che, principalmente, concentra la sua produzione sul “Made in Italy” e che è stata oggetto di studi più approfonditi, nel tentativo di comprendere le ragioni del suo successo.

Come è già stato accennato, le imprese che hanno orientato la loro produzione su settori “tradizionali”, come i beni per la persona, il comparto alimentare e la meccanica leggera, si sono dimostrate particolarmente virtuose, anche in periodi caratterizzati da congiunture economiche negative.

Durante gli anni Settanta, mentre le grandi imprese italiane arrancavano, come riporta Becattini, le piccole e medie imprese, organizzate su base locale, facevano registrare performance positive e la natura di tale successo, a parere dello stesso autore, risiede nel fatto che esse godevano di alcuni vantaggi rispetto alle imprese di maggiori dimensioni.

Secondo Valerio Castronovo, uno dei fattori che hanno contribuito alla diffusione e alla crescita delle imprese medio-piccole è costituito dal differenziale tra i costi della manodopera tra le imprese di grandi dimensioni, intese come quelle con più di 500 addetti, e quelle di medie e piccole dimensioni. Le dimensioni più contenute di tali imprese, consentivano a queste di operare al riparo dalle contrattazioni collettive dei sindacati e di poter beneficiare, dunque, di un costo della manodopera inferiore. Nel contesto di tali imprese, inoltre, erano meno frequenti i contrasti con i dipendenti e, in

---

<sup>29</sup> Castronovo V., *L'Italia della piccola industria. Dal dopoguerra a oggi.*, Laterza, 2013.

<sup>30</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia.*, Op. Cit.

virtù dei rapporti diretti, talvolta anche di natura familiare, che vigevano all'interno di queste realtà, perfino la soluzione di eventuali conflitti risultava più agevole.<sup>31</sup>

Castronovo, ancora, aveva identificato un altro elemento di vantaggio della piccola e media impresa rispetto alla grande nel "talento imprenditoriale" che questa prima categoria aveva da sempre dimostrato. E' opportuno ricordare, a tale proposito, che le imprese medio-piccole si erano plasmate all'interno di un contesto caratterizzato da una forte concorrenza e da forti mutamenti della domanda e delle condizioni della competizione. I dirigenti di tali imprese, essendo già abituati ad operare in condizioni "precarie", riuscirono ad assorbire meglio gli effetti delle congiunture negative degli anni Settanta di quanto non fecero molti dirigenti della grande industria, abituati a contesti meno mutevoli e ad operare al riparo degli aiuti dello Stato.<sup>32</sup>

Nelle aree di piccola impresa, gli imprenditori avevano dotato le loro aziende di una struttura snella e flessibile, pronta ad essere riadattata di fronte al cambiamento ed incentrata verso il raggiungimento della massima efficienza. Imprese di questo tipo, al contrario di quelle di dimensioni maggiori, si dimostrarono, da subito, particolarmente adatte a fronteggiare i nuovi scenari che si andavano delineando.

Un altro fattore, non di secondaria importanza, che può contribuire a spiegare la proliferazione di imprese nei settori "tradizionali" è costituito dal fatto che essi sono, per la maggior parte, settori a bassa intensità di capitale. Dare vita ad un'impresa attiva nei comparti del "Made in Italy" richiedeva investimenti modesti, in termini economici, dato che la maggior parte delle produzioni manteneva il suo carattere artigianale e non richiedeva l'investimento in costosi macchinari. Questo aspetto è particolarmente importante poiché ha reso possibile al mondo dell'artigianato di accedere a quello dell'imprenditoria. Tale fenomeno ha fatto sì che questi comparti si configurassero come facilmente accessibili e, dunque, le imprese attive in questi settori si sono ritrovate costantemente esposte alla minaccia di nuovi entranti sul mercato. Le uniche barriere all'entrata che essi potevano innalzare erano costituite dai "know how" e dalla differenziazione del prodotto, cosa che ha sempre incentivato queste imprese alla ricerca della inimitabilità.

Da quanto appena detto, si può intuire quanto fosse forte la concorrenza che queste imprese si trovavano a fronteggiare e si capisce, altrettanto facilmente, il perché tali imprese abbiano deciso di investire tanto sulla qualità dei propri prodotti.

---

<sup>31</sup> Castronovo V., *L'Italia della piccola industria.*, Op. Cit.

<sup>32</sup> Castronovo V., *Storia economica d'Italia.*, Op. Cit.

Un ambiente competitivo così difficile e instabile ha spinto molte imprese ad intraprendere relazioni di cooperazione e questo è uno degli elementi che hanno incentivato la costituzione dei sistemi di imprese.

Per comprendere meglio la natura del vantaggio competitivo delle piccole imprese italiane, mi pare opportuno menzionare, a questo punto, gli studi di Giacomo Becattini sui “sistemi locali”, con riferimento particolare a quelli che egli definisce i “distretti industriali”.

Tale argomento è di particolare importanza ai fini di questa analisi, poiché, come riporta lo stesso Becattini, una grande parte del “Made in Italy” vede la luce proprio all’interno di questi “sistemi locali”. Basti pensare che, nel 1995, il 22% del totale delle esportazioni italiane era costituito da quello che Becattini definisce “Made in Italy” distrettuale.<sup>33</sup>

Becattini, nel corso dei suoi studi, mette in evidenza come grande parte della competitività delle piccole e medie imprese italiane, attive nei comparti del “Made in Italy”, risieda in alcune delle caratteristiche proprie dell’organizzazione distrettuale. La sua analisi muove dalla constatazione preliminare per cui le imprese organizzate in forma di “distretto” abbiano registrato performance superiori rispetto alle altre forme di produzione industriale.

Alcuni dati, a tale proposito, vengono riportati anche da Castronovo, il quale, parlando della crisi congiunturale degli anni Novanta, mostra come, in quel periodo, le aree distrettuali fossero riuscite ad aumentare la loro produzione del 13% ed il loro export del 15,8%, con alcuni distretti, particolarmente virtuosi, come quello dell’occhialeria di Cadore, che avevano raggiunto addirittura il 30% in più di esportazioni.<sup>34</sup>

Con il termine “distretto industriale”, Becattini, uno dei massimi studiosi del fenomeno, si riferisce ad una particolare forma di sistema locale di imprese caratterizzato da una singolare compenetrazione tra la realtà imprenditoriale e la vita sociale.

I vantaggi della forma distrettuale derivano dalla semplice circostanza per cui, imprese appartenenti ad uno stesso settore si ritrovano fisicamente vicine e sono naturalmente spinte a dare vita ad un “sistema”.

La formazione dei distretti industriali è un processo che, spesso, si è prolungato negli anni e si è svolto lentamente, spinto dal fatto che le imprese, così organizzate, possono approfittare di un certo numero di vantaggi.

---

<sup>33</sup> Becattini G., *Distretti industriali e Made in Italy*, Op. Cit.

<sup>34</sup> Castronovo V., *L’Italia della piccola industria*. Op. Cit.

Uno dei tratti salienti di questa forma organizzativa, ravvisato da Becattini, è contraddistinto dalla progressiva e crescente suddivisione del processo produttivo che le imprese realizzano all'interno dei distretti. Tale suddivisione riguarda, inizialmente, il processo produttivo "centrale" del distretto, per poi estendersi all'intera filiera. Questa suddivisione del processo produttivo tra imprese diverse e distinte non è altro che una semplice applicazione del principio smithiano-marshalliano della divisione del lavoro, con l'unica differenza per cui *"la suddivisione distrettuale del lavoro viene qui riferita a un'unità mesoeconomica- il distretto industriale appunto- che può non avere esistenza giuridica, ma viene derivata direttamente dal movimento stesso dei rapporti socioeconomici"*.<sup>35</sup>

La crescente *"articolazione locale"* del processo produttivo, realizzata attraverso la sua suddivisione del lavoro tra le imprese, secondo Becattini, risulta di fondamentale importanza per due ordini di ragioni: per prima cosa, essa consente di realizzare dei consistenti aumenti della produttività del distretto; in secondo luogo essa costituisce l'unico mezzo in grado di realizzare *"l'interpenetrazione del processo produttivo e della vita quotidiana della realtà di riferimento"*.<sup>36</sup>

Uno dei vantaggi di cui godono le imprese all'interno di un distretto è quello di poter beneficiare delle "economie esterne marshalliane", ovvero economie di scala che invece di riguardare una singola impresa, riguardano un intero settore. Uno dei benefici apportati dalle economie esterne è costituito dalla facilità con cui le conoscenze e le innovazioni si diffondono tra le imprese del distretto, diventando una specie di risorsa comune a cui attingere. La formula del distretto industriale consente alle idee di circolare molto velocemente e permette a tutti gli attori che operano al suo interno di accrescere continuamente il proprio bagaglio di competenze. Questo consente alle imprese del distretto di poter disporre in ogni momento e con relativa facilità delle competenze specifiche richieste dalle rispettive attività.

Una particolare forma di economie esterne sono le economie di agglomerazione, dovute all'interazione di tipo collaborativo-competitivo che si instaura tra le unità produttive di cui si compone il tessuto produttivo locale. Questo tipo di economie si realizzano, all'interno del distretto, grazie alla semplice vicinanza fisica tra gli agenti.

Grazie alla vicinanza, le imprese del distretto possono ridurre notevolmente i costi di transazione ed instaurare, con facilità, rapporti di collaborazione. All'interno del distretto è anche più facile effettuare un "controllo" sulla concorrenza, capirne le mosse ed essere in grado di conoscere tempestivamente qualsiasi mutamento delle condizioni della competizione.

---

<sup>35</sup> Becattini G., *Dal distretto industriale allo sviluppo locale. Svolgimento e difesa di un'idea.*, Bollati Boringhieri, 2000.

<sup>36</sup> Ibidem.

La realtà del distretto, per le imprese che ne fanno parte, offre la possibilità di rimanere a contatto diretto con l'intera filiera produttiva e, dunque, di avere un maggiore controllo sia sui fornitori che sui canali distributivi.

Un aspetto fondamentale dell'organizzazione distrettuale, che consente a queste imprese di operare in maniera più efficiente, è costituita proprio dalla "interpenetrazione" tra vita quotidiana e realtà industriale: all'interno dei distretti le persone si ritrovano, fin dalla nascita, letteralmente immerse in un contesto imprenditoriale e finiscono per acquisire le conoscenze specifiche di tale ambiente in maniera quasi inconsapevole.

All'interno dei distretti vengono continuamente tramandati, innovati e migliorati gli insiemi di conoscenze tecniche necessari per ciascun tipo di produzione e questo permette alle imprese che operano al loro interno di poter contare sempre su una manodopera qualificata e specializzata, in grado di garantire la massima efficienza.

Il processo di "distrettualizzazione" fa sì che le conoscenze tecniche, peculiari di una certa produzione, vengano ad essere perfettamente integrate con le abilità imprenditoriali di ciascuno: le condizioni di concorrenza durante la fase di costituzione di un distretto sono altamente selettive e solo chi dimostra di avere buone capacità di imprenditore riesce a mantenere il suo posto all'interno del distretto.

Altro elemento fondamentale, individuato da Becattini<sup>7</sup>, è costituito dal forte legame che si crea tra il sistema di imprese ed il territorio su cui esse operano. Tale legame non si limita alla semplice produzione di un bene che è fortemente radicato nella cultura locale e che ne racchiude l'identità: esso riesce ad andare oltre, ponendo al centro degli interessi delle imprese, che fanno parte del distretto, l'interesse per la comunità territoriale.<sup>37</sup>

Il legame con la comunità è particolarmente evidente e si configura nella consapevolezza, da parte delle singole imprese, di essere parte di un'entità più grande, dalla cui esistenza dipende anche la loro. Becattini osserva come, quando una delle imprese di un distretto si trovi ad attraversare un momento di crisi, essa venga immediatamente "assorbita" dalle altre imprese del distretto, tramite acquisizioni o un piano di aiuti, oppure venga immediatamente sostituita da una nuova impresa. Questo contribuisce a rendere più stabile il sistema stesso e a migliorare le condizioni in cui operano le altre imprese che ne fanno parte.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Ibidem.

<sup>38</sup> Ibidem.

Nei distretti industriali si è verificato anche un altro importante fenomeno, ovvero l'allargamento della gamma della produzione ai prodotti e servizi "strumentali" alla produzione che costituisce il "core" del distretto. In molti distretti, infatti, si sono sviluppate imprese specializzate nella produzione dei macchinari necessari ad un certo tipo di produzione, oppure aziende che si occupano di fornire consulenze o assistenza alle imprese del distretto. Questo fenomeno ha permesso ad alcune di queste imprese "strumentali" di crescere e di allargare il proprio ambito di attività al di fuori del distretto, talvolta raggiungendo anche i mercati esteri. Il fenomeno è divenuto così marcato che si è cominciato a parlare di "Made in Italy allargato", in riferimento ai prodotti di questo secondo tipo di imprese.

La fortuna di cui i distretti industriali hanno goduto dagli anni Settanta in avanti, tuttavia, è dovuta, oltre che alle loro caratteristiche intrinseche, anche ad alcuni fattori congiunturali estremamente significativi.

Come viene sottolineato da Castronovo<sup>39</sup> e da Becattini<sup>40</sup>, tra gli anni Sessanta e gli anni Settanta si è verificato un importante cambiamento nelle dinamiche del consumo: con l'aumento dei redditi ed l'affermarsi di un benessere diffuso, i consumatori hanno cominciato ad avvertire nuove tipologie di bisogno, che si discostavano dai semplici bisogni di base. Si nota, a partire da questo periodo, la tendenza dei consumatori a cercare prodotti di qualità più elevata e personalizzati.

In questo periodo le produzioni in serie di prodotti standardizzati, tipiche del modello fordista, non si dimostravano più adatte a soddisfare i nuovi bisogni della clientela. I produttori di beni per la persona e per la casa si trovarono, a partire dagli anni Settanta, a fronteggiare una domanda sempre più "segmentata", costituita cioè da insiemi distinti di consumatori, accomunati da preferenze specifiche rispetto a ciascuna categoria di beni.

In questo momento storico, le imprese si resero conto che non era più sufficiente offrire un output dai prezzi contenuti, ma che era necessario offrire ai consumatori una gamma di prodotti adatti a soddisfare le esigenze specifiche di ciascuno.

Nei paesi sviluppati, le nuove classi emergenti, disponendo di redditi più elevati, erano alla ricerca di beni divenuti "simbolo" della loro nuova condizione di benessere e, per ottenerli, erano disposti a pagare prezzi anche elevati. Ciò che stava accadendo può facilmente essere sintetizzato dicendo che, nei paesi sviluppati e caratterizzati da un benessere diffuso, stavano nascendo nuove tendenze di consumo che rispondevano a nuove tipologie di bisogno.

---

<sup>39</sup> Castronovo V., *Storia economica di Italia.*, Op. Cit.

<sup>40</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia.*, Op. Cit.



In questo contesto, le imprese distrettuali italiane si ritrovarono avvantaggiate rispetto alle altre, poiché si trovavano già pronte, per loro stessa natura, ad offrire prodotti che rispondevano a quei bisogni nuovi. Il carattere artigianale e focalizzato sulla persona, che queste produzioni avevano mantenuto, consentiva loro di rispondere perfettamente ai bisogni di quei clienti che erano spinti dal bisogno di distinguersi dalla massa acquistando prodotti “unici” o comunque non disponibili per tutti.

I distretti industriali italiani furono i più preparati ad inserirsi in questa nuova nicchia di consumo, dove riuscirono a conquistarsi una posizione di leadership piuttosto stabile. Rivolgendosi a queste nuove tipologie di clienti, le imprese distrettuali non risentivano della concorrenza dei prodotti a basso costo provenienti dalle industrie tradizionali o dai paesi emergenti e riuscivano a garantirsi anche buoni margini di profitto.

Grazie a questi mutamenti, le imprese manifatturiere italiane, riuscirono ad inserirsi nelle dinamiche dei mercati mondiali sfruttando i loro naturali punti di forza: la qualità dei loro prodotti e l’attenzione verso i clienti.

E’ in questo contesto che il termine “Made in Italy” si trasforma in sinonimo di qualità, artigianalità e ricercatezza di un prodotto, aiutato anche da una significativa attenzione da parte dei media di tutto il mondo. In quegli anni, infatti, era ancora viva, nell’immaginario collettivo, l’idea dell’Italia che era stata fornita dalle rappresentazioni cinematografiche (basti pensare a “La dolce vita”) e mediatiche durante gli anni del “miracolo economico”.

I prodotti italiani poterono beneficiare in senso positivo dell’immagine che i consumatori avevano della loro terra di origine e questo non fece altro che incentivare il consumo di tali beni.

Questo, insieme alle caratteristiche strutturali delle imprese distrettuali italiane, a cui ho accennato in precedenza, ha consentito ai comparti del “Made in Italy” di affacciarsi sullo scenario mondiale e di costruirsi una posizione di forza tale da permettere loro di registrare performance positive sino alla fine degli anni Novanta.

## **1.4 I Comparti Del “Made In Italy”.**

Gli anni Novanta sono stati il momento in cui si è assistito alla piena affermazione mondiale delle specializzazioni del “Made in Italy” ed alla definitiva percezione del loro successo, sia da parte del pubblico italiano che di quello internazionale: a partire da questo periodo si è sviluppato un grande interesse intorno al fenomeno ed è nata una fiorente letteratura in materia.

E' in questo periodo che autori quali Marco Fortis, Quadrio Curzio e molti altri si fanno portavoce dell'idea per cui l'etichetta di "Made in Italy" debba essere utilizzata non tanto come indicatore di provenienza, ma piuttosto come indicatore di qualità, ricomprendendo sotto di essa tutte le eccellenze del sistema produttivo italiano, considerato nel suo insieme.

All'epoca, infatti, il "Made in Italy" era noto, per lo più, per i successi delle case di moda italiane e di pochi altri brand di lusso, mentre poca attenzione era riservata ad altre produzioni di eccellenza nei campi dell'arredamento, della meccanica e del comparto alimentare.

Nel 1998 Marco Fortis descriveva così la percezione che, fino ad allora, si era avuta del "Made in Italy": *"Quando si parla di Made in Italy è quasi inevitabile che l'opinione pubblica pensi subito e principalmente ai vestiti di Versace, Valentino e Armani, alle catene di abbigliamento casual di Benetton, alle borse di Gucci e di Fendi, alle scarpe di Della Valle e Ferragamo: insomma la moda italiana. Oppure il pensiero corre alla Ferrari, considerata come una vera e propria bandiera del nostro paese. Ma il Made in Italy è un fenomeno più complesso, che tocca diversi settori ed attività economiche del sistema Italia, spaziando dai più svariati beni industriali sino ai prodotti tipici dell'agricoltura ed anche al turismo"*.<sup>41</sup>

In effetti, a ben vedere, la crescita, lo sviluppo e la creatività delle imprese attive nei comparti del Made in Italy tra gli anni Sessanta e gli anni Novanta hanno rappresentato un'esperienza unica, che ha suscitato lo stupore del mondo intero. E' possibile osservare come, durante l'intero periodo, sia cresciuto gradualmente, ma incessantemente, il numero di PMI e distretti industriali che hanno raggiunto posizioni di leadership in un ampio numero di settori, dalle calzature, all'occhialeria, alla gioielleria fino ai vini e ai prodotti tipici dell'agricoltura italiana.<sup>42</sup>

A seguito di questo fenomeno l'espressione "Made in Italy" si è trasformata in qualcosa di molto più importante di un semplice marchio di origine, giungendo ad assumere le caratteristiche di un vero e proprio "brand", dotato di un'identità ben definita e divenuto sinonimo di qualità e affidabilità riconosciute universalmente.

E' stato stimato, a tale proposito, che se la sigla "Made in Italy" fosse un "brand", nel senso proprio del termine, essa si collocherebbe al terzo posto nella classifica dei "brand" più noti al mondo, posizionandosi dopo Coca Cola e Visa.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Citazione da Quadrio Curzio A. *Introduzione: il Made in Italy tra commercio leale e innovazione industriale*. Contenuto nella prefazione a Fortis M. *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

<sup>42</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

<sup>43</sup> Noci G., *Se il Made in Italy fosse un brand sarebbe il terzo al mondo*. Il Sole 24 Ore, 27/08/2014.

Per un'impresa, dunque, avere la possibilità di vendere prodotti con denominazione "Made in Italy" significa poter godere di un forte vantaggio rispetto alla concorrenza, grazie ai benefici che derivano da un'immagine tanto forte.

Se, al giorno d'oggi, il "Made in Italy" gode di una tale fortuna, il merito di tutto ciò deve essere necessariamente attribuito ad una serie di attività e di specializzazioni in cui le imprese italiane hanno saputo guadagnarsi posizioni di leadership. Tali attività sono state classificate in diversi modi dai vari studiosi del fenomeno, tuttavia, una delle classificazioni che ha avuto maggiore fortuna, ed è già stata citata in questo scritto, è quella elaborata da Marco Fortis<sup>2</sup> e che viene comunemente detta delle "quattro A": 1) Abbigliamento – Moda; 2) Arredo – Casa; 3) Automazione – Meccanica; 4) Alimentari e bevande.<sup>44</sup>

Fortis, accanto a queste macro-aree, individua anche alcune leadership di nicchia in alcuni comparti "sui generis", in quanto ad alto contenuto tecnologico, ai quali può essere estesa la firma di "Made in Italy": l'auto di lusso, l'elicotteristica e l'aerospazio, le navi da crociera, le specialità chimiche e farmaceutiche, la diagnostica e la biomedica.

Il sistema Abbigliamento – Moda è il macro-settore che forse meglio rappresenta il successo del "Made in Italy" nel mondo. Tale sistema è costituito da quattro grandi settori: il tessile-abbigliamento ed i relativi accessori; le pelli-calzature-pelletteria; l'occhialeria; l'oreficeria-gioielleria. Sono settori generalmente strutturati in filiere più o meno articolate in cui ogni fase viene gestita da imprese specializzate. Nel sistema Abbigliamento-Moda è molto forte la presenza di imprese distrettuali, basti pensare ai grandi distretti industriali del tessile biellese, del calzaturiero marchigiano o dell'occhialeria bellunese. Nel 2001 l'intero settore poteva contare sulla presenza di 108 mila imprese, con un totale di 891 mila addetti, pari al 18,2% dell'occupazione manifatturiera nazionale. Nello stesso anno il sistema Abbigliamento-Moda ha generato esportazioni per un ammontare di 50,5 miliardi di euro, con un saldo con l'estero positivo di 28,7 miliardi di euro. Nonostante la concorrenza dei paesi asiatici, soprattutto la Cina, nel 2001 l'Italia, oltre a diversi primati nell'esportazione di alcuni prodotti (pelli ovine, pelli scamosciate ecc.), deteneva le più alte quote di export mondiale, comprese tra il 20% ed il 50%, rispetto a prodotti quali le pelli conciate, i prodotti laniferi, i foulard e le cravatte, gli articoli di gioielleria, le montature e gli occhiali.<sup>45</sup>

Il sistema Arredamento-Casa costituisce una parte importante del "Made in Italy", anche se non tutti i settori di cui si compone godono di uguale fama tra il pubblico. Anch'esso è composto da quattro settori: legno-mobilio; lampade ed illuminotecnica; piastrelle e ceramica; pietre ornamentali. Nel

---

<sup>44</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy.*, Op. Cit.

<sup>45</sup> Ibidem.

2001 l'Italia poteva vantare, in questi settori, ragguardevoli primati, essendo la prima esportatrice al mondo di mobili e cucine, sedie e divani, pietre lavorate e piastrelle. Il settore, all'epoca, generava esportazioni per 17,8 miliardi di euro, con un saldo attivo verso l'estero di 12,7 miliardi di euro<sup>2</sup>. L'Italia vanta anche posizioni di leadership in altri settori, come i mosaici da arredamento, l'edilizia e le terrecotte che, essendo meno rilevanti in termini di valore delle esportazioni, non rientrano nei dati appena presentati.<sup>46</sup>

L'Automazione-Meccanica racchiude al suo interno le produzioni di macchinari, apparecchi ed alcuni segmenti del settore dei mezzi di trasporto, quali l'auto di lusso, i motocicli e le biciclette. Essa rappresenta una grande area di eccellenza del "Made in Italy", in cui le imprese italiane sono detentrici di importanti primati, spesso poco conosciuti dal pubblico. Questo settore, nel 2001, occupava il 27,3% degli addetti manifatturieri e generava esportazioni per 68,6 miliardi, con un attivo commerciale di 41,5 miliardi.<sup>2</sup> L'Italia detiene posizioni di leadership assoluta per quanto riguarda le esportazioni di stufe e fornelli, frigoriferi e lavatrici, selle per biciclette, yacht, presse per il vino, macchine per l'industria delle pelli e delle calzature e per la lavorazione dei metalli. Nel 2001, il nostro paese deteneva anche il più elevato saldo commerciale attivo nel comparto della rubinetteria-valvolame, prodotti per cui è il secondo paese esportatore al mondo. L'Automazione-Meccanica è divenuto uno dei settori di punta del "Made in Italy", soprattutto negli ultimi anni. Marco Fortis, nel 2010, ha parlato di una sempre più evidente "*trasformazione interna del Made in Italy*" in cui l'alimentare, i vini e la meccanica non elettronica hanno acquisito un peso sempre maggiore, a discapito dei settori più tradizionali quali il tessile e l'abbigliamento. In particolare, si è assistito negli ultimi anni ad un aumento esponenziale delle esportazioni di macchinari e apparecchi meccanici: se dal 1991 al 2000 la quota di macchine ed apparecchi nel surplus estero del "Made in Italy" non alimentare si era attestata tra il 31% ed il 36%, facendo registrare oscillazioni minime, essa è aumentata vertiginosamente sino a sfiorare, nel 2009, il 57%, con un incremento di ben 26 punti percentuali in nove anni. In questo periodo il surplus con l'estero dei macchinari ed apparecchi italiani è raddoppiato, passando da un ammontare di 22 miliardi di euro del 2000 ad uno di 44 miliardi per il 2008. Tale surplus, nel 2009, ha fatto registrare una flessione a quota 36 miliardi a causa di elementi congiunturali negativi, derivanti dalla crisi economica esplosa in quel periodo.<sup>47</sup>

Il sistema Agro-alimentare costituisce la quarta "A" delle eccellenze produttive italiane. Esso vede i suoi punti di forza nei prodotti tipici della cosiddetta "dieta mediterranea". L'Italia detiene diversi primati anche in quest'area, essendo il primo paese esportatore di prodotti quali pesche, conserve di

---

<sup>46</sup> Ibidem.

<sup>47</sup> Fortis M., *Il Made in Italy può ripartire dalla meccanica.*, Il Sole 24 Ore., 24/03/2010

pomodoro, uva ed altri prodotti agricoli. Meritano di essere ricordate anche le sue esportazioni di prodotti unici, in particolare vini e formaggi, di cui l'Italia è l'unica produttrice al mondo.<sup>48</sup> Il comparto Agro-alimentare, negli ultimi anni, ha attraversato un periodo di grande sviluppo e si è configurato come uno dei comparti più promettenti per aumentare la diffusione del "Made in Italy". Il nostro si dimostra uno dei paesi più forti per numero di prodotti "distintivi", potendo contare su ben 264 etichette Dop e Igp, a cui si devono aggiungere 4.698 specialità tradizionali regionali. Nel settore del vino, inoltre, il nostro paese può vantare 332 etichette Doc, 73 Docg e 118 Igt. Il biologico è un altro fiore all'occhiello italiano: l'Italia è il primo paese in Europa per numero di imprese, tra i primi al mondo per superficie destinata a coltivazioni biologiche e tasso di crescita del settore. Sono tutti dati riportati in un recente studio dal titolo "10 verità sulla competitività italiana. Focus sul settore agro-alimentare", realizzato congiuntamente da Fondazione Symbola, Fondazione Edison e Confcommercio per Coldiretti. Federalimentare, inoltre, ha stimato, per il 2015, una crescita del +5,5% per le esportazioni del settore, un valore quasi doppio rispetto a quello dell'anno precedente. Il merito di tale risultato è da ricercare nelle migliori condizioni che si sono presentate in molti mercati emergenti, della dinamica favorevole della congiuntura USA e della spinta fornita dall'Expo di Milano.<sup>49</sup>

I settori appena delineati costituiscono, come detto in precedenza, la colonna portante della struttura economica italiana ed il loro apporto si è, fino ad oggi, dimostrato fondamentale sia in termini di occupazione generata che per il contributo al mantenimento in equilibrio della bilancia commerciale, che risente costantemente del peso delle importazioni di energia e materie prime industriali. Da tutto ciò si deduce l'importanza cruciale di perseguire politiche idonee al mantenimento e all'accrescimento delle posizioni di competitività all'interno di questi comparti. Vedremo più avanti come, a seguito di grandi mutamenti nello scenario economico mondiale, il "Made in Italy" stia attraversando un momento di temporanea difficoltà e abbia la necessità di essere rivitalizzato per affrontare le nuove sfide che gli si presentano.

---

<sup>48</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

<sup>49</sup> Fortis M., *Il cibo italiano sale sul tetto del mondo.*, Il Sole 24 Ore, 11/02/2015.

## **CAPITOLO 2: IL MADE IN ITALY OGGI: NUOVE SFIDE E OPPORTUNITA'.**

## 2.1 Un Nuovo Scenario.

Gli anni Novanta rappresentano un momento di particolare importanza ai fini della nostra analisi, dato che, a partire da tale periodo, si sono realizzati alcuni fenomeni che hanno giocato un ruolo particolarmente significativo nel modificare lo scenario economico globale.

Nel 1992 il tema del “Made in Italy”, per la prima volta, divenne ufficialmente argomento di discussione a livello istituzionale: in tale anno venne organizzata la Prima Conferenza Nazionale sul Commercio con l’Estero, con l’intento di delineare la posizione dell’industria italiana nel mondo e di capire qual fosse la percezione che i consumatori internazionali avevano del “Made in Italy”, al fine di delineare una politica “ad hoc”, volta al suo mantenimento e rafforzamento.

Questo evento ebbe il grande merito di far emergere con chiarezza le caratteristiche strutturali dell’apparato produttivo italiano, mostrando come grandi opportunità e possibilità di sviluppo provenissero proprio da quei settori in cui l’Italia, nel corso degli anni, si era guadagnata una posizione di leadership stabile.

Le soluzioni proposte in tale sede, tuttavia, non ebbero vita lunga in quanto, nell’arco di poco più di un decennio, il contesto sia italiano che globale andò incontro ad una serie di cambiamenti che modificarono in maniera irreversibile lo scenario competitivo che le imprese dovevano fronteggiare e resero necessario un riallineamento delle strategie.

Durante gli anni Novanta si realizzarono pienamente gli effetti del processo di globalizzazione dei mercati, le cui basi erano state gettate nei decenni precedenti. Essa è proceduta anche grazie alla diffusione delle nuove tecnologie dell’informazione e della comunicazione, che hanno contribuito a ridurre i costi di trasporto e comunicazione e reso possibile il governo di processi produttivi e distributivi su scala globale.

In questo periodo il processo di integrazione internazionale ha subito una brusca accelerazione, grazie all’entrata sulla scena dei mercati mondiali di nuovi grandi paesi emergenti come l’India, la Cina, il Brasile, la Turchia e la Russia. Questi paesi, nell’arco di pochi anni si sono affermati a livello mondiale grazie ai loro prodotti a basso costo, divenuti una minaccia seria per molte imprese occidentali.

L’integrazione dei mercati è stata favorita anche dalla progressiva riduzione dei costi legati al commercio internazionale: basti pensare che, tra il 1960 e il 1995, i dazi all’importazione sono diminuiti, nella media di tutti i paesi del mondo, dall’8,6% al 3,2%. Per quanto riguarda il settore

manifatturiero italiano, la tariffa media è passata dal 6% nel 1990 a meno del 2% nel 2009. Nel corso degli anni, sono anche venute meno le restrizioni quantitative al commercio internazionale, soprattutto grazie al progressivo smantellamento dell'Accordo Multifibre, che dal 1974 al 2004 ha imposto limitazioni alla quantità di prodotti tessili e di abbigliamento che i paesi in via di sviluppo potevano esportare verso quelli sviluppati. I costi di spedizione internazionale sono caduti sia con riguardo ai trasporti marittimi che a quelli aerei.<sup>50</sup>

La globalizzazione ha così modificato in maniera radicale il contesto competitivo in cui si sono trovate ad operare le imprese dei paesi più sviluppati, soprattutto quelle che focalizzano la loro attività in settori meno avanzati tecnologicamente e sono maggiormente esposte alla concorrenza, soprattutto di prezzo, dei paesi emergenti.

L'esempio più evidente è rappresentato dalla vertiginosa crescita delle esportazioni cinesi, salite da una quota pari all'1,6 per cento delle esportazioni mondiali nel 1990 ad una che raggiunge l'11,4% nel 2012. L'impatto di tale fenomeno è molto forte, tanto che si stima che all'aumento di un punto percentuale della quota delle importazioni dalla Cina sul totale della domanda italiana corrisponda, su base annua, una riduzione della dinamica dei prezzi praticati dalle aziende italiane di circa 1,7 punti percentuali. Questo ha prodotto una marcata riduzione dei margini di profitto, che si è dimostrata più forte per le imprese che utilizzano maggiormente forza lavoro poco istruita e meno qualificata. Inoltre, se si considerando 230 settori manifatturieri italiani, un aumento della penetrazione delle importazioni dai paesi emergenti pari a sette punti percentuali si associa, in media, ad una riduzione dell'occupazione di circa il 4%. Tale effetto è stato più contenuto nei settori dove vi è maggiore intensità di capitale fisico, di lavoratori qualificati e maggiori investimenti in ricerca e sviluppo, nonché in quelli caratterizzati da una maggiore differenziazione del prodotto.<sup>51</sup>

Un altro fattore determinante nel modificare il contesto del commercio globale è rappresentato dalla nascita e dallo sviluppo, nel biennio 1994-1995, della World Trade Organization (WTO), a cui aderiscono oggi, circa 150 paesi. Tale organismo ha favorito l'integrazione commerciale, favorendo l'abolizione di molti dazi doganali e la stipulazione di accordi commerciali tra i paesi aderenti. All'interno di tale organizzazione, i paesi in via di sviluppo sono riusciti a dar un primo chiaro segnale delle loro esigenze e volontà, grazie alla costituzione del gruppo G20+.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi*. Banca d'Italia, *Occasional Paper n. 193*, Luglio 2013.

<sup>51</sup> Ibidem.

<sup>52</sup> Urso A., *Il Made in Italy e la sfida globale.*, contenuto in Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit..



L'integrazione dei mercati globali, inoltre, ha proceduto di pari passo con il processo di integrazione europea, avviato già nel dopoguerra. Con l'avvento del Mercato Unico e, in particolare, con l'unificazione monetaria si sono ridotti i costi di transazione ed è venuto meno il rischio di cambio. Queste misure hanno avuto l'effetto di promuovere ulteriormente la concorrenza nei mercati dei prodotti industriali e di favorire una riallocazione della produzione su scala europea. L'adozione dell'euro ha anche posto fine alla possibilità, per i singoli paesi, di ricorrere a svalutazioni per fronteggiare perdite di competitività.

Il Mercato Comune Europeo era stato istituito formalmente nel 1957 dal Trattato di Roma ed entrò in vigore formalmente nel 1969. Nonostante l'eliminazione delle barriere tariffarie, prevista dalla creazione del Mercato Unico, durante tutti gli anni Ottanta, la circolazione delle merci ha continuato, tuttavia, ad essere rallentata ed ostacolata dalla presenza di barriere e vincoli di tipo non tariffario. Si giunse a parlare di "costo della non Europa", in riferimento alla perdita di benessere sociale determinata dalla mancata eliminazione di tali vincoli. La presenza di barriere non tariffarie era legata alla persistenza, nei diversi Stati membri, di norme tecniche diverse, a significative differenze che riguardavano i trasporti e la regolamentazione dei mercati dei capitali, alla scarsa trasparenza delle procedure per gli appalti pubblici e da altri ostacoli di carattere amministrativo e doganale. Per rimuovere questi ostacoli fu necessario attendere le tappe successive del processo di integrazione europea, che si realizzarono pienamente nel corso degli anni Novanta.<sup>53</sup>

Nel 1992 venne firmato il trattato di Maastricht, con il quale venne sancita la nascita dell'Unione Europea, con importanti conseguenze sul piano politico ed economico. Con tale trattato vennero definite le linee guida per l'introduzione della moneta unica e furono stabiliti i cosiddetti "criteri di convergenza", ovvero una serie di parametri riguardanti il tasso di inflazione, il rapporto tra debito pubblico e PIL, il rapporto tra disavanzo pubblico e PIL ed il tasso di interesse a lungo termine, che i paesi intenzionati ad adottare la moneta unica avrebbero dovuto rispettare.<sup>54</sup>

La strada verso l'adozione della moneta unica, come riportato da Valerio Castronovo<sup>55</sup>, non fu affatto facile: fu solo grazie al grande impegno del governo di Romano Prodi e all'operato dell'allora Ministro del Tesoro, Carlo Azeglio Ciampi, che l'Italia riuscì a rientrare all'interno dei parametri previsti dal Trattato di Maastricht e ad essere ammessa, nel 1998, nell'area della moneta unica. Per riuscire nell'impresa il governo dovette modificare la politica interna e concentrare i propri sforzi sul miglioramento dei conti pubblici.

---

<sup>53</sup> Castronovo V., *Storia Economica d'Italia.*, Op. Cit.

<sup>54</sup> Ibidem.

<sup>55</sup> Ibidem.

Nel 1998, in vista dell'adozione dell'Euro, era stata istituita la Banca Centrale Europea, che divenne effettivamente operativa il 1° gennaio 1999. A partire da tale data, i paesi aderenti alla moneta unica, compresa l'Italia, rinunciarono al controllo della politica monetaria, che veniva affidata alla direzione della nuova banca centrale.<sup>56</sup>

L'adozione dell'Euro consentiva all'Italia di eliminare i rischi dovuti alle fluttuazioni dei cambi e sottrarsi ai pericoli dell'inflazione, tuttavia le imponeva anche di rinunciare allo strumento delle svalutazioni competitive, a cui aveva fatto ampio ricorso in passato, per il sostegno delle sue esportazioni. Di conseguenza, a fianco di grandi benefici, in termini di sbocchi commerciali più ampi, libera circolazione di merci e capitali ed un sistema economico più stabile, le imprese italiane sono andate incontro ad una perdita di competitività, soprattutto nei mercati extraeuropei, dovuta alla rivalutazione del tasso di cambio.

Alla fine degli anni Novanta, come accennato in precedenza, si è assistito all'ingresso sullo scenario economico mondiale dei paesi asiatici, tra i quali spicca per importanza la Cina. Questo fenomeno ha avuto importanti conseguenze: con l'apertura agli scambi commerciali e la progressiva industrializzazione dei grandi paesi emergenti, in particolare di Cina e India, è rapidamente aumentata la domanda di risorse energetiche, come delle altre materie prime, causandone un aumento dei prezzi. Tra il 2000 e il 2011 il prezzo all'importazione in Europa di gas e petrolio è quasi triplicato, mentre quello del carbone è più che raddoppiato. Questo improvviso aumento dei prezzi dell'energia è un elemento che ha condizionato in misura crescente la competitività delle imprese italiane, la cui domanda di energia si è progressivamente ridotta, con un saggio di variazione pari a -13 per cento a partire dal 1990.<sup>57</sup>

All'aumento dei prezzi delle materie prime e delle fonti energetiche si sono aggiunti altri cambiamenti nel contesto istituzionale europeo. Ad avere un forte impatto, sono stati la liberalizzazione dei mercati energetici e la costituzione di un mercato dei permessi di emissione di gas serra. Questi provvedimenti hanno avuto la conseguenza di aggravare i costi delle imprese industriali, che utilizzano l'energia come fattore di produzione, e di condizionare il comparto nazionale dell'energia, che riveste un ruolo importante nel sistema produttivo italiano e include alcune delle poche imprese di grandi dimensioni.

Questi avvenimenti hanno fatto sì che, nel giro di poco più di un decennio, si configurasse un ambiente competitivo profondamente mutato, che richiede un rapido processo di adattamento per riuscire a rimanere competitivi.

---

<sup>56</sup> Ibidem.

<sup>57</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

## 2.2 Le Conseguenze Della Globalizzazione: Fattori Congiunturali.

L'economia italiana, ed in particolare il settore manifatturiero, ha subito in forte misura l'impatto della globalizzazione, tanto che, a partire dalla metà degli anni Novanta, la crescita ha iniziato a rallentare rispetto ai principali paesi europei.

L'Italia, nel 1996, come riportato da Marco Fortis, dopo un periodo di crescita straordinaria delle sue esportazioni, trainate sia dalla svalutazione della lira che da fattori reali, come la qualità del "Made in Italy", la produttività delle imprese e il loro dinamismo, era giunta ad essere il terzo paese al mondo per saldo commerciale attivo, dopo la Germania ed il Giappone. Tuttavia, dopo appena otto anni, nel 2002, essa era già scesa al sedicesimo posto in tale classifica, per finire addirittura con i conti in rosso, presentando un disavanzo di 1,5 miliardi di euro, nel 2004.<sup>58</sup>

Ancora Fortis, ricorda gli effetti dirompenti che il peggioramento dell'interscambio con l'estero ha avuto sul PIL: già nel periodo 1991-1996 l'Italia aveva dimostrato modesti tassi di crescita, assestandosi intorno ad una media annua del +1,2%, trainata quasi esclusivamente dalla domanda estera.<sup>59</sup>

Il boom del saldo commerciale attivo dei settori di eccellenza del "Made in Italy", tuttavia, aveva avuto il merito di avere immesso ricchezza nel sistema economico, aumentando così la capacità di spesa in consumi ed investimenti per gli anni successivi. Infatti, nonostante i sacrifici sopportati per entrare nell'euro ed il quasi raddoppio del prezzo del petrolio, il PIL ha continuato a crescere, tra il 1996 e il 2003, con una media annuale del +1,6%. A partire da questo periodo, tuttavia, è possibile riscontrare un forte calo della domanda estera, che ha cominciato ad esercitare una pressione negativa sulla crescita del PIL. Questa dinamica era il sintomo di una progressiva perdita di competitività delle imprese italiane che, dapprima si è manifestata in una riduzione dei loro fatturati e dei profitti, per poi manifestarsi anche con una riduzione degli investimenti e dei consumi delle famiglie.<sup>60</sup>

Nel periodo 2001-2007 l'incremento medio annuo del PIL pro capite in Italia è stato pari ad appena lo 0,7%. A pesare in misura significativa sono state le difficoltà del comparto industriale: il valore aggiunto del settore è cresciuto lentamente, con un tasso annuo medio pari ad appena lo 0,8%, in

---

<sup>58</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

<sup>59</sup> Ibidem.

<sup>60</sup> Ibidem.

termini reali, tra il 2007 e il 2008. L'incidenza del settore industriale sul totale dell'economia è sceso di 2 punti percentuali arrivando al 21% del PIL nel 2007. Su questa dinamica ha influito, nella prima parte del decennio, la diffusa debolezza dei principali comparti manifatturieri, a cui ha fatto seguito, nel biennio 2006-2007, una fase di recupero, che, tuttavia, è risultata molto debole per le produzioni tradizionali. Solo il comparto dell'energia è rimasto caratterizzato da tassi di variazione sempre positivi durante l'intero arco temporale.<sup>61</sup>

Dopo l'esplosione della grande crisi finanziaria, nel 2008, il PIL pro capite, in Italia, ha dato segnali di un brusco calo, solo momentaneamente interrotto dalla debole ripresa del 2010-2011. Nel 2012 è tornato a diminuire significativamente, con una variazione cumulata pari al 9% rispetto al livello registrato nel 2007. Un nuovo calo si è verificato nel 2013. La dinamica dell'economia italiana, in questo periodo, è rimasta nettamente inferiore rispetto a quella degli altri principali paesi sviluppati. Considerando il PIL pro capite, la posizione relativa dell'Italia ha subito un graduale peggioramento rispetto agli Stati Uniti e al Regno Unito a partire dall'inizio degli anni novanta, mentre rispetto alla Francia, il fenomeno è riscontrabile a partire dalla metà degli anni novanta.<sup>62</sup>

Il brusco calo del commercio internazionale, tra il 2008 e il 2009, si è riflesso in una forte riduzione del valore aggiunto industriale, che ha registrato una variazione pari a -18% nel biennio. La contrazione ha coinvolto tutti i comparti manifatturieri, andando ad impattare anche su quello energetico. La crisi è stata solo temporaneamente interrotta dalla ripresa registrata nel 2010, che ha consentito di recuperare meno della metà della perdita produttiva subita. A partire dall'estate del 2011, l'Italia ha intrapreso una nuova fase recessiva, con un peggioramento congiunturale nettamente più marcato di quello dei maggiori paesi dell'area dell'euro. Ad avere maggiore influenza sono stati il brusco ridimensionamento delle prospettive di crescita dell'economia globale, le tensioni sui titoli del debito sovrano e gli effetti restrittivi sulla domanda interna conseguenti agli sforzi di risanamento della finanza pubblica. Il settore delle costruzioni e quello manifatturiero si sono rivelati i più colpiti. La produzione industriale è risultata, alla fine del 2012, inferiore di circa il 24% rispetto al picco ciclico del primo trimestre del 2008.<sup>63</sup>

La situazione Italiana appare sintomatica di problemi strutturali, e questo fatto risulta evidente se si opera un confronto con altri paesi europei: in Francia, ad esempio, i livelli produttivi al termine del 2012 sono risultati inferiori solo del 14% rispetto al picco ciclico all'inizio del 2008. Essa aveva anche registrato una perdita largamente inferiore a quella subita dall'Italia durante la recessione del

---

<sup>61</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

<sup>62</sup> Ibidem.

<sup>63</sup> Ibidem.

2008-2009. In Germania, dall'altro lato, l'intensità della ripresa del 2009-2011 ha consentito un recupero quasi completo dei livelli pre-crisi, seguito da una modesta flessione dalla metà del 2011.<sup>64</sup>

Per alcuni comparti, la perdita produttiva, registrata a partire dal 2009, si è inserita su una tendenza flettente di più lungo periodo. È questo il caso delle produzioni tipiche del "Made in Italy", come il settore tessile e delle calzature che, nel 2007, registravano già un calo del 25% e del 55% circa rispetto alla seconda metà degli anni novanta e che oggi presentano livelli produttivi ridotti del 50% e del 70% rispetto ad allora. E' particolarmente significativo notare che, nonostante declino di questi due comparti sia condiviso anche dalla Germania e dalla Francia, il freno che ne è derivato per l'Italia è stato più marcato a causa del loro peso maggiore sull'aggregato dell'industria. Una tendenza negativa di lungo periodo riguarda anche le produzioni meno tradizionali, caratterizzate da livelli tecnologici più elevati e da rilevanti economie di scala, come quelle dell'elettronica e degli autoveicoli che, rispetto alla metà degli anni '90, hanno visto diminuire, rispettivamente, circa il 40% ed il 60% dei propri livelli produttivi.<sup>65</sup>

Dall'analisi di questi dati, appare evidente che la crisi economica del 2008-2009 abbia avuto un forte impatto sull'industria italiana, la quale, tuttavia, versava già in una condizione di difficoltà che, con l'avvento della crisi, si è accentuata e manifestata in tutta la sua portata. Le cause del declino, dunque, devono essere ricercate prima di tali eventi, considerando nuovamente il periodo degli anni Novanta, ovvero il momento in cui si è interrotto il boom dell'industria manifatturiera a causa di una perdita di competitività.

A tale proposito è particolarmente utile il lavoro curato da Marco Fortis, per conto della fondazione EDISON, in vista della Seconda Conferenza Nazionale sul Commercio con l'Estero, convocata il 6 febbraio del 2005, con lo scopo di individuare i problemi dell'economia italiana e di proporre soluzioni per il suo rilancio.

Uno degli elementi che hanno avuto il maggiore impatto sulla competitività delle imprese italiane è rappresentato dal costante aumento della "bolletta energetica", che, a partire dal 2000, è diventato un fenomeno estremamente marcato. Soprattutto gli aumenti del prezzo del petrolio hanno contribuito al peggioramento della bilancia commerciale italiana che, nel 2004, ha fatto registrare un passivo per l'energia di 30,8 miliardi di euro, che è stato possibile compensare solo grazie alla forza dell'euro rispetto al dollaro.<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup> Ibidem.

<sup>65</sup> Ibidem.

<sup>66</sup> Fortis M., *Le nuove sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

Le spese per l'acquisto di energia costituiscono una voce difficilmente comprimibile per le imprese industriali. I prezzi che le imprese italiane sostengono per gli acquisti di energia elettrica, che costituiscono oltre la metà delle spese energetiche delle imprese industriali, sono superiori di circa il 30% rispetto a quelli delle loro concorrenti europee. Sebbene vi siano poche informazioni sulla spesa complessiva delle imprese per l'approvvigionamento di energia, un'indagine sugli acquisti di prodotti energetici dell'Istat stima che le imprese industriali, ad esclusione di quelle dei settori energetici, sostenessero, nel 2008, una spesa pari a 22,1 miliardi di euro, un valore pari a circa 5 mila euro per addetto. Tra il 2003 e il 2008 tali spese sono aumentate di quasi un terzo, mantenendo un'incidenza pressoché costante sul valore della produzione, pari a circa il 2%. La spesa media per addetto è cresciuta del 32%, con punte del 45% tra le imprese con meno di 100 addetti.<sup>67</sup>

Data la rilevanza delle spese energetiche, a partire dai primi anni del nuovo millennio, la competitività delle imprese industriali italiane ha risentito negativamente del repentino aumento dei corsi petroliferi: tra il 2002 e il 2012 il prezzo all'importazione del petrolio, in termini reali, è quasi triplicato, anche per il fatto che l'Italia dipende fortemente dall'approvvigionamento estero di tale risorsa.<sup>68</sup>

Sui prezzi pagati dalle imprese italiane per l'acquisto dell'energia pesano anche alcuni fattori interni: in primo luogo, l'imposizione fiscale sull'energia risulta molto elevata rispetto al panorama internazionale e, secondo l'Eurostat, nel 2010 la tassazione per unità di energia primaria presentava un valore superiore del 44% rispetto alla media dell'Unione Europea. Inoltre, per via di un completamento approssimativo del processo di liberalizzazione dei mercati dell'elettricità e del gas, che risulta comunque tra quelli più avanzati in Europa, alcuni operatori dominanti hanno la possibilità di mantenere una certa influenza sulla formazione dei prezzi.<sup>69</sup>

Un fattore che sicuramente ha determinato una perdita di competitività per le imprese italiane è stato il tasso di cambio tra euro e dollaro, il quale, per lungo tempo, è stato mantenuto stabilmente al di sopra della soglia di 1,20 dollari per euro. Questo fattore si è dimostrato eccezionalmente negativo per le dinamiche delle esportazioni italiane poiché, oltre a manifestare i suoi effetti negli scambi commerciali verso gli Stati Uniti e l'area del dollaro, ha influito anche sui rapporti competitivi con l'Asia e, in particolare, con la Cina. Il governo di Pechino, infatti, aveva scelto di mantenere il cambio

---

<sup>67</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

<sup>68</sup> Ibidem.

<sup>69</sup> Ibidem.

dello yuan artificialmente legato a quello del dollaro. In questo modo, un euro forte sul dollaro non ha fatto altro che rendere le merci cinesi ancora più competitive.<sup>70</sup>

Oltre all'aumento dei prezzi dell'energia e ai problemi derivanti dalla perdita del controllo diretto sulla politica monetaria, nei primi anni del nuovo millennio, molti paesi europei hanno attraversato un periodo di rallentamento dei consumi e degli investimenti. Questo ha provocato una altrettanto forte frenata delle esportazioni italiane che, nel 2004, erano dirette per il 53% verso i paesi dell'UE-15.<sup>71</sup>

E' possibile intravedere, in questo scenario, una tendenza di più lungo periodo, che vede paesi come la Germania ed altri del Nord Europa, per tradizione grandi consumatori di prodotti del "Made in Italy", rivolgere sempre più frequentemente le loro attenzioni verso i prodotti dei nuovi paesi emergenti, soprattutto quelli appartenenti al vecchio blocco sovietico che cominciavano, in questi anni, ad affacciarsi sulla scena del commercio mondiale.

Un caso esemplare è costituito dal saldo commerciale dell'Italia con la Germania, il principale partner commerciale del nostro paese: se nel 1996 era possibile riscontrare un saldo attivo pari a 4,4 miliardi di euro, nel 2004 veniva registrato un saldo negativo di 12,4 miliardi di euro. Questo capovolgimento è spiegabile per il fatto che la Germania, in quegli anni, era afflitta da una grave e perdurante crisi economica che aveva affossato i consumi e gli investimenti, dirottando i gruppi di acquisto verso i prodotti più economici provenienti dall'Europa dell'Est o dall'Asia. Per contro, l'Italia, durante l'intero periodo, ha continuato ad importare dalla Germania prodotti del settore dell'auto di lusso o del comparto tecnologico, da sempre fiore all'occhiello dell'apparato industriale tedesco.<sup>72</sup>

Gli stessi dati sull'andamento delle esportazioni italiane, evidenziano come tra il 1996 e il 2004 si sia assistito ad una autentica esplosione del passivo commerciale tra Italia e Cina, che è passato da 930 milioni di euro ad una cifra di 7,4 miliardi. Il fenomeno, tuttavia, non ha interessato solamente l'Italia, ma anche gli Stati Uniti e l'Europa. La Cina è diventato, al contempo, il paese con cui l'Unione Europea presenta, in assoluto, il più grande passivo commerciale.<sup>73</sup>

La concorrenza diretta della Cina, in particolare, ha creato non pochi problemi al settore manifatturiero, dato che i prodotti cinesi risultano estremamente competitivi sul piano del prezzo. La Cina, inoltre, ha adottato comportamenti competitivi eccessivamente aggressivi, ricorrendo a pratiche di "dumping" o all'imitazione di alcuni prodotti italiani.

---

<sup>70</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

<sup>71</sup> Ibidem.

<sup>72</sup> Ibidem.

<sup>73</sup> Ibidem.

Alle pratiche di “dumping” bisogna, infatti, aggiungere il problema della contraffazione operata da aziende asiatiche, per la maggior parte di origine cinese, che ha sottratto significative quote di mercato ai prodotti originali. La contraffazione siffatta, oltre a costituire una violazione delle norme a tutela delle opere dell’ingegno, produce anche un forte impatto sulla reputazione del “Made in Italy”, dato che la maggior parte dei falsi sono di qualità scadente e talvolta addirittura pericolosi per la salute dell’acquirente che, tuttavia, resta erroneamente convinto di trovarsi di fronte a prodotti italiani.<sup>74</sup>

Un ulteriore aspetto che deve essere considerato per fornire un quadro completo dei fattori che hanno influenzato le dinamiche delle esportazioni italiane negli ultimi due decenni riguarda il cambiamento nella dinamica dei consumi che ha attraversato i paesi occidentali. Nel corso degli anni si è affermato un interesse crescente, da parte dei consumatori, verso i prodotti dell’ICT e i beni ad alto contenuto tecnologico legati al tempo libero, quali PC, fotocamere digitali, telefoni cellulari e console per videogiochi.

Come evidenzia uno studio pubblicato da Confcommercio, dal 1992 ad oggi, i mezzi di trasporto, l’alimentazione domestica ed il benessere personale sono le voci di consumo che hanno visto ridurre maggiormente la loro quota nel paniere di spesa delle famiglie italiane, registrando un calo dei consumi pari a quasi il 2%. Nello stesso periodo di tempo, la quota di spesa per le telecomunicazioni è aumentata di quattro volte, passando dallo 0,8% al 3,3%. Sono cresciute, come già detto, anche le spese rivolte al tempo libero, che sono passate dal 6,9% all’8,8%. Un esempio significativo è costituito dalle spese per i pasti fuori casa, aumentate dal 6,3% al 7,4%, e i viaggi, la cui spesa è passata dal 2,6% al 3,1%.<sup>75</sup>

Se si considera poi il periodo 2007-2012, è ancora la componente legata alla tecnologia a registrare i risultati migliori: gli acquisti di beni per la telefonia hanno conosciuto un vero e proprio boom, aumentando del 77%, e lo stesso si può dire riguardo a quelli per computer, televisori, hi-fi e accessori, con aumenti che hanno raggiunto quasi il 21%.<sup>76</sup>

D’altro canto, la spesa delle famiglie in mezzi di trasporto è la voce di consumo che ha fatto registrare il risultato peggiore, con un calo di oltre il 45%. Questo è dovuto anche al fatto che le spese obbligate, come quelle per l’abitazione, sono andate incontro a consistenti aumenti dei prezzi. Questo fenomeno ha, di fatto, ridotto le risorse a disposizione delle famiglie, che hanno dovuto ridimensionare il consumo di altri beni, la cui quota di spesa, in un solo anno, si è ridotta di mezzo punto percentuale.

---

<sup>74</sup> Ibidem.

<sup>75</sup> Centro Studi di Confcommercio, *Famiglie sempre più “tecnologiche” negli ultimi vent’anni.*, www.confcommercio.it, 11/10/2013.

<sup>76</sup> Ibidem.



L'alimentazione in casa è tornata a crescere solo nel 2012, a causa dell'eccezionale crollo dei redditi e dei consumi totali dovuti alla crisi economica, fornendo l'ennesima testimonianza della sua gravità. Nel 2012, il calo dei consumi ha assunto dimensioni significative e le famiglie, trovandosi nella necessità di sostenere alcune spese irrinunciabili e nel tentativo di mantenere gli acquisti di alcuni beni e servizi, ritenuti sempre più importanti nella definizione del benessere individuale, hanno operato un forte ridimensionamento nell'acquisto di beni quali i mezzi di trasporto e l'abbigliamento e le calzature. I prodotti di questi settori hanno, tra le altre cose, una forte rilevanza all'interno della filiera del "Made in Italy" e la riduzione del loro consumo ha avuto inevitabili conseguenze negative sia sulla produzione che sull'occupazione.<sup>77</sup>

Il fenomeno viene riscontrato anche da Fortis, il quale mette in evidenza come, tra il 1996 ed il 2000, in soli quattro anni, la spesa per importazioni di beni informatici sia passata da 1,8 a 5,6 miliardi di euro.<sup>78</sup>

## **2.3 I Problemi Delle Imprese Italiane Nel Contesto Dei Distretti.**

Le difficoltà dell'industria italiana a fare fronte al nuovo contesto competitivo, generato dal processo di globalizzazione, possono essere analizzate facendo riferimento a due fenomeni particolarmente significativi: l'andamento stagnante della produttività e la perdita di competitività sui mercati internazionali.

Il primo elemento suggerisce che le cause del difetto di crescita del PIL debbano essere ricercate nelle determinanti della produttività. Il secondo, invece, indica che le carenze in termini di miglioramento dell'efficienza produttiva non sono, semplicemente, il riflesso di una domanda interna stagnante, ma discendono, piuttosto, da debolezze riguardanti il lato dell'offerta.

A partire dalla metà degli anni Novanta la produttività del lavoro italiana, misurata dal valore aggiunto per unità di lavoro, ha dimostrato una tendenza al ribasso.

L'evoluzione storica mette in evidenza come il peggioramento della performance dell'economia italiana sia un fenomeno recente, anche se si potrebbe argomentare, come fanno alcuni, che i tassi di crescita registrati nei due decenni successivi alla Seconda Guerra mondiale abbiano rappresentato in

---

<sup>77</sup> Ibidem.

<sup>78</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

larga misura uno straordinario fenomeno di “catching up”, rispetto al quale un rallentamento era inevitabile.<sup>79</sup>

Il raffronto internazionale con paesi caratterizzati da un livello di sviluppo sostanzialmente analogo, tuttavia, smentisce questa seconda ipotesi. Considerando, infatti, gli andamenti dal 1993 al 2011 della produttività del lavoro, misurata dal PIL per ora lavorata, e della produttività totale dei fattori (PTF), stimate dall’OCSE per Francia, Germania, Giappone, Italia, Regno Unito e Stati Uniti, si può notare come l’Italia si sia mantenuta sostanzialmente in linea con gli altri paesi fino al 1997-1998.<sup>80</sup>

A partire da quel momento, essa ha imboccato un sentiero solitario di stagnazione: tra il 1998 e il 2011, il PIL per ora lavorata è cresciuto di oltre il 20% in Giappone, nel Regno Unito e negli Stati Uniti, del 17% in Francia e Germania, mentre esso è cresciuto solo del 3,6% in Italia.<sup>81</sup>

Per quanto riguarda il problema della competitività internazionale delle imprese italiane, occorre notare che la quota delle esportazioni italiane sul commercio mondiale di beni, che, nella seconda metà degli anni ’90, in media, aveva fatto registrare un valore pari a circa il 4,5%, ha preso a calare fino a sfiorare la soglia del 3% nel 2011. La flessione è stata simile a quella accusata dalla Francia, mentre una situazione diversa è quella che ha interessato la Germania: le esportazioni tedesche hanno fatto registrare una performance eccezionale, recuperando per intero i livelli pre-crisi nei volumi e superandoli di circa il 10% nei valori. Dopo la brusca contrazione subita nel 2008-2009, le esportazioni dell’Italia sono riuscite a tornare, in valore, sui livelli precedenti alla recessione globale solo nella seconda metà del 2011, per poi subire, successivamente, un nuovo rallentamento. Va sottolineato che esse, se misurate in volumi, permangono tuttora ad un livello inferiore a quello antecedente la crisi. Come riportato dalle analisi effettuate dalla Banca d’Italia, l’Italia e la Francia, rispetto alla Germania, risentono di uno svantaggio riconducibile, in misura maggiore, alla loro minore capacità di penetrazione nei nuovi mercati emergenti. Fra la primavera del 2009 e la fine del 2012, per l’appunto, il volume di esportazioni di beni italiani e francesi verso i mercati esterni all’Unione europea è cresciuto del 25% circa, contro il 43% fatto registrare dalla Germania.<sup>82</sup>

Dopo la crisi, la struttura per destinazione geografica delle esportazioni italiane e francesi non è andata incontro ad una ricomposizione altrettanto rapida quanto quella tedesca, che si è mossa a favore delle vendite dirette verso i paesi più dinamici all’esterno dell’Unione Europea, in particolare verso la Cina e le altre economie emergenti dell’Asia.

---

<sup>79</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

<sup>80</sup> Ibidem.

<sup>81</sup> Ibidem.

<sup>82</sup> Ibidem.

La straordinaria performance tedesca ha potuto, inoltre, beneficiare del contributo della maggiore concentrazione delle esportazioni di autovetture, meno esposte alla concorrenza dei produttori dei paesi emergenti. Lo stesso non può essere detto rispetto ad altri beni di consumo, che occupano, invece, una quota rilevante nelle vendite italiane e francesi.<sup>83</sup>

La perdita di competitività dell'industria italiana va ad impattare, non solo sulle possibilità di accedere ai mercati esteri, ma anche sulla capacità di difendere le quote di mercato interno: basti pensare che, nel corso dell'ultimo decennio, la percentuale di beni di importazione consumati dalle famiglie italiane è aumentata in misura significativa, anche nell'ambito dei prodotti dei settori più tradizionali, e non solo in quelli ad alto contenuto tecnologico.

Per l'attività produttiva, questo fenomeno si è rivelato un freno, ulteriormente aggravato dalla brusca caduta della domanda interna, stimata intorno al 6% tra la metà del 2011 ed il 2013. A differenza che in Italia, la domanda interna ha presentato, nello stesso periodo, incrementi nella misura dello 0,6% e dell'1,5%, rispettivamente, in Francia e in Germania.<sup>84</sup>

A rallentare ulteriormente la competitività delle imprese italiane hanno contribuito anche alcuni ostacoli di natura strutturale, che caratterizzano il sistema economico italiano.

Uno dei fattori che, secondo il parere di molti, hanno dato il maggiore contributo in tale senso è costituito dal costo del lavoro, che nel corso degli anni è aumentato sensibilmente: esso rappresenta, pressappoco, il 17% del fatturato dell'industria in senso stretto e circa i due terzi del valore aggiunto.<sup>85</sup>

Il costo del lavoro, inoltre, è costituito, per oltre un terzo del suo ammontare, dai cosiddetti "oneri sociali". Per fare un esempio, un lavoratore dipendente medio, celibe e senza carichi familiari, impiegato nel settore industriale, percepiva, nel 2011, una retribuzione netta pari a poco più del 52% del costo complessivo per l'azienda, a fronte di un 58% percepito, in media, negli altri paesi dell'eurozona.<sup>86</sup>

L'impatto del costo del lavoro risultava più elevato solamente in Belgio, Germania, Francia e Austria. Tuttavia, in questi paesi, pur in presenza di un più elevato costo del lavoro, stimato, rispettivamente, di oltre il 30% in Germania e Belgio e di oltre il 20% in Austria e Francia, la retribuzione netta del lavoratore medio celibe risultava superiore, rispetto a quello italiano: in particolare essa risultava

---

<sup>83</sup> Ibidem.

<sup>84</sup> Ibidem.

<sup>85</sup> Ibidem.

<sup>86</sup> Ibidem.

essere maggiore di circa il 15% in Francia, del 20% in Austria e, addirittura, di poco più del 30% in Germania.<sup>87</sup>

Il costo del lavoro viene alla luce come principale responsabile della perdita di competitività delle imprese italiane, anche analizzando l'evoluzione del Costo del Lavoro per Unità di Prodotto (CLUP), un particolare indicatore che mette a confronto il costo con la produttività del lavoro.

E' significativo notare, come riportato dalla Banca d'Italia, che, da quando è stato introdotto l'euro, la crescita del CLUP in Italia, si è assestata ad un livello pari al 36%, solo di poco superiore a quella francese, pari al 31%, e a quella media dell'area dell'euro, 24%. Essa, tuttavia, appare estremamente sfavorevole se confrontata con quella tedesca, che, nel periodo considerato, è stata solo del 10%. Nel dibattito di politica economica, a livello sia nazionale che europeo, questa evidenza viene interpretata come un segnale per cui i fattori di prezzo, soprattutto quelli che derivano da un elevato e crescente costo del lavoro, rappresentano il principale ostacolo alla competitività delle merci italiane sui mercati internazionali, cosa che favorisce lo squilibrio dei conti con l'estero. Bisogna, tuttavia, ricordare che misurare la competitività di prezzo attraverso il CLUP offre una descrizione parziale e, in alcuni casi, fuorviante della situazione reale, poiché non tiene conto dell'andamento di elementi quali il mark-up e altre fonti di costo, come l'energia. Gli indicatori di competitività basati sul confronto tra i prezzi di vendita dei manufatti, per l'appunto, mostrano che, nel 2011, la competitività delle imprese italiane è arrivata più o meno allo stesso livello che aveva nel periodo di avvio dell'unione monetaria. Questi indicatori segnalano che la posizione dell'Italia si è deteriorata, ma in misura decisamente inferiore di quanto emerge dall'analisi del CLUP e dal confronto con gli altri paesi europei. Dalla scomposizione della dinamica del CLUP, inoltre, emerge come il problema di competitività dell'Italia risieda esclusivamente nella dinamica della produttività: a partire dall'adozione della moneta unica, il costo del lavoro per addetto, in Italia, è cresciuto del 29%, un dato superiore a quello tedesco di nove punti percentuali ma, tuttavia, inferiore a quello registrato in ogni altro paese dell'area dell'euro.<sup>88</sup>

Quanto appena detto, non esclude che in Italia esista un problema legato al costo del lavoro, tuttavia, sembra più opportuno concentrare l'analisi su aspetti quali la tassazione del lavoro, la possibilità di differenziare la dinamica delle retribuzioni sulla base delle condizioni aziendali e territoriali e sull'individuazione di tutti i fattori, interni ed esterni alle aziende, che rallentano la dinamica della produttività. Nell'industria, l'accelerazione del costo unitario del lavoro è stata particolarmente marcata, passando dall'1,9% al 3,6%. In questo settore, dal 2011, con l'avvio della crisi dei debiti

---

<sup>87</sup> Ibidem.

<sup>88</sup> Ibidem.

sovrani, il CLUP è aumentato all'incirca del 7%, come in Germania, dove, a differenza dell'Italia, la produttività è aumentata, sebbene meno delle retribuzioni.<sup>89</sup>

Bisogna sottolineare, comunque, che la crescita del CLUP è stata più forte con riguardo alle imprese non esportatrici rispetto a quelle esportatrici: esso, infatti, si colloca al giorno d'oggi, fatto 100 il livello 2011, a quota 110 per le seconde e a circa 115 per le prime. A partire dal 2011, le aziende industriali più dipendenti dalla domanda interna hanno visto aumentare il CLUP in misura superiore rispetto a quelle più orientate ai mercati internazionali, nelle quali, grazie alla crescita della domanda, la produttività è aumentata in misura maggiore. Va comunque ricordato il fatto che il recente deprezzamento dell'euro, particolarmente marcato nei primi tre mesi del 2015, ha portato ad un rapido miglioramento degli indicatori di competitività basati sui prezzi alla produzione rispetto alla fine del 2014, con un recupero stimato tra il 3% ed il 4% per i quattro maggiori paesi dell'eurozona.<sup>90</sup>

L'analisi di questi dati suggerisce di ridimensionare l'impatto dei fattori "di prezzo" sulla perdita di competitività, che risentirebbe in misura molto maggiore dei cosiddetti fattori "non di prezzo", quali l'innovazione, la qualità dei prodotti, gli investimenti esteri ecc.

Il tema della tassazione del lavoro permette di andare a considerare un fattore di portata ben più ampia, che da più di un secolo è al centro del dibattito politico-economico italiano, cioè quello della pressione fiscale, che in Italia ha sempre mantenuto livelli più elevati rispetto alla media europea.

Nel 2013, l'Italia era arrivata ad occupare il primo posto in Europa per livello di pressione fiscale effettiva, cioè quella riferita al PIL emerso, raggiungendo un livello pari al 55%. Inoltre, è significativo notare che la pressione fiscale, nel nostro paese, ha dimostrato una tendenza all'aumento durante tutto il decennio precedente, facendo registrare un saggio di variazione in aumento, tra il 2000 e il 2013, pari a 2,7 punti percentuali, a fronte di una riduzione, nello stesso periodo, di 2,7 punti in Svezia, 3,3 punti negli Stati Uniti e 2 punti in Germania.<sup>91</sup>

L'elevata pressione fiscale con cui le imprese devono confrontarsi ha un pesante impatto sulla competitività delle stesse, configurandosi come un maggiore costo che queste devono sostenere. Tale maggiorazione dei costi, per forza di cose, si riflette sul prezzo finale dell'output, che risulta essere meno competitivo. Per mantenersi competitive sul piano del prezzo, spesso le imprese italiane sono costrette ad attuare una riduzione dei margini di profitto, con la conseguenza che si trovano a disporre

---

<sup>89</sup> Ibidem.

<sup>90</sup> *Lavoro e prezzi, il doppio volto della competitività italiana.*, [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 3/06/2015.

<sup>91</sup> *Pressione fiscale, Italia da record: quella effettiva è al 54%.*, [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 25/07/2013.

di minori risorse da investire all'interno delle proprie imprese o da destinare a processi di ricerca e sviluppo.

In questo modo, le imprese italiane, a differenza delle concorrenti europee, si trovano ad avere una minore capacità di autofinanziamento, che le costringe a ricorrere in misura maggiore al finanziamento esterno.

Il sistema finanziario italiano è da sempre imperniato sul ruolo preponderante delle banche rispetto al mercato. Alla fine del 2012 la capitalizzazione di borsa delle imprese non finanziarie italiane era pari al 18% del PIL, un valore molto più contenuto rispetto a quello dei principali paesi dell'area dell'euro e dei paesi anglosassoni.<sup>92</sup>

Sia le piccole dimensioni che la proprietà familiare delle imprese rappresentano un ostacolo alla raccolta diretta di fondi sul mercato: risultano di intralcio la poca trasparenza della gestione e la bassa propensione dei gruppi di controllo ad aprire le porte all'ingresso di nuovi soci. Inoltre, i mercati finanziari, in Italia, fin dal momento apicale del "miracolo economico", sono rimasti un organismo troppo debole per poter svolgere una funzione rilevante nella riallocazione delle risorse e nel cambio di proprietà delle imprese, che sono finite per rimanere saldamente nelle mani dei loro fondatori.

Altra caratteristica peculiare del sistema finanziario italiano è rappresentata dalla grande propensione dei piccoli risparmiatori a prediligere l'acquisto di titoli del mercato obbligazionario, soprattutto titoli di stato, piuttosto che investire direttamente sul capitale di rischio delle imprese.<sup>93</sup>

Questo fenomeno è indicativo della bassa propensione al rischio dimostrata dai piccoli investitori italiani, che, fino alla recente crisi del 2011, vedevano nei titoli del debito pubblico, garantiti dallo Stato, un modo sicuro di investire i propri risparmi. Queste caratteristiche degli investitori, unitamente al "corpus" legislativo in materia, hanno fatto sì che il mercato obbligazionario si sia trasformato in un canale di finanziamento accessibile esclusivamente alle grandi società quotate, in grado cioè di offrire adeguate garanzie ai sottoscrittori dei titoli di debito. Nel 2012 la quota dei titoli sul totale dei debiti finanziari delle imprese era pari all'8,6%, uno dei livelli più bassi presentati tra i principali paesi industrializzati. Sono pochi i grandi gruppi industriali che riescono ad emettere titoli negoziabili con continuità, tanto che, nel corso degli ultimi dieci anni, il numero di emittenti è stato pari a poco

---

<sup>92</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

<sup>93</sup> Castronovo V., *Storia economica d'Italia.*, Op. Cit.

più di 40, senza contare che i due terzi dell'intero ammontare dei titoli sono stati collocati dai primi tre gruppi di maggiori dimensioni.<sup>94</sup>

La combinazione di questi fattori ha fatto sì che le imprese italiane facciano fortemente ricorso al prestito bancario: per le nostre imprese, i debiti bancari rappresentano, all'incirca, il 70% dei debiti finanziari. In Francia i debiti verso le banche, al contrario, rappresentano il 38% dei debiti finanziari, mentre si assestano al 49% in Germania ed intorno al 30% nei paesi anglosassoni.<sup>95</sup>

Il legame tra banche e imprese si fonda sulla maggiore capacità degli intermediari creditizi, rispetto ad altri investitori istituzionali, di sopperire alle rilevanti asimmetrie informative che si creano nei confronti delle piccole aziende italiane. Le decisioni di affidamento delle banche si basano, infatti, su istruttorie in cui vengono considerate anche informazioni non quantitative e difficilmente osservabili sulle prospettive di crescita delle aziende, come quelle relative alle capacità manageriali degli imprenditori, alla struttura organizzativa o ai singoli progetti di investimento.

Tali rapporti, nella realtà italiana, presentano alcuni aspetti di debolezza: per prima cosa, le relazioni bancarie sono spesso caratterizzate da un grado elevato di frammentazione. Nel 2012, come riportato dalle statistiche della Banca d'Italia, il 25,5% delle piccole e medie imprese intratteneva rapporti con più di cinque istituti bancari diversi. Se si considerano le grandi imprese, la quota era pari al 56,8%.<sup>96</sup>

Quello italiano è un modello di finanziamento che risulta vantaggioso sia per gli intermediari, in quanto offre la possibilità di diversificare i rischi, che per le imprese, che beneficiano di minori costi o di una maggiore disponibilità del credito. Quanto appena detto, tuttavia, si dimostra vero in presenza di una fase espansiva del ciclo economico ma, in caso di temporanee difficoltà economiche dell'impresa, tuttavia, la presenza di relazioni bancarie più deboli tende ad esacerbare i rischi di rifinanziamento.

Un'altra potenziale debolezza delle relazioni bancarie consiste nell'ampio ricorso al credito a breve termine, che, sebbene sia in calo da circa venti anni, alla fine 2012 era pari al 38% del totale dei debiti bancari, collocandosi molto al di sopra della media internazionale.<sup>97</sup>

Questo fenomeno riflette il bisogno delle banche di monitorare, attraverso più frequenti revisioni dei prestiti, una clientela che, in larga parte, presenta elevate asimmetrie informative. Questo però, d'altro

---

<sup>94</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

<sup>95</sup> Ibidem.

<sup>96</sup> Ibidem.

<sup>97</sup> Ibidem.

canto, implica la necessità di rinnovare frequentemente una quota rilevante del debito esponendo così le imprese a significativi rischi di rifinanziamento e di tasso di interesse.

L'Italia, come dimostrano i dati appena riportati, si presenta come un sistema che può essere definito "bancocentrico" che, tuttavia, dimostra alcuni punti di debolezza piuttosto rilevanti nel fornire un sostegno adeguato e continuativo alla crescita: in primo luogo, esso non riesce a fornire alle imprese un quantitativo di risorse idoneo a garantire l'innovazione e lo sviluppo tecnologico. Le imprese maggiormente innovative, infatti, incontrano maggiori difficoltà e costi più elevati nel reperimento delle risorse poiché vengono percepite come soggetti meno affidabili a cui fare credito. Un secondo elemento di debolezza del sistema finanziario italiano, che è emerso pienamente a seguito della recente crisi, discende dalla elevata vulnerabilità finanziaria delle imprese, che si presentano, spesso, poco capitalizzate e, come appena visto, molto dipendenti dal credito bancario. La vulnerabilità delle imprese si è accentuata negli anni precedenti la crisi: il calo della competitività, infatti, si è riflesso in una progressiva riduzione della redditività operativa, tanto che il rapporto tra il margine operativo lordo e il valore aggiunto si è ridotto di circa il 2% tra il 2000 e il 2008.<sup>98</sup>

A seguito di questi sviluppi, con l'avvento della crisi le imprese italiane si sono ritrovate con un grado di indebitamento molto più elevato rispetto al passato. I bilanci delle società di capitale indicano che l'indebitamento e la dipendenza dal sistema bancario erano particolarmente alti tra le imprese di minore dimensione: per le aziende con meno di 250 addetti, il rapporto di indebitamento, nel 2008 era pari al 59% e la quota di debiti bancari ammontava al 76%. Le grandi imprese, al contrario, mostravano valori più bassi pari, rispettivamente, al 50% e al 46%.<sup>99</sup>

Si può bene vedere, da questi dati, come ad aver risentito maggiormente degli effetti della crisi e dei problemi strutturali del sistema finanziario italiano siano state le medie e piccole imprese, ovvero quelle che, come visto in precedenza, sono le principali produttrici del "Made in Italy".

Le difficoltà sono cresciute soprattutto tra le imprese manifatturiere e tra quelle localizzate nelle regioni meridionali, specialmente per via del fatto che le condizioni economiche e finanziarie dell'impresa, come il grado di indebitamento o la redditività, sono diventate il principale fattore discriminante nell'accesso al credito.

La presenza di rapporti bancari più stretti ha consentito comunque alle imprese di mantenere aperte alcune linee di credito, tuttavia, a differenza di quanto accaduto in altri paesi, come Francia, Regno Unito e Stati Uniti, dove i mercati obbligazionari sono più sviluppati, le imprese italiane non hanno

---

<sup>98</sup> Ibidem.

<sup>99</sup> Ibidem.



potuto sostituire i debiti bancari con titoli. La minore disponibilità di fonti esterne di finanziamento non ha solo influenzato le scelte di investimento e di crescita degli imprenditori, ma, in molti casi, ha marcato il confine tra periodi di mancanza di liquidità e la definitiva chiusura delle aziende.<sup>100</sup>

Da quanto appena riportato, è possibile verificare che il modello di finanziamento delle imprese, in Italia, ha garantito, nel periodo antecedente alla crisi, un'ampia disponibilità di mezzi finanziari, tale da sopperire alla progressiva erosione della redditività operativa. Tuttavia, i costi di questo assetto si sono dimostrati troppo alti per molte aziende, la cui fragilità finanziaria, durante la crisi, ha pesato sui piani di investimento, sui livelli di occupazione e, nei casi più gravi, sulla loro stessa sopravvivenza. Non sono mancati, comunque, nel periodo recente, alcuni provvedimenti volti a rimuovere i problemi appena presentati: alla fine del 2011 è stata introdotta un'agevolazione (Aiuto alla Crescita Economica - ACE) che ha lo scopo di riequilibrare il trattamento fiscale tra capitale di debito e capitale di rischio attraverso una riduzione dell'imposizione sui redditi commisurata ai nuovi apporti di capitale proprio.<sup>101</sup>

Inoltre, l'offerta di capitale di rischio per le imprese italiane è stata migliorata grazie alla costituzione del Fondo Italiano di Investimento e del Fondo Strategico Italiano, attivi rispettivamente dalla fine del 2010 e dalla metà del 2012. Il primo è nato con lo scopo di favorire il rafforzamento patrimoniale e i processi di aggregazione tra le imprese di media dimensione, mentre il secondo ha il compito di acquistare partecipazioni azionarie in imprese ritenute di "rilevante interesse nazionale". Con l'obiettivo di migliorare la diversificazione delle fonti di indebitamento, sono stati, infine, introdotti alcuni incentivi per le imprese non quotate ad emettere titoli obbligazionari e cambiali finanziarie.<sup>102</sup>

## **2.4 La Questione Dimensionale, L'innovazione e i Distretti Industriali.**

Una delle questioni più a lungo dibattute, relative al contesto economico italiano, riguarda la dimensione delle imprese che, storicamente, si colloca a livelli ben inferiori rispetto alla media internazionale. Abbiamo già visto, per l'appunto, come la maggior parte delle imprese manifatturiere, tra cui anche quelle attive nei comparti del "Made in Italy", appartengano alla categoria delle PMI.

Il fenomeno, apparentemente più sorprendente, che si riscontra in Italia è costituito dal fatto che le piccole imprese, storicamente, abbiano sempre dimostrato una marcata tendenza a non voler

---

<sup>100</sup> Ibidem.

<sup>101</sup> Ibidem.

<sup>102</sup> Ibidem.

espandere le proprie dimensioni, tanto che, ancora ai giorni nostri, continuano ad essere poche le imprese o i gruppi industriali classificabili come grandi.

Nel 2007, la dimensione media aziendale in Italia era di soli 4 addetti, una cifra pari a circa il 40% del valore medio dell'intera eurozona, inferiore a quella di tutti i principali paesi europei e pari ad appena un terzo di quella riscontrabile in Germania (Banca d'Italia, 2010).<sup>103</sup>

Una caratteristica peculiare dell'Italia è rappresentata dalla situazione ai due estremi della distribuzione dimensionale: da una parte, è possibile riscontrare la grande diffusione delle imprese con meno di 20 addetti e delle microimprese, con le prime che rappresentano una quota sull'occupazione manifatturiera che supera di 16 punti percentuali la media dell'Unione Europea ed è pari a quasi due volte e mezzo quelle di Germania e Regno Unito, mentre le seconde hanno un peso che supera di 10 punti la media UE e supera di ben tre volte quella tedesca. Dall'altro lato, è possibile verificare la ridottissima presenza di imprese che presentano almeno 250 addetti: esse assorbono poco più di un quarto dell'occupazione manifatturiera, contro il 40% della media UE e il 52% registrato in Germania.<sup>1</sup> La diminuzione del numero delle grandi imprese è un fenomeno che, a partire dagli anni Settanta, ha caratterizzato la realtà economica italiana e che molti hanno interpretato come il sintomo di una crisi industriale.<sup>104</sup>

Le piccole e medie imprese, come già sottolineato in precedenza, hanno dato e continuano a dare al sistema produttivo italiano una grande flessibilità e, grazie alle loro esportazioni, contribuiscono a mantenere in equilibrio i conti con l'estero.

Oggi, tuttavia, molto più che in passato, le dimensioni aziendali ridotte vengono avvertite come un freno alla capacità di innovare i prodotti e i processi produttivi, di adottare nuove tecnologie e di migliorare l'efficienza. Inoltre, le piccole dimensioni contribuiscono a rendere le imprese maggiormente vulnerabili rispetto ai cambiamenti del contesto internazionale, esponendole maggiormente alla concorrenza dei paesi emergenti e limitandone la capacità di espandersi sui mercati più dinamici.

Secondo i dati CIS 2008, in tutti i principali paesi europei, la maggiore attività innovativa viene riscontrata tra le grandi imprese: in Italia tale quota sale dal 37% tra le aziende con 10-49 addetti, al 58% tra quelle con 50-249 addetti e, infine, al 74% tra quelle più grandi. In effetti, la probabilità di presenza di un sito web, l'intensità di utilizzo della rete, la diffusione di applicazioni software gestionali avanzate (ERP e CRM), il ricorso agli acquisti e alle vendite on-line crescono all'aumentare

---

<sup>103</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

<sup>104</sup> Ibidem.

della dimensione di impresa. Nei quattro principali paesi europei gli stessi dati mostrano come anche la probabilità che un'impresa abbia intrapreso attività di ricerca e sviluppo al suo interno sia fortemente correlata con la crescita dimensionale. Utilizzando i dati sui brevetti depositati presso l'EPO, è stato dimostrato come la probabilità di depositare un brevetto sia significativamente e positivamente correlata con la dimensione aziendale.<sup>105</sup>

L'attività brevettuale è, in Italia, fortemente concentrata nelle mani di poche imprese di grandi dimensioni: considerando tutti i brevetti registrati presso l'EPO tra il 1990 e il 2007 da soggetti italiani, circa il 25% è posseduto dai 20 soggetti di maggiori dimensioni ed il 40% da imprese che presentano un fatturato superiore ai 10 milioni di euro.<sup>106</sup>

Altra caratteristica rilevante è costituita dal fatto che non solo la capacità di produrre informazioni rilevanti per l'innovazione all'interno dell'impresa, ma anche quella di stabilire accordi di cooperazione con altre imprese e soprattutto con le università e il settore pubblico cresce all'aumentare della dimensione di impresa.

La ridotta dimensione aziendale si associa anche a una tasso di internazionalizzazione commerciale e produttiva più contenuto. Secondo i dati riportati dalla Banca d'Italia, nel 2010 la percentuale di esportatori sul complesso delle imprese attive passa dal 2,9% tra le imprese con meno di 10 addetti, al 24,4% tra quelle con 10-19 addetti, al 40% tra quelle con 20-49 addetti e a oltre il 50% tra le imprese con più di 100 addetti.

La dimensione di impresa, tuttavia, è il riflesso di precise scelte degli imprenditori. Sulla performance delle imprese italiane incidono anche la loro struttura proprietaria e, soprattutto, quella gestionale, che presentano, nella maggioranza dei casi, un carattere familiare.

Nonostante i significativi mutamenti nel quadro normativo e istituzionale, avvenuti in seguito all'integrazione europea, gli assetti proprietari e di controllo del sistema produttivo italiano sono cambiati poco negli ultimi decenni, specie per quanto concerne le società non quotate.

I proprietari delle imprese familiari, spinti dai benefici che può portare il controllo diretto, in molti casi, hanno privilegiato il mantenimento della propria posizione nel lungo periodo, piuttosto che puntare al rafforzamento della profittabilità e sulla crescita.

Il carattere familiare delle imprese non costituisce una peculiarità italiana, dato che, se in Italia le imprese che fanno capo ad una famiglia proprietaria sono l'86% del totale, in Francia tale percentuale è dell'80% e arriva, addirittura al 90% in Germania. La differenza dell'Italia rispetto agli altri paesi

---

<sup>105</sup> Ibidem.

<sup>106</sup> Ibidem.

è costituita, piuttosto che dal carattere familiare, dalla bassa propensione ad affidare il controllo manageriale a soggetti esterni: in Italia oltre i due terzi delle imprese sono affidate ad un management che è interamente espressione della famiglia proprietaria, mentre questo accade solo ad un terzo delle imprese spagnole, ad un quarto di quelle francesi e tedesche e solamente al 10% di quelle inglesi.<sup>107</sup>

Altra caratteristica peculiare delle imprese italiane è la diffusione di una gestione molto accentrata: essa, in effetti, è più elevata nelle imprese la cui proprietà e il cui management fanno più stretto riferimento a una famiglia, tanto che, nel caso dell'Italia, ben nove imprese su dieci, a proprietà e gestione completamente familiare, dichiarano di avere una gestione centralizzata e di non remunerare i dirigenti in base al raggiungimento degli obiettivi. Tutto questo può avere un impatto sia sull'attività innovativa che su quella di esportazione verso i mercati emergenti più dinamici.<sup>108</sup>

Per molti anni, grazie al contributo di un'efficiente divisione del lavoro tra piccole imprese che, come già visto, si sono specializzate in singole lavorazioni e si sono concentrate in ambiti territoriali ristretti, è stato possibile, in Italia, recuperare, a livello di filiera locale, quelle economie di scala e quei vantaggi competitivi, che, in altre circostanze, sarebbe stato possibile ottenere solo attraverso la grande dimensione.

I benefici derivanti da un'organizzazione territoriale della produzione basata sui distretti industriali, tuttavia, non si estendono a tutti i settori, poiché non tutte le produzioni si prestano ad una scomposizione del processo produttivo fra un numero elevato di piccole e piccolissime imprese. All'interno di ciascuna filiera, poi, alcune funzioni specifiche, come i processi di ricerca e sviluppo, l'innovazione e la gestione delle reti distributive, richiedono comunque dimensioni aziendali e risorse organizzative più elevate.

I distretti industriali caratterizzano, al giorno d'oggi, l'Italia in misura nettamente più accentuata di quanto avvenga negli altri principali paesi europei: l'incidenza delle agglomerazioni sull'industria italiana, in termini di addetti, supera di ben tre volte quella della Germania ed è dieci volte superiore a quella della Francia.<sup>109</sup>

Ciò nonostante, i distretti industriali, che solitamente sono caratterizzati da dimensioni aziendali ridotte, filiere produttive prettamente locali e utilizzano modelli organizzativi informali e conoscenze non codificate, hanno sofferto la globalizzazione ed il cambiamento tecnologico.

---

<sup>107</sup> Ibidem.

<sup>108</sup> Ibidem.

<sup>109</sup> Ibidem.

In particolare, le nuove tecnologie hanno offerto la possibilità di scindere fasi particolari dell'attività produttiva, che fino a poco tempo fa restavano rinchiusi all'interno di un'impresa o di un distretto industriale, consentendo, oggi, di trasferire le mansioni e le fasi produttive più standardizzate e di routine in paesi in cui il costo del lavoro è più basso, come quelli dell'Est europeo o quelli asiatici.

Accade che molte imprese "finali" dei distretti, in virtù delle proprie caratteristiche, fanno fatica a sfruttare le opportunità offerte dalla globalizzazione e dalle nuove tecnologie, mentre le imprese distrettuali, specializzate nella fornitura di input intermedi o che si dedicano alla produzione di macchinari e beni di investimento, sono esposte al rischio di perdere i vantaggi derivanti dallo stretto legame con imprese o attività limitrofe.

Questi cambiamenti hanno avuto un impatto piuttosto marcato sulla competitività e sulla struttura delle aree distrettuali: durante il decennio precedente la crisi, si sono progressivamente attenuati, sino quasi a scomparire, i vantaggi di produttività che in passato avevano caratterizzato le imprese distrettuali, in particolare le più piccole. Oltre all'arresto dell'espansione quantitativa dei distretti, che si sono stabilmente assestati intorno alle 150 unità, all'interno delle aree distrettuali si è assistito ad una progressiva riduzione dell'incidenza del principale comparto di specializzazione e un aumento del peso delle aziende di maggiori dimensioni.<sup>110</sup>

A partire dal nuovo millennio si è assistito alla crescente apertura delle reti di imprese, che hanno cominciato a guardare oltre la rete locale, sia ad una maggiore formalizzazione delle relazioni inter-aziendali. Tutti questi fenomeni stanno modificando in misura tutt'altro che lieve i tratti strutturali che hanno tradizionalmente caratterizzato i distretti industriali.

Questo fenomeno ha origine, contemporaneamente, sia dalle difficoltà proprie di quei sistemi produttivi, sia dalle trasformazioni che si sono realizzate al loro interno per reagire alle nuove sfide competitive.

I vantaggi derivanti dall'agglomerazione, tuttavia, non sono affatto scomparsi, tanto che, per alcune funzioni, la loro importanza si è addirittura accresciuta. Quello in cui questi soggetti operano, infatti, appare un contesto in cui innovazione, ricerca e capitale umano sono diventati essenziali per il mantenimento della competitività di un paese avanzato. È questo il caso delle aree urbane, caratterizzate da una elevata densità e varietà di attività economiche, di capitale umano e di servizi ad alta intensità di conoscenza, i cui vantaggi competitivi non si sono affatto ridotti.

---

<sup>110</sup> Ibidem.

Vi sono studiosi autorevoli, tra i quali spicca Giacomo Becattini, che sin dagli anni Novanta si dimostrano piuttosto restii dal considerare la piccola dimensione dell'impresa come una debolezza in senso assoluto. Becattini, ad esempio, ha affrontato il tema in questione in gran parte delle sue opere, mettendo in evidenza molte delle già citate virtù di cui godono i distretti industriali.

Secondo lui, la forma dell'organizzazione distrettuale non è affatto inadeguata a resistere al nuovo contesto competitivo e, secondo lui, la soluzione alla crisi della competitività delle imprese italiane non può essere risolta attraverso il semplice stimolo della crescita dimensionale. Le piccole dimensioni, di per sé, non costituiscono un limite nella misura in cui possono essere superate dall'organizzazione sistemica in una rete di imprese, che è esattamente ciò che accade all'interno dei distretti industriali.<sup>111</sup>

I distretti industriali, sempre secondo quanto riportato da Becattini, godono di una innata capacità di adattamento ai cambiamenti ambientali. Questo si realizza grazie alla “*elevata mobilità professionale e sociale*” di cui godono i distretti, che consiste nella capacità di effettuare un continuo processo di riallocazione delle risorse, sia fisiche che umane, alla ricerca della soluzione più efficiente per la sopravvivenza del distretto stesso. Questo processo di riallocazione può avere durata variabile e può portare a fasi di crisi dell'intero distretto che, tuttavia, nella maggior parte dei casi, come ci insegna la storia, possono essere superate. La crisi delle imprese manifatturiere e dei distretti industriali non sarebbe, dunque, imputabile alle caratteristiche “naturali” dei distretti, ma solo ad una temporanea difficoltà di adattamento che potrà essere superata attraverso un processo di riorganizzazione delle attività.<sup>112</sup>

I distretti industriali, anche secondo Becattini, presentano alcuni punti critici che, per consentire loro di sopravvivere nel nuovo contesto, devono essere superati. Alcuni punti di debolezza sono una conseguenza della dimensione ristretta delle imprese che ne fanno parte, che non crea problemi dal punto di vista dell'efficienza produttiva, ma piuttosto sul piano del potere negoziale, sul potere di controllo dei mercati di sbocco, della vulnerabilità distributiva e per quanto riguarda le difficoltà nelle attività di “lobbying”. Questo insieme di problemi costituisce il primo nodo che deve essere sbloccato per ridare competitività ai distretti: Becattini sostiene la necessità di fornire ai distretti uno status giuridico che consenta alle imprese che in essi operano di ottenere credito, energia e materie prime a condizioni paragonabili a quelle delle grandi imprese. Un secondo nodo che deve essere affrontato riguarda una serie di problemi meno visibili, che fanno riferimento al fatto che le imprese dei distretti

---

<sup>111</sup> Becattini G., *Il calabrone Italia.*, Op. Cit.

<sup>112</sup> Ibidem.

possano opporre resistenza nei confronti del cambiamento ed essere restie a modificare lo “status quo”.<sup>113</sup>

Cambiare, infatti, è diventata al giorno d’oggi una necessità se si vuole assicurare la sopravvivenza dei distretti e fare in modo che essi tornino ad essere il motore della ripresa economica. I distretti, come le altre piccole e medie imprese, d’altro canto, devono essere pronti ad affrontare un processo di riorganizzazione della propria attività che, necessariamente, prevede l’abbandono di molte pratiche, ormai, appartenenti al passato.

La sfida dell’innovazione è diventata cruciale per riuscire a recuperare la competitività: come sostiene Becattini, solo l’innovazione sarà in grado di generare l’allargamento del mercato, condizione essenziale per stimolare la produttiva ed un’ulteriore divisione del lavoro.

Il sistema produttivo italiano, in ogni caso, appare comunque caratterizzato dalla presenza di un grande numero di imprese che si sono dimostrate capaci di rimanere competitive anche in un contesto istituzionale, normativo e fiscale di gran lunga meno favorevole di quello presente negli altri paesi europei.

Inoltre, prima della crisi e della recessione accusata nel 2008-2009, era possibile scorgere già evidenti ed ampi segnali che la ristrutturazione del sistema industriale era già avviata, tanto che, anche durante il lungo periodo di recessione che il paese ha attraversato, sono emersi forti segnali di dinamismo, ravvisabili, per esempio, nell’elevata propensione verso le esportazioni e nei successi di molte aziende nei mercati internazionali.

In sintesi, il sistema industriale italiano, sebbene stia attraversando un momento di difficoltà, è popolato, nel suo complesso, da alcune realtà imprenditoriali, soprattutto di media dimensione, altamente competitive, in grado di esprimere leadership a livello internazionale e capaci di realizzare rilevanti e frequenti salti innovativi. Questi sono elementi che possono fare in modo che le nostre imprese siano pronte a fronteggiare la concorrenza internazionale e a realizzare il rinnovamento a cui si è fatto cenno poco fa.

Nell’attuale contesto competitivo, come già detto, risulta essenziale, per le imprese, avere la capacità di innovare: in Italia, per dare un’idea, la crescita del valore aggiunto, della produttività e dei margini unitari di profitto tra il 2000 e il 2006 è stata più elevata proprio per le imprese che hanno rinnovato la gamma dei loro prodotti.<sup>114</sup>

---

<sup>113</sup> Ibidem.

<sup>114</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

Per quanto riguarda gli anni della crisi economico-finanziaria, le performance migliori sono state registrate dalle imprese che hanno saputo implementare strategie di diversificazione dei mercati e dei clienti, che hanno investito sul miglioramento della qualità dei prodotti o che hanno effettuato investimenti in ricerca e sviluppo.<sup>115</sup>

I benefici che discendono dall'innovazione non si limitano a quelli che riguardano l'efficienza produttiva: la capacità di innovare si associa, infatti, anche ad una più marcata propensione all'internazionalizzazione commerciale, realizzata attraverso le esportazioni.

Il rinnovamento produttivo, organizzativo e tecnologico che ha consentito ad una fascia di imprese italiane di mantenere efficacemente la propria posizione competitiva anche in settori relativamente tradizionali e insidiati dalla concorrenza dei paesi emergenti, grazie all'aumento della qualità e dei prezzi di vendita dei prodotti, non è stato tuttavia sufficiente a recuperare le forti perdite che l'industria italiana ha subito altrove.

La mancanza di crescita aggregata può trovare spiegazione con il ritardo che il sistema produttivo italiano, nel suo complesso, registra in termini di ammontare di risorse dedicate all'innovazione e di adozione di nuove tecnologie rispetto alle principali economie avanzate. In Italia la spesa totale in ricerca e sviluppo, in base alle stime dell'OCSE, nel 2010 ammontava all'1,3% del PIL, un valore che si colloca al di sotto della media dell'Unione Europea, che è pari al 2%. Il dato italiano si collocava per ultimo tra i paesi della UE15 ed era molto distante da quelli dei paesi scandinavi più innovativi come la Finlandia e la Svezia che, rispettivamente, investivano in ricerca e sviluppo il 3,9% e 3,4% del loro PIL. La Germania effettuava una spesa in ricerca pari al 2,8% del PIL. Nonostante la crescita registrata rispetto al 2000, quando la spesa in questo ambito si collocava attorno alla soglia dell'1% del PIL, questa, in Italia, è ancora ben lontana dall'obiettivo del 3% enunciato nella strategia UE 2020. Nel caso dell'Italia, la spesa pubblica in ricerca e sviluppo risulta solo lievemente inferiore rispetto agli altri principali paesi europei, mentre appare molto bassa quella effettuata dai privati, ovvero dalle imprese, pari soltanto allo 0,7% del PIL, contro l'1,2% della media dell'Unione Europea, l'1,4% della Francia e l'1,9% della Germania.<sup>116</sup>

L'utilizzo di indicatori quali la spesa in ricerca e sviluppo o il numero di brevetti, tuttavia, comporta che le statistiche ufficiali tendano a sottostimare l'attività innovativa di paesi come l'Italia, dove è

---

<sup>115</sup> Banca d'Italia, *Relazione annuale 2011*. Op. Cit.

<sup>116</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi*., Op. Cit.



dominante la presenza di imprese medio-piccole, che, tipicamente, innovano senza registrare ufficialmente spese in ricerca e sviluppo.<sup>117</sup>

Dal punto di vista qualitativo, tuttavia, le imprese italiane che dichiarano di realizzare innovazioni di prodotto o di processo senza svolgere esplicitamente attività di ricerca e sviluppo possiedono sia una capacità significativamente inferiore di realizzare brevetti, registrare disegni industriali, marchi o diritti di autore, che una più bassa quota di fatturato derivante da prodotti innovativi, così come risulta inferiore la loro capacità di realizzare prodotti che siano nuovi, non solo per l'impresa stessa, ma anche per il mercato in cui operano.<sup>118</sup>

Il ritardo che le imprese italiane dimostrano in termini di innovazione trova corrispondenza nell'adozione e nell'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT). È noto come, durante gli anni Novanta, l'Europa intera sia arrivata in ritardo a trarre vantaggio dal nuovo paradigma tecnologico, tuttavia, in Italia, questo ritardo è stato addirittura superiore a quello degli altri maggiori paesi ed è stato colmato, in parte, solo durante lo scorso decennio. Nel 2011, secondo l'ISTAT, la diffusione delle ICT "di base", come il computer, la posta elettronica e la connessione a Internet, era ormai completa e utilizzata da oltre il 90% delle imprese, indipendentemente dalla dimensione e dalla loro localizzazione.<sup>119</sup>

Negli ultimi anni, tuttavia, la frontiera tecnologica, soggetta a cambiamenti sempre più rapidi, si è spostata in avanti ed è ancora riscontrabile un ritardo dell'Italia in merito all'adozione delle tecnologie e dei servizi più avanzati. Ne è un esempio il tema della banda larga, rispetto alla quale il ritardo italiano riguarda sia il tasso di penetrazione che l'ampiezza media effettiva della banda erogata. Andando poi a considerare il numero di individui che fanno uso di internet, il nostro ritardo appare ancora più evidente: in Italia internet è utilizzato dal 56,8% della popolazione, un dato che è inferiore di 25-30 punti percentuali rispetto agli altri principali paesi europei. E' incoraggiante il fatto che i dati della terza indagine della Banca d'Italia sulla diffusione delle ICT nei pagamenti e nel commercio elettronico abbiano mostrato un miglioramento del clima di fiducia nei confronti delle attività in rete, sebbene la diffusione del commercio elettronico sia ancora limitata e siano fortemente ridotti gli incentivi, per la singola impresa, a farne uso.<sup>120</sup>

---

<sup>117</sup> Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*, Op. Cit.

<sup>118</sup> Ibidem.

<sup>119</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

<sup>120</sup> Ibidem.

All'interno di questo scenario caratterizzato da luci e ombre, tuttavia, alcuni segnali positivi, che sembrano indicare che il processo di ristrutturazione a cui si è fatto cenno in precedenza si stia realizzando, provengono proprio dalle aree distrettuali.

In base a quanto si legge all'interno del settimo rapporto annuale di Intesa San Paolo sui distretti industriali, durante il 2013, le imprese distrettuali hanno fatto registrare un lieve aumento del fatturato, pari a +0,9% in termini di mediana. Così facendo, queste imprese hanno superato la performance delle aree non distrettuali e, più in generale, dell'intero settore manifatturiero italiano, che, al contrario, hanno accusato un arretramento.<sup>121</sup>

Gran parte delle specializzazioni distrettuali hanno dato segni di crescita dell'attività produttiva, con performance particolarmente positive specialmente per quanto riguarda il comparto agro-alimentare, capace di sfruttare al meglio le occasioni di crescita presenti sui mercati internazionali. Ancora in difficoltà appaiono, tuttavia, la filiera dei metalli e l'industria dei mobili.<sup>122</sup>

Che i distretti dispongano di un vantaggio rispetto alle altre forme di organizzazione dell'attività di impresa lo si intuisce anche dal fatto che, in ogni anno tra il 2009 e il 2013, le imprese distrettuali hanno conseguito risultati leggermente superiori rispetto a quelle non distrettuali, grazie alla loro maggiore presenza sui mercati esteri, che le ha favorite in un periodo di crescita della domanda mondiale e di contrazione della domanda interna. Ciò, pur non permettendo ai distretti di tornare sui livelli di fatturato del 2008, ha consentito loro di conseguire un calo del fatturato pari a quasi la metà di quello accusato dalle aree non distrettuali, con un -4,2% rispetto al -8,3% riportato da queste ultime. I distretti agro-alimentari, come già accennato, hanno recuperato i livelli di fatturato toccati nel 2008, mentre il sistema della moda distrettuale è riuscito ad annullare il gap, grazie alle ottime prestazioni ottenute da tutta la filiera della pelle, che sono state in grado di compensare le criticità dei comparti dell'abbigliamento e della maglieria. Ritardi significativi sono comunque presenti nella metalmeccanica e, soprattutto, nel sistema casa, che ha risentito della crisi del mercato immobiliare interno e di alcuni importanti sbocchi commerciali tradizionali.<sup>123</sup>

Il 2014 sembra confermare la maggiore dinamicità dei distretti, le cui prestazioni risultano spinte, ancora una volta, dal migliore radicamento sui mercati esteri. Nel 2013, la crescita del fatturato delle imprese distrettuali, mediamente, si era avvicinata all'1%, rispetto ad una sostanziale stagnazione dell'attività produttiva che riguarda l'intera industria manifatturiera italiana. Tra il 2008 e il 2014, per l'appunto, le imprese dei distretti sono cresciute di circa il 5% in più rispetto alle aree non distrettuali.

---

<sup>121</sup> Gruppo Intesa San Paolo., *Economia e finanza dei distretti industriali*. Rapporto annuale n°7. Dicembre 2014.

<sup>122</sup> Ibidem.

<sup>123</sup> Ibidem.

Nel biennio 2015-2016, è addirittura prevista un'accelerazione del tasso di crescita delle imprese distrettuali, che dovrebbe coinvolgere tutte le principali filiere produttive. Secondo le stime di Intesa San Paolo, nel 2016 il fatturato si porterà su livelli superiori a quelli raggiunti nel 2008, con il risultato che si chiuderà definitivamente il gap accumulato nel quadriennio 2008-2012.<sup>124</sup>

I risultati presentati da questo studio, dunque, sembrerebbero smentire nei fatti la tesi di una crisi strutturale e generalizzata dei distretti. Ad una conclusione diversa molto probabilmente si arriverebbe considerando solo la grave crisi che ha investito alcune aree distrettuali italiane, come ad esempio l'imbottito della Murgia o di Quarrata, le sedie e i tavoli di Manzano, le calzature di Casarano, l'abbigliamento e il tessile di Treviso. Tuttavia, nonostante alcune situazioni critiche, vi sono ancora diversi distretti in salute, capaci cioè di conseguire ottimi risultati di crescita e redditività.<sup>125</sup>

La migliore evoluzione recente dei distretti rispetto alle aree non distrettuali può essere interpretata come il frutto di un significativo processo di rinnovamento che, in primo luogo, ha condotto all'affermazione di una nuova generazione di imprese leader, in rapida crescita dimensionale, caratterizzate da vantaggi competitivi basati sulla ricerca e sull'innovazione.

Dagli ultimi dati di Censimento sull'industria e i servizi emerge il peso crescente delle imprese di dimensioni medio-grandi e grandi, che, nei distretti, è cresciuto, in termini di addetti, di quattro punti percentuali in più rispetto alle aree non distrettuali, arrivando al 40,6% nel 2011.<sup>126</sup>

Le imprese di dimensioni maggiori si sono ricavate una posizione di leadership all'interno del distretto ed hanno esercitato un ruolo di traino, contribuendo alla progressiva accumulazione nei distretti di conoscenza tecnologica e dei mercati. I distretti, pertanto, si confermano come un luogo particolarmente indicato per la diffusione e l'adozione di comportamenti complessi e catalizzatori di innovazione tecnologica, organizzativa e di mercato.

Nei distretti risulta maggiore la capacità di esportare: al loro interno il 42% delle imprese sono esportatrici, contro il 32% delle aree non distrettuali. Tra gennaio e settembre del 2014, l'export dei distretti italiani ha subito un aumento del 3,5% rispetto allo stesso periodo del 2013, superando la media dell'industria manifatturiera sia italiana, pari a +1,6%, che tedesca, pari a +2,1%.<sup>127</sup>

Le imprese distrettuali sono anche più propense ad effettuare investimenti diretti esteri, tanto che si registrano 31 partecipate estere ogni 100 imprese contro le 22 che si riscontrano al di fuori dei distretti.

---

<sup>124</sup> Ibidem.

<sup>125</sup> Ibidem.

<sup>126</sup> Ibidem.

<sup>127</sup> Mancini G., *Ricerca e reshoring spingono i distretti.*, Il Sole 24 Ore., 24/02/2015.

I distretti detengono il primato anche sul fronte dell'innovazione: le statistiche indicano una media di 61 brevetti ogni 100 imprese, contro i 42 delle aree non distrettuali. Lo stesso vale per i marchi registrati, che risultano essere 39 ogni 100 imprese distrettuali contro i 20 delle imprese esterne ai distretti.

All'interno dei distretti, inoltre, si è assistito ad un generale rafforzamento del grado di patrimonializzazione: tra il 2008 e il 2013 il patrimonio netto delle imprese distrettuali è aumentato del 10,8%, mentre per le imprese non distrettuali la crescita si è fermata all'8,2%. La leva finanziaria nei distretti si è così portata al 58,5% nel 2013, cioè quasi due punti percentuali in meno rispetto al 2008. Nelle aree non distrettuali, invece, nonostante il calo osservato nel biennio 2012-2013, il "leverage" si colloca su percentuali per lo più analoghe a quelle del 2008. Fino a pochi anni fa, inoltre, era possibile riscontrare una bassa presenza di multinazionali estere nella proprietà delle imprese distrettuali: nel 2013, il peso del fatturato delle imprese distrettuali a controllo estero ammontava solamente al 9,1%, vale a dire meno della metà della percentuale che caratterizzava le aree non distrettuali, a parità di specializzazione produttiva.<sup>128</sup>

Le multinazionali, al giorno d'oggi, sono poco presenti o quasi del tutto assenti nei distretti del mobile, della concia e del tessile, mentre la loro presenza si è molto rafforzata nei comparti della pelletteria e degli elettrodomestici. Essa risulta essere addirittura superiore alla media se si considerano i distretti specializzati in prodotti e materiali da costruzione, nella meccanica e negli altri prodotti intermedi. Spiccano, in particolare, i distretti dei ciclomotori di Bologna, la "food machinery" di Parma, la mecatronica del barese, i vini del Chianti, l'Inox Valley, le macchine tessili di Biella, la pelletteria e le calzature di Firenze, le calzature della Riviera del Brenta, il metalmeccanico del basso mantovano, le macchine utensili di Piacenza e l'occhialeria di Belluno, tutti distretti in cui il peso del fatturato delle multinazionali estere si mantiene a livelli che superano il 30%. In queste aree, importanti leader di distretto sono sotto il controllo di multinazionali estere, cosa che ha consentito loro di dotarsi di una struttura organizzativa più efficiente e di poter contare su manager meglio qualificati.<sup>129</sup>

Alcune operazioni realizzate nell'ultimo biennio mettono in luce alcune importanti novità, tra cui un interesse crescente dei capitali esteri per le imprese italiane, che potrebbe rafforzarle soprattutto sul piano commerciale.

In particolare, come già accennato, alcuni importanti leader di distretto, come Indesit, Loro Piana, Marazzi, Nuova Castelli, sono entrati nell'orbita delle multinazionali straniere. In alcuni casi, queste

---

<sup>128</sup> Gruppo Intesa San Paolo., *Economia e finanza dei distretti industriali*. Rapporto annuale n°7. Dicembre 2014.

<sup>129</sup> Ibidem.

ultime hanno optato per l'ingresso in aziende in difficoltà ma dotate di un marchio e un know-how produttivo riconosciuti; in altri casi, il passaggio di controllo ha avuto ad oggetto aziende che avevano bisogno di rilanciare la propria competitività sui mercati internazionali, cosa che difficilmente potevano fare da sole, come nel caso di Indesit. In altri casi, infine, si è trattato di acquisti mirati ad aggregare aziende sane che si dimostravano funzionali a potenziare il portafoglio prodotti dell'investitore, come è avvenuto, per esempio, con Loro Piana e Nuova Castelli.<sup>130</sup>

Non sono mancate le acquisizioni di noti brand del "Made in Italy" da parte di grandi gruppi provenienti dai paesi emergenti, soprattutto cinesi: nel gennaio 2012, per esempio, il gruppo Ferretti Yacht era stato acquisito dal colosso cinese Shig-Weichai, mentre due anni più tardi, con un'operazione da 35 milioni di euro, Mariuccia Mandelli, più nota come Krizia, icona della moda "Made in Italy", ha venduto il suo marchio alla Shenzhen Marisfrolg Fashion della stilista cinese Zhu Chongyun.<sup>131</sup>

Nonostante i segnali incoraggianti, nei distretti industriali permangono ancora diverse criticità, che non emergono dalla semplice analisi dei dati medi. Nel 2013, ad esempio, la dispersione delle performance reddituali, stando a quanto riportato sul rapporto di Intesa San Paolo, ha raggiunto un nuovo picco storico. Da un lato, è cresciuta, arrivando a toccare un nuovo picco storico, la quota di soggetti con margini eccellenti (il 13,7% delle imprese ha riportato un "EBITDA margin" addirittura superiore al 15%); dall'altro lato, tuttavia, ha continuato a crescere la quota di imprese con EBITDA negativo e con gravi squilibri di liquidità, arrivando, rispettivamente al 13,7% e al 23,9%. Inoltre, è opportuno ricordare che il 3,5% delle imprese distrettuali, già nel 2013, mostrava margini unitari negativi da almeno tre anni e presentava un'elevata probabilità di uscita dal mercato.<sup>132</sup>

In questo contesto soffrono, soprattutto, le imprese più piccole che, nonostante un significativo miglioramento nella gestione del circolante, continuano ad avere problemi legati alla sottopatrimonializzate e si dimostrano molto esposte all'indebitamento bancario a breve termine, con le conseguenti difficoltà nella gestione della liquidità.

Sembra, dunque, in procinto di aggravarsi ulteriormente il bilancio che emerge dall'analisi degli ultimi dati di Censimento sull'industria e i servizi: la sempre più forte competizione dei paesi a basso costo del lavoro, l'apprezzamento dell'euro prima e gli effetti della crisi del 2009 hanno avuto un impatto disastroso, "bruciando" all'incirca un quinto della capacità produttiva dei distretti nel periodo 2001-2011. Solo i distretti della meccanica hanno conosciuto un aumento degli occupati. Il confronto

---

<sup>130</sup> Ibidem.

<sup>131</sup> *La Cina punta sull'Italia. Ecco le big su cui ha investito.* [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 08/04/2014.

<sup>132</sup> Gruppo Intesa San Paolo., *Economia e finanza dei distretti industriali.* Rapporto annuale n°7. Dicembre 2014.

con le aree non distrettuali evidenzia comunque una maggior tenuta dei distretti nella maggior parte dei settori, favoriti anche dalla presenza di imprese leader che hanno continuato ad attivare le filiere locali.<sup>133</sup>

Tutto ciò ha avuto come conseguenza l'ulteriore rafforzamento della specializzazione all'interno dei distretti, cosa che ha consentito alle regioni italiane di confermare, in ambito europeo, i propri primati nei settori a maggiore vocazione distrettuale quali il sistema moda, i prodotti e i materiali da costruzione, la meccanica e il comparto del mobile. Spiccano, in particolare, il tessile e la filiera della pelle, dove l'Italia, su un totale di 244 regioni europee considerate, posiziona tre regioni tra i primi cinque posti in Europa per numero di addetti.<sup>134</sup>

Nel comparto della pelle, ad esempio, Toscana, Marche e Veneto si collocano, rispettivamente, al secondo, al terzo e al quarto posto di questa speciale classifica, grazie alla presenza di importanti distretti come le calzature e la pelletteria di Firenze e Arezzo, la concia e le calzature di Santa Croce sull'Arno in Toscana, le calzature di Fermo nelle Marche, la concia di Arzignano, le calzature della Riviera del Brenta e le calzature Veronesi in Veneto. Inoltre, nel settore dei prodotti e materiali da costruzione tra il 2008 e il 2012 si è portato a due il numero delle regioni italiane ai primi cinque posti in Europa: all'Emilia Romagna si è, infatti, aggiunto il Veneto.<sup>135</sup>

L'impressione che si ricava dalla lettura di questi dati è quella di trovarsi di fronte ad un processo di profondo riassetto della struttura dei distretti che sta operando una sorta di "scrematura" tra le imprese che hanno saputo cogliere le nuove opportunità e fare fronte al cambiamento e quelle che, al contrario, forse perché troppo legate ad un vecchio modo di operare, si trovano ad attraversare un momento di profonda crisi.

## **2.5 Le Prospettive Per "Il Made In Italy".**

Il nuovo assetto della divisione internazionale del lavoro, secondo cui la produzione dei beni finali è sempre più spesso il risultato di lunghe catene produttive globali, indicate con il termine "global value chains" o GVC, costituisce una nuova importante sfida ed un'opportunità per le imprese italiane.

La partecipazione a reti produttive di più vaste dimensioni, sino a quelle a livello mondiale, esige, tuttavia, significativi avanzamenti organizzativi e gestionali, non solo per il controllo dell'intera

---

<sup>133</sup> Ibidem.

<sup>134</sup> Ibidem.

<sup>135</sup> Ibidem.

catena produttiva, nel caso di imprese che operano come committenti, ma anche per le imprese fornitrici, al fine di evitare situazioni di subalternità.

Nel nuovo contesto globale, le aziende produttrici di beni intermedi hanno a disposizione un mercato più ampio, che offre la possibilità di incrementare e diversificare i committenti e i mercati di sbocco. Occorre, tuttavia, considerare che, al giorno d'oggi, appare molto più forte la pressione concorrenziale da parte di aziende provenienti da paesi a più basso costo del lavoro.

La partecipazione delle imprese italiane alle “global value chains” sembra essere piuttosto elevata, soprattutto se messa a confronto con paesi simili per livello di sviluppo e struttura produttiva. Sia le imprese italiane che quelle tedesche fanno ampio ricorso a beni intermedi importati dall'estero, tuttavia, appare elevata la partecipazione di imprese italiane alle GVC come fornitori di beni intermedi: in base ai dati EFIGE, la quota di fatturato su committenza delle imprese italiane, nel 2013, risultava sostanzialmente in linea con quella delle imprese francesi, pari al 78% e perfino superiore a quella delle imprese spagnole e tedesche.<sup>136</sup>

Anche la committenza internazionale risultava più elevata per Francia e Italia rispetto a Spagna e Germania. Il fenomeno in parola si dimostra particolarmente importante per l'Italia, soprattutto se si va a considerare la maggiore specializzazione del nostro paese in produzioni a medio-bassa tecnologia, che generalmente sono meno coinvolte da processi di frammentazione produttiva a livello internazionale. Tra i principali settori di specializzazione, il fenomeno appare rilevante specialmente nella meccanica, negli altri mezzi di trasporto e nella chimica, settori in cui l'Italia è un'economia assemblatrice di beni finali, e negli autoveicoli, in cui è produttrice di beni intermedi. Il posizionamento delle imprese italiane all'interno delle GVC, per certi aspetti, non sembra essere particolarmente favorevole: rispetto alla Germania, infatti, è molto alto il numero di imprese intermedie e, tra di esse, sono molte quelle che si trovano ad occupare una posizione subalterna. Si tratta di un elemento di fragilità, dal momento che le imprese intermedie si ritrovano più esposte alle fluttuazioni della domanda. Le imprese italiane intermedie, inoltre, sono più piccole e meno produttive delle corrispondenti aziende tedesche e queste caratteristiche possono contribuire a spiegare una parte rilevante del differenziale di performance tra Italia e Germania durante la crisi del 2008-2009.<sup>137</sup>

Queste considerazioni, tuttavia, meritano di essere qualificate tenendo in considerazione anche la grande eterogeneità che caratterizza il complesso delle imprese intermedie italiane: ve ne sono alcune,

---

<sup>136</sup> Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., *Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi.*, Op. Cit.

<sup>137</sup> Ibidem.

infatti, che mostrano una maggiore propensione all'innovazione di prodotto e all'internazionalizzazione e livelli di produttività, talvolta anche superiori, a quelli delle imprese che producono direttamente per il mercato.

Dal paragone con la Germania, tuttavia, continuano ad emergere alcuni segnali di difficoltà: le imprese intermedie italiane, infatti, sembrano non avere adottato in maniera continuativa delle strategie di accumulazione del capitale umano e di aumento dell'internazionalizzazione che, in generale, potrebbero consentire di ridurre la subalternità delle imprese rispetto ai propri committenti, aiutandole così ad attenuare gli effetti delle fluttuazioni della domanda finale.

Un altro aspetto che è opportuno prendere in considerazione riguarda il fatto che, tra il 2005 e il 2008, si sia assistito, soprattutto all'interno del sistema moda, ad un parziale rientro del processo di integrazione italiano nelle GVC, che può anche essere interpretato come una maggiore attivazione delle filiere nazionali.<sup>138</sup>

Se, infatti, a partire dagli anni Novanta, si era assistito ad una progressiva intensificazione dei processi di apertura delle filiere produttive internazionali, cosa a cui hanno preso parte anche i distretti, con uno spostamento delle reti di fornitura e sub-fornitura verso i paesi emergenti, dapprima rivolgendosi verso l'Est Europa e, successivamente, verso l'Asia, oggi, sembra che si stia verificando un'inversione di tendenza.

Conferme in tal senso arrivano anche dall'Uni Club MoRe Back-reshoring, che ha costruito una banca dati che raccoglie circa 500 casi di imprese internazionali che hanno deciso di riportare in patria le produzioni che, prima, avevano scelto di localizzare all'estero, internalizzandole o acquistandole da fornitori esterni locali.

Il fenomeno si è intensificato a partire dal 2009 e ha toccato il suo apice nel 2013, anno in cui si sono registrati più di 80 casi. Gli Stati Uniti sono il primo paese interessato dal fenomeno, in termini di numero di rientri, seguiti immediatamente dall'Italia, che occupa il secondo posto e precede Germania e Regno Unito. Tra le principali motivazioni che hanno spinto a riportare in patria le produzioni precedentemente esternalizzate spiccano alcuni vantaggi in termini di logistica, nel 25,1% dei casi, e la qualità delle produzioni "made in", per il 21,9%.<sup>139</sup>

Come si legge un'indagine condotta dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo del 2013, presso 173 imprese capofila di diciotto distretti specializzati nella filiera della pelle, nel sistema casa

---

<sup>138</sup> Ibidem.

<sup>139</sup> *Indagine esplorativa sulle strategie di (ri-)localizzazione delle attività produttive nel settore calzaturiero italiano.*, Uni-CLUB MoRe Back-Reshoring. Novembre 2014.



e nella meccanica, emergeva la chiara intenzione, da parte di una quota pari al 12,7% di capofila, di riportare in Italia parte della produzione precedentemente esternalizzata a seguito di problemi legati a qualità ed affidabilità. Al contempo, però, un'identica percentuale si proponeva di spostare all'estero le lavorazioni a minore valore aggiunto. E' molto probabile quindi che si stia assistendo al rientro delle fasi più delicate e a maggior valore aggiunto e che, di pari passo, stia proseguendo lo spostamento delle fasi su cui i costi di produzione incidono maggiormente.<sup>140</sup>

Alla base di tale fenomeno vi sono anche alcuni mutamenti relativi alle condizioni economiche dei paesi in cui si era scelto di trasferire l'attività produttiva: ad esempio, in molti paesi emergenti si sta assistendo ad un progressivo aumento dei salari, con il conseguente aumento dei costi di produzione. Inoltre, per alcuni tipi di produzione, il costo del lavoro rappresenta solo una quota limitata del costo complessivo, perciò, i vantaggi dell'operare in paesi emergenti in cui la manodopera è poco costosa, risultano sempre meno evidenti.

Molte imprese, poi, hanno iniziato a tenere in considerazione gli aspetti legati all'effetto "Made in", a cui i consumatori abienti, sia dei paesi sviluppati che di quelli emergenti, sembrano dare sempre maggiore peso, tanto da riconoscere un "premium price" alle produzioni di certi paesi.<sup>141</sup>

Questo è uno degli aspetti che maggiormente influenzano le decisioni di rilocalizzazione delle imprese attive nel "Made in Italy", tanto che, per l'appunto, il processo di re-shoring sembra essere particolarmente diffuso all'interno dei distretti industriali, soprattutto quelli del sistema moda, dove la riduzione di capacità produttiva italiana nelle fasce qualitative più basse ha ridotto la domanda di valore aggiunto intermedio importato e, al contempo, l'affermazione delle produzioni italiane del lusso ha favorito le filiere produttive interne, che risentono anche della spinta fornita dalle "maisons" della moda internazionali che, nei distretti, sono presenti con rapporti di fornitura o di proprietà. Stiamo dunque assistendo sia al rientro di investimenti produttivi da parte di aziende italiane, sia all'arrivo di marchi europei in cerca di qualità.<sup>142</sup>

Tra le aziende maggiormente interessate dal processo di re-shoring e dal maggiore ricorso alle filiere distrettuali italiane, vi sono soprattutto quelle specializzate nel sistema moda: il marchio inglese Burberry, ad esempio, ha deciso di rafforzare la sua presenza in Italia, che risale al 1990 e lo stesso, a quanto riportano alcune notizie, faranno altri marchi inglesi quali Paul Smith, che sembra intenzionato a trasferire in Italia il 40% circa della propria produzione, e Aquascutum, che sposterà nel nostro paese le lavorazioni più complesse, che richiedono maggiore qualità. Tra le aziende italiane,

---

<sup>140</sup> Gruppo Intesa San Paolo., *Economia e finanza dei distretti industriali*. Rapporto annuale n°7. Dicembre 2014.

<sup>141</sup> *Indagine esplorativa sulle strategie di (ri-)localizzazione delle attività produttive nel settore calzaturiero italiano.*, Uni-CLUB MoRe Back-Reshoring. Novembre 2014.

<sup>142</sup> Ibidem.

spicca il gruppo Tod's che, invece, amplierà il suo quartier generale nelle Marche, a Casette D'Ete, costruendo un nuovo stabilimento nei pressi della sede centrale, che dovrebbe essere completato entro la fine dell'anno. Nel distretto delle calzature della Riviera del Brenta, Louis Vuitton ha fatto due acquisizioni nel corso della prima decade degli anni Duemila e ha inaugurato un nuovo stabilimento nel 2009, mentre Prada, a fine 2013, ha addirittura raddoppiato il suo sito produttivo. Nel polo fiorentino della pelle, inoltre, è opportuno segnalare i casi di Piquadro e Nannini. Piquadro, un'azienda toscana che produce borse e valigie, ha riportato in patria la fascia più alta delle lavorazioni, mentre Nannini ha intrapreso un processo di ritorno in patria delle produzioni che prima aveva delocalizzato nell'Europa dell'Est. La vicinanza della produzione alle strutture manageriali permetterà un controllo più costante e accurato della qualità. In Umbria, infine, nel distretto della maglieria e dell'abbigliamento di Perugia, Brunello Cucinelli ha costruito il suo successo grazie all'alto tasso di artigianalità nella lavorazione e alla realizzazione di un vero e proprio "Made in Italy", ricorrendo al lavoro delle maestranze interne all'azienda, associate al lavoro di oltre 300 micro-imprese artigianali indipendenti, la maggior parte delle quali si trova in Umbria e intraprende da anni rapporti con la casa produttrice.

Il Gruppo ha investito costantemente nel territorio, sia con investimenti per migliorare la capacità produttiva, che attraverso la creazione della Scuola dei Mestieri che andrà ad aggiungersi al costante processo di formazione interna all'azienda. Processi di re-shoring, inoltre, stanno interessando anche aziende della meccanica: nel distretto delle macchine agricole di Reggio Emilia e Modena, il gruppo Argo Tractors ha deciso di smantellare ben due stabilimenti in Francia e Gran Bretagna, per destinare risorse ai suoi 4 impianti situati tra Fabrico, San Martino in Rio e Luzzara.<sup>143</sup>

L'impressione che si ricava dalla lettura di questi dati, dunque, è quella che il "Made in Italy" costituisca, oggi forse più che in passato, un elemento distintivo su cui è opportuno investire per riuscire a farsi largo nel nuovo contesto della competizione globale.

Come riportato anche all'interno di un recente studio di Marco Fortis, condotto per conto della fondazione Edison, l'export italiano, al giorno d'oggi, continua a crescere trainato dai beni industriali manufatti e dalla formidabile spinta di alcune aree territoriali specifiche. Tra il 2010 e il 2014 l'export italiano di beni manufatti è aumentato di 46,7 miliardi di euro, con una variazione cumulata pari a +19,8%. Questo incremento in valore assoluto deriva dall'effetto combinato della crescita delle esportazioni manifatturiere di 85 province, aumentata complessivamente di 49,1 miliardi, e di un modesto calo dell'export registrato in altre 25 province, per un totale di 2,4 miliardi.<sup>144</sup>

---

<sup>143</sup> Gruppo Intesa San Paolo., *Economia e finanza dei distretti industriali*. Rapporto annuale n°7. Dicembre 2014.

<sup>144</sup> Fortis M., *I motori territoriali dell'export manifatturiero*., Quaderno n°147., Fondazione Edison.

Il maggior contributo all'aumento dell'export manifatturiero italiano, durante il periodo considerato, è venuto da un gruppo di province che Fortis definisce la "Baviera lombarda", considerando le aree territoriali tedesche come una sorta di "benchmark" per dinamismo e somiglianza dei settori di specializzazione, cioè le province di Varese, Milano, Lodi, Monza e Brianza, Como, Lecco, Bergamo e Brescia. Alla "Baviera lombarda", che a differenza della regione tedesca non gode della presenza di case automobilistiche, si deve una crescita dell'export manifatturiero di 10,4 miliardi di euro tra i primi nove mesi del 2010 e i primi nove mesi del 2014, pari al 21,2% del valore dell'aumento complessivo delle 85 province italiane in espansione. Al secondo posto per contributo alla crescita dell'export manifatturiero italiano nel periodo gennaio-settembre 2010-2014 si collocano le province caratterizzate dalla presenza dominante di multinazionali straniere, prevalentemente interessate al settore farmaceutico, come, ad esempio, nelle province di Latina, Frosinone, Bari e Ascoli Piceno, oppure alla meccanica, come nei casi di Firenze e Massa Carrara. Queste 6 province, da sole, hanno prodotto un incremento di 6,9 miliardi di euro sulle nostre esportazioni manifatturiere, pari al 14,1% dell'incremento globale delle province in crescita.<sup>145</sup>

Questi ultimi dati evidenziano con chiarezza quanto sia importante la presenza di investimenti esteri all'interno del sistema industriale. In questo senso, la strada delle riforme del mercato del lavoro, della burocrazia e della giustizia civile si dimostrano di importanza cruciale ed appaiono irrinunciabili in un periodo come questo.

Negli ultimi anni, si erano levate le voci di alcuni che hanno ravvisato, nella progressiva perdita di quote di mercato registrata dai prodotti del "Made in Italy" e dell'industria manifatturiera, il sintomo di un problema strutturale, di natura più generale, che riguarda l'intero apparato economico italiano.

Tra queste voci, che si potrebbero definire "pessimistiche", sembra particolarmente opportuno citare quelle che arrivano direttamente dalla Commissione Europea che, nel 2013, dichiarava con riferimento all'Italia: *"Le performance dell'export italiano continuano a risentire di un modello di specializzazione sfavorevole e delle scarse capacità di crescita delle imprese italiane. Il modello di specializzazione italiano appare molto simile a quello delle economie emergenti, soprattutto la Cina, in cui la maggior parte del valore aggiunto è generata da settori tradizionali a contenuto tecnologico relativamente basso, fenomeno dovuto alla limitata capacità innovativa delle imprese italiane."*<sup>146</sup>

Ancora la Commissione Europea, nel corso del 2014, scriveva dell'Italia: *"L'ancora grande percentuale di esportazioni di prodotti a contenuto tecnologico medio-basso espone il paese ad una forte concorrenza sui costi. Sebbene la composizione settoriale delle esportazioni italiane abbia*

---

<sup>145</sup> Ibidem.

<sup>146</sup> Traduzione da *In depth review for Italy.*, Commissione Europea, 10/04/2013.

*subito quale cambiamento, in particolare un aumento del peso delle esportazioni di beni con tecnologia medio-bassa, essa continua ad essere basata su settori tradizionali come il tessile, la pelletteria e le calzature, in aggiunta a settori industriali su larga scala come il siderurgico, l'alimentare, la ceramica, il cemento e la vetreria".*<sup>147</sup>

Queste affermazioni, specialmente alla luce di quanto riportato poco sopra, appaiono scarsamente condivisibili: sembra difficile credere che sussista un problema di specializzazione in un paese che si colloca al quinto posto nel panorama mondiale per surplus commerciale non energetico. Per quanto riguarda il peso dei settori tradizionali, inoltre, bisogna considerare il fatto che esso ha subito un forte ridimensionamento, se si considera il loro contributo in termini di surplus manifatturiero, essendo passato da una percentuale pari al 74%, nel 1994, ad una del 30% nel 2013, con una riduzione di ben 44 punti percentuali nel giro di due decenni. L'Italia, inoltre, tra il 2013 ed il 2014 si è collocata al primo posto in Europa in termini di variazione del saldo commerciale con l'estero, facendo registrare un incremento pari a +5,5%.<sup>148</sup>

E' interessante notare come questi risultati incoraggianti siano stati raggiunti, ancora una volta, grazie al contributo determinante dei "settori tradizionali", in particolare quelli del "Made in Italy": le sole quattro "A", nel 2013, hanno apportato un saldo commerciale positivo pari a 126 miliardi di euro, a fronte di un saldo negativo per 57 miliardi di euro riportato dagli altri settori, considerati nel loro complesso.<sup>149</sup>

Altro aspetto molto dibattuto, riguarda la vulnerabilità delle imprese italiane rispetto alla concorrenza proveniente dai paesi emergenti, caratterizzati da un basso costo del lavoro e, solitamente, specializzati proprio nei settori detti "tradizionali" in cui l'Italia si posiziona.

Quanto appena descritto non costituisce tuttavia una minaccia ineludibile: bisogna infatti considerare che, tra i prodotti a basso costo dei paesi emergenti ed i prodotti che vengono identificati sotto l'etichetta di "Made in Italy", esiste una fondamentale differenza in termini di posizionamento. I prodotti italiani, infatti, per via della loro qualità e ricercatezza, sono concepiti per soddisfare le esigenze di consumatori che risultano poco attenti al prezzo del prodotto, ma che, al contrario, attribuiscono agli elementi distintivi di questi prodotti un valore superiore, tale da giustificare la disponibilità a pagare un prezzo più elevato. Le merci italiane dunque, sebbene siano impossibilitate a sostenere una competizione basata sui costi, hanno la possibilità di restare competitive semplicemente rivolgendosi ad una clientela diversa.

---

<sup>147</sup> Traduzione da *In depth review for Italy.*, Commissione Europea, 05/03/2014.

<sup>148</sup> Fortis M., *Il commercio estero italiano 2014.*, Osservatorio GEA-Fondazione Edison, 30/09/2014.

<sup>149</sup> Ibidem.

La concorrenza dei paesi asiatici, specialmente quella apportata dalla Cina, ha comunque arrecato un danno a molte imprese attive nel “Made in Italy”, tanto che si è tornati a parlare di soluzioni drastiche, come la reintroduzione di dazi doganali sulle importazioni, al fine di rilanciare la competitività.

Abbassare l'asticella della competitività, come scriveva pochi anni fa Carlo de Benedetti sulle pagine del Corriere della Sera, non serve: la Cina non può essere superata sul terreno delle economie di sistema, ma esclusivamente puntando sulla qualità e la capacità di innovazione. In questo ambito, viene da pensare che l'Italia disponga di “una marcia in più” rispetto ai propri partner. Fermo restando che la sfida della Cina debba essere affrontata congiuntamente da tutti i paesi europei, l'Italia può fare affidamento su una capacità di adattamento alle nuove situazioni di mercato che nessun sistema produttivo dell'Occidente offre. Non è un caso che qualcuno abbia parlato degli italiani come dei “cinesi d' Europa”: essi hanno sempre dimostrato una innata disponibilità a rimettersi sempre in discussione, dispongono di abbondante fantasia per apportare delle novità e sono dotati di una creatività personale e sistemica che investe l'intero processo industriale, dall' organizzazione di impresa al prodotto. Queste doti hanno permesso all'Italia di superare fasi storiche forse anche più difficili di quella attuale.<sup>150</sup>

A tale proposito, bisogna sottolineare il fatto che la Cina possa rappresentare, per le aziende italiane ed il “Made in Italy”, una grande opportunità di espansione: già da alcuni anni è possibile riscontrare un'inversione di tendenza che si sta manifestando con riguardo ai prodotti d'alta gamma. La produzione di questa tipologia di bene tende a rimanere saldamente radicata in Europa, invece di spostarsi in Cina dove i costi del lavoro sono più bassi. A questo contribuisce anche il fatto per cui i consumatori cinesi hanno assimilato l'idea che l'Europa è la culla del lusso e del connesso know-how. Inoltre, dopo anni di allarmismo sulla “migrazione” dei posti di lavoro in Asia, ultimamente sono proprio i cinesi che creano posti di lavoro in Italia, come nel caso di del lancio, a Pechino, di una griffe di abbigliamento maschile di lusso, chiamata Sheji, la cui proprietà è cinese, ma svolge i processi di fabbricazione in Italia. Inoltre, occorre considerare che il forte mercato cinese dei beni di lusso ha incominciato a dettare le scelte degli imprenditori anche per quanto riguarda il luogo di produzione, dato che i consumatori cinesi che possono sostenere la spesa sono particolarmente orientati all'acquisto di beni “Made in Italy” o “Made in France”. Questo configurerebbe un immenso giro di affari che, già nel 2012, ammontava a più di 40 miliardi di euro.<sup>151</sup>

---

<sup>150</sup> De Benedetti C., *Chi teme il gigante cinese.*, Il Corriere della Sera, 03/10/2003.

<sup>151</sup> Fazzino E., *La Cina alla riscossa del Made in Italy (FT).*, Il Sole 24 Ore, 10/04/2012.

Le imprese italiane, tuttavia, per avere successo nelle sfide offerte dalla Cina e riuscire ad adattarsi con successo alle nuove condizioni dei mercati globalizzati, hanno bisogno del supporto dell'intero sistema-Paese e, soprattutto, di politiche adeguate al loro sostegno.

Segnali incoraggianti, anche da questo punto di vista, sono ravvisabili nel piano a sostegno del "Made in Italy" che l'attuale governo ha deciso di varare per l'anno in corso: il ministro dello Sviluppo, Federica Guidi, ha firmato il decreto di attuazione, dando il via libero ad uno stanziamento straordinario di 260 milioni di euro che avranno, tra i vari obiettivi, quello principale di aumentare l'export di 50 miliardi nei prossimi 3 anni. L'obiettivo prioritario del piano è quello di incrementare il volume dell'esportazioni, puntando ad aumentare i flussi di export di beni e servizi. L'obiettivo dei 50 miliardi di export aggiuntivi dovrebbe essere realizzato accrescendo il numero di imprese esportatrici e trasformando le aziende potenzialmente esportatrici in esportatrici abituali. Negli ultimi anni, come riportato dal Mise, il numero medio di imprese che operano con l'estero si è stabilizzato intorno alle 200.000 unità, ma altre 20.000 potrebbero diventare "stabilmente esportatrici", senza contare che vi sono circa 70.000 che hanno le potenzialità per affacciarsi sui mercati esteri. Il piano punta anche ad accrescere la capacità di intercettare investimenti esteri, con l'obiettivo di aumentare per una cifra pari a 20 miliardi di dollari il flusso di investimenti in entrata, e mira, al contempo, a sfruttare le opportunità legate alla crescita della classe media nei mercati emergenti, particolarmente attratta dai prodotti italiani. Tra i settori e le imprese che godranno di una particolare valorizzazione spiccano quelli legati al comparto agroalimentare, anche per la coincidenza con Expo 2015: durante tale evento, infatti, verrà proposto un segno distintivo unico dell'agroalimentare italiano e sarà presentato un piano di valorizzazione delle produzioni di eccellenza che preveda anche misure a tutela dei marchi e delle certificazioni di qualità ed origine. Allo stesso tempo verrà portato avanti un progetto di comunicazione contro l'"Italian Sounding", che è diventato una vera e propria piaga, in grado di sottrarre ampie quote di mercato a molti prodotti italiani.<sup>152</sup>

Non bisogna dimenticare, comunque, che l'Italia gode ancora di posizioni significativamente vantaggiose che, se mantenute e sfruttate adeguatamente, possono contribuire a rilanciarla sui mercati internazionali: come riportata da uno studio di Marco Fortis, l'Italia detiene il primo posto tra i paesi esportatori per 235 tipologie di prodotto, su un totale di 5.117 identificate dalla classificazione HS (1996), in più essa può contare su 376 prodotti per cui risulta al secondo posto e altri 321 con cui si colloca al terzo. Questi prodotti nel loro complesso assicurano un saldo commerciale attivo pari a 177

---

<sup>152</sup> *Piano per il Made in Italy: dal governo 260 milioni.*, La Repubblica, 26/02/2015.

miliardi di euro, per cui sembra lecito ritenere che sia giusto investire sul consolidamento di questi primati.<sup>153</sup>

---

<sup>153</sup> Fortis M., *Il commercio estero italiano 2014.*, Op. Cit.

## **CONCLUSIONI.**



Il presente lavoro ha tentato di delineare un quadro in grado di mostrare cosa sia diventato, nel corso degli ultimi anni, il “Made in Italy” e di individuare alcuni elementi che possano dimostrarsi utili per fare previsioni sul suo futuro.

E’ un dato di fatto che l’Italia si trovi ad attraversare un momento particolarmente difficoltoso in cui, oltre a fronteggiare la più grande crisi economica degli ultimi ottant’anni, deve fare i conti con i problemi derivanti dal nuovo assetto dell’economia globale. In questo scenario, tuttavia, è incoraggiante verificare che i primi segnali di ripresa derivino proprio da quelle che, fin dai tempi del “miracolo economico”, sono state le colonne portanti del sistema economico italiano, ovvero le piccole e medie imprese, i distretti industriali e le eccellenze del “Made in Italy”.

Prima di effettuare una qualunque congettura sul tipo di politiche che devono essere adottate, occorre prendere atto del fatto che il tratto distintivo dell’economia italiana sia costituito ancora oggi dall’essere fortemente incentrata sull’industria manifatturiera, cosa che non rappresenta necessariamente un male, ma anzi può essere considerata come una vera e propria ricchezza.

Come risulta dall’analisi, svolta nel secondo capitolo di questo elaborato, sulle problematiche che caratterizzano l’economia italiana, diventa evidente la necessità di adottare una nuova politica economica per rilanciare la crescita, dato che solo in questo modo sarà possibile recuperare rapidamente il terreno perduto e collocare l’Italia su un sentiero di sviluppo ben più elevato di quello su cui è rimasta per tanti anni già prima della crisi.

Per formulare una politica di questo tipo è necessario, tuttavia, tenere conto del modo di funzionare dell’economia italiana e delle sue specificità. Tutti i ragionamenti svolti fino a questo punto hanno avuto come comune denominatore l’industria manifatturiera, che sembra essere la leva più indicata per il rilancio dell’Italia.

E’ necessario inoltre partire dal presupposto che l’Italia non si è dimostrata una delle vittime della globalizzazione, ma, al contrario, come emerge dai dati riportati in questo elaborato, essa è stata capace, in molti casi, di modificare profondamente la sua specializzazione internazionale, modernizzandola e allineandola con le nuove richieste dei mercati.

Nel primo capitolo si è visto come essa sia riuscita a costruire valore aggiunto in settori, quelli tradizionali del “Made in Italy”, ovvero il tessile-abbigliamento, le calzature, i mobili ecc., in cui, stando al parere di molti, sarebbe dovuta soccombere a causa della concorrenza dei paesi emergenti. E’ riuscita a creare nuove specializzazioni in settori come la meccanica, che oggi è diventato il settore più importante per surplus commerciale con l’estero, nei prodotti innovativi per l’edilizia, nei mezzi di trasporto diversi dagli autoveicoli e nella chimica – farmaceutica. Che l’Italia abbia imboccato una

buona strada, lo testimonia il fatto che, nel 1999, essa si collocava al quinto posto nell'UE-27 per saldo commerciale normalizzato nei manufatti, e nel 2012 è salita al terzo.<sup>154</sup>

Dai dati riportati in questo scritto, è possibile vedere come grazie a queste nuove specializzazioni, mentre la recessione globale e le politiche di “austerità” facevano crollare la sua domanda interna insieme al suo PIL e all'occupazione, le imprese italiane abbiano realizzato performance straordinarie sui mercati internazionali, tanto che, tra ottobre 2008 e giugno 2012 il fatturato estero dell'industria italiana è cresciuto più di quello tedesco e francese (Eurostat). Nel 2012 l'Italia figurava nel novero dei soli cinque paesi al mondo, Cina, Germania, Giappone e Corea del Sud, ad avere un saldo commerciale con l'estero superiore ai 100 miliardi di dollari per i manufatti non alimentari. L'Italia del “declino” è ancora il secondo paese dell'Unione Europea, dopo la Germania, per surplus commerciale nei manufatti non alimentari verso i paesi extra-europei, considerati i mercati più promettenti del prossimo futuro. A fronte di tutto questo, sembra poco realistico parlare di un paese sul viale del tramonto.<sup>155</sup>

Si è visto come i tanti protagonisti di questo “Made in Italy” rinnovato stanno affermando un modello di sviluppo nuovo, ma perfettamente in linea con la grande vocazione del paese per la qualità.

Da quanto detto, appare chiaro che uno delle sfide principali a cui il paese è chiamato è costituito dalla necessità di tutelare il suo inimitabile sistema produttivo e di proseguire incentivando la ricerca, lo sviluppo delle tecnologie informatiche e l'innovazione, non solo tecnologica, ma anche organizzativa, comunicativa e di marketing.

E' necessario più che mai che gli sforzi di internazionalizzazione del sistema manifatturiero siano sostenuti da azioni “di sistema”, con una politica industriale che faccia perno sulla valorizzazione delle eccellenze e che coinvolga ogni branca del paese, a cominciare dalla politica.

E' necessario adottare una politica fiscale più favorevole per la realtà delle imprese, incentivare la formazione ed incoraggiare gli investimenti nell'economia reale.

Le aziende più piccole hanno bisogno di essere spinte ad organizzarsi sempre di più attraverso una rete ed in questo senso diventa fondamentale il ruolo della burocrazia, che deve trasformarsi in un elemento di sostegno e facilitazione, piuttosto che rivelarsi un freno per l'attività d'impresa.

La lotta all'illegalità, alla contraffazione e all'”Italian sounding”, che, come si è visto, contribuiscono in misura tutt'altro che marginale a penalizzare i settori del “Made in Italy”, deve diventare una

---

<sup>154</sup> *Manifesto “Oltre la crisi”. L'Italia deve fare l'Italia.* Fondazione Edison.

<sup>155</sup> *Ibidem.*

priorità imprescindibile e deve essere portata avanti con convinzione da tutte le forze della politica. Il “Made in Italy”, inoltre, ha bisogno che l’Italia faccia parlare bene di sé: esso vive dell’immagine che arriva agli occhi del mondo del “vivere italiano” ed è necessario attuare una vera e propria campagna affinché tale immagine non si deteriori.

le imprese cercando di incoraggiare la costruzione di strutture distributive più efficienti, adottando misure che facilitino l’accesso al credito ed adoperandosi anche per far ripartire il mercato interno.

Sembra assolutamente necessaria la formulazione di una politica industriale che possa soddisfare le ambizioni delle nuove generazioni, facendo leva, al contempo, sul frutto degli sforzi delle generazioni passate, che hanno bisogno di essere preservati dalla minaccia di distruzione che la crisi ha portato e che può essere scongiurata solo facendo ripartire l’Italia.

E’ chiaro, dunque, che una politica industriale volta a curare e sviluppare la parte della nostra struttura produttiva che, anche in mezzo alle grandi difficoltà attuali, mostra, ed ha sempre mostrato, i maggiori segni di vitalità, sia la strada più indicata da percorrere.

I distretti, inoltre, sono degli importanti incubatori ed è proprio lì che, come si è visto nel primo capitolo, sono nate e si sono sviluppate le medie imprese cresciute dal basso, straordinariamente attive ed aggressive, che al giorno d’oggi si dimostrano ben più preparate, rispetto ad altre forme di industria, a raccogliere con successo le nuove sfide della competizione globale.

Il mondo dei distretti industriali e del “Made in Italy”, stando a quanto detto nelle pagine precedenti, costituisce una delle più importanti risorse su cui l’Italia può fare affidamento e risulta anche piuttosto evidente che esso sta giocando un ruolo di primo piano nella ripresa.

## BIBLIOGRAFIA.

1. Accetturo A., Bassanetti A., Bugamelli M., Faiella I., Finaldi Russo P., Franco D., Giacomelli S. e Omiccioli M., Il sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi. Banca d'Italia, Occasional Paper n. 193, Luglio 2013.
2. Autori vari., *In depth review for Italy.*, Commissione Europea, 10/04/2013.
3. Autori vari., *In depth review for Italy.*, Commissione Europea, 05/03/2014.
4. Autori vari., *Indagine esplorativa sulle strategie di (ri-)localizzazione delle attività produttive nel settore calzaturiero italiano.*, Uni-CLUB MoRe Back-Reshoring, Novembre 2014.
5. Autori vari., *Lavoro e prezzi, il doppio volto della competitività italiana.*, [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 3/06/2015.
6. Autori vari., *Manifesto "Oltre la crisi". L'Italia deve fare l'Italia.* Fondazione Edison.
7. Autori vari., *Pressione fiscale, Italia da record: quella effettiva è al 54%.*, [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 25/07/2013.
8. Becattini G., *Dal distretto industriale allo sviluppo locale. Svolgimento e difesa di un'idea.*, Bollati Boringhieri, 2000.
9. Becattini G., *Distretti industriali e Made in Italy. Le basi socioculturali del nostro sviluppo economico.*, Bollati Boringhieri, 1998.
10. Becattini G., *Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana.* Il Mulino, 2007.
11. Becattini G., Dei Ottati G., *L'economia italiana negli anni Novanta: un confronto tra aree di grande impresa e distretti industriali.* Franco Angeli, 2006.
12. Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., *Il Made in Italy.*, Carocci, 2011.
13. Carli G., *Intervista sul capitalismo italiano.*, Laterza, 1977.
14. Castronovo V., *L'Italia della piccola industria. Dal dopoguerra a oggi.*, Laterza, 2013.
15. Castronovo V., *Storia economica d'Italia. Dall'Ottocento ai giorni nostri.*, Einaudi, 2013.
16. Centro Studi di Confcommercio., *Famiglie sempre più "tecnologiche" negli ultimi vent'anni.*, [www.confcommercio.it](http://www.confcommercio.it), 11/10/2013
17. De Benedetti C., *Chi teme il gigante cinese.*, Il Corriere della Sera, 03/10/2003.
18. Fazzino E., *La Cina alla riscossa del Made in Italy (FT).*, Il Sole 24 Ore, 10/04/2012.

19. Fortis M., *Il cibo italiano sale sul tetto del mondo.*, Il Sole 24 Ore, 11/02/2015.
20. Fortis M., *Il commercio estero italiano 2014.*, Osservatorio GEA-Fondazione Edison, 30/09/2014.
21. Fortis M., *Il Made in Italy può ripartire dalla meccanica.*, Il Sole 24 Ore., 24/03/2010
22. Fortis M., *I motori territoriali dell'export manifatturiero.*, Quaderno n°147., Fondazione Edison.
23. Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione. Profili di analisi della Seconda Conferenza Nazionale sul commercio con l'estero.* Il Mulino, 2005.
24. Gruppo Intesa San Paolo., *Economia e finanza dei distretti industriali.* Rapporto annuale n°7. Dicembre 2014.
25. Il Sole 24 Ore., *La Cina punta sull'Italia. Ecco le big su cui ha investito.* [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com)., 08/04/2014.
26. La Repubblica., *Piano per il Made in Italy: dal governo 260 milioni.*, La Repubblica, 26/02/2015.
27. Noci G., *Se il Made in Italy fosse un brand sarebbe il terzo al mondo.*, Il Sole 24 Ore, 27/08/2014.
28. Mancini G., *Ricerca e reshoring spingono i distretti.*, Il Sole 24 Ore., 24/02/2015.