



Dipartimento: Impresa e Management

Cattedra: Storia dell'economia e dell'impresa

TITOLO

“PMI e Made in Italy: dalle origini alle nuove sfide della globalizzazione”

RELATORE

Prof. Vittoria Ferrandino

CANDIDATO

Matr. 188121

Matteo Giovanni Albergati

ANNO ACCADEMICO 2016/2017

INDICE

Introduzione p.3

Capitolo 1: La PMI e il Made in Italy all'indomani del secondo conflitto.

1.1 Panorama dell'Italia post bellica e i problemi della ricostruzione. p.4

1.2 Il tessuto imprenditoriale italiano dopo la guerra. p.7

1.3 Programmazione e politica industriale post bellica. p.10

Capitolo 2: Il Made in Italy dagli anni del miracolo economico ad oggi

2.1 Analisi storica delle origini del made in Italy. p. 15

2.2 Forza e comparti del made in Italy. p. 19

2.3 Sfide e prospettive come conseguenza della globalizzazione. p. 24

Capitolo 3: Strategie di internazionalizzazione delle PMI negli anni di crisi (anni 70'-90').

3.1 Analisi del momento storico mondiale. p. 29

3.2 I punti deboli delle PMI negli anni della crisi. p. 33

3.3 Soluzioni e strategie di internazionalizzazione. p. 36

Conclusioni. p. 39

Bibliografia. p. 40

INTRODUZIONE

L'Italia è una nazione storicamente osservata e studiata dai paesi stranieri, al fine di cogliere e comprendere la moltitudine di sfaccettature che la contraddistinguono.

Economicamente parlando, fenomeni quali PMI ed il "Made in Italy" sono osservati dagli altri paesi con curiosità e ammirazione, perché sono due delle caratteristiche rendono l'Italia davvero unica nel suo genere.

Il "Made in Italy" ha la capacità di evocare in tutto il mondo l'idea di prodotti italiani.

Le PMI sono una tipologia di imprese particolarmente radicate nel sistema economico italiano e rappresentano la colonna portante dell'economia.

Si condurrà uno studio volto ad analizzare il contesto storico in cui i fenomeni sopra citati sono nati e si sono affermati, con l'intento di comprendere come e quali condizioni abbiano premesso ad essi di radicarsi in Italia piuttosto che in un'altra nazione.

Il primo capitolo tratterà della situazione italiana all'indomani del secondo conflitto, cercando di spiegare come e quali sono stati i fattori che hanno portato alla nascita e alla crescita di una società che nei decenni successivi conobbe uno straordinario sviluppo che le permise di superare le devastazioni della guerra e di divenire una delle principali economie del mondo, gettando le basi per ciò che la nazione è oggi.

Il secondo capitolo analizzerà specificatamente il fenomeno del "Made in Italy", il *brand* che trasmette al mondo l'immagine dell'Italia come patria del lusso, della raffinatezza e della qualità. Si partirà osservando in quale contesto si sviluppò il marchio, per poi andare a citare i comparti in cui si è particolarmente affermato e infine uno sguardo alle prospettive di questa particolare tipologia di prodotti riguardo la globalizzazione.

Il terzo capitolo tratterà della crisi degli anni '70, vissuta in maniera piuttosto negativa dall'Italia, come la fine degli anni del "boom economico". Si vedrà inoltre l'effetto che ciò ebbe sull'intera economia e sulle imprese in generale, con l'affermazione in quegli anni del fenomeno delle PMI e le soluzioni che le stesse adottarono con l'obiettivo dell'internazionalizzazione.

CAPITOLO 1

LA PMI E IL MADE IN ITALY ALL'INDOMANI DEL SECONDO CONFLITTO

1.1 Panorama dell'Italia post bellica e i problemi della ricostruzione

Le distruzioni belliche non avevano intaccato crucialmente le capacità produttive dell'industria italiana. Secondo una stima dei danni di guerra dell'industria effettuata dalla Banca d'Italia ed inviata nell'autunno del 1947 alla neo-costituita Banca Internazionale per la Ricostruzione e lo Sviluppo (BIRS), essi ammontavano all'8% del valore del capitale esistente nel 1938¹, con differenze settoriali, però, di una certa importanza (in particolare, nella metallurgia venivano stimati pari al 25%).

Nonostante la diversa entità dei danni, le aziende erano pronte a riparare gli impianti e a riprendere le loro attività produttive.

Le principali difficoltà a questa rapida ripartenza erano dettate dalla catastrofica situazione in cui versavano le infrastrutture italiane: solamente 1/6 della marina mercantile era sopravvissuto alla guerra; le linee ferroviarie erano interrotte; le strade impraticabili.

Un grave problema del dopoguerra fu l'inflazione, la quale fu causata da diversi fattori, come la scarsità di prodotti agricoli e di manufatti, l'emissione di banconote e titoli di Stato per coprire le spese di guerra e, successivamente, di ricostruzione, e infine l'emissione da parte delle autorità militari alleate delle "amlire" (Allied military currency).

Questo fenomeno fu combattuto con la cosiddetta *linea Einaudi*, ovvero una serie di misure volte alla riduzione della moneta in circolo. L'allora Ministro del Bilancio elevò quindi il tasso di sconto (dal 4% al 5.5%) e si aumentarono le riserve obbligatorie delle banche.

Nonostante un iniziale arresto degli investimenti e un aumento della disoccupazione, questa manovra riuscì a fermare l'inflazione e a stabilizzare il tasso di cambio lire/dollaro a 625.

¹ Cfr. C. Daneo, *La politica economica della ricostruzione 1945-49*, Torino, Einaudi, 1975, pp. 3-7.

A questa già estrema situazione si aggiunge una compagine politica frammentata, che portò a divenire il primo Presidente del Consiglio dei Ministri dell'Italia Liberata Ferruccio Parri. Non furono molte le misure di politica economica varate dai governi di solidarietà nazionale, da un lato troppo impegnati nel fronteggiare l'emergenza e i seri problemi politici e dall'altro troppo disomogenei per riuscire a concordare una linea coerente², anche quando divenne Presidente del Consiglio Alcide De Gasperi.

Nonostante continuassero ad arrivare gli aiuti di emergenza da parte degli USA tramite l'UNRRA (United Nations Relief and Rehabilitation Administration), nel gennaio del 1947 De Gasperi si recò proprio negli Stati Uniti con l'intento di ottenere finanziamenti economici.

Il viaggio però non sortì il risultato sperato poiché ottenne solamente un prestito da 100 milioni di dollari dalla Export-Import Bank. Da quel viaggio, e da successivi contatti, fu ben chiaro che gli americani non gradivano più la presenza della sinistra nel governo. Pochi giorni dopo l'elezione del primo governo senza sinistre, il Segretario di stato americano George Marshall annunciò un piano d'appoggio alla ricostruzione europea all'Università di Harvard, nella quale, descrivendo la catastrofica situazione in cui versava l'Europa, disse "Gli Stati Uniti debbono fare qualsiasi cosa siano in grado di fare nell'assistenza per il ritorno alla salute economica nel mondo senza la quale non ci può essere stabilità politica né una pace sicura. La nostra politica non è diretta contro nessun Paese o dottrina ma contro la fame, la povertà, la disperazione, il caos. Ogni Paese che voglia partecipare allo scopo della ripresa, troverà piena cooperazione da parte del governo degli Stati Uniti. Ogni governo che manovri per bloccare la ripresa agli altri Paesi, non può aspettarsi aiuti da noi. E, inoltre, governi, partiti politici o gruppi che cerchino di perpetuare la miseria umana per approfittarne politicamente o in altri modi, incontreranno l'opposizione degli Stati Uniti. Prima che il governo degli Stati Uniti possa procedere nei suoi sforzi per alleviare la situazione ed aiutare il mondo europeo sulla strada della ripresa, ci deve essere accordo tra i Paesi europei sui requisiti della situazione e sulla parte che essi svolgeranno. (...) non sarebbe appropriato né efficace, che il nostro governo elabori unilateralmente un programma il cui scopo è rimettere l'Europa economicamente in piedi. Questo è un affare degli europei, l'iniziativa, credo, deve venire dall'Europa.

² V. Zamagni, *Dalla periferia al centro: la seconda rinascita economica dell'Italia (1861-1990)*, Bologna, Il Mulino, 2014, p.411.

Il ruolo del nostro governo deve consistere in un amichevole aiuto nel redigere un programma europeo, per quel che possa essere fattibile da parte nostra. Il programma deve essere comune, concordato da un certo numero di nazioni europee, se non tutte”.

L’ERP (European Recovery Program) fu il piano d’aiuti offerto dagli americani agli europei (eccetto la Spagna franchista) per la ricostruzione post bellica. In sostanza, si trattava di un trasferimento gratuito di beni (non dollari) da parte degli USA, formulato ogni anno in base ad una lista di richieste che i paesi europei dovevano compilare in relazione al loro piano di sviluppo quadriennale³.

Il progetto degli Stati Uniti aveva una duplice finalità: innanzitutto, ridurre il deficit commerciale con le singole nazioni, essendo l’unico paese in grado di produrre i beni di cui gli europei avevano bisogno, e mantenere alto il livello di produttività interno; in secondo luogo, la ricostruzione politica ed economica dell’Europa era indispensabile al fine di evitare che la “destabilizzazione” in atto favorisse l’affermazione del sistema sovietico.

Gli USA concentrarono i loro aiuti su Francia, Gran Bretagna e Germania, mentre l’Italia rivestiva un ruolo secondario in questo scenario sia perché era vista ancora come alleato del nemico sia perché la situazione interna era ritenuta disastrosa.

Nonostante questa premessa, l’Italia ricevette, come tutte le altre nazioni, l’85% degli stanziamenti a fondo perduto.

I privati che usufruivano delle merci dovevano pagarle allo Stato Italiano, il quale figurava come importatore: tali operazioni furono fatte in valuta, che si andarono ad aggiungere in fondi speciali utilizzati per la ricostruzione. Il metodo utilizzato fu quello del prestito condizionato: i dollari che venivano prestati dovevano essere usati per acquistare le merci negli USA.

³ V. Zamagni, *Dalla periferia al centro: la seconda rinascita economica dell’Italia (1861-1990)*, Bologna, Il Mulino, 2014, p. 416.

1.2 Il tessuto imprenditoriale italiano dopo la guerra

Gli anni della ricostruzione si rivelarono la premessa di un quarantennio di crescita sostenuta dell'economia italiana, costellato di crisi, anche serie per il modo in cui furono vissute dalla società italiana, ma non tali da bloccarla significativamente⁴.

La guerra aveva sovradimensionato la capacità produttiva di molti settori, senza contare l'ampio numero di addetti a cui dava lavoro. Per molte imprese infatti i costi di riconversione post bellica furono troppo alti per riprendere la precedente attività e furono costrette a chiudere (es. Caproni).

Ma non fu così per tutte le industrie, “infatti per industrie come Fiat, OM, Lancia, Bianchi che non avevano del tutto rinunciato alla loro vocazione originaria, i problemi di riconversione furono indubbiamente minori; non per questo risultava meno difficile il ritorno alla normalità dato che tutte queste imprese si trovavano in una situazione di capacità produttiva pressoché intatta a fronte del drammatico crollo della domanda sia pubblica che privata, e con impianti che nel corso degli anni di guerra non erano stati per nulla ammodernati”⁵.

Possiamo infatti notare dalla seguente tabella come il numero sia di imprenditori che di operai nel 1947 fosse in prevalenza, rispetto ad altri settori (es. acqua o elettricità) dove vi è una presenza minore di imprenditori mentre un cospicuo numero di operai.

⁴ V. Zamagni, *Dalla periferia al centro: la seconda rinascita economica dell'Italia (1861-1990)*, Bologna, Il Mulino, 2014, p.430

⁵ F. Amatori, A. Colli, *Impresa e industria in Italia dall'Unità ad oggi*, Venezia, Marsilio, 2014, p.196

Tabella 1. Esercizi attivi alla data di censimento e categorie di personale 1947

Attività	Esercizi attivi	Categorie di personale addetto			
		Imprenditori	Dirigenti	Impiegati	Operai
Pesca	49248	37651	2613	6450	48332
Miniere e cave	11056	13145	440	2272	123602
Industrie manifatturiere	889154	1107999	11928	95811	3388354
Edilizie	64055	72595	591	4077	482205
Elettricità, acqua e gas	8756	483	573	4511	35447
Servizi industriali	23681	14963	1034	24323	56349
Totale Generale	1045950	1246836	17179	137353	4134289

Annuario Statistico Italiano - Istat

All'indomani del conflitto si può notare come il settore industriale italiano fosse diviso in quattro grandi concentrazioni: lo Stato (soprattutto tramite l'IRI), il cartello elettrico dominato dall'Edison, le public companies e i grandi gruppi familiari (Fiat su tutti).

Nonostante il ruolo dei privati nell'economia continuasse a crescere, lo Stato e l'IRI si confermavano il perno dell'intera economia.

“Lo Stato si era impadronito di ampie fette della politica agricola, aveva stabilito una presenza pubblica preponderante (sia come partecipazione che come controllo) sul credito, aveva costituito l'IRI e poi lo aveva reso permanente nel 1937; inoltre una serie pervasiva e minuta di regolamenti, disciplinava la produzione industriale, agricola e il commercio interno”⁶.

⁶ G. Melis, *Storia dell'amministrazione italiana (1861 – 1993)*, Il Mulino, pag. 332

I programmi dell'IRI furono messi a punto alla fine del 1948 in collaborazione con finanziarie e società indipendenti.

Tra i piani intrapresi dall'IRI ricordiamo:

- Attuazione del “piano Sinigaglia”, approvato nel 1948 con l'obiettivo di ristrutturare e sviluppare il settore siderurgico italiano.
- Costituzione di FINMECCANICA, per riorganizzare il consistente patrimonio di imprese nel settore meccanico.
- Cospicui investimenti nel settore energetico.
- Ingenti investimenti per dare impulso allo sviluppo del Mezzogiorno.

Analizzeremo gli ultimi due punti di cui sopra, in particolare la questione del Mezzogiorno verrà trattata nel seguente paragrafo poiché correlata con la programmazione statale.

Per quanto riguarda il settore energetico, nel immediato dopoguerra, oltre alla moltitudine di imprese passate sotto il controllo dell'IRI, anche l'Agip (Azienda generale italiana petroli) passò sotto il controllo pubblico con la finalità di essere liquidata, vista gli scarsi risultati ottenuti nelle ricerche, e fu qui che nacque l'idea di fondare un nuovo ente da cui ripartire.

Grazie all'appoggio di De Gasperi e Vanoni riuscì a passare in Parlamento la legge n°136 del 10 febbraio 1953, la quale prevedeva la creazione dell'ENI (Ente Nazionale Idrocarburi), a cui fu affidato il monopolio di ricerca sul suolo nazionale e in cui furono inglobate Agip, Anic, Snam.

L'impulso più importante però l'ENI lo ebbe sotto la guida di Enrico Mattei, ex partigiano a cui si deve il grande successo di questo ente.

Egli, visto il crescente fabbisogno energetico italiano, concluse dei contratti più vantaggiosi per i produttori in Medio Oriente e puntò forte sull'Africa con la costruzione di nuove raffinerie; se da un lato Mattei si era conquistato una buona fama presso i produttori, dall'altro questi suoi comportamenti spregiudicati andarono contro il cartello che fino a quel momento aveva controllato incontrastato in mercato, le cosiddette “Sette Sorelle” (Standard Oil of New Jersey, Royal Dutch Shell, Anglo-Persian Oil Company, Texaco, Standard Oil of California, Gulf Oil).

Continuando a crescere il livello di consumo di elettricità, lo Stato decise di sovvenzionare la nascita e la crescita delle centrali al fine di incrementare la produzione, con l'idea di fare di questo settore un asse portante basandosi sull'esperienza di altri Paesi. Al fine di perseguire questo obiettivo, nel 1962 tramite un'apposita legge venne approvato il provvedimento di unificazione del sistema elettrico nazionale, con la nascita dell'ENEL (Ente Nazionale per l'energia Elettrica).

1.3 Programmazione e politica industriale post bellica

I primi interventi sull'industria nel periodo immediatamente successivo al conflitto riguardarono l'approvvigionamento di materie prime indispensabili per la produzione, oltre che generi alimentari per la popolazione.

Il primo documento fu redatto ancora a conflitto in corso e si intitolava "Programma delle importazioni essenziali per il 1945"; esso fu redatto dal Cir (Comitato interministeriale per la ricostruzione) e dalla Commissione alleata di controllo.

Nonostante successivi mutamenti, il documento non riuscì mai a dare un'idea chiara della potenzialità produttiva italiana e del fabbisogno di materie prime necessario.

Infatti, secondo il giudizio di P. Saraceno il loro principale obiettivo è quello di eliminare possibili strozzature allo sviluppo dell'industria e non il mutamento strutturale del sistema⁷.

Un tentativo che merita menzione è lo studio effettuato dal Consiglio economico nazionale della Democrazia Cristiana. In tale documento si propone la figura della pubblica amministrazione come centrale nella programmazione e nella politica industriale italiana attraverso l'espansione della domanda dettata da un'ingente spesa pubblica. Anche se la strada che alla fine fu intrapresa fu l'opposta: ovvero non si puntò sulla collaborazione tra pubblica amministrazione e industria al fine di stimolare la domanda, ma sui trasferimenti delle risorse alle imprese divenuti con il tempo generici e massicci.

⁷ P. Saraceno, *Elementi per un piano quadriennale, di sviluppo dell'economia italiana*, Relazione al Consiglio economico nazionale, Centro di studi e piani tecnico-economici, Roma, 1947.

L'amministrazione De Gasperi (1948-1953) si inaugura con il piano redatto dal Cir per l'utilizzo dei fondi messi a disposizione dal piano ERP (di cui al capitolo precedente). L'obiettivo primario di questo governo fu il riequilibrio dei conti con l'estero.

La scelta originaria della politica industriale italiana è dunque assai chiara. Da un lato la spinta verso un'economia aperta mediante lo sviluppo dei settori esportatori, dall'altro l'attivazione di meccanismi di trasferimento in modo da guidare lo sviluppo dei settori secondo gli obiettivi politico-economici prestabiliti⁸.

La politica settoriale che ispirava l'utilizzazione del Fondo Imi-ERP emerge chiarissimamente dal comportamento del Comitato che "quale organo collegiale italiano chiamato ad esprimere il giudizio finale sulla accoglibilità delle domande di finanziamento, fissava alcuni criteri di priorità riguardanti determinati settori chiave dell'economia industriale italiana e precisamente siderurgia, fonti di energia, industria meccanica e chimica"⁹.

Nel 1953 si ha il primo cambio di rotta negli obiettivi della programmazione: infatti si passa dal reperimento delle materie prime e al potenziamento delle esportazioni ad obiettivi di crescita nazionale.

Le linee guida principali erano la piena occupazione e l'attenuazione degli squilibri tra Nord e Sud (che tratteremo meglio più avanti in questo paragrafo citando gli interventi del Governo a sostegno del Mezzogiorno).

Fu presentato in Parlamento nel 1955 un documento dal nome "Schema di sviluppo dell'occupazione e del reddito in Italia nel decennio 1955-1964" detto anche "Schema Vanoni".

Gli obiettivi che si proponeva di raggiungere erano:

- Crescita annua del reddito nazionale del 5%.
- Creazione di 4 milioni di posti di lavoro.
- La riduzione degli squilibri Nord-Sud.

Lo schema, il quale appariva debole sotto il profilo della strumentazione, si componeva di sei memorie di cui soltanto due ebbero diretto rilievo per la politica industriale.

Le due memorie di rilievo riguardavano l'energia elettrica e il settore siderurgico.

⁸ C. Scognamiglio Pasini, *Economia Industriale*, Luiss Press, 2015, p.370.

⁹ Cfr. *Lo sviluppo dell'economia italiana nel quadro della ricostruzione e della cooperazione europea*, a cura della Segreteria generale del Cir, Roma, 1952, pp. 148-149.

Fu proprio nel settore siderurgico che si ebbe l'unico effettivo contributo dello "Schema Vanoni", il quale come conclusione del programma fu favorevole alla costruzione di un nuovo centro e alla sua collocazione nel Mezzogiorno.

Inoltre, è notevole il fatto che, allo scopo di evitare una eventuale duplicazione di iniziative, il programma si disponesse a scoraggiare altre iniziative (a meno che queste non fossero collocate al Sud) attraverso una regolazione già in atto del mercato finanziario¹⁰.

In realtà questa decisione subì forti critiche poiché si accusò il Governo di non aver intrapreso la costruzione di un nuovo centro siderurgico a Taranto come frutto di una programmazione ma come un mero mettere in atto ciò che l'IRI aveva già messo appunto in un dettagliato programma aziendale.

La riduzione degli squilibri Nord-Sud è un tema antecedente al conflitto e ancora di grande attualità; nonostante sia stato sottoposto al vaglio da numerosi studiosi e dipartimenti specializzati, tutt'ora non si è trovata una soluzione, ammesso che ce ne sia una. Si tratterà infatti in questo paragrafo soltanto la situazione relativa a questo determinato periodo storico, con le relative riforme e proposte messe in atto.

Il piano statunitense ERP, precedentemente citato, aiutò il recupero e lo sviluppo della parte già industrializzata dell'Italia, mentre per il Mezzogiorno il discorso fu differente poiché l'obiettivo posto in questo caso era il miglioramento dell'ambiente generale tramite una serie di lavori pubblici, condizione di base per eventuali investimenti industriali.

Come afferma Saraceno¹¹ che la società italiana fosse definibile dualistica, con altre parole, che tra Mezzogiorno ed il resto del paese vi fosse un divario rilevante sia nelle condizioni di vita che economiche e sociali, sono enunciazioni che non hanno mai suscitato obiezioni. Correnti di pensiero definibili meridionalistiche, si formarono, può ben dirsi, in modo deciso subito dopo l'unificazione politica del nostro paese¹¹.

¹⁰ Comitato per lo sviluppo dell'occupazione e del reddito, *Sviluppo del settore siderurgico*, Rapporto del Presidente del Comitato al Presidente del Consiglio dei Ministri, Roma, 1958.

¹¹ P. Saraceno, Premessa in: *Il nuovo meridionalismo*, Napoli, 1986, pp. 5 – 6.

Il fallimento delle imprese nel Mezzogiorno può essere riconducibile ad alcuni fattori, quali:

- Scarsità di risorse naturali ed energetiche.
- Struttura produttiva legata a settori tecnologicamente arretrati.
- Imprese del Mezzogiorno arretrate e orientate al solo soddisfacimento della domanda interna, quindi con nessuna previsione di sbocco.
- Inflazione.
- Mancanza di educazione tecnologica adeguata per poter colmare il gap con le imprese del Nord.

La svolta venne, in realtà, preparata dal “sorgere di quello che è ormai stato definito ‘il nuovo meridionalismo’, il cui avvio coincide con il costituirsi e con il primo attivo operare della SVIMEZ”¹².

La SVIMEZ fu costituita nel 1946 da un gruppo di persone legate all’IRI e si fece portatrice di un meridionalismo industrialista e programmato. Fu sulla base delle originali elaborazioni tecnico-culturali della SVIMEZ che senza alcun dubbio maturò la proposta di un ente straordinario, a cui Donato Menichella diede il nome di Cassa per il Mezzogiorno, stilandone il progetto che fu presentato in parlamento nel marzo del 1950¹³. Alla Cassa vennero assicurati i finanziamenti della BIRS¹⁴, oltre che del governo ed essa iniziò ad operare nel settore agricolo e delle infrastrutture, tradendo, in verità, l’originale ispirazione industrialista del “nuovo meridionalismo” che riemerse però in seguito¹⁵.

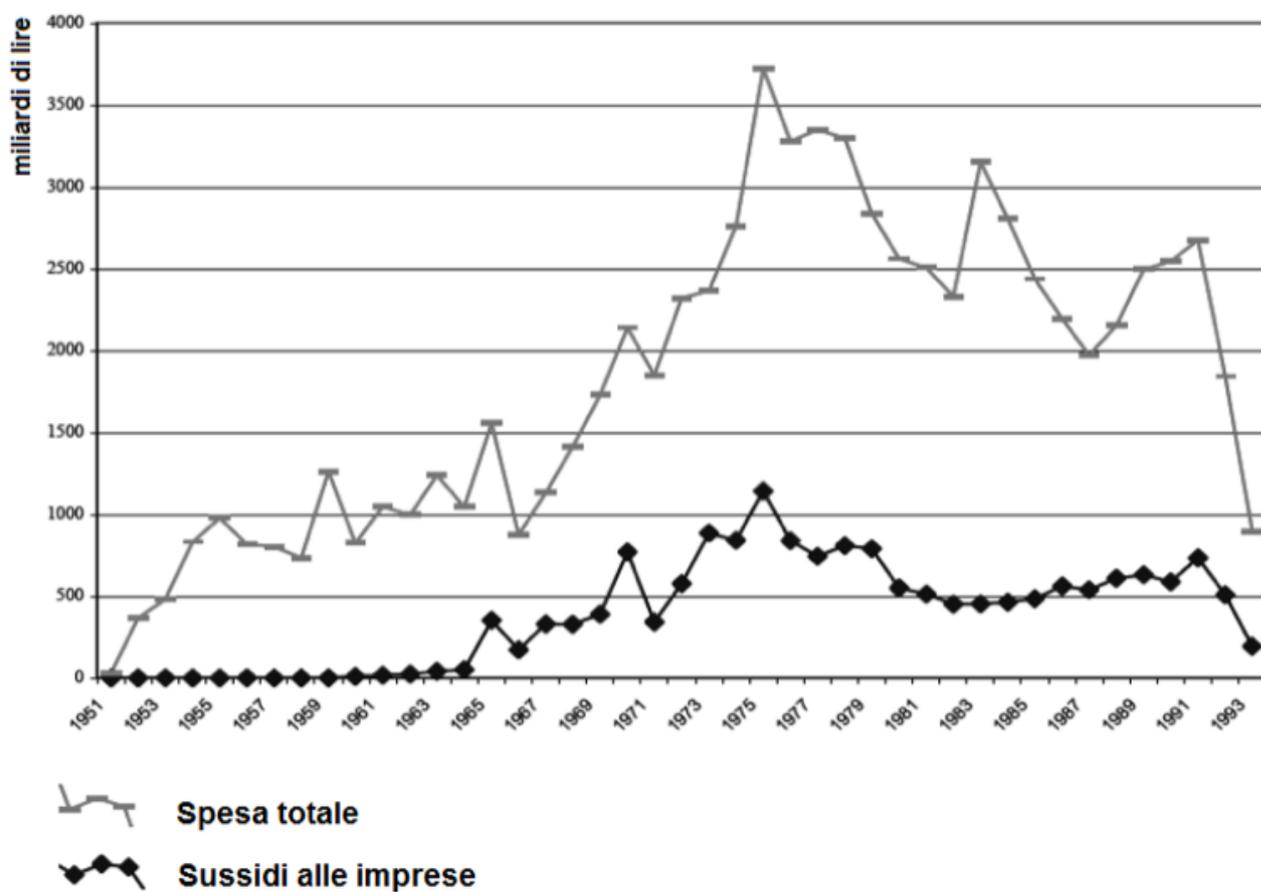
¹² V. Zamagni- M. Sanfilippo, *Nuovo meridionalismo e intervento straordinario. La SVIMEZ dal 1946 al 1950*, Bologna, Il Mulino, 1988, p.13

¹³ Cfr. M. Finoia, *Il ruolo di Donato Menichella nella creazione della SVIMEZ e della Cassa del Mezzogiorno*, in AA. VV., *Donato Menichella. Testimonianze e studi raccolti dalla Banca d’Italia*, Bari, Laterza, 1986, e S. Cafiero, *Tradizione e attualità del meridionalismo*, Bologna, Il Mulino, 1989.

¹⁴ Cfr. a questo proposito P. Baffi, *Via Nazionale e gli economisti stranieri, 1944-53*, in “Rivista di storia economica”, 1985, n. 1.

¹⁵ V. Zamagni, *Dalla periferia al centro: la seconda rinascita economica dell’Italia (1861-1990)*, Bologna, Il Mulino, 2014, p 427.

Tabella 2. Interventi della Cassa del Mezzogiorno



Fonte: "Istituzioni ed economia", a cura di A. Leonardi, Bari, Cacucci, 2011, p.152

2. MADE IN ITALY DAGLI ANNI DEL MIRACOLO ECONOMICO AD OGGI

2.1 Analisi storica delle origini del Made in Italy

Il concetto di “Made in Italy” risulta difficoltoso da definire in maniera univoca a causa della moltitudine di sfaccettature che lo stesso può assumere.

Innanzitutto si potrebbe dire che il “Made in Italy” nasce dalla ricerca del bello e del buono, passando attraverso la strada della qualità e del gusto¹⁶.

Alcuni autori (Bucci, Coldeluppi, 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.¹⁷

Prendendo in considerazione invece una definizione di Marco Fortis il “Made in Italy” 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”¹⁸.

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 Alimentare¹⁹.

Si può facilmente riscontrare come, prima di addentrarsi nell’individuazione di un’unica definizione del “Made in Italy”, bisogna prima capire come tali prodotti sono visti dagli occhi del consumatore.

¹⁶ Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., *Il Made in Italy.*, Carocci, 2011.

¹⁷ Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., *Il Made in Italy.*, Carocci, 2011.

¹⁸ Becattini G., *Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana.* Il Mulino, 2007

¹⁹ 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.

Partendo da un ragionamento logico, si presuppone che un prodotto per poter vantare l'etichetta "Made in Italy" debba essere ideato, progettato e prodotto in Italia.

Fatta questa premessa, è riscontrabile l'andamento di molte imprese che negli ultimi decenni, al fine di abbattere i costi di produzione, hanno delocalizzato la componente produttiva della filiera in località più convenienti.

Esiste infatti un filone di pensiero secondo cui un bene può essere definito "Made in Italy" anche se è stato solamente ideato e progettato in Italia, poiché nonostante sia prodotto al di fuori del confine italiano si presuppone che lo si faccia con il "metodo italiano".

I massimi studiosi della materia (Becattini, Fortis, Ferraresi) però bocchiano questa tesi poiché nella loro opinione il processo di produzione è fondamentale al fine di ricevere l'effigie in questione.

Il successo del "Made in Italy" sarebbe da ricercarsi non solo nei singoli prodotti o nelle materie prime utilizzate, ma anche nel cosiddetto "vivere italiano", ovvero in uno stile di vita espressione di raffinatezza e qualità.

A questa idea si allinea lo storico Pascal Morand, il quale ha 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 mondo²⁰.

Il periodo in cui si colloca la nascita di questo *brand* è a cavallo con il "boom economico" vissuto dall'Italia all'indomani del secondo conflitto.

Questo periodo storico è caratterizzato da piccole e medie imprese a conduzione familiare che, partendo dalla tradizione artigianale di cui l'Italia è ricca, si sono evolute adattandosi ai cambiamenti del mercato e creando una struttura dinamica e flessibile.

Nonostante le premesse fatte nel primo capitolo, dal 1950 in poi l'Italia iniziò un periodo di crescita che la portò ad essere per decenni tra le prime economie al mondo ed un importante Paese esportatore.

Tra le cause di questa forte crescita dell'economia si riscontra senza dubbio l'ampia disponibilità di manodopera a basso costo, che spingeva le imprese ad assumere sempre di più personale al fine di aumentare la produzione.

In più, l'adesione al GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) e il ruolo attivo nella creazione dell'UE sicuramente resero molto più agevole alle aziende esportare i propri prodotti.

²⁰ Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., *Il Made in Italy.*, Carocci, 2011.

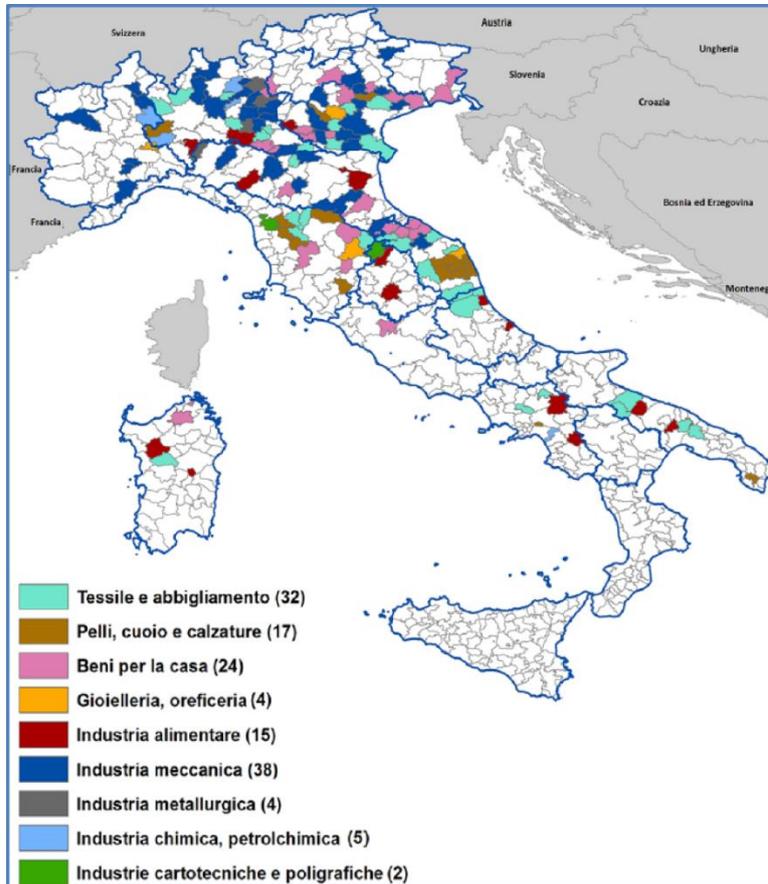
Giacomo Becattini notò come, nel processo di ricostruzione industriale, molte piccole imprese tradizionali (es. fabbri, ciabattini) scomparvero, per poi trasformarsi in piccole imprese manifatturiere.

Questo fenomeno portò, soprattutto nella zona del Centro-Nord, la formazione di agglomerati di aziende che di lì a poco sarebbero divenuti “distretti industriali”.

Con il termine “distretti industriali” ci si riferisce ad una forma particolare di “sistema locale” di imprese caratterizzato da una forte compenetrazione tra realtà imprenditoriale e vita sociale.

Le imprese distrettuali godono di collegamenti verticali di concorrenza e orizzontali di cooperazione. Inoltre, le aziende che si trovano in un distretto possono contare sulla presenza di maestranze professionali, su una rete di relazioni commerciali con l'esterno per il reperimento delle materie prime e per la collocazione sul mercato dei prodotti; inoltre le famiglie imprenditoriali dei distretti maturano un forte senso di appartenenza e di identificazione con il territorio.

Grafico 1.: Distribuzione dei distretti industriali sul territorio italiano.



Fonte: www.exportiamo.it

L'organizzazione delle imprese in questione, secondo alcuni tra i maggiori studiosi, fa anche parte del vantaggio competitivo che i prodotti "Made in Italy" riescono ad avere. Altri invece sottolineano come in parte il potenziamento e, a volte, la nascita di *sistemi locali* sia stata l'effetto delle prime crisi vissute dalle grandi imprese nel dopo guerra e dell'accantonamento del modello taylorista.

Al fine di rispondere in maniera adeguata a queste crisi, la maggior parte delle grandi imprese si riorganizzarono modificando il loro assetto produttivo, riducendo il numero degli addetti e soprattutto delocalizzando alcune fasi della produzione.

Proprio alla delocalizzazione si agganciano alcuni studiosi nel sottolineare come questo processo permise a molte piccole aziende di specializzarsi e crescere.

Le imprese che hanno orientato le loro attività in comparti "tradizionali" (es. meccanica leggera o alimentare) sono riuscite a mantenere una performance costante e solida anche negli anni di congiuntura economica negativa.

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 virtù dei rapporti diretti, talvolta anche di natura familiare, che vigevano all'interno di queste realtà, perfino la soluzione di eventuali conflitti risultava più agevole²¹.

Un altro fattore da considerare nell'affermazione e nella crescita delle imprese italiane in questi settori fu che buona parte di essi richiedeva bassa intensità di capitale, ovvero non vi era bisogno di onerosi investimenti per iniziare l'attività.

La condizione di cui sopra ha permesso a molte imprese artigiane di trasformarsi in piccole imprese con modesti apporti di capitale; l'unica barriera ravvisabile è quella legata al know-how, la quale può divenire proibitiva nel momento in cui questa conoscenza condizioni a pieno il processo produttivo.

Ritornando sul caso dei distretti industriali, si può notare come la capacità insita in queste imprese di produrre prodotti di qualità e altamente differenziabili fu un punto di forza negli anni di crisi (60'-70').

²¹ Castronovo V., *L'Italia della piccola industria*.

Infatti, con la nascita di nuove fasce della popolazione dotate di un reddito alto e alla ricerca di un *simbolo* che ne legittimasse lo status, le aziende dei distretti furono le prime a riorganizzarsi e a saper rispondere alle richieste, poiché non si andava più cercando il prodotto di massa bensì il prodotto di elevata qualità e personalizzazione.

Si era quindi partiti da un contesto post bellico in cui l'operato delle imprese si focalizzava sulla standardizzazione dei beni e sull'aumento del volume di produzione, con l'obiettivo di garantire il maggior numero possibile di prodotti ai consumatori; con il passare degli anni e all'aumentare della ricchezza nazionale, cambiò l'intero sistema di pensiero: infatti, nonostante l'obiettivo generale delle aziende restasse quello di soddisfare il più possibile la domanda di mercato, il focus si era spostato però sulla soddisfazione di singoli segmenti di mercato, proponendo prodotti differenziati.

Le aziende italiane, come detto sopra, furono inizialmente avvantaggiate da questo nuovo modello produttivo poiché storicamente improntate alla produzione specializzata.

In questo contesto quindi si riesce ad affermare il concetto di "Made in Italy" come sinonimo di qualità, ricercatezza e artigianalità in tutto il mondo.

2.2 Forza e comparti Made in Italy

Il marchio "Made in Italy" ha iniziato ad assumere la valenza attuale nell'immaginario collettivo agli inizi degli anni '90.

In quel periodo, i più grandi studiosi in materia furono portavoce del pensiero, ampiamente condiviso, di apporre un'etichetta sui prodotti non tanto al fine di tracciare la provenienza bensì per sottolinearne la qualità.

Nel 1998 Marco Fortis descriveva così la percezione che, fino ad allora, si era avuta sul "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, 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 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 sistemi industriali sino ai prodotti tipici dell'agricoltura e anche del turismo"²².

La crescita in termini sia economici sia di rilevanza ha dato al "Made in Italy" sempre più i contorni di un vero e proprio *brand* agli occhi dei consumatori.

È stimato, a tale proposito, che 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 Visa²³.

La fortuna del *brand* è dovuta ad un alto livello di specializzazione nei settori in cui le imprese italiane hanno saputo guadagnarsi una posizione di leadership.

Tali attività sono state citate nel precedente paragrafo rifacendosi alla classificazione di Fortis, il quale suddivideva il "Made in Italy" in quattro comparti (le quattro A): Abbigliamento-Moda; Arredamento-Casa; Automazione-Macchine; Alimentari e bevande.

Le macro-categorie di cui sopra inglobano al loro interno micro-comparti.

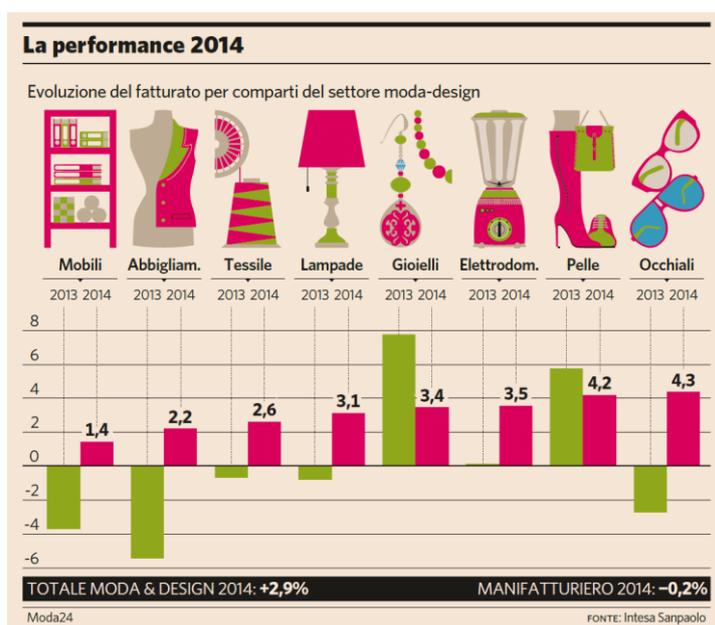
Il settore Abbigliamento-Moda è costituito da quattro categorie: tessile-abbigliamento; calzature-pelli-pelletteria; occhialeria; oreficeria-gioielli.

Le imprese operanti in quest'area sono per lo più organizzate in distretti ed alcuni sono di rilevanza nazionale come l'occhialeria bellunese o il calzaturiero marchigiano.

²² Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione*.

²³ Noci G., *Se il Made in Italy fosse un brand sarebbe il terzo al mondo*. Il Sole 24 Ore, 27/08/2014.

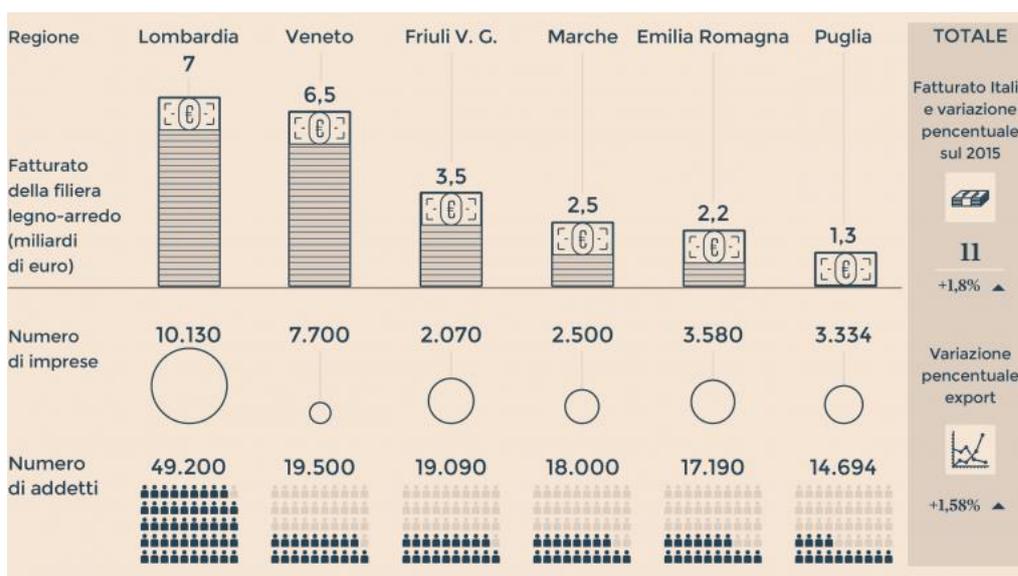
Grafico 2.: Evoluzione del fatturato nel comparto moda anno 2014.



Fonte: Il Sole 24Ore 15/03/2015 (su dati Intesa Sanpaolo)

Il comparto Arredamento-Casa è il secondo che si andrà ad analizzare, anche se le categorie al suo interno non godono tutte della medesima considerazione agli occhi dei consumatori: legno-mobilio; lampade ed illuminotecnica; piastrelle e ceramica; pietre ornamentali.

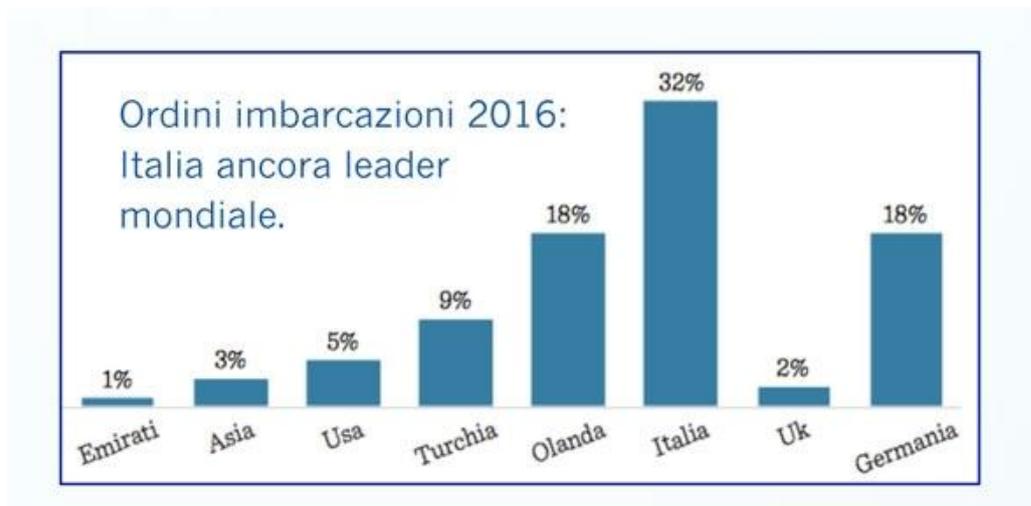
Grafico 3.: Composizione delle aziende nella filiera legno-arredo anno 2017.



Fonte: Il Sole 24Ore 17/02/2017

Anche se spesso poco conosciuti dal pubblico, l'Italia vanta anche un'eccellente qualità e specializzazione nel comparto Automazione-Macchine, il quale prevede le seguenti categorie: produzione di macchinari, produzione di automobili, motocicli e biciclette; inoltre si detengono posizioni di leadership anche nella costruzione di yacht di lusso e di macchine per la lavorazione delle pelli e dei metalli.

Grafico 4.: Ordini mondiali di imbarcazioni (sotto comparto).



Fonte: www.economyup.it

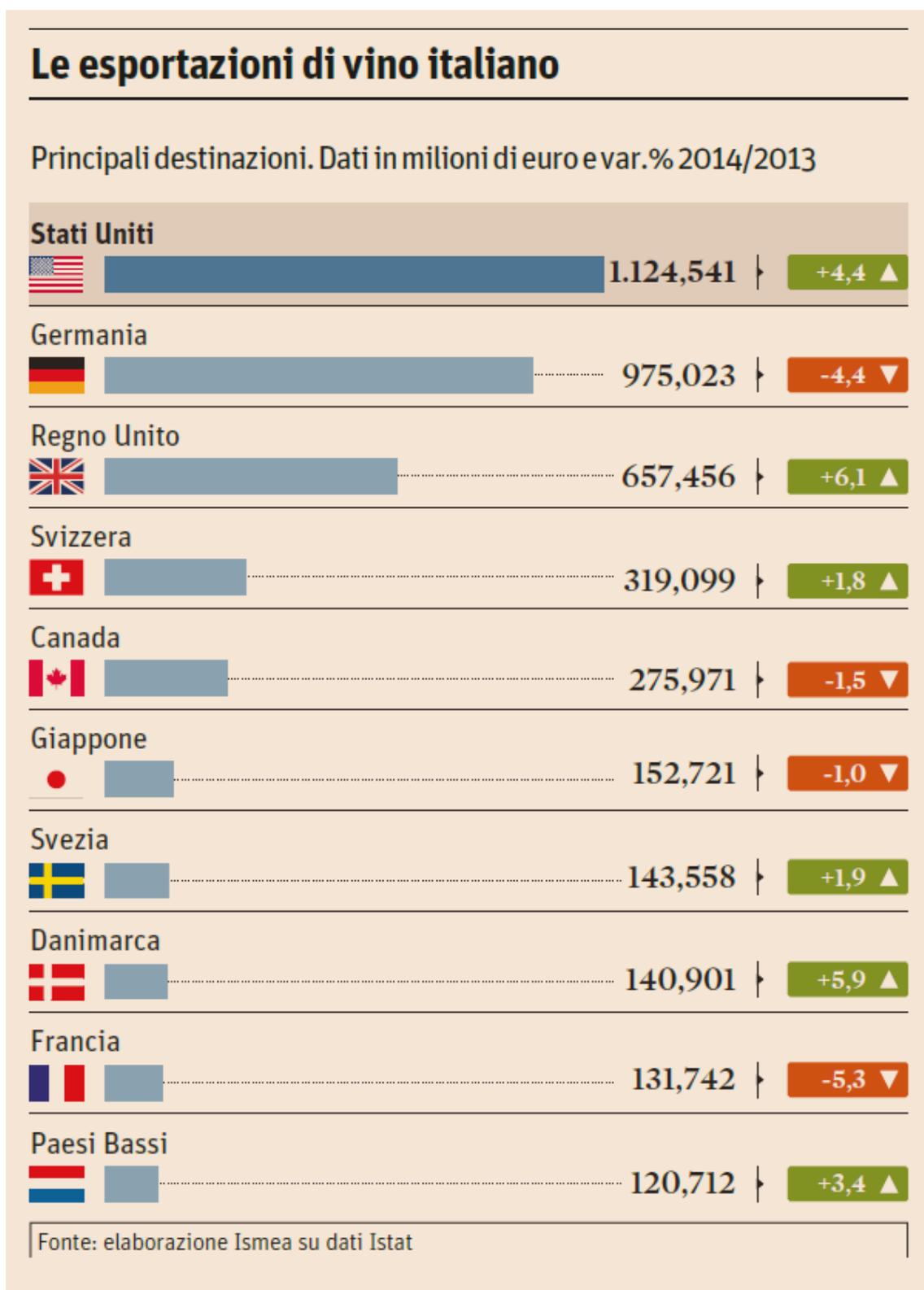
Si può notare come questo comparto insieme all'alimentare sia cresciuto a ritmi sostenuti negli ultimi anni e abbia assunto un peso sempre maggiore nel computo dell'export, a discapito del settore tessile e abbigliamento che da tradizione sono le basi dell'economia.

La quarta "A" secondo Fortis è il settore Alimentare e Bevande, il quale ha conosciuto una fortuna sempre maggiore con l'affermarsi della dieta mediterranea.

L'Italia è particolarmente rinomata nel mondo per l'esportazione di vini eccellenti, formaggi, conserve ed ortaggi.

Inoltre i prodotti in questione, oltre a poter contare sull'etichetta "Made in Italy", hanno le denominazioni dei consorzi a garantire la provenienza e, di conseguenza, la qualità (es. Doc, Dop, Igp).

Grafico 5.: Export italiano di vino nel mondo (sotto comparto).



Fonte: Il Sole 24Ore (su elaborazione Ismea su dati Istat)

I comparti appena descritti costituiscono la colonna portante non solo dell'export ma anche dell'economia Italiana, garantendo posti di lavoro a migliaia di persone.

Definito il sistema di imprese che costituiscono l'immagine di "Made in Italy" nel mondo, si cercherà di spiegare quali siano quegli elementi e quelle caratteristiche che alimentano la "forza" di questo *brand*.

Essenzialmente, il prodotto che si effigia dell'etichetta in questione non assume la sua notorietà in quanto tale; ciò dipende da un immaginario collettivo esteso in cui i prodotti italiani sono rinomati per la qualità della materia prima, per la lavorazione, la creatività e l'attenzione ai dettagli.

Inoltre questi prodotti, come già citato, richiamano indissolubilmente il "vivere italiano", ovvero lo stile di vita, fatto di piaceri e raffinatezza, che caratterizza la popolazione e che è fonte di imitazione e di ispirazione per tutti.

È questo è chiaramente ravvisabile in ogni manufatto; emerge immediatamente che la capacità di produrre di qualità e di sfornare oggetti di gusto nasce da competenze tecniche ma, soprattutto, culturali e storiche²⁴.

Ereditando dalla tradizione l'artigianalità ed essendo per la maggioranza botteghe divenute piccole imprese, le aziende riescono a soddisfare tutti i tipi di consumatori, offrendo prodotti di alta qualità e differenziati.

Infine, la forte presenza di imprese a conduzione familiare e di distretti permette di assumere una struttura dinamica e flessibile, in linea con tempi e in grado di proporre prodotti innovativi.

2.3 Sfide e prospettive come conseguenza della globalizzazione

Durante questi anni andò concretizzandosi quel processo di globalizzazione le cui basi erano state gettate negli anni precedenti.

L'introduzione di nuove tecnologie e di nuove vie di comunicazione, l'abbassamento dei dazi e l'entrata di nazioni emergenti quali Brasile, India, Russia e Cina andarono a cambiare l'intero sistema economico e competitivo, spostando il focus su settori tecnologicamente meno avanzati e più esposti alla concorrenza.

²⁴ Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., *Il Made in Italy*, Carocci, 2011.

Un 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.

Questo organismo ha favorito l'integrazione commerciale, facilitando 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 dare un chiaro segnale delle loro esigenze e volontà, grazie alla costituzione del gruppo G20+²⁵.

L'integrazione dei mercati è proseguita di pari passo con l'integrazione europea, la quale ha portato alla creazione di uno spazio economico unico europeo e, con l'introduzione della moneta unica, ha abbattuto il rischio di cambio a cui molti paesi europei andavano in contro nell'operare tra di loro vista la moltitudine di valute in circolo; d'altro canto, con l'entrata dell'euro molti paesi, tra cui l'Italia, non poterono più attuare le svalutazioni competitive della propria moneta al fine di aumentare l'export.

L'Italia è stata una delle nazioni a risentire maggiormente di questo cambiamento del contesto economico e dall'ingresso dei paesi emergenti; infatti ciò è visibilmente riscontrabile nei dati: l'Italia era a metà anni '90 il terzo paese al mondo per il saldo positivo della bilancia commerciale, ma già ad inizio 2000 aveva perso posizioni in questa speciale classifica.

Sicuramente non è semplice definire con certezza quali siano state le cause che hanno portato ad una frenata non solo dell'export ma anche della crescita nazionale, ma per finalità di studio si elencheranno e, brevemente, si analizzeranno alcuni fattori che hanno inciso sicuramente sul sistema Italia.

Innanzitutto si può notare come fosse completamente mutato il contesto che aveva favorito e spianato la strada al "miracolo economico" e alla nascita del "Made in Italy".

Il costo del lavoro nel corso degli anni era cresciuto sensibilmente, anche a causa delle lotte sindacali (che vedremo in maniera più approfondita nel prossimo capitolo); ciò si aggiungeva ad una domanda interna sempre più satura e alle crisi delle grandi imprese italiane, sovradimensionate e sovra indebitate.

Altro problema rilevante era l'energia: l'Italia, essendo un paese energeticamente dipendente dagli altri, risentì pesantemente degli shock petroliferi degli anni '70

²⁵ Urso A., *Il Made in Italy e la sfida globale.*, contenuto in Fortis M., *Le due sfide del Made in Italy: globalizzazione e innovazione.*

dall'aumento del prezzo dell'energia in generale, dovuto all'aumento della domanda causata dalle richieste degli “emergenti”.

Si stima infatti che la spesa energetica delle imprese italiane sia superiore alla media europea del 30%, il che incide fortemente sul prezzo dei prodotti.

Al fine di dare un senso ed un ordine a tutte le problematiche sopra esposte è doveroso provare a trarre una conclusione: i paesi emergenti, sfruttando la manodopera a basso costo e l'arretratezza tecnologica, riescono a produrre beni con un costo unitario basso e questo si riflette sul prezzo degli stessi, i quali sono altamente competitivi; le imprese italiane, dal canto loro, visti gli alti costi descritti sopra, per mantenere un prezzo competitivo l'unica via che possono imboccare è quella di ridurre i propri profitti unitari, il che si riflette sull'intera redditività dell'azienda e sulla sua capacità di innovazione e di autofinanziamento.

Riprendendo proprio da questo ultimo punto, la crescita delle PMI italiane è spesso bloccata dalla scarsa propensione delle famiglie di imprenditori all'apertura a nuovi soci. I proprietari delle imprese familiari, spinti dai benefici che può portare il controllo diretto, in molti casi, hanno privilegiato il mantenimento della propria posizione sul lungo periodo, piuttosto che puntare sul rafforzamento della crescita e della profittabilità.

Da cui ci si potrebbe ricollegare, solamente come accenno, alla sostanziale differenza tra le imprese europee (italiane nello specifico) e quelle anglosassoni.

Le imprese anglosassoni sono più propense a creare *public companies*, con azionariato diffuso, scalabili e ciò permette di reperire facilmente capitale, al fine di creare gruppi sempre più grandi (le cosiddette *corporations*); le imprese italiane invece (come nella maggior parte dei casi anche quelle europee) sono più riluttanti all'apertura al mercato e preferiscono un azionariato più concentrato e usare come fonte di finanziamento le banche.

Infine, l'entrata dei paesi asiatici, soprattutto la Cina, ha causato gravi danni alle imprese operanti nei settori “Made in Italy”, al punto da portare alcuni a sostenere la necessità di introdurre nuovamente dazi sulle importazioni.

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”²⁶.

A tal proposito, si vuole sottolineare come la Cina può essere una grande opportunità per le aziende italiane per crescere, ciò aiutato dal fatto che i cinesi considerano l'Europa come la culla del lusso e del know-how connesso.

Nonostante tutte queste conseguenze della globalizzazione che hanno causato una contrazione delle esportazioni e della crescita nazionale, il *brand* “Made in Italy” e tutti i prodotti collegati ad esso hanno la possibilità di crescere e mantenere le proprie quote di mercato nonostante l'avvento di nuovi concorrenti.

Molte imprese hanno iniziato a tenere in considerazione gli aspetti legati all'effetto “Made in”, a cui i consumatori abbienti, sia dei paesi sviluppati che dei paesi emergenti, sembrano dare sempre maggior peso, tanto da riconoscere un *premium price* alle produzioni di certi paesi²⁷.

Partendo proprio da quest'ultima considerazione, si delinea quindi per il suddetto *brand* un modo diverso di approcciarsi al mercato: se negli anni del “boom economico” la produzione si basa su prodotti più di massa sfruttando il prezzo basso ma tenendo sempre un certo livello di qualità, adesso il focus si è spostato su un mercato di nicchia, improntato su prodotti con una forte differenziazione e di alta qualità.

L'impressione che si ricava dalla discussione precedente è quella che il “Made in Italy” costituisca, oggi più che in passato, un elemento distintivo su cui è opportuno investire per riuscire a farsi largo nel nuovo contesto della competizione globale.

²⁶ De Benedetti C., *Chi teme il gigante cinese.*, Il Corriere della Sera, 03/10/2003.

²⁷ *Indagine esplorativa sulle strategie di (ri-)localizzazione delle attività produttive nel settore calzaturiero italiano.*, Uni-CLUB MoRe Back-Reshoring. Novembre 2014.

CAPITOLO 3: STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI NEGLI ANNI DI CRISI ('70-'90).

3.1 Analisi del momento storico mondiale

Agli inizi degli anni '60 si iniziarono ad intravedere le prime fragilità dell'economia italiana dopo gli anni di euforia portati dal "boom economico".

Il forte aumento del costo del lavoro e i timori diffusi per la nazionalizzazione dell'energia elettrica (legge 6 dicembre 1962, n. 1643) determinarono un aumento dell'inflazione e un peggioramento dei conti con l'estero.

La presenza congiunta di questi due fenomeni comportò una perdita di competitività per le aziende e portò all'adozione di strategie diverse nei vari comparti dell'economia italiana.

Per l'industria ad alta intensità di lavoro in nodo principale era il recupero della competitività, mentre per l'industria pesante l'inflazione interna non rappresentava un pericolo immediato, anzi, avrebbe favorito l'alleggerimento del debito finanziario.

In questa fase non meno importanza venne affidata alla strumentazione governativa, quale la politica monetaria e creditizia e i trasferimenti alle imprese tramite leggi di agevolazione finanziaria.

Qui andarono delineandosi numerosi contrasti tra chi avrebbe voluto che le imprese pubbliche supplissero alle inefficienze dei privati e chi avrebbe voluto invece concedere più autonomia.

Maturò inoltre la convinzione riguardo alla necessità di una ristrutturazione settoriale dell'industria italiana, al fine di favorire la crescita dei settori a più alto contenuto tecnologico.

Nasce perciò l'idea di favorire la concentrazione, tramite agevolazioni fiscali e l'utilizzazione di fondi stanziati ad hoc, al fine di creare colossi settoriali e ciò si completò nel campo delle telecomunicazioni (Sip) e della chimica (fusione Montecatini-Edison).

Analizzando i risultati portati da queste azioni di governo si nota come: la nazionalizzazione dell'energia elettrica fu una grande sfida perduta dall'Italia; il trasferimento di ingenti risorse ad Edison non fruttò i risultati sperati a causa dell'utilizzo scoordinato delle stesse; la nota positiva si registra con la Sip, attraverso cui l'Iri costruì tramite i fondi messi a disposizione una moderna ed efficiente rete di comunicazione.

La crisi recessiva intaccò il piano industriale 1965-1969, e si notò che i fattori caratterizzanti il miracolo economico, elencati di seguito, non sussistevano più:

- Costo del lavoro più basso rispetto alla media degli altri paesi UE.
- Favorevole ragione di scambio tra materie prime e manufatti.
- Andamento espansivo della domanda estera.

Questo periodo vede il verificarsi di una situazione simile a quella di inizio anni '60: il costo del lavoro aumenta e la manovra sui prezzi è bloccata dalla stabilità dei prezzi internazionali. Trovandosi però in un contesto sociale molto più teso, lo Stato intervenne con una legge a sostegno dei settori più in difficoltà.

La “legge tessile” puntava ad evitare una politica indiscriminata di salvataggi e ad aumentare il peso pubblico nell’economia. Il maggior limite di tale manovra fu la totale assenza di una strategia, poiché non vi erano delle linee guida riguardo ai termini di ristrutturazione e riconversione; l’azione governativa si risolse quindi in un mero trasferimento delle risorse alle aziende.

La crisi non riguardava solo il tessile, ma aveva colpito pesantemente anche la metallurgia e la chimica.

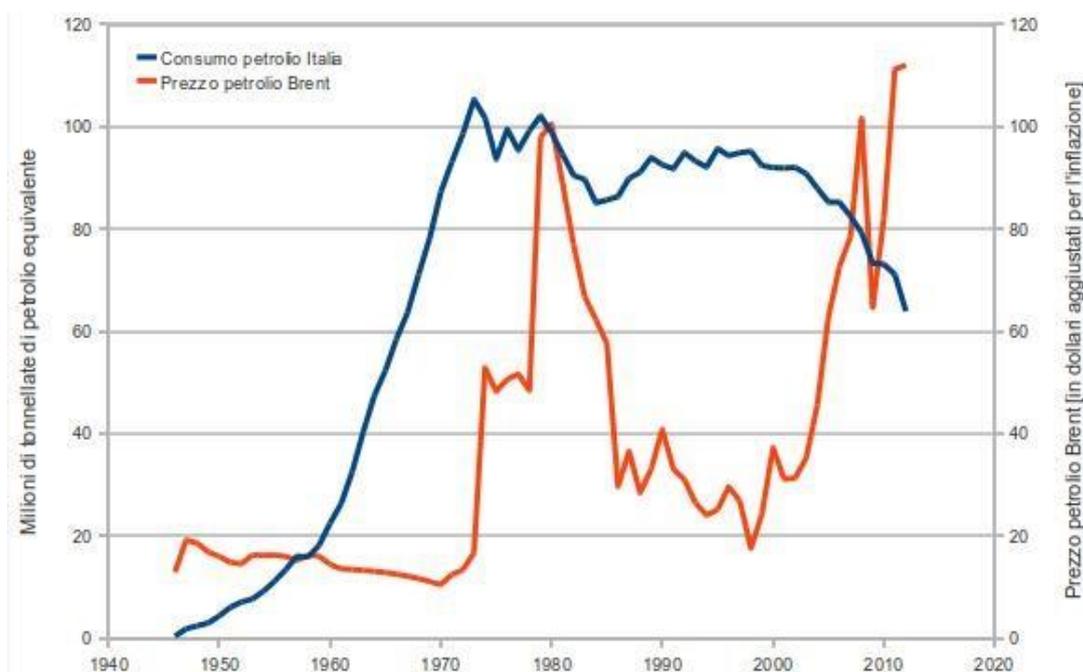
Proprio quest’ultima fu particolarmente sostenuta, data la strategicità del settore, attraverso il cosiddetto “piano chimico” redatto dal Cipe (Comitato interministeriale per la programmazione economica).

Il piano si rivelò un insuccesso, nonostante fosse stata condotta un’accurata analisi dei costi, degli investimenti iniziali e dei ritorni futuri. I più critici osservarono come non contribuì a risolvere i reali problemi di questo settore, quali: debolezza nella chimica secondaria; insufficiente efficienza nelle funzioni di commercializzazione; scarsità di ricerca e di innovazione.

Un evento che segnò pesantemente l’economia e la crescita dell’Italia fu sicuramente la crisi petrolifera del 1973, che comportò la fine dei cosiddetti “gloriosi trenta”.

La forte dipendenza energetica dagli altri paesi e l’aumento del consumo durante gli anni di crescita sono due delle cause del risentimento dell’economia allo shock.

Grafico 6.: Consumo di petrolio Italia in rapporto al prezzo.



Fonte: Autorità per l'energia e il gas, Ministero dello sviluppo economico (curva blu), prezzo del petrolio (curva rossa), analisi del 2012.

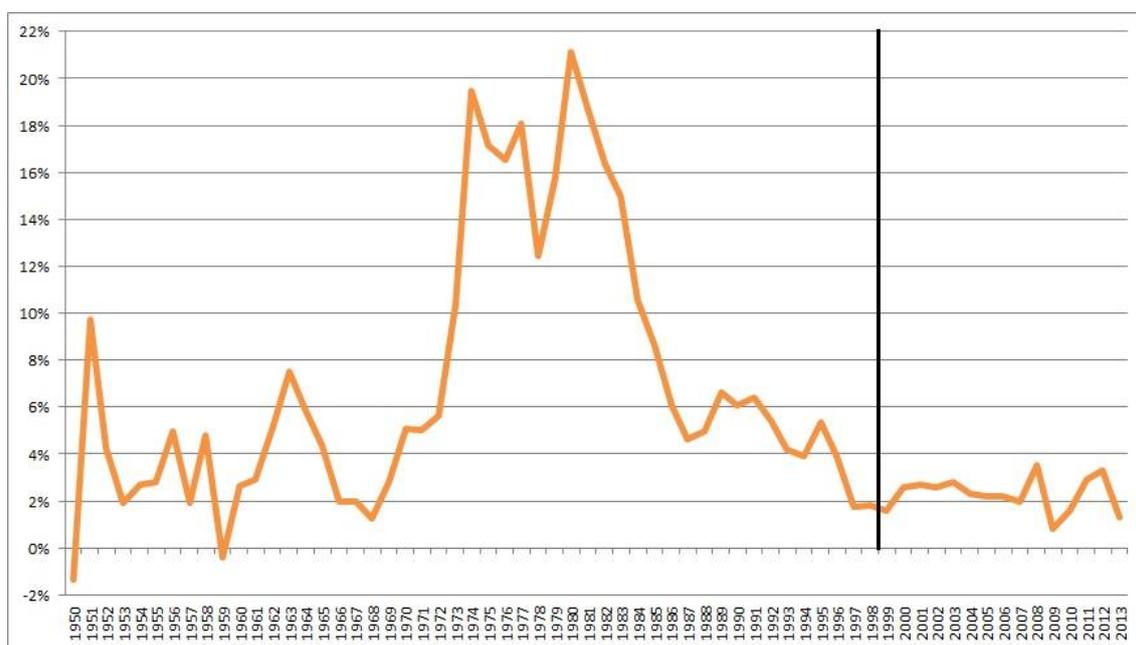
Come si può ben notare dal grafico, l'improvviso aumento del prezzo del petrolio avvenne in concomitanza con uno dei massimi picchi di consumo nazionale dal dopo guerra, il che aggravò l'intera situazione.

Il deficit della bilancia commerciale crebbe enormemente e il momento di difficoltà era aggravato dal fatto che, appena due anni prima, vi era stata la fine degli accordi di Bretton Woods.

In quegli anni correva la "Guerra del Kippur" tra Israele e i paesi arabi, i quali, al fine di penalizzare gli alleati degli israeliani, presero alcune decisioni che in breve tempo condizionarono l'intero sistema: ridussero le quantità esportate, aumentarono le tasse di estrazione e soprattutto aumentarono i prezzi di vendita alle grandi compagnie.

Gli anni successivi furono caratterizzati da forte inflazione, contrazione dei consumi e recessioni, che portarono al fenomeno detto "stagflazione".

Grafico 7.: Andamento dell'inflazione in Italia dal dopo guerra ad oggi



Fonte: Wikipedia, Inflazione Italiana, Opera propria, 2010.

Come si può ben notare dal grafico, il tasso di inflazione si è sempre mantenuto su livelli pressoché costanti e normali; tuttavia, il periodo che intercorre tra i due shock petroliferi (1972-1981) e soprattutto subito dopo la fine di Bretton Woods segna dei tassi di inflazione altissimi, i più alti mai registrati dalla fine del conflitto.

Il Governo, visto il momento critico, affrontò la situazione varando nel 1974 un piano per la modifica dell'assetto dell'industria petrolifera nazionale al fine di renderla più competitiva con l'estero attraverso il rilancio dell'ENI.

Il primo compito assegnato all'ente fu quello di intensificare le ricerche minerarie in Italia e all'estero, e nonostante vi furono nuove scoperte in Nigeria, Mare del Nord e Indonesia ciò era insufficiente per risolvere l'emergenza nel breve periodo. Il secondo compito, più semplice, era quello di stipulare nuovi accordi privilegiati con i paesi produttori di petrolio.

Qualche anno dopo, precisamente nel 1979, ci fu un secondo "shock" petrolifero e stavolta dovuto alla crisi politica in Iran, con il rovescio del governo filo-occidentale, e l'inizio di una guerra proprio tra quest'ultimo e l'Iraq. Lo shock in questione fu grave ma breve, concludendosi ad inizio anni '80 con il tranquillizzarsi della situazione e la scoperta di nuovi giacimenti in paesi non OPEC.

Pur mantenendosi qualche forma di interventi agevolati per la nascita e il consolidamento delle piccole-medie imprese, per le regioni sottosviluppate o quelle che necessitano di processi di riconversione, gli anni '80 hanno segnato l'inizio della fine delle politiche di piano, con i correlati interventi "a pioggia" di incentivi e benefici finanziari²⁸.

I motivi di questa svolta sono da ricercare essenzialmente nella situazione era andata evolvendosi negli ultimi decenni.

Innanzitutto vi fu la constatazione dell'inadeguatezza dei risultati conseguiti fin ad allora rispetto alle aspettative. Inoltre, essendo la maggior parte delle grandi imprese di proprietà pubblica, le loro crisi venivano gestite diversamente e non richiedevano la stesura di un piano ad hoc.

3.2 I punti deboli delle PMI negli anni della crisi.

Nell'immediato dopo guerra vi fu la naturale propensione allo sviluppo di un adeguato apparato industriale per soddisfare le esigenze dell'Italia.

Come si è analizzato in maniera più approfondita nei capitoli precedenti, ciò portò alla creazione e al consolidamento della grande impresa, anche grazie all'ampia disponibilità di manodopera a basso costo e alla forte domanda interna di beni di consumo.

Tuttavia, dalla grande dimensione derivarono nuovi problemi, la cui portata aumentava proporzionalmente alla dimensione: innanzitutto, le imprese dovettero dotarsi di sistemi organizzativi più articolati e complessi, al fine di riuscire a gestire la maggiore dimensione; in secondo luogo, le grandi imprese avevano bisogno di frequenti ed ingenti investimenti che spesso il proprietario d'azienda non poteva corrispondere in persona, e ci fu quindi il ricorso al credito in maniera sempre più consistente (perciò il sistema italiano è definito "bancocentrico").

Data questa premessa, negli anni '70, come visto in precedenza, si susseguirono una serie di eventi che indubbiamente avrebbero influenzato l'intero panorama mondiale: aumento

²⁸ C. Scognamiglio Pasini, *Economia Industriale*, Luiss Press, 2015, p.396.

del costo del lavoro e tensioni sindacali, shock petroliferi ('73-'79), contrazione della domanda, fine degli accordi di Bretton Woods.

Se le condizioni sopra citate modificarono e intaccarono i costi ed i relativi prezzi delle materie prime condizionando la profittabilità delle grandi imprese, le piccole-medie imprese d'altro canto riuscirono a reagire a questi cambiamenti grazie alla loro flessibilità, aumentando la loro quota di mercato.

Come conseguenza, negli anni '70 tende a modificarsi il modello di sviluppo industriale e territoriale: dalla concentrazione territoriale verso le aree del Nord Ovest con conseguente crescita delle dimensioni medie delle imprese, si passa ad un modello basato sulla diffusione territoriale degli insediamenti produttivi di piccole e medie imprese.

La forza di queste imprese si basava sull'alta specializzazione e qualità dei loro prodotti, che garantiva una presenza stabile sul mercato anche negli anni di crisi.

Inoltre, sostenere che l'affermazione delle PMI rispetto alle grandi imprese in questi anni fu solamente una conseguenza del processo di delocalizzazione non farebbe altro che sminuire un fenomeno che rappresenta per l'Italia l'ossatura del sistema economico.

Sembra quindi più corretto dire che le PMI furono la miglior risposta che l'Italia riuscì a dare alla crisi che colpì i grandi gruppi per rimanere competitiva a livello internazionale. Secondo Micelli "Se le piccole e medie imprese italiane sono state competitive nel corso degli ultimi trent'anni è perché hanno potuto fare riferimento a una fitta rete di relazioni a livello territoriale che hanno coinvolto il sistema bancario, le istituzioni formative, le famiglie. La piccola impresa italiana, insomma, non è mai stata competitiva di per sé; ha legato i suoi successi alla capacità di essere parte di un sistema socio-economico più ampio che ha sopperito, in alcuni casi in modo molto efficace, a quell'intelligenza terziaria e manageriale che altrove è stata garantita da dimensioni aziendali di una certa consistenza"²⁹.

Nonostante quanto appena detto e senza dimenticare i meriti che ebbero le PMI negli anni di crisi nel sostenere l'intera economia, bisogna però puntualizzare anche i punti deboli che risiedono questa tipologia di impresa.

Il sistema economico italiano risulta frammentato e, a tratti, troppo incline a risentire dell'andamento del mercato; ciò deriva dalla scarsa presenza di grandi gruppi industriali i quali, nei momenti di difficoltà, sono in grado di sostenere e rappresentare la nazione nel contesto internazionale.

²⁹ S. Micelli, *Futuro artigiano, l'innovazione nelle mani degli italiani*, Marsilio, 2011.

Nonostante, come già citato, il peso delle PMI non sia dovuto solo alla crisi post miracolo economico, il processo di delocalizzazione e di riduzione del personale attuato dagli allora grandi gruppi, permise sì di attutire gli effetti dovuti al cambio del contesto economico ma d'altra parte ridusse la dimensione delle stesse.

Da qui quindi il primo evidente problema: la specializzazione e l'alta qualità dei manufatti non è sufficiente all'Italia intesa come sistema economico interagente con il resto delle nazioni, e la mancanza da grandi imprese incide sull'influenza e sull'immagine complessiva.

Per di più, le grandi aziende, grazie alle loro dimensioni e alla maggiore disponibilità sia di liquidità sia di accesso al credito, hanno una maggiore forza e propensione all'innovazione; dal punto di vista delle PMI, questo è un tema delicato poiché spesso vi sono le condizioni interne e il know-how per innovare, ma la precaria disponibilità economica, essendo per di più gruppi a conduzione familiare, e i limiti posti dagli istituti di credito tendono a penalizzare le imprese e a bloccarne lo sviluppo.

La struttura e la stabilità del sistema bancario è fortemente influenzata dalla struttura conseguente struttura dell'economia; quindi data la suddetta situazione, in cui vi è la presenza di tante piccole-medie imprese, ciò si riflette anche sulle banche che mediamente hanno una struttura più piccola e che riflettono le insicurezze di un sistema frammentato. Per riassumere, i principali svantaggi delle PMI in questi anni sono:

- Difficoltà nell'accesso al credito.
- Instabilità della domanda.
- Difficoltà nell'accesso a nuovi mercati.
- Minor rilievo internazionale.
- Difficoltà nella creazione di canali di distribuzione stabili.

3.3 Soluzioni e strategie di internazionalizzazione

L'internazionalizzazione non è più una scelta, ma una necessità nel percorso di sviluppo delle PMI³⁰.

³⁰ E. De Simone, V. Ferrandino, *L'impresa familiare*, Edizioni Franco Angeli, Milano, 2015, p. 331.

L'apertura ai mercati internazionali quindi è un passo più che necessario per restare al passo con i tempi e per accrescere la produttività e la competitività.

Il processo di internazionalizzazione è spesso definito come crescente, poiché nessuna azienda può divenire globale in un attimo.

Inizialmente infatti le imprese operano su scala nazionale, cercando di aumentare la propria quota di mercato e di consolidare il loro *brand* nella mente dei consumatori; in un secondo momento vi è l'apertura al contesto internazionale, in cui si inizia a dare un maggior peso alle esportazioni e si guarda al posizionamento competitivo rispetto gli altri *player* del settore.

Alcune tra le forme di internazionalizzazione che si spingono oltre la semplice attività di commercio con l'estero sono:

- Join Venture.
- Accordi di cooperazione commerciale.
- Alleanze.
- Insediamento di nuove filiali.
- Delocalizzazione produttiva.

Fatto questo incipit al fine di introdurci nell'argomento in questione, si analizzerà la situazione nello specifico.

Il processo di cui sopra non è così agevole come può sembrare, né tanto meno lo si può definire rapido. Infatti, storicamente solo i grandi gruppi industriali, dotati di una forte rete organizzativa e una maggiore disponibilità economica, potevano esporsi e puntare ad ampliare il proprio mercato all'estero.

Con il passare dei decenni però, come abbiamo ben visto precedentemente, le PMI italiane hanno assunto un peso sempre maggiore nell'economia e una struttura sempre più stabile, il che ha reso possibile anche a queste realtà più piccole l'apertura ai mercati esteri.

In realtà, la decisione di "internazionalizzare" l'impresa non è immediata, soprattutto se si tiene conto che la maggior parte delle PMI italiane sono a conduzione familiare il che, come sottolineato prima, provoca una carenza nell'approvvigionamento di capitali, nonché vi è riluttanza verso l'ingresso di nuovi soci e l'indebitamento, e tutto questo non fa altro che aumentare la difficoltà e la percorribilità di un percorso di ampliamento dell'azienda.

Data la dimensione aziendale, le PMI italiane si sono concentrate più su una tipologia di internazionalizzazione tradizionale, basata su accordi commerciali con imprese estere, piuttosto che puntare su investimenti diretti all'estero (IDE) volti quindi a garantire la presenza aziendale in pianta stabile.

Altra caratteristica tipica delle imprese in questione è l'adozione di determinate strategie: come detto in precedenza, le PMI, ma soprattutto i distretti, si differenziavano rispetto ai grandi gruppi italiani e non per l'elevato tasso di specializzazione, creatività e tradizione nei propri prodotti; ed è proprio qui che si basano le strategie, ovvero su un mix tra specializzazione e flessibilità in modo da garantire all'azienda di soddisfare i propri clienti sia qualitativamente sia nel caso in cui, con il passare del tempo, cambino i gusti. Con la creazione del GATT e l'integrazione europea, le porte dei mercati internazionali si aprirono e vi fu una fortissima affluenza di prodotti da tutto il mondo.

Come già trattato nel precedente capitolo, in questo contesto storico le grandi industrie italiane entrarono in grave difficoltà, a causa della saturazione della domanda interna e della difficoltà a competere con i prezzi più bassi degli altri paesi.

Esattamente in questo momento le PMI italiane cambiarono visione e si resero conto delle potenzialità che gli accordi internazionali, il progresso tecnologico e le difficoltà delle grandi aziende avrebbero potuto portare.

L'unico modo per non perdere competitività con gli altri paesi e mantenere, se non aumentare l'export, era semplicemente cambiare strategia e *competitors*: la fortuna delle PMI fu quella di non avere una produzione basata su prodotti di massa, ma incentrata su pochi e specifici beni ma di alta qualità e personalità.

In un momento in cui la nascita di nuove classi sociali arricchite cercava simboli per poter affermare il proprio status, i prodotti italiani riuscirono a farsi largo nel mercato e ad assorbirne una fetta consistente.

Le PMI quindi vissero gli anni di crisi come un trampolino di lancio sia a livello nazionale sia a livello internazionale, intuendo che l'unica via percorribile in un mercato saturo e altamente competitivo è quella della qualità, riscontrabile negli innovativi ed efficaci modelli organizzativi e nella creatività, personalizzabilità e flessibilità a fronte delle mutevoli esigenze dei clienti.

CONCLUSIONI

L'analisi svolta ha dimostrato come il profondo cambiamento del contesto socio-economico intercorso nel periodo trattato ha condizionato la crescita e il peso internazionale dell'Italia, ma soprattutto ha mutato l'approccio con cui il paese si poneva al commercio.

Nel primo capitolo si è fatta una panoramica delle condizioni sia della struttura industriale sia del tessuto sociale all'indomani del conflitto.

Si è visto come, nonostante i danni riportati dalle aziende non intaccassero in maniera rilevante l'assetto produttivo italiano, era la drammatica situazione in cui versavano le infrastrutture a dare preoccupazione su una possibile e rapida ripresa.

A ciò si aggiunse la carenza di beni di prima necessità che, insieme alla fortissima inflazione, rendeva la vita degli italiani sempre più dura, con ampi strati della società che vivevano in condizioni di profonda povertà.

La situazione politica non fu da meno, con la prima repubblica che nacque all'insegna delle grandi alleanze, stipulate per il bene comune del paese.

La spinta decisiva però arrivò quando gli USA decisero di attuare il piano ERP e concedere fondi per la ricostruzione dell'Europa.

In quel caso, nonostante non fossero aiuti monetari bensì una fornitura di beni, ciò permise all'Italia di dare un impulso decisivo per la ripresa economica.

Lo Stato, fino alla fine degli anni '90, ebbe un ruolo da protagonista nell'economia poiché la maggior parte dei settori strategici erano in mano all'Iri, tra salvataggi compiuti e nazionalizzazioni programmatiche l'ente era divenuto una *holding* a tutto campo.

Nei primi decenni post conflitto l'azione governativa si basava su una programmazione industriale che avrebbe dovuto accompagnare il paese fuori dalla crisi e attraverso una crescita che ne stabilizzasse la posizione tra le prime economie al mondo.

L'Iri attuò importanti piani strategici al fine di rinforzare settori importanti ma ancora danneggiati o poco competitivi.

La messa in atto del piano "Sinigaglia" per riprendere l'attività siderurgica e la creazione di FINMECCANICA al fine di riunire tutte le attività meccaniche, riorganizzarle e aumentare l'efficienza dell'intero apparato sono solo due delle azioni intraprese da questo ente con il fine di creare un'Italia industriale forte.

A rallentare lo sviluppo univoco dell'Italia vi erano gli squilibri tra Nord e Sud.

La cosiddetta “questione meridionale” non era recente, visto che le problematiche e l’acuirsi delle differenze si riscontra dai tempi dell’unificazione.

Il secondo conflitto aveva però tracciato un solco ancora più profondo tra i due territori, poiché le risorse a disposizione del Governo furono impiegate principalmente con l’obiettivo di ricostruire le infrastrutture principali e di sostenere la ripresa delle industrie del Nord già sviluppate, e ciò non fece altro che rendere più lenta la ripresa e lo sviluppo del Sud.

Furono quindi programmati e varati dei piani *ad hoc* al fine di ridurre gli squilibri.

L’istituzione della SVIMEZ, della Cassa del Mezzogiorno e la costruzione a Taranto del nuovo centro siderurgico italiano (ora Ilva) rappresentano alcuni dei provvedimenti presi dal Governo per dare un’impronta industriale anche al meridione, con l’obiettivo di dare un impulso imprenditoriale al territorio e di aumentare il benessere sociale.

Nel secondo capitolo si è trattato un argomento di grandissima attualità e di importanza strategica per l’intero paese, il “Made in Italy”.

Si è visto come questo fenomeno non abbia una definizione precisa né tanto meno una data esatta in cui è comparso, bensì si potrebbe dire come sia il punto di arrivo di una serie di eventi e processi verificatisi negli anni.

Il “Made in Italy” al giorno d’oggi è definito come un vero e proprio *brand* capace di dare l’immagine di Italia e di italianità al mondo intero, trasmettendo la raffinatezza, la ricercatezza e la qualità che contraddistinguono i manufatti prodotti in Italia.

Il fenomeno in questione ha interessato moltissimi studiosi che hanno spesso dibattuto su quali caratteristiche dovesse avere un bene per poter avere quest’etichetta.

Alcuni, partendo dalla tendenza alla delocalizzazione che sta coinvolgendo tutti i settori, ritengono che un bene per essere definito “Made in Italy” non debba essere prodotto obbligatoriamente sul suolo italiano, ma basta che l’idea e la progettazione siano sviluppati in Italia mentre il processo produttivo deve essere fatto secondo il “metodo italiano”.

La dottrina prevalente invece sostiene che sia proprio la componente produttiva la fase fondamentale per ritenere un prodotto meritevole di tale etichetta.

Lo sviluppo del “Made in Italy” lo si può ravvisare nel tessuto storico-sociale italiano; infatti, vi è sempre stata la presenza di importanti tradizioni manifatturiere che sono state tramandate nel corso del tempo.

Tali attività, negli anni immediatamente successivi al dopo guerra, anche grazie alla spinta economica dovuta alla ripresa, cessarono di esistere a livello artigianale per trasformarsi in piccole imprese.

Questo mutamento comportò la presenza di un maggiore volume di prodotti ad alto tasso qualitativo negli anni in cui i prodotti di massa riempivano le case.

L'apertura del mercato mondiale grazie al GATT e la creazione dell'UE favorirono il commercio internazionale, il quale fu una grande occasione per i prodotti italiani di affermarsi come qualitativamente superiori.

Alcuni studiosi, Becattini in primis, notarono come in delle zone d'Italia vi fosse una concentrazione di imprese che vantavano collegamenti verticali di concorrenza e orizzontali di cooperazione, specializzandosi però in una serie di prodotti che richiamavano fortemente la cultura e la tradizione del territorio.

Nacque quindi il concetto di distretto industriale come luogo di nascita e sviluppo del "Made in Italy".

Si è analizzato quindi quali siano i comparti maggiormente riferibili a tale fenomeno, individuando le relative macro-categorie. La divisione dipende se si tende a seguire la tesi delle "quattro A" (Abbigliamento-Moda; Alimentare-Bevande; Automotive-Meccanica; Arredamento-Mobilia) oppure quelle delle "3 F" (Forniture; Fashion; Food) ma si evince facilmente come la produzione dei beni in questione sia incentrata su settori specializzati e ad alta intensità di *know-how*, contrariamente all'idea di grande industria che andava affermandosi in quegli anni.

Il terzo capitolo analizza il contesto storico degli anni '70-'90, un periodo travagliato per l'Italia che tra crisi economiche e sociali si avvicina all'ingresso nell'UE.

Finisce il trentennio di crescita dell'Italia ma inizia contemporaneamente un brusco periodo di crisi dettato dal susseguirsi di una serie di eventi.

Da un punto di vista economico, le imprese perdono competitività a causa dell'aumento del costo del lavoro e dell'ingresso di paesi stranieri capaci di produrre a prezzi ampiamente sotto la media italiana, ciò influisce negativamente sulla redditività che non fa altro che rendere ancora più complicata la situazione di molte aziende affossate dai debiti contratti negli anni passati.

Da un punto di vista socio-politico, nel 1971 vi è la fine del sistema di Bretton Woods che causa un forte aumento dell'inflazione della lira; nel 1973 vi è il primo shock petrolifero, a causa della guerra del Kippur, che crea un danno enorme all'Italia, vista la

sua dipendenza energetica dagli altri paesi; nel 1979 vi è il secondo shock petrolifero, a causa della guerra tra Iran e Iraq, che sarà di durata minore ma riuscirà comunque ad avere un impatto considerevole nei conti esteri dell'Italia.

Gli eventi citati assestarono un duro colpo alla grande industria italiana, già fragile e frammentata, ma diedero la possibilità alle PMI di affermarsi e di divenire in poco tempo l'asse portante dell'economia italiana.

La loro struttura più piccola e la loro organizzazione più semplice le rendevano flessibile ai cambiamenti del mercato e ai mutamenti dei gusti dei consumatori; inoltre riuscivano a fabbricare prodotti qualitativamente superiori alla media, il che rendeva poco efficace la concorrenza dei paesi in via di sviluppo.

Nonostante la loro dimensione potesse portare degli svantaggi nel momento in cui si andava a competere con grandi gruppi stranieri o nella ricerca di canali stabili di commercializzazione all'estero, ciò non impedì alle PMI italiane di imporsi in un contesto altamente competitivo e complesso, dove si fecero portatrici di qualità e ricercatezza.

Si è ben dimostrato quindi che durante il corso degli anni, nonostante le difficoltà prima derivanti dalla guerra e poi dalla crisi, il popolo italiano abbia sempre saputo riorganizzarsi e ripartire, adottando sistemi organizzativi e strategie diverse.

La PMI e il "Made in Italy" alla fine di questo studio risultano essere le armi più importanti e più efficaci che l'Italia può adottare contro i paesi emergenti.

Quanto detto nei precedenti capitoli però non deve restare fine a sé stesso, bensì deve essere accompagnato da un'intera politica nazionale volta alla valorizzazione, al sostegno e al sussidio delle imprese che intraprendono questa via, essendo loro la colonna portante dell'economia e dell'export e non potendo più permettersi di perdere competitività nei confronti degli altri paesi.

Nonostante si sia potuto constatare come le politiche industriali adottate nel periodo in esame non abbiano sortito gli effetti sperati, ciò non significa che al giorno d'oggi, con l'Italia sempre più pressata ad assumere un ruolo da leader nell'UE, non si possano programmare e finalizzare piani adeguati per il rafforzamento dell'economia italiana.

Sembra necessaria l'adozione di una politica economica che si concentri sullo sviluppo di due piani differenti ma correlati.

Il primo deve porsi l'obiettivo di incentivare la creazione di imprese innovative e ad alto contenuto tecnologico-qualitativo, con un sostegno costante e concreto anche a quelle già esistenti ed operanti in settori strategici, facilitandone l'accesso al credito, la

commercializzazione dei prodotti, sgravi fiscali per agevolare nuove assunzioni di addetti specializzati, riduzione del “cuneo fiscale”.

Il secondo deve porre il “Made in Italy” al centro della programmazione, individuando quantitativamente e qualitativamente quali settori rientrano nel suddetto *brand*, al fine di monitorarne l’andamento e di ideare piani di supporto pluriennale, che vadano quindi dal semplice sostegno economico al reperimento di materie prime fino alla creazione di canali di distribuzione adeguati ed agevolati. Con l’obiettivo di inculcare nelle menti dei consumatori un’immagine di Italia e di “Made in Italy” positiva.

È evidente come lo sfruttamento delle proprie risorse e l’attuazione dei piani sopra esposti possa aiutare l’Italia ad uscire dalla crisi e a garantire una crescita costante e sostenibile per il futuro.

Un processo imprescindibile che l’Italia deve intraprendere quanto prima affinché non sia più considerata il fanalino di coda di un’Europa orfana della Gran Bretagna, bensì giochi un ruolo da trascinatore nel completamento dell’integrazione europea.

BIBLIOGRAFIA

- Amatori F., Colli A., *Impresa e industria in Italia dall'Unità ad oggi*, Venezia, Marsilio, 2014.
- Baffi P., *Via Nazionale e gli economisti stranieri, 1944-53*, in "Rivista di storia economica", 1985, n. 1.
- Becattini G., *Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana*. Il Mulino, 2007.
- Bucci A., Coldeluppi V., Ferraresi M., *Il Made in Italy.*, Carocci, 2011.
- Cafiero S., *Tradizione e attualità del meridionalismo*, Bologna, Il Mulino, 1989.
- Castronovo V., *L'Italia della piccola industria*.
- Comitato per lo sviluppo dell'occupazione e del reddito, *Sviluppo del settore siderurgico*, Rapporto del Presidente del Comitato al Presidente del Consiglio dei Ministri, Roma, 1958.
- Daneo C., *La politica economica della ricostruzione 1945-49*, Torino, Einaudi, 1975.
- De Benedetti C., *Chi teme il gigante cinese.*, Il Corriere della Sera, 03/10/2003.
- De Simone E., Ferrandino V., *L'impresa familiare*, Edizioni Franco Angeli, Milano, 2015.
- Finoia M., *Il ruolo di Donato Menichella nella creazione della SVIMEZ e della Cassa del Mezzogiorno*, Banca d'Italia, 1986.
- 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.
- Melis G., *Storia dell'amministrazione italiana (1861 – 1993)*, Il Mulino.
- Micelli S., *Futuro artigiano, l'innovazione nelle mani degli italiani*, Marsilio, 2011.
- Noci G., *Se il Made in Italy fosse un brand sarebbe il terzo al mondo*. Il Sole 24 Ore, 27/08/2014.
- Saraceno P., *Elementi per un piano quadriennale, di sviluppo dell'economia italiana*.
- Saraceno P., *Premessa in: Il nuovo meridionalismo*, Napoli, 1986.
- Relazione al Consiglio economico nazionale, Centro di studi e piani tecnico-economici, Roma, 1947.
- Scognamiglio Pasini C., *Economia Industriale*, Luiss Press, 2015.
- Segreteria Generale del Cir, *Lo sviluppo dell'economia italiana nel quadro della ricostruzione e della cooperazione europea*, Roma, 1952.

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

Zamagni V.-Sanfilippo M., *Nuovo meridionalismo e intervento straordinario. La SVIMEZ dal 1946 al 1950*, Bologna, Il Mulino, 1988.

Zamagni V., *Dalla periferia al centro: la seconda rinascita economica dell'Italia (1861-1990)*, Bologna, Il Mulino, 2014.