

Andrea Bonaccorsi, Andrea Granelli

Contro il declino dell'impresa italiana

La crescita pressoché ininterrotta dell'economia mondiale nel secondo dopoguerra si è basata sul nesso virtuoso tra crescita della produttività e allargamento della domanda di massa, indotta dalla crescente soddisfazione dei bisogni e dalla progressiva apertura degli scambi internazionali. Con la lunga pausa degli anni Settanta, dovuta alle crisi petrolifere, questa dinamica si è protratta fino ad anni recenti. All'interno di questo processo, l'Italia si è ritagliata un ruolo del tutto peculiare, in controtendenza rispetto ai grandi paesi industriali (non solo Stati Uniti e Giappone, ma Germania, Francia e Inghilterra). Come è noto, i caratteri anomali del modello di sviluppo italiano si articolano a livello settoriale, dimensionale e territoriale. Più precisamente, l'Italia differisce nettamente rispetto ai grandi paesi industriali nei seguenti elementi:

- **il modello di specializzazione industriale;**
- **la struttura dimensionale;**
- **l'articolazione territoriale.**

Su tutti e tre questi elementi l'Italia costituisce un caso unico a livello internazionale. Circa la metà della produzione, dell'occupazione e dell'export italiano provengono dai distretti industriali. L'aspetto più interessante è che questa differenza non si è affatto ridotta nel tempo, rendendo l'Italia progressivamente più simile agli altri paesi, ma piuttosto si è approfondita.

I SEGRETI DI UNO SVILUPPO «IMPOSSIBILE»

Come è stato possibile sostenere questo immane processo di sviluppo? L'interpretazione dominante negli anni Settanta e Ottanta era che il modello industriale non avrebbe potuto funzionare per un paese avanzato, perché eccessivamente specializzato in settori a bassa e media tecnologia e alta intensità di lavoro, destinati a soccombere di fronte alla avanzata dei paesi a basso costo del lavoro. Poiché nei paesi avanzati non sono sostenibili bassi salari, il modello sarebbe prima o poi saltato. Questa profezia non si è avverata, e il calabrone ha continuato a volare a dispetto dei numerosi presagi di sventura. La ragione fondamentale è che i sistemi di piccola impresa italiani hanno manifestato una straordinaria capacità di innovazione, ricreando continuamente quei vantaggi competitivi che perdevano sul terreno della pura competizione di prezzo. Le produzioni italiane si sono progressivamente posizionate su fasce di mercato meno sensibili al prezzo. Questa capacità di innovazione si è basata su meccanismi di divisione del lavoro e di cooperazione del tutto particolari, molto studiati anche all'estero, e non su una attività di ricerca e sviluppo formalizzata. In una espressione, l'industria italiana ha seguito un modello di «innovazione senza ricerca». Le previsioni degli analisti erano sbagliate perché sottovalutavano la grande capacità di innovazione possibile, pur senza ingenti investimenti in ricerca e sviluppo, a sistemi territoriali di piccole imprese esposte alla concorrenza internazionale e capaci di estesi processi di divisione del lavoro vertica-

Nel recente volume «L'intelligenza s'industria» Bonaccorsi e Granelli formulano un'ipotesi per il rilancio del modello italiano della piccola e media industria, che unisce valori simbolici, know how manifatturiero e spinta all'innovazione

PER SAPERNE DI PIU'



L'articolo pubblicato in queste pagine riporta alcune considerazioni introduttive tratte dal volume «L'intelligenza s'industria. Creatività e innovazione per un nuovo modello di sviluppo» (Editore Il Mulino, 2006), curato da Andrea Bonaccorsi, professore ordinario di Economia e gestione delle imprese presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Pisa, e Andrea Granelli, direttore dell'Istituto di Economia dei media e docente dell'Università La Sapienza di Roma.

i sistemi di piccola impresa italiani hanno manifestato una straordinaria capacità di innovazione, ricreando continuamente quei vantaggi competitivi che perdevano sul terreno della pura competizione di prezzo.

l'Italia è il paese leader mondiale nella innovazione di prodotto non basata sulla ricerca e sviluppo; nessun paese avanzato è riuscito a generare volumi così imponenti di innovazione senza spendere in modo consistente in ricerca e sviluppo

le. L'Italia è il paese leader mondiale nella innovazione di prodotto non basata sulla ricerca e sviluppo. Nessun paese avanzato è riuscito a generare volumi così imponenti di innovazione senza spendere in modo consistente in ricerca e sviluppo. Se non si parte da questa premessa si rischia di non cogliere la portata della sfida. Per questo è importante che il dibattito sul declino non ripeta formule interpretative del passato (tipo «industria matura» o «bassa tecnologia»), ma si interroghi più in profondità sulla capacità di tenuta di un modello di innovazione del tutto peculiare. Quali percorsi sono dunque realisticamente praticabili, a partire dalle condizioni del paese qui e ora?

Perché questo esercizio critico e prospettico abbia luogo, tuttavia, occorre liberarsi da alcuni luoghi comuni, ripetuti comunemente nel dibattito pubblico e nella comunicazione mediatica. Questi agiscono come una straordinaria coazione a ripetere e bloccano il pensiero. Anche nel dibattito recente sul declino industriale, pochi sono stati gli interventi che si sono liberati dalla camicia di forza intellettuale indotta dalla ripetizione di alcuni luoghi comuni. Ne evidenziamo quattro.

1. L'innovazione si fa nell'industria

Il primo luogo comune è che l'innovazione si fa solo nell'industria, con le tecnologie e i brevetti. Vi sono più cose sotto il cielo che non industria e brevetti. Questi sono fondamentali, ma non sono tutta la

storia. Esiste un potenziale di innovazione straordinario nel mondo dei servizi, che solo da poco è stata analizzata dagli economisti e dagli studiosi di management. L'innovazione nel terziario segue logiche meno conosciute e codificate, ma non per questo meno importanti di quelle manifatturiere. Il pensiero economico moderno è nato con l'industria e ne segue la logica, ma occorre accettare fino in fondo la sfida intellettuale della innovazione nei servizi. Lo stereotipo prevalente recita: «il settore terziario è ancillare all'industria» e, di conseguenza, «l'innovazione si fa nell'industria». Il terziario nel migliore dei casi è una sorta di complemento necessario, nel peggiore rappresenta la residualità economica di chi non ha la capacità di creare prodotti tangibili. Questo stereotipo è duro a morire ed è presente un po' dappertutto: nel mondo imprenditoriale, in quello politico e nella ricerca. I dati parlano chiaro: il settore dei servizi è in continua e inarrestabile crescita. Eppure, nel dibattito italiano sui servizi, vi è la tendenza a vederli esclusivamente come fonti di costo per l'industria, e quindi come parte del problema della competitività. Ciò corrisponde al vero, ma cattura solo una parte della realtà. Vi sono grandi potenzialità nello sviluppo di terziario da esportazione, vale a dire di attività terziarie indirizzate ai mercati mondiali e ad alta produttività. Una parte importante delle opportunità nasce dalla combinazione di valore simbolico con capacità manifatturiere. Molti studi recenti in antropologia e sociologia dei consumi testimoniano dello spostamento delle preferenze verso valori simbolici,



ZSG s.r.l.

Via 1° Maggio, 13 / 15
20050 Ronco Briantino – MI – Italy
tel. 039/607 9061 - Fax 039/607 9008
e-mail: info@zsg.it



"LOUIS" è un operatore controllato elettronicamente di ultima generazione con tecnologia "Closed Loop"; questa tecnologia è lo stato dell'arte nella regolazione e nel controllo degli azionamenti per porte. Per le sue caratteristiche altamente performanti si adatta ad ogni tipo di impianto, sia in ambito abitativo che industriale. Sebbene fornito con regolazioni standard, è completamente programmabile tramite un tastiera esterna che permette di modificare i parametri principali di regolazione della velocità, dell'accelerazione e della coppia, sia in fase di apertura che in chiusura della porta.

"LOUIS" is a controlled operator electronically of last generation with technology "Closed Loop"; this technology is the state of the art in the regulation and in the control of the drivings for doors. For its performances characteristics highly adapted to every type of Lift. Although delivered with standard regulations, it is completely programmable through an external Programmer that allows to modify the principal parameters of regulation of the speed, acceleration and torque.



Porte automatiche per ascensori e montacarichi 1-2-3-4-6 ante. Centrali telescopiche.

La ZSG si è costituita nel 1975 grazie alle esperienze accumulate nel settore delle porte automatiche. Negli ultimi anni, attenta all'evoluzione del mercato ha puntato il suo obiettivo al miglioramento costante del prodotto attraverso metodologie innovative. Oggi dispone di un prodotto rispondente alle norme EN81-1/2; 95/16/CE ed ai requisiti di COMPATTEZZA e SEMPLICITÀ di INSTALLAZIONE; la gamma di produzione standard, comprende porte automatiche di piano e cabina centrali, telescopiche da 2, 3, 4 e 6 ante.

Automatic 1-2-3-4-6 hinged doors for passenger and freight elevators. Telescopic power units.

ZSG s.r.l. was founded in 1975 as a result of the experience acquired in the automatic door sector. Over the last few years, as determined by market evolution, the company has increased its commitment to constantly improve the product using innovative methods. Today, it offers a product in conformity with EN81-1/2; 95/16/CE – which is COMPACT and EASY TO INSTALL. The standard range of products includes 2, 3, 4 and 6 hinged floor and cabin doors with central and telescopic power units.





Contro il declino dell'impresa italiana

comunicativi, legati alla esperienza. È un errore pensare al terziario in opposizione alla manifattura. Tutti i sistemi avanzati di terziario da esportazione hanno bisogno di forti iniezioni di tecnologia e tendono a produrre nuove occasioni di produzione manifatturiera.

2. Il made in Italy è destinato al declino

Il secondo luogo comune è che l'industria tradizionale italiana, fondata sul made in Italy, sia fatalmente destinata al declino perché la domanda mondiale di beni di consumo durevole tende a crescere poco e la competizione si sposta sui prezzi. Non vi è dubbio alcuno che il made in Italy è destinato al declino, se prosegue nella traiettoria del modello di innovazione senza ricerca sopra discusso. Ma ciò non significa che sia strutturalmente impossibile rigenerarne le basi di innovazione e competitività. Vi sono opportunità largamente inesplorate di integrare l'innovazione dei settori tradizionali con la nuova dimensione del consumo di «beni esperienza». Questi due luoghi comuni impediscono di intravedere un futuro per l'industria esistente e per i settori tradizionali, costringendo il dibattito economico e politico a una asfittica discussione. I difensori della piccola impresa, dei distretti, dell'imprenditorialità, dello sviluppo molecolare, da una parte; gli aedi della razionalità della grande impresa, della pianificazione, della tecnologia, dall'altra. Vi sono però nuovi spazi di riflessione e di dibattito che forzano un esercizio di creatività rigorosa. Si tratta, quindi, di immaginare un modello neoindustriale e neoterziario nel quale combinare, grazie alle nuove tecnologie, il massimo della unicità e non riproducibilità come fonte di valore di esperienza, con la capacità di espanderne il consumo. La soluzione di questa «Economia dell'Unicità» sta nell'inserire beni unici in pacchetti di offerta altamente innovativi, che aumentino la domanda e consentano di ottenere prezzi elevati e sottratti alla concorrenza dei paesi a basso costo del lavoro. Si tratta di integrare con modalità innovative prodotti e servizi. In una parola, il valore del bene unico deve poter essere «trasferito» sul valore di beni replicabili, che possono essere prodotti ed esportati. L'Italia gode, per ragioni naturali e per la straordinaria accumulazione di storia dell'arte, di alcuni dei più ricchi capitali simbolici a livello mondiale. Nell'economia postindustriale l'elemento simbolico ha un potere di motivazione e di attrazione decisamente superiore a quello derivante dalla soddisfazione di bisogni materiali. Agire sulla motivazione di acquisto suscitata dal godimento di valori simbolici ha un grande impatto economico. La competitività dei prodotti deve essere costruita combinando consolidate abilità manifatturiere con una inusuale capacità di valorizzare il capitale sim-

bolico sottostante, allo scopo di restituire esperienze uniche.

3. Occorre aumentare la spesa pubblica in ricerca

Per aumentare la spesa in ricerca e sviluppo verso l'obiettivo di Lisbona del 3% occorre aumentare drasticamente la spesa pubblica. Si tratta di una sorta di riflesso automatico, sui giornali, nel dibattito politico. Dietro a questa pretesa si nasconde un pericoloso alibi per l'industria privata. La priorità nazionale è al contrario aumentare la spesa privata in ricerca. Bisogna infatti richiamare le imprese private a spiegare le ragioni di una latitanza storica e recente. La semplice affermazione della centralità della ricerca non è più sufficiente, soprattutto se questa si traduce immediatamente in una richiesta di aumento di fondi pubblici. La vera sfida è fare aumentare la spesa privata di ricerca, eliminando gli inibitori (spesso culturali) che fino ad oggi la hanno compressa. Intanto è importante ricordare che mentre l'Italia perdeva quote di mercato mondiali nelle merci, ne guadagnava nella produzione scientifica.

4. La competizione dei paesi asiatici avviene sul costo del lavoro

Ulteriore luogo comune è che l'Italia subisce la concorrenza dei paesi asiatici nei prodotti a bassa tecnologia e ad alta intensità di lavoro. Questo è indubbiamente vero: la perdita di competitività delle esportazioni italiane nei confronti degli altri paesi europei vanno a vantaggio prevalentemente della Cina, nelle stesse fasce di prodotto un tempo presidiate. Ma questa è solo una parte della storia e rischia di nascondere una minaccia ben più pericolosa. E' oramai noto che, al contrario, i paesi asiatici stanno costruendo con molta rapidità le condizioni per competere con l'Europa non sulle produzioni a bassa tecnologia, ma su quelle ad alto contenuto di conoscenza. E stanno preparando questo futuro attraverso un massiccio processo di mobilità delle intelligenze. Rispetto a questa dinamica, una coazione a ripetere che diventa periodicamente un tormentone mediatico è legata al tema della fuga dei cervelli. Il rientro dei cervelli italiani all'estero diventa la priorità numero uno delle politiche della ricerca. Ma i cervelli per funzionare hanno bisogno di muoversi, e che limitarsi a far rientrare i cervelli italiani non è probabilmente di per sé una buona idea. Se questi stereotipi verranno rimossi e se si cercherà di intraprendere un percorso di innovazione coerente con gli scenari tecnologici, economici e sociali che si stanno profilando nei mercati globali ma anche rispettoso della storia e delle capacità specifiche del nostro paese, l'Italia potrà ritornare ad essere un paese di riferimento per lo sviluppo economico.



occorre saltare il vecchio dibattito sulle tecnologie mature, o sui settori a bassa tecnologia, e rigenerare le basi della competitività nell'industria esistente attraverso combinazioni nuove di prodotti e servizi

è un errore pensare al terziario in opposizione alla manifattura: tutti i sistemi avanzati di terziario da esportazione hanno bisogno di forti iniezioni di tecnologia e tendono a produrre nuove occasioni di produzione manifatturiera