

I DISTRETTI INDUSTRIALI VENTI ANNI DOPO: I PRINCIPALI RISULTATI DI UN'INDAGINE DEL SOLE 24 ORE

Il fatto

I distretti industriali rivestono, come noto, un ruolo di fondamentale importanza all'interno dell'economia italiana: la storia del nostro sistema manifatturiero e delle varie strategie adottate negli ultimi venti anni non può non essere raccontata senza soffermarsi sull'evoluzione e sui vari mutamenti tecnologico-organizzativi che hanno caratterizzato le numerose aree distrettuali, diffuse su tutto il *territorio* nazionale e caratterizzate da un'elevata specializzazione settoriale.

Le analisi e le ricerche sui distretti industriali in Italia sono molteplici e si sono intensificate soprattutto negli ultimi 10-15 anni; la maggior parte di questi studi evidenzia che la capacità di reazione del nostro sistema produttivo ai mutamenti strutturali dello scenario internazionale e alla recente grave crisi recessiva è stata possibile anche grazie alla *risposta* spontanea di molti distretti e al diffuso desiderio da parte di molti no-

stri imprenditori di rimettersi in gioco e di tornare nuovamente competitivi nello scacchiere mondiale¹.

L'Indagine condotta dal Sole 24 Ore su 103 distretti industriali, che ha replicato una ricerca condotta all'inizio degli anni novanta su 65 aree distrettuali², fornisce un ulteriore e importante tassello alla conoscenza di questa specifica modalità aggregativa; l'analisi è stata condotta, in particolare, attraverso un viaggio nel *territorio* italiano realizzato dall'inizio di agosto 2012 ai primissimi giorni di gennaio del corrente anno e raccogliendo i racconti di testimoni privilegiati (soprattutto imprenditori). L'Indagine si fonda su una metodologia volta ad individuare – per ogni distretto esaminato – i tre principali fattori di forza e di debolezza “estratti” a loro volta da una griglia di 12 indicatori tra cui: l'attrattività del territorio, la capacità di fare rete, la dimensione di impresa, l'innovazione, l'internazionalizzazione, il mercato domestico, etc..³

Commento di Paolo Carnazza⁴ e Gianni Giubileo⁵

Dall'Indagine emerge innanzitutto che la maggior parte dei distretti si “colloca” nell'area settentrionale del Paese (figura 1), in particolar modo in Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana e Piemonte (figura 2). I settori più rilevanti sono quelli del Tessile, Abbigliamento, Calzature – TAC – (27), della Meccanica (17) e dell'Agroalimentare (13).

Dietro questi macro settori si nascondono, in realtà, produ-

¹ Una recentissima ricerca volta ad evidenziare le principali strategie adottate da molte imprese distrettuali nel corso del 2012 è contenuta in *Distretti Italiani, Unioncamere, 2013, IV Rapporto – Osservatorio Nazionale Distretti Italiani*, marzo.

² Moussanet M., Paolazzi L., 1991, *Viaggio de “Il Sole 24 Ore” nei Distretti produttivi italiani Gioielli Bambole Coltelli*.

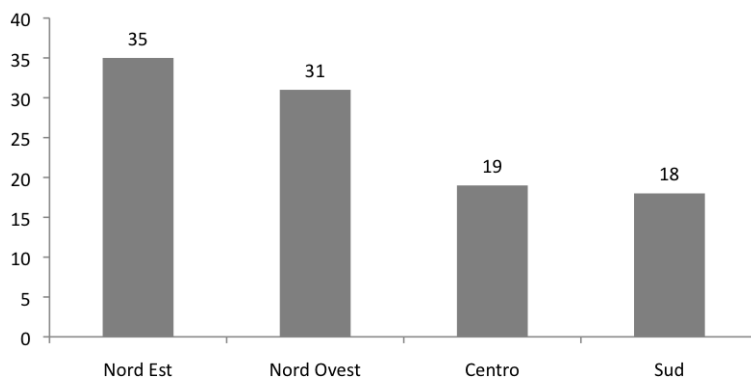
³ La griglia completa dei 12 indicatori è riportata nella tabella 1.

⁴ Paolo Carnazza, Ministero dello Sviluppo Economico.

⁵ Gianni Giubileo, laureato in Scienze Politiche-Relazioni industriali, esperto in internazionalizzazione delle imprese.

zioni di *nicchia* e di alta qualità, difficilmente imitabili e quindi non attaccabili dalla contraffazione in cui l'Italia assume una posizione di *leader* a livello mondiale a conferma che “...*la missione dell'Italia è produrre all'ombra dei campanili cose belle che piacciono al mondo. L'unica cosa certa è questa. Per il resto, in questi ultimi venti anni, è cambiato tutto. O quasi*” (Carlo M. Cipolla, 2007, *Storia facile dell'economia italiana dal Medioevo a oggi*).

Figura 1 - Distribuzione dei distretti italiani per area geografica



Elaborazione su Indagini “Il Sole 24 Ore”

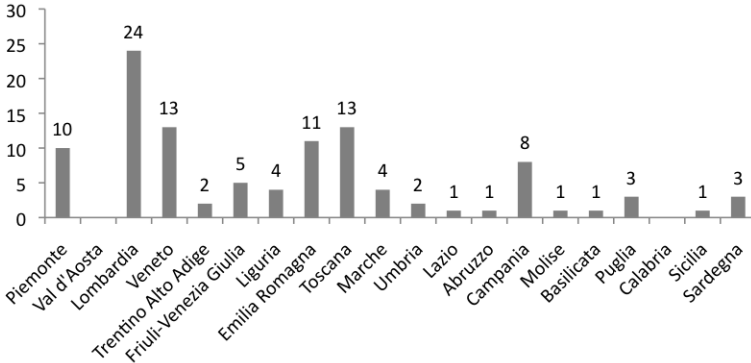
La fotografia aggiornata dei 103 distretti individua poco più di 78 mila imprese e circa 980 mila addetti⁶.

Al di là dei numeri, il *fil rouge* che emerge dal racconto degli imprenditori è la diffusa volontà di contrastare l'aspra concorrenza dei nuovi *competitors* (in particolar modo dell'economia cinese), di realizzare un *upgrading* qualitativo dei propri pro-

⁶ L'indicazione del numero di imprese e di addetti deve essere fatta con estrema cautela in quanto non sempre le analisi del Sole 24 Ore riportano dati aggiornati sul numero delle imprese e degli occupati; per riempire tale buco informativo si è utilizzata la Banca – dati ricavata dal sito www.club-distretti.it.

dotti anche attraverso una maggiore innovazione sia di prodotto che di processo e di intensificare le proprie esportazioni verso i nuovi mercati emergenti (area dei Paesi BRIC).

Figura 2 - Distribuzione dei distretti italiani per regione



Elaborazione su Indagini "Il Sole 24 Ore"

Ciò trova conferma dalla sintesi dei tre principali fattori di forza indicati per ciascuno dei 103 distretti (tabella 1): *l'innovazione e l'internazionalizzazione*, in particolare, rientrano tra le strategie prevalentemente adottate da molti distretti nell'arco dell'ultimo ventennio; seguono ad una significativa distanza altri fattori di forza tra cui la *produttività*, la *capacità commerciale* (cioè la possibilità di sviluppare nuove politiche di brand, locali e di settore), *l'occupazione* (la capacità soprattutto di poter fare ricorso a manodopera qualificata). L'Indagine del Sole 24 Ore ha permesso, altresì, di evidenziare i principali fattori di debolezza (Tab.1) che confermano alcune ben note criticità del nostro sistema produttivo, tra cui la dimensione d'impresa, l'incapacità di fare rete e di creare alleanze strategiche, la ristrettezza del mercato domestico, la scarsa attrattività dei fattori di contesto in cui si trova ad operare la maggior parte delle imprese distrettuali.

Tabella 1 - Fattori di forza e debolezza nei 103 distretti italiani
(valori assoluti)

INDICATORE	ITALIA 103 DISTRETTI	
	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
1 ALLEANZE STRATEGICHE	5	24
2 CONCORRENZA SLEALE	8	20
3 ATTRATTIVITÀ	20	37
4 CAPACITÀ COMMERCIALE	34	22
5 CAPACITÀ DI FARE RETE	23	51
6 COSTO DEL LAVORO	2	11
7 DIMENSIONE DI IMPRESA	12	59
8 INNOVAZIONE	75	7
9 INTERNAZIONALIZZAZIONE	65	17
10 MERCATO DOMESTICO	2	24
11 OCCUPAZIONE	27	21
12 PRODUTTIVITÀ	36	16

Elaborazione su Indagini "Il Sole 24 Ore"

L'analisi relativa ai principali fattori di forza e di debolezza dei 103 distretti analizzati non evidenzia significative differenze nelle quattro ripartizioni geografiche (tabella 2) ad eccezione dell'innovazione che sembra assumere particolare rilevanza nell'area Nord Ovest del Paese (il 29,5% delle imprese intervistate indica tale strategia come fattore di forza) e della capacità di fare rete che risulta essere un fattore di debolezza soprattutto tra le imprese meridionali.

L'indagine sembra confermare la diffidenza dell'imprenditore nel creare rapporti (sia formali che informali) con altri imprenditori; tale diffidenza è espressione, a sua volta, di una men-

talità atavica che appartiene al DNA di molte nostre imprese, soprattutto di micro e piccole dimensioni, e che trova conferma in altri studi e ricerche⁷.

Tabella 2 - Fattori di forza e debolezza nei 103 distretti riparti per area geografica (valori assoluti)

INDICATORE	NORD-EST		NORD-OVEST		CENTRO		SUD	
	FORZA	DEBOL.	FORZA	DEBOL.	FORZA	DEBOL.	FORZA	DEBOL.
1 ALLEANZE STRATEGICHE	1	5	1	10	3	4	0	5
2 CONCORRENZA SLEALE	4	8	2	8	1	0	1	4
3 ATTRATTIVITÀ	7	13	7	8	3	10	3	6
4 CAPACITÀ COMMERCIALE	9	12	15	2	3	4	7	4
5 CAPACITÀ DI FARE RETE	7	18	6	13	5	9	5	11
6 COSTO DEL LAVORO	0	3	0	4	1	3	1	1
7 DIMENSIONE DI IMPRESA	5	17	3	18	1	12	3	12
8 INNOVAZIONE	31	0	24	3	10	2	10	2
9 INTERNAZIONALIZZAZIONE	20	8	22	2	13	4	10	3
10 MERCATO DOMESTICO	2	7	0	9	0	4	0	4
11 OCCUPAZIONE	8	11	4	6	10	2	5	2
12 PRODUTTIVITÀ	11	3	9	10	7	3	9	0
TOTALE DISTRETTI	35		31		19		18	

Elaborazione su Indagini "Il Sole 24 Ore"

⁷ Da un'indagine realizzata dal Mise nel luglio 2012 su un campione rappresentativo di 1000 MPMI è emerso che un'elevata quota di imprese (86,3%) opera in modo isolato, spinta prevalentemente dall'intenzione di non rinunciare alla propria autonomia (46%); questa intenzione è manifestata maggiormente dalle imprese di medie dimensioni: 54,7% contro il 45,9% e il 49,1%, rispettivamente, delle micro e delle piccole imprese. Altri ostacoli all'aggregazione sono rappresentati da un effetto "sfiducia" a collaborare con altre imprese (13,2%) e dalla mancanza di imprese con cui instaurare relazioni (10%).

Dall'indagine possono essere desunte una serie di indicazioni di *policy* volte ad attenuare i principali fattori di debolezza, in particolar modo la dimensione media di impresa, da una parte, e le diseconomie esterne (scarse infrastrutture, insufficienti collegamenti, etc.), dall'altra, che possono limitare l'attrattività di un *territorio* e, di conseguenza, la capacità competitiva delle imprese.

In merito alla scarsa dimensione media di impresa, tra i vari strumenti di politica industriale per rafforzare le strategie delle imprese distrettuali, il *Contratto di rete* – accolto con entusiasmo da molte nostre imprese ed esploso soprattutto a partire dai mesi estivi del 2012 – sembra poter assumere un ruolo di particolare rilievo. Attraverso questa specifica e innovativa modalità di aggregazione molte imprese distrettuali infatti, pur continuando a rimanere piccole, stringono accordi anche con imprese fuori dai propri confini territoriali; nel contempo esse riescono a mantenere la propria autonomia e a realizzare un progetto comune che permette loro di attuare strategie di innovazione e di internazionalizzazione. Con il *Contratto di rete*, le imprese possono, almeno parzialmente, abbattere le barriere di diffidenza nei confronti delle altre imprese e realizzare alleanze strategiche grazie alle quali tornare nuovamente competitive e aumentare le proprie quote di fatturato all'export: molte testimonianze raccolte nel viaggio tra i vari distretti indicano che numerosi imprenditori stanno percorrendo questa strada nella consapevolezza che “fare sistema” rappresenta una via obbligata per rafforzare il proprio ruolo all'interno di uno scenario mondiale sempre più aspro e competitivo. Come suggerito da un imprenditore (e ciò sembra riflettere il pensiero di molti imprenditori intervistati) “...rompere la logica dell'orticello e ragionare in termini di sistema è quasi una missione sociale”.