

Distretti. Pronta la rivincita delle Pmi innovative

Marchi forti per vincere sui mercati

di **Alessandro Merli**

Sono la spina dorsale dell'economia dell'Emilia Romagna da quando Romano Prodi era un economista con i pantaloni corti e si occupava

dell'industria ceramica.

Sono stati per decenni un punto di forza e uno dei motori dello sviluppo, economico e sociale, della regione, una componente essenziale del "modello emiliano".

Ma cosa succede ora ai

distretti industriali

emiliano-romagnoli al tempo della crisi globale, una crisi che sta spazzando via l'illusione, durata fino alla metà dell'anno scorso, di potersi in qualche modo isolare dal contagio?

Continua ► pagina 11

Evoluzioni. Vincono le aree vocate alla R&S e con aziende leader riconoscibili

La crisi spinge la selezione all'interno dei comparti

► Continua da pagina 1
di **Alessandro Merli**

Quella in corso è una crisi che si differenzia dalle altre perché, nata nella finanza e deflagrata nell'economia reale, sta provocando un calo brutale del commercio internazionale, che quest'anno si contrarrà di oltre il 10 per cento. È chiaro che davanti a un dato di questo genere, è impossibile per i distretti dell'Emilia e della Romagna, quasi tutti ad altissima vocazione esportatrice, pensare di poterne schivare l'impatto. Anzi, paradossalmente, sono proprio le aziende di questi distretti, le più competitive sui mercati internazionali, a soffrirne di più i contraccolpi. L'impatto della congiuntura più devastante degli ultimi settant'anni si innesta però su un processo di trasformazione che nell'identità dei distretti era già in atto da tempo, e che probabilmente selezionerà ulteriormente i più efficienti.

«Davanti alla crisi - dice Franco Mosconi, economista dell'Università di Parma - i distretti che hanno puntato di più su ricerca, sviluppo e tecnologia già prima che la crisi esplodesse e hanno continuato a farlo nonostante le difficoltà sono destinati a uscirne più forti. Penso ai distretti della meccatronica o della meccanica avanzata». A un recente incontro all'ateneo parmense, organizzato dallo stesso Mosconi e cui ha partecipato anche Prodi, sono stati proprio i rappresentanti di

aziende di punta di questi distretti nella nostra regione a dar conto di percentuali di crescita dell'investimento in R&S che indicano come dai distretti a tecnologia avanzata dell'Emilia la crisi sia vista soprattutto come una sfida a migliorare sul fronte dell'innovazione. Semmai, come indica una ricerca della sede di Bologna della Banca d'Italia, condotta da Chiara Bentivogli, le difficoltà dell'ulti-

GEOMETRIE TRASFORMATE

Nell'analisi di Lorenzoni emergono protagonisti di grandi dimensioni e con forti reti distributive al posto dei piccoli operatori

mo anno stanno accentuando le differenze fra imprese all'interno dei singoli distretti.

Quest'ultimo è un fenomeno in atto da almeno un decennio. Gianni Lorenzoni, dell'università di Bologna, insieme al suo collega Marc Lazerson, "scatta" ogni dieci anni una fotografia dei distretti industriali e quello che ha visto l'ultima volta, subito prima dello scoppio della crisi, è qualcosa di molto diverso dalla concezione originale del distretto, messa in difficoltà dai produttori a basso costo nei paesi in via di sviluppo, dall'aumento della concorrenza internazionale, dalla necessità di delocalizzare almeno in parte. Dove c'era- no tante imprese quasi tutte piccole, quasi sempre senza un lea-

der riconosciuto, molto flessibili nella produzione, concentrate sulla manifattura, convinte che stare dentro il distretto bastasse a raggiungere il successo, nell'ultimo decennio invece, secondo Lorenzoni e Lazerson, c'è un distretto che ha cambiato volto in modo profondo.

Il nuovo distretto, sostiene Lorenzoni, ha imprese di grande riconoscibilità, forte reputazione, capacità di innovazione,

ECCESSIVE DISTANZE

Per l'economista Mosconi la formazione è un ostacolo al cambiamento per la scarsa collaborazione tra università e imprese

che spesso hanno raggiunto dimensioni medio-grandi che hanno assunto la leadership nei rispettivi distretti. Intanto, la flessibilità si è trasferita dalla produzione alla distribuzione. Nell'analisi di Lorenzoni e Lazerson, marchi forti, investimento pubblicitario, reti distributive importanti anche attraverso negozi monomarca sono le caratteristiche del "nuovo" distretto soprattutto per quello che riguarda i settori più tipicamente etichettati come made in Italy.

«Un caso molto calzante è quello del distretto carpigiano del tessile-abbigliamento e della maglieria - afferma Mosconi - dove l'investimento sulla qualità del prodotto e sul marchio è

stato forte». L'aspettativa è che tali caratteristiche possano essere quelle che aiuteranno questi distretti a limitare i danni della crisi. In uno studio recente sulla metamorfosi del distretto di Carpi, Mosconi evidenzia la nascita di una "nuova élite" di imprese, ormai di medie dimensioni: significativamente, accanto alle "storiche" Blufin e Champion, se ne sono aggiunte altre (Liu-Jo ne è l'esempio principale) tutte nate negli ultimi 15-20 anni. L'economista sottolinea come «afferma la qualità, design originale, riconoscibilità del brand, servizio al cliente» siano oggi le strategie industriali che hanno portato al successo i leader del distretto.

Fra gli elementi della metamorfosi più difficili da realizzare, soprattutto per i distretti della regione a tecnologia più avanzata (dalla meccatronica al biomedicale), c'è il problema della formazione di capitale umano: la cooperazione fra le università della regione, dove pure non mancano le eccellenze anche in discipline innovative, e i suoi distretti resta difficile. Per non parlare dell'istruzione tecnica dalla quale molti distretti dipendono e che ha fatto semmai in tempi recenti più passi indietro che passi avanti. Ma nel dopocrisi dei distretti emiliani, sostiene Mosconi, l'elemento essenziale sarà soprattutto il rafforzamento della rete imprese-università-centri di trasferimento tecnologico.

a.merli@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA