



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI
"MARCO FANNO"

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA INTERNAZIONALE
L-33 Classe delle lauree in SCIENZE ECONOMICHE

Tesi di laurea

Distretti industriali e internazionalizzazione
Industrial districts and internazionalization

Relatore:
Prof. CAINELLI GIULIO

Laureando:
GIACOMELLO GIANLUCA

Anno Accademico 2014-2015

Indice

INTRODUZIONE

CAPITOLO I - I DISTRETTI INDUSTRIALI

- 1 - Introduzione e definizione
- 1.1 - Normative e cenni storici
- 1.2 - Analisi dei dati ISTAT nei primi anni 2000
- 1.3 - La competitività di ieri e oggi

CAPITOLO II - ALCUNI DATI

- 2.1 - Teoria delle tre italie di Arnaldo Bagnasco
- 2.2 - Analisi per dimensione delle imprese distrettuali
- 2.3 - Strumenti per analizzare i dati economici
- 2.4 - I saldi della bilancia commerciale con l'estero, dal 2008 al 2013
- 2.5 - I cambiamenti dal 2013 a oggi e le previsioni a breve

CAPITOLO III - CARATTERISTICHE DEI DISTRETTI NEL XXI SECOLO

- 3.1 - Obiettivi distrettuali
- 3.2 - Punti di forza e minacce

CAPITOLO IV - LE RELAZIONI TRA I DISTRETTI

- 4.1 - La fornitura a monte
- 4.2 - La catena delle funzioni a valle

CAPITOLO V - INTERNAZIONALIZZAZIONE, TRA POLITICHE E SCELTE DISTRETTUALI

- 5.1 - La situazione italiana nei primi anni 2000
- 5.2 - I modelli di internazionalizzazione
 - 5.2.A - Le esportazioni
 - 5.2.B - Gli accordi
 - 5.2.C - Gli investimenti diretti esteri
 - 5.2.D - La delocalizzazione di parte della filiera
 - 5.2.E - Lo sdoganamento dell'intera filiera

CONCLUSIONE

BIBLIOGRAFIA

INTRODUZIONE

Questa tesi è il frutto delle analisi che ho prodotto dopo i tre anni di insegnamenti e nozioni ricevuti. L'elaborato è stato fatto su un tema molto importante per la nostra economia, sia a livello di commercio interno del nostro Paese, sia per quanto riguarda gli scambi con gli altri paesi europei ed extra europei, ovvero i distretti industriali.

La tesi è suddivisa in cinque capitoli, ognuno dei quali si focalizza in specifiche aree di interesse.

Il primo è incentrato sull'introduzione e definizione, ovvero della volontà di chiarire cosa siano i distretti industriali e il quadro giuridico che li inquadra; seguito da un'analisi sui dati relativi a questi primi anni del XXI secolo.

Nel secondo capitolo si trovano i dati, i quali sono stati recuperati da alcune fonti come Unioncamere, ISTAT e dall'Analisi dei distretti condotta da Banca Intesa. Questi sono seguiti da uno studio sugli strumenti utilizzati dai centri di ricerca citati in precedenza, per riuscire a capire al meglio l'analisi condotta.

Il terzo capitolo invece riguarda come si presentano i distretti industriali e quali obiettivi li accomunano gli uni agli altri. Inoltre si analizzano i punti di forza e minacce nei confronti della concorrenza nazionale e internazionale. Un punto cruciale che viene trattato è l'importanza della qualità e del nome de brand nel contesto del made in Italy.

Nel quarto capitolo si esaminano le relazioni che intercorrono tra imprese interne al singolo distretto o tra i distretti. La rete di fornitura nelle varie fasi di produzione o i vari servizi offerti durante il processo produttivo.

Il quinto capitolo verte invece su un tema molto importante, l'internazionalizzazione dei distretti. Questo argomento è considerato uno dei punti di forza dell'economia italiana, e sprona i distretti e le singole imprese ad innovarsi continuamente. In questo capitolo ho trattato la situazione che si ha avuto in Italia nei primi anni 2000 e i vari modelli che si sono susseguiti e che tutt'ora si applicano per poter far parte dell'attuale globalizzazione.

CAPITOLO I

I DISTRETTI INDUSTRIALI

1. INTRODUZIONE E DEFINIZIONE

Per comprendere a pieno l'analisi che propongo sui distretti industriali, bisogna fornire una definizione quanto più specifica possibile di questo agglomerato economico.

Una definizione vera e propria di distretto industriale non esiste, o per lo meno ce ne sono molte e l'una completa l'altra.

Molti economisti hanno formulato teorie a riguardo, ma la più riconosciuta e usata è indubbiamente quella dell'economista inglese, Alfred Marshall del 1890, con: "The Principles of Economics", nella sua trattazione egli delineò le caratteristiche dei distretti industriali, affermando che i "vantaggi della produzione a larga scala possono in generale essere conseguiti sia raggruppando in uno stesso distretto un gran numero di piccoli produttori, sia costruendo poche grandi imprese" dato che "per molti tipi di merci è possibile suddividere il processo di produzione in parecchie fasi, ciascuna delle quali può essere eseguita con massima economia in un piccolo stabilimento". (The Principles of Economics, 1890)

Uno dei punti focali della sua trattazione è la concentrazione di industrie specializzate in località particolari, in questi luoghi la competitività delle imprese presenti dipende sia dall'organizzazione delle economie interne, sia dalle economie esterne. Le prime riguardano le risorse interne alle singole imprese, dall'organizzazione all'efficienza della loro amministrazione. Le seconde invece si ottengono dalla concentrazione di piccole imprese simili in particolari aree dove si intrattengono relazioni di vario genere.

All'interno di queste località si viene a creare una sorta di "atmosfera industriale" (The Principles of Economics, 1890) dove tutti i soggetti vengono coinvolti e tutti partecipano al processo di sviluppo di questo agglomerato di imprese.

Un altro dei punti cruciali dello sviluppo dei distretti industriali è la cooperazione diretta o indiretta che si viene a creare. Qui si creano dei vantaggi difficilmente replicabili altrove, essi sono i flussi di informazioni tra le imprese. Questi, per esempio, consistono nelle comunicazioni tra i costruttori e i reali utilizzatori delle macchine che vengono progettate, realizzate ed usate nel medesimo luogo. Ciò comporta un'ottimizzazione fra bisogni, mezzi di produzione e costi.

Esistono anche altri tipi di informazioni, che avvengono tra i commercianti e i produttori, i quali ottengono preziose informazioni sul consumatore finale e ciò gli permette di creare un prodotto che possa attrarre quanta più clientela possibile.

In sintesi quindi, alla base del concetto marshalliano di economie esterne di localizzazione si trovano, sia i vantaggi della concentrazione territoriale sia quelli della specializzazione, i quali promuovono altri fattori:

- La riproduzione delle competenze;
- La diffusione della conoscenza;
- Lo sviluppo delle attività sussidiarie, attraverso la differenziazione della produzione;
- L'impiego di macchinari specializzati;
- La formazione di un mercato del lavoro specializzato e quindi con un costo della formazione contenuto;
- Lo sviluppo di industrie complementari;
- La presenza di una massa critica.

Questi fattori sopra citati, in realtà sono tutti secondari, il vero nocciolo e motore di crescita dei distretti industriali è la cooperazione tra le piccole imprese ubicate in una determinata località. Le relazioni possono essere di vario tipo, per soggetti e finalità.

Le relazioni verticali o convergenti avvengono quando le imprese si specializzano in fasi differenti del ciclo produttivo, sfruttando così economie di scala esterne.

Un altro tipo sono quelle laterali, dove le imprese svolgono attività simili nello stesso processo produttivo, ossia sono in concorrenza tra loro. Ciò spinge i costruttori ad abbassare i costi, a partire da quelli fissi fino a quelli di trasporto, questo per ottimizzare la produzione ed essere maggiormente competitivi.

Le relazioni diagonali invece avvengono se le imprese operano nel settore dei servizi. Esse producono prestazioni, come il trasporto di input e output, riparazioni e sussidiarie al distretto. In conclusione l'elaborato di Marshall probabilmente è il più completo e fornisce la miglior descrizione di questi piccoli ma importanti centri economici.

In sintesi nel 1919, Marshall disse: "Quando si parla di distretto industriale si fa riferimento ad un'entità socio-economica costituita da un'insieme di imprese, facenti generalmente parte di uno stesso settore produttivo, localizzato in un'area circoscritta, tra le quali vi è collaborazione ma anche concorrenza". Dunque i tratti distintivi individuati dall'economista inglese sono:

- L'individuazione di una specifica realtà sociale oltre che economica;

- La specializzazione in una determinata attività produttiva;
- La concentrazione in un'area geografica ben definita;
- Il particolare rapporto tra le imprese: sia di collaborazione, sia di concorrenza.

In Italia, l'economista fiorentino Giacomo Becattini ha tratto spunto dalla tesi di Marshall per mettere a punto un modello di distretto industriale italiano. “È pur vero che i fondamenti intellettuali del distretto si trovano nel pensiero economico e sociale dell'economista inglese Alfred Marshall (1842-1924), ma senza la rilettura che ne ha fatto Becattini dagli anni sessanta del Novecento (Becattini 1962) fino alla recente compilazione della voce *Industrial district and development economics* per l'*Elgar Companion to Alfred Marshall* (Raffaelli, Becattini, Dardi 2006) – oggi non vi sarebbe alcun dibattito sul distretto industriale, né come modello di industrializzazione (Becattini 2003) né come paradigma dello sviluppo locale” (Fabio Sforzi, 2008).

Becattini adotta una definizione differente da quella marshalliana, considera quella del suo collega inglese troppo fondata sul lavoro e sulla necessità di guadagnare. “ Il distretto industriale è un'entità socio-territoriale caratterizzata dalla compresenza attiva, in un'area circoscritta, naturalisticamente e storicamente determinata, di una comunità di persone e di una popolazione di imprese industriali” (Becattini, 1989).

Il distretto codificato da Becattini e della scuola italiana è prima di tutto una comunità locale, “il milieu socio-culturale e istituzionale entro cui operano le singole imprese e ne condizionano la vita” (Fabio Sforzi, 2008).

1.1 NORMATIVE E CENNI STORICI

I distretti industriali sono il frutto di una storia economica relativamente recente. Da alcuni decenni ricoprono un ruolo fondamentale nell'economia italiana, ma solo negli ultimi anni del XX secolo hanno ricevuto i riconoscimenti giuridici che gli spettavano.

La prima legge che riguarda queste organizzazioni venne promulgata il 5 ottobre del 1991 ed è la numero 317, “Interventi per l'innovazione e lo sviluppo delle piccole imprese”. Con questa legge il distretto industriale diventa a tutti gli effetti un fattore della politica economica, in particolare in ambito regionale. Il comma 2 della 317 lascia alle singole Regioni la facoltà di definire i parametri territoriali per individuare i distretti industriali. Questi parametri vengono fissati solamente due anni più tardi, del Decreto Ministeriale dell'aprile del 1993. Nel DM si entra nello specifico e vengono fissati indici e soglie minime per la loro individuazione:

- Indice di industrializzazione manifatturiera (addetti manifatturieri locali / addetti totali): deve superare il 30% dell’analogo dato nazionale;
- Indice della densità imprenditoriale dell’industria manifatturiera (unità locali manifatturiere / popolazione residente): deve essere superiore alla media nazionale;
- Indice di specializzazione produttiva (addetti al settore specializzato / tot. Addetti manifatturiero): deve essere maggiore del 30% dell’analogo dato nazionale;
- Intensità di specializzazione (addetti U.L. settore di specializzazione): questo settore deve pesare più del 30% rispetto al totale degli addetti del manifatturiero del sistema locale del lavoro.

Nonostante la presenza di questi indici, molte regioni non sono state e tutt’ora non sono in grado di individuare i distretti, in quanto non sono riuscite ad istituire centri di controllo a causa della mancanza di risorse finanziarie.

La prima vera rivoluzione normativa si ha nel biennio 1998-1999. Nel primo anno vengono delegate alle regioni le funzioni di organizzazione e supporto all’industria, alle piccole e alle medie imprese. Nel 1999 invece con la legge 140, “Norme in materia di attività produttive”, viene integrata la legge 317/91. Questa nuova legge ha permesso una semplificazione che permise alle regioni di individuare in maniera autonoma i distretti industriali. Ciò permise la nascita di distretti non più strettamente manifatturieri ma anche enogastronomici, culturali, turistici, rurali e i meta distretti lombardi.

1.2 ANALISI DEI DATI ISTAT NEI PRIMI ANNI 2000

Secondo i dati rilevati dall’ISTAT nel 2011, sulla base della loro analisi di specializzazione produttiva, i distretti industriali sono 141. Questo dato confrontato con la medesima indagine del 2001 è significativo, ci mostra un numero inferiore di 40 unità a livello nazionale.

Al 2011 i distretti industriali costituiscono circa un quarto del sistema produttivo del Paese, l’occupazione invece rappresenta oltre un terzo di quella complessiva italiana.

Per quanto riguarda la distribuzione invece, nel territorio italiano non sono concentrati uniformemente. Il maggior numero di distretti è localizzato al Nord-est e sono 45, dove si può dire che abbiano avuto origine. Al Nord-ovest invece se ne presentano 37 contro i 38 del Centro, i 17 del Sud e i 4 della Sardegna.

1.3 LA COMPETITIVITA' DI IERI E OGGI

Il sistema dei distretti produttivi, fondato su rapporti di interdipendenza e cooperazione tra imprese prevalentemente di piccole dimensioni, ubicate in un determinato ambito territoriale, ha storicamente rappresentato uno dei punti di forza dell'economia italiana, sia dal lato produttivo, sia dal lato occupazionale. Se è vero che il modello dei distretti industriali ha consentito al nostro Paese di crescere e imporsi sui mercati internazionali, è vero anche, che oggi ci sono altre sfide in corso. Esse sono rappresentate dalla globalizzazione, dalle innovazioni tecnologiche e dalla crescente competizione internazionale. Ciò comporta fenomeni di selezione interna, riorganizzazione e riconversione produttiva, con lo scopo di mantenere la competitività a livello interno ed esterno.

CAPITOLO II

ALCUNI DATI

Al fine di monitorare le tendenze evolutive e le prospettive di sviluppo dei distretti industriali, Unioncamere ha raccolto dati e testimonianze nel territorio. Inoltre, l'analisi quantitativa che di seguito vi presento è relativa al complesso dei distretti, che nelle tabelle vengono chiamate "Totale filiere industriali", intendendo il complesso di attività economiche localizzate nel territorio provinciale interessato.

Nel rapporto, il termine "filiere" deriva dal fatto che esistono settori di attività produttive differenti, i quali a loro volta si suddividono in:

- Settori *core business*: sono i settori di attività produttiva "tradizionalmente" distintivi di ciascun distretto (Es. mobile, pelli, ecc...)
- Settori *non core business*: settori di attività a supporto di quelli core e collocati lungo la filiera produttiva del distretto (sia a monte: nelle prime fasi della lavorazione; sia a valle: attività di servizio a quelle core).

L'analisi ha preso in considerazione una seconda modalità di suddivisione dei distretti, a prescindere che siano *core business* o meno, in:

- Settori manifatturieri;
- Settori non manifatturieri.

Sulla base delle informazioni registrate, le aziende che presumibilmente appartengono ai distretti industriali ammontano a 277.809 unità. Tale cifra scende a 126.018 unità se vengono tenute in considerazione solamente le imprese facenti parte del settore *core business*. I distretti del tessile - abbigliamento, insieme a quelli del cuoio, rappresentano i più rilevanti. E' interessante constatare che quasi il 30% delle imprese manifatturiere nel nostro Paese operino all'interno dei distretti industriali.

IMPRESE REGISTRATE PRESSO LA CAMERA DI COMMERCIO, PER FORMA GIURIDICA (anno 2012)

	Totale filiere distrettuali	Di cui:		Totale Economia	Di cui totale manifatturiero
		Manifatturiero	Settori core business		
Valori assoluti					
Società di capitale	84.152	59.871	40.495	1.411.747	201.162
Società di persone	54.265	40.888	25.631	1.133.660	142.639
Ditte individuali	131.820	69.807	57.487	3.337.587	252.286
Altre forme	7.572	2.238	2.405	210.164	10.039
Totale imprese	277.809	172.804	126.018	6.093.158	606.126

Analizzando il complesso delle imprese che operano nelle filiere distrettuali ed esaminandolo secondo la forma giuridica, si osserva che la quota più cospicua delle 277.809 imprese registrate nel 2012 sia rappresentata dalle ditte individuali (47,4% del totale), seguite dalle società di capitale (30,3%) e dalle società di persone (19,5%). L'incidenza delle società di capitale e di persone nel loro complesso, toccano i livelli massimi in Friuli-Venezia Giulia (70,2%) e i minimi in Basilicata (6,3%).

2.1 TEORIA DELLE 3 ITALIE DI ARNALDO BAGNASCO

Un influente sociologo italiano, Arnaldo Bagnasco, nel 1977 pubblicò una personale analisi sulla problematica territoriale dello sviluppo italiano, con il titolo: "Tre Italie". Nel suo libro venne proposta una nuova immagine del sistema territoriale italiano; non si parla più di Nord e Sud ma si individua una nuova macroregione. Bagnasco, individua allora tre aree fondamentali:

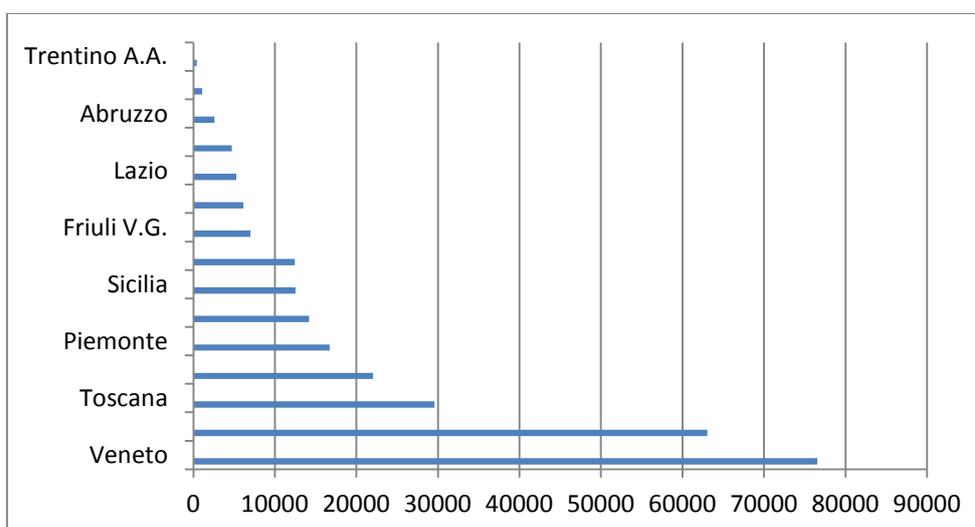
- Il Nordovest, contrassegnato dall'impresa di carattere fordista;
- Il Meridione, che costituisce l'area più in ritardo di sviluppo, alla quale vanno assegnati più aiuti economici e organizzativi;
- Le regioni dell'Italia centrale e Nordorientale, caratterizzate da imprese di piccole dimensioni, le quali hanno trovato una loro realtà.

**IMPRESE REGISTRATE PRESSO LA CAMERA DI COMMERCIO, PER
RIPARTIZIONE GEOGRAFICA (anno 2012)**

	Totale filiere distrettuali	Di cui:		Totale Economia	Di cui totale manifatturiero
		Manifatturiero	Settori core business		
Valori assoluti					
Nord-Ovest	38.724	38.470	21.366	1.594.698	178.002
Nord-Est	88.694	56.105	41.929	1.191.022	137.093
Centro	40.991	38.714	27.283	1.304.583	128.079
Sud e Isole	109.400	39.515	35.440	2.002.855	162.952
ITALIA	277.809	172.804	126.018	6.093.158	606.126

Al 2012, a queste 3 macroregioni ne vanno aggiunte altre. A livello territoriale, quasi un terzo del totale delle imprese nelle filiere distrettuali è localizzato al Nordest (31,9%) delle attività economiche e a livello manifatturiero il 32,5%. Nelle regioni Meridionali risulta esserci la maggior concentrazione di imprese appartenenti alle filiere distrettuali (39,4%), dove si può trovare un ampio tessuto di micro-imprenditorialità diffusa, le sole imprese manifatturiere invece sono solo il 22,9% del totale nazionale a causa della correlazione con il settore terziario, il quale qui si trova in netto ritardo di sviluppo. Infine il Nordovest e il Centro, contribuiscono al tessuto imprenditoriale nazionale per il 15% in entrambi i casi, i quali arrivano al 22% con riferimento all'imprenditoria manifatturiera.

**NUMEROSITA' IMPRESE DELLE FILIERE DISTRETTUALI REGISTRATE
PRESSO LA CAMERA DI COMMERCIO, PER RIPARTIZIONE GEOGRAFICA
(anno 2012)**



2.2 ANALISI PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE DISTRETTUALI

Passando ad esaminare la dimensione delle imprese nei distretti produttivi (misurati in termini di addetti), bisogna innanzitutto precisare che l'analisi è frutto dei dati raccolti dall'ASIA (Archivio statistico delle imprese attive) di fonte ISTAT.

IMPRESE ATTIVE EXTRA-AGRICOLE ARCHIVIO ASIA FONTE ISTAT, PER CLASSE DIMENSIONALE (anno2011)

	Totale filiere distrettuali	Di cui:		Totale economia	di cui totale manifatturiero
		manifatturiero	Settori core business		
Valori assoluti					
1-9 addetti	185.794	98.931	73.667	4.305.394	358.020
10-49 addetti	24.016	21.477	13.906	191.215	64.235
50-249 addetti	3018	2.844	1.681	22.047	8.857
250-499 addetti	250	235	135	2.122	784
500 addetti e oltre	135	129	74	1.527	481
Totale imprese	213.213	123.616	89.463	4.522.305	432.377

Ciò che risulta chiaro da questa tabella, è la ridotta dimensione delle imprese attive nelle filiere distrettuali: l'87,1% (di ambito extra-agricolo) ricade nella fascia da 1 a 9 addetti mentre l'11,3% in quella da 10 a 49 addetti.

2.3 STRUMENTI PER ANALIZZARE I DATI ECONOMICI

Una volta illustrate le principali caratteristiche imprenditoriali e occupazionali dei distretti, diviene interessante consultare i risultati economici raggiunti, a tal riguardo si possono utilizzare due fondamentali indicatori: il valore aggiunto e il valore delle esportazioni.

Il valore aggiunto, partendo da questo indicatore, com'è noto è dato dalla differenza tra il valore della produzione (output), al lordo degli ammortamenti e la spesa per i beni e servizi intermedi (input). Secondo Unioncamere al 2011 si attesta a 74.327 milioni di euro, pari al 9% del settore privato del Paese. Il contributo alle regioni del Centro e del Nord alla formazione del valore aggiunto nominale dei distretti, risulta pari all'80% e quello delle regioni del Mezzogiorno per il restante 20%.

**VALORE AGGIUNTO PRODOTTO DALLE IMPRESE DELLE FILIERE
DISTRETTUALI, PER RIPARTIZIONE GEOGRAFICA (anno 2011)**

	Valori assoluti (milioni di euro)			Incidenze %		
	Totale filiere distrettuali	Di cui:		Totale economia	di cui totale manifatturiero	Totale imprese distrettuali core business
		Manifatturiero	Settori core business			
Valori assoluti						
Nord-Ovest	16.902	16.853	9.680	7,9	18,3	4,6
Nord-Est	33.013	27.894	16.893	12,7	39,9	6,5
Centro	9.572	9.280	7.104	4,0	25,5	3,0
Mezzogiorno	14.840	6.913	4.359	4,2	22,1	1,2
Italia	74.327	60.941	38.036	7,0	26,5	3,6

Per quanto riguarda le *esportazioni*, va osservato che nel 2012, secondo diverse elaborazioni sui dati ISTAT, le vendite all'estero delle imprese distrettuali manifatturiere risultano complessivamente pari a 98.225 milioni di euro, corrispondente al 26,3% del totale dell'export manifatturiero totale.

**ESPORTAZIONI DELLE IMPRESE DELLE FILIERE DISTRETTUALI, PER
RIPARTIZIONE GEOGRAFICA (anno 2012)**

	Valori assoluti (milioni di euro)			Incidenze %		
	Totale filiere distrettuali	Di cui:		Totale economia	di cui totale manifatturiero	Totale imprese distrettuali core business
		Manifatturiero	Settori core business			
Valori assoluti						
Nord-Ovest	29.134	29.134	15.782	18,8	19,3	10,2
Nord-Est	44.398	44.342	27.925	37,3	38,5	23,5
Centro	17.262	17.054	14.432	26,8	27,1	22,4
Mezzogiorno	7.736	7.695	5.285	16,7	17,5	11,4
Italia	98.530	98.225	63.424	25,3	26,3	16,3

In questo momento risulta interessante analizzare i flussi di export nel dettaglio territoriale. L'intero territorio nazionale può essere infatti suddiviso, secondo i valori delle vendite all'estero delle imprese dei distretti, in tre tipologie:

- La prima comprende le imprese distrettuali delle regioni che contribuiscono in misura determinante al totale dell'export manifatturiero nazionale dei distretti, con quote abbondantemente superiori al 10%, cioè: Veneto (36%), Piemonte (15,8%), Lombardia (13,8%) e Toscana (12,4%);

- La seconda comprende i distretti delle regioni le cui quote di contribuzione all’export nazionale (sempre manifatturiero dei distretti) oscillano tra il 4-5% cioè: Friuli-Venezia Giulia (5%), Marche (4,3%), Emilia Romagna (4,2%);
- La terza comprende infine le imprese distrettuali delle regioni che, per una serie di ragioni strutturali (la scarsa presenza dei distretti, l’eccessivo isolamento dei mercati di sbocco, la prevalenza di micro imprese, ecc.) evidenziano un modesto contributo alle esportazioni manifatturiere del Paese: Campania (2,3%), Lazio (0,6%) e Abruzzo (0,3%).

Come ho ripetuto più volte in precedenza, la dimensione delle imprese dei distretti nel Mezzogiorno non aiuta la loro penetrazione nei mercati esteri. La seconda motivazione che contribuisce a spiegare il modesto contributo all’export dei distretti nelle regioni meridionali è dovuta alla sua specializzazione nei prodotti a scarsa presenza tecnologica, i quali si trovano in concorrenza con le produzioni più vivaci dei paesi emergenti. Inoltre una quota sostanziale della produzione delle imprese nel Mezzogiorno viene venduta alle regioni del Centro e del Nord e non all’estero. Qui vengono usati come beni strumentali o input o addirittura venduti all’estero.

Al Centro e al Nord i distretti si distinguono non solo per il ruolo di leader nel territorio, ma anche per le migliori performance economiche. “Per questo motivo si è voluto misurare le performance attraverso la costruzione di un indicatore sintetico fondato sulla base di cinque grandezze economiche, esse sono le imprese, addetti export, valore aggiunto e fatturato. Per ciascuno di questi cinque aggregati, i distretti sono stati ordinati secondo la performance migliore, così da costruire cinque graduatorie. Dopodiché, la sintesi consiste nel sommare i valori delle posizioni che occupano ciascuna delle grandezze nelle graduatorie per poi riordinare i distretti secondo i valori risultati. Una volta arrivati al termine di questo processo si viene a sapere che tra i primi venti distretti dalle performance migliori ben 18 sono localizzati nel Centro e nel Nord e solo due sono nel Mezzogiorno” (Unioncamere, 2014).

2.4 I SALDI DELLA BILANCIA COMMERCIALE CON L’ESTERO, DAL 2008 AL 2013

A partire dalla recente crisi del 2008 si protraggono continue difficoltà economiche, nonostante ciò però il saldo degli scambi commerciali di beni e servizi del nostro Paese con l’estero ha avuto un sensibile recupero a partire dal 2012. Nel periodo tra il 2010 e il 2011, quando la domanda internazionale era debole e aveva ridimensionato lo scambio con l’estero, si è innescato un recupero che ha portato a chiudere il 2013 con valori superiori all’ante-crisi,

da 10 miliardi a 51 miliardi di euro. Al raggiungimento di questo saldo hanno contribuito principalmente le imprese collocate nelle province dove sono presenti più i caratteri industriali. La logica organizzativa e le specializzazioni produttive delle aree distrettuali quindi continuano a mostrare capacità di adattamento e di penetrazione nei mercati esteri molto più significative rispetto alle province dove è presente la grande dimensione. Nell'intero periodo preso in considerazione però, i saldi si mantengono costanti su valori negativi nelle aree urbane, dove si concentrano maggiormente attività a carattere terziario. Entrando nel dettaglio di alcuni comparti di attività manifatturiere distintivi del made in Italy, per le aree distrettuali sono crescenti i livelli di specializzazione negli scambi con l'estero di macchine e di apparecchi (2/3 del saldo commerciale settoriale nel 2013) e negli scambi di prodotti tessili, abbigliamento, pelli e cuoio (pari al 90% attribuibile alle aree distrettuali nel 2013).

2.5 I CAMBIAMENTI DAL 2013 A OGGI E LE PREVISIONI A BREVE

L'ultima indagine svolta da Unioncamere è stata nel 2014 con i dati riguardanti l'anno 2013. I distretti produttivi sembrano dare leggeri segnali di ripresa nel 2013 rispetto al 2012, ma la situazione economica rimane complessa con molte incognite.

Rispetto all'analisi condotta l'anno precedente sui dati del 2012, aumenta la percentuale di imprese dove si ha avuto un incremento del fatturato, dell'occupazione e delle esportazioni. Un fattore trainante dell'economia rimangono le vendite sui mercati esteri, non solo dei distretti ma di tutto il settore manifatturiero italiano.

Nel 2013 il 42% delle imprese analizzate ha dichiarato di aver incrementato le esportazioni, a fronte del 32,8% rilevato nel 2010. Dagli ultimi sondaggi emerge che l'iniziativa di presidiare nuovi mercati o aree lontane è sempre più influente per i distretti industriali, l'80% delle imprese ha dichiarato di operare all'estero. Questo atteggiamento imprenditoriale evidenzia una costante ricerca di un nuovo posizionamento nell'assetto economico mondiale, ma gli effetti non sono sempre identificabili. Da un lato la propensione all'export ci fornisce un'idea chiara dell'incremento della capacità competitiva di molte aziende italiane, ma dall'altro rischia di innescare un allontanamento degli interessi delle imprese distrettuali dalla dimensione locale di riferimento. Trovare un equilibrio tra mercati esteri e nazionali è anche il fattore di crescita originale dei distretti.

Rispetto agli ultimi decenni del XX secolo dove il legame tra imprese e territorio era più un trampolino di lancio che una nicchia da difendere, ed è proprio la comunità locale che genera competenze distintive e spesso crea un brand per l'estero.

Se vi è stato un lieve miglioramento verso la fine del 2013, esso è stato molto limitato. Il 55% degli imprenditori sostiene che nel medio periodo infatti, la ripresa riguarderà solamente una minoranza di aziende mentre per la maggioranza si dovrà ancora lavorare duramente per uscirne.

CAPITOLO III

CARATTERISTICHE DEI DISTRETTI NEL XXI SECOLO

Il modello produttivo ed organizzativo dei distretti al giorno d'oggi può essere definito policentrico, non esiste un solo unico fattore di crescita o una sola strategia, ma ve ne sono diverse.

Per fare un esempio di strategia di prodotto, il primo e forse unico vantaggio competitivo che si protrae nel tempo è la cura del particolare, l'attenzione ai materiali utilizzati, nel design e tutto ciò che serve a creare un prodotto originale per i propri clienti.

Altri fattori interni alla gestione imprenditoriale sono il rapporto qualità/prezzo, il marchio aziendale come l'importanza del *brand* all'estero, la capacità innovativa e progettuale. Questi elementi di per sé non sono un valore strategico, in quanto essi sono sempre riconducibili al concetto di qualità correlata alla fama del *made in Italy*.

Resta forte l'impronta delle produzioni artigianali, ovvero per le produzioni di "nicchia", nelle quali si produce con competenze originali e distintive.

Qualità, come vantaggio competitivo è un concetto generico, ricco di sfaccettature come: il design, le elevate prestazioni del prodotto, il contenuto tecnologico e che contiene le aspettative del cliente. Una volta capito che una buona parte della capacità dei distretti produttivi risiede nella qualità, va aggiunto che essa va alimentata, sapere che essa è importante non basta, la crisi degli ultimi anni ha disgregato e messo in discussione anche strategie consolidate che venivano considerate di successo. Quindi il punto critico è capire cosa genera la qualità oggi in mercati mutevoli, individuare quali standard possono garantire la gestione della produzione improntata nella qualità.

Le nuove applicazioni nel campo delle "Innovation & Communication Technologies" (ICT), le cosiddette *green technologies* ed altri ambiti di sperimentazione sul processo o sul prodotto in settori come quello della meccanica, spesso si aprono nuove frontiere dentro e fuori i distretti. Per molti versi, i distretti sembrano già muoversi in questa direzione dell'innovazione. Le prime forze messe in campo per garantire la qualità e la competitività dei prodotti sono:

- Il miglioramento dei livelli di specializzazione del personale;
- Gli investimenti sui sistemi di controllo e gestione della qualità sia della produzione sia del prodotto;
- Gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo.

La tendenza a perseguire questi particolari sentieri di crescita, risulta più marcata tra le imprese del settore della meccanica industriale rispetto a quelli tradizionali delle cosiddette “3A” del made in Italy.

Le “3A” sono composte dai comparti dell’abbigliamento-moda, del mobile-arredo e da quello alimentare; essi sono le agglomerazioni dei settori più tradizionali e importanti presenti nel nostro territorio.

“Il 74% delle aziende analizzate da Unioncamere ha indicato di essere impiegate nell’immediato futuro nella sperimentazione di nuovi prodotti e il 38% ha indicato di voler adottare nuove tecnologie di produzione finalizzate al risparmio energetico e ad un basso impatto di inquinamento per l’ambiente.

Oltre a questo si deve considerare anche che ormai oltre un terzo delle strutture analizzate affida all’esterno processi di produzione per ristrutturazioni e razionalizzazioni, mentre un quarto ha già proceduto o procederà a breve ad internazionalizzare” (Unioncamere, 2014).

L’idea che emerge fin qui è che i distretti continuano ad essere sistemi interessati a molti flussi, non solo alle relazioni con l’estero (esportazioni, importazioni, relazioni territoriali, anche reti di fornitura e *Know How*), in alternanza con quelle interne (ristrutturazioni di singole imprese o di riposizionamento sul mercato). Quindi i distretti giocano sull’alternarsi di queste relazioni esterne ed interne, cercando di trovare un equilibrio distintivo per la sopravvivenza dell’attività.

3.1 OBIETTIVI DISTRETTUALI

Dai dati emersi dall’indagine di Unioncamere si nota la tendenza di un numero elevato di imprese ad adottare una molteplicità di strategie organizzative e di mercato. Sono individuabili almeno cinque orientamenti strategici che definiscono il carattere innovativo dei distretti:

- La razionalizzazione dei costi e aumentare l’efficienza dell’offerta di prodotti attraverso politiche di *pricing*, le imprese che vogliono perseguire questi obiettivi sono per le prime rispettivamente dell’83,3% e le seconde del 73,8%;
- Nuovi investimenti in progettazione e diversificazione della produzione, ovvero nelle R&S (71,5%);
- L’orientamento alla ricerca di nuovi mercati o di nuove nicchie di mercato specie in previsione dell’internazionalizzazione (maggiori del 50%);
- Maggiore controllo sui canali distributivi dei prodotti (49,6%);
- Investimenti nelle applicazioni e nelle tecnologie informatiche (49,5%).

Altre priorità riguardano l'alleggerimento del peso fiscale sulle imprese, le condizioni di credito bancario più favorevoli e incentivi ed agevolazioni per l'acquisto di macchinari ed attrezzature.

3.2 PUNTI DI FORZA E MINACCE

I distretti industriali esprimono ancora una specificità che non è solo una specializzazione produttiva? La risposta è sì.

Nonostante le trasformazioni avvenute negli ultimi decenni, oggi i distretti si configurano ancora come comunità di imprese localizzate in un territorio circoscritto e di valori ben precisi.

Vi sono elementi distintivi che appartengono alla sfera economico-produttiva, ma anche altri della sfera sociale, entrambi fanno dei distretti un luogo originale, dove il rapporto tra impresa e territorio è ben marcato.

In questo mix complesso di elementi, tre marcano il modello industriale:

- La priorità data alla qualità dei prodotti e dei processi;
- La preminenza della forma dell'impresa familiare;
- Il radicamento e la tradizione produttiva del territorio.

La qualità intesa come cura del particolare, l'efficienza dei processi, il controllo delle fasi di produzione, sono le parole chiave per spiegare il modo di essere dei distretti e delle imprese che li compongono. All'estero, qualità è sinonimo di *made in Italy*, ma è anche espressione di capacità di innovazione e riposizionamento in nuovi ambiti produttivi.

Per questo molti distretti sono diventati il nucleo di esperimenti tra tradizione (lavoro artigianale, fasi di produzione parzialmente realizzate a mano) e il ricorso a tecnologie nuove frutto del settore delle ICT.

Ma il distretto è soprattutto impresa familiare radicata nel territorio. Volendo guardare con attenzione è un modello produttivo che è risultato efficace ma con molti limiti, a partire dalla diffusione delle piccole imprese. La struttura familiare non è per forza sinonimo di micro impresa, in quanto è anche espressione di capitalismo nel territorio.

Molte aziende familiari sono divenute strutture di medie e grandi dimensioni.

Nella capacità di essere territori mutevoli, si possono individuare elementi di forza e minacce per il futuro.

Tra i fenomeni evolutivi intervenuti maggiormente negli ultimi anni ci sono : la crescente apertura all'estero (65,5% dei casi), l'innalzamento della qualità dei prodotti (49,4%) e l'incremento del livello di collaborazione tra le imprese del distretto (30,7%).

Per comprendere cosa potrebbe essere il distretto nel futuro probabilmente ci si dovrebbe focalizzare sulla costruzione di nuove reti di collaborazione o l'emergere di filiere ibride nate dai tentativi di diversificazione produttiva.

Tuttavia restano molte le criticità che interessano i distretti.

Alcuni dei problemi delle imprese sono il ricambio generazionale (segnalato dal 60,4% delle imprese), la fuga dei capitali in altri territori nazionali e all'estero (47% che in genere riguarda le imprese di grandi dimensioni), la mancanza di capitale umano qualificato (40%) e la concorrenza sleale principalmente viene fatta da aziende a gestione straniera.

Viene così naturale capire attraverso questi dati quali problemi ci siano nella nostra struttura produttiva, e quali interventi si debbano fare per migliorarsi.

Per gli imprenditori i punti in questione si individuano così:

- La necessità di combattere il lavoro sommerso, il quale genera concorrenza sleale e priva le aziende in regola con la finanza pubblica di poter attingere ad un bacino di manodopera qualificata più ampio;
- Gli investimenti in infrastrutture di collegamento per ridurre i costi e aumentare il volume di produzione;
- Il miglioramento delle competenze professionali sia attraverso un miglioramento dell'istruzione superiore sia attraverso un numero più vasto e specializzato di corsi formativi;
- Un rafforzamento delle reti d'impresa.

Insomma i tempi avanzano e con loro anche il progresso, ma le criticità rimangono sempre le stesse degli anni passati. I processi di adattamento continuo sopperiscono alle mancanze di interventi pubblici ma essi non sempre superano le difficoltà e ciò porta al fallimento delle imprese e dei distretti.

In conclusione l'agenda è ricca di priorità per i distretti, alleanze tra distretti e sistema bancario, l'offerta di servizi pubblici più rapidi e meno articolati, un controllo maggiore nel territorio per combattere l'abusivismo e la concorrenza sleale, investimenti nella formazione per creare lavoro e la sua salvaguardia.

CAPITOLO IV

LE RELAZIONI TRA I DISTRETTI

Un argomento a sé sono le relazioni esistenti e quelle che si vanno a creare, quelle già presenti tendono a riconfigurarsi nel territorio per attrarre nuovi *competitor*.

4.1 LA FORNITURA A MONTE

Le relazioni più importanti, quelle alla base del processo produttivo sono quelle di fornitura in tutte le fasi della filiera.

Una quota consistente di imprese viene rifornita dall'esterno di prodotti come componenti, semilavorati e lavorazioni conto terzi, queste ricoprono un parte consistente dei fatturati dei distretti industriali presenti in tutto il territorio.

Sin dall'origine dei distretti si è ricorso all'outsourcing presso gli "specialisti" locali; anche grazie alle dimensioni ridotte delle imprese, le quali usavano la divisione locale del lavoro per utilizzare al meglio gli investimenti e le competenze, quindi sviluppare al meglio il *core business* e usare l'*outsourcing* come leva per accelerare la crescita.

Rispetto al passato si è cambiata la tendenza dall'utilizzare l'*insourcing* verticale di tipo fordista verso un modello di outsourcing. Le imprese che intrattengono relazioni con fornitori esterni lavorano in modi diametralmente opposti come:

- Affidano alle imprese subfornitrici fasi di lavorazioni che ora vengono svolte all'interno;
- Viceversa altre imprese fanno l'operazione opposta, ovvero decidono di realizzare l'*insourcing* producendo all'interno alcune fasi che prima venivano affidate all'esterno attraverso l'*outsourcing*.

La prima comunque è molto più utilizzata dalle imprese nonostante la perdita di fatturato che hanno avuto dalla recente crisi. Il mercato è sempre stato un mix tra concorrenza e cooperazione.

La logica della concorrenza prevale quando gli interlocutori a cui si rivolge l'impresa sono simili e quindi sostituibili in termini di qualità. Negli anni del fordismo, le imprese hanno esternalizzato le operazioni standard, le quali non avevano bisogno di rielaborazioni ma solo una produzione di massa semplice. Per questa condizione si creava un puro mercato tra imprese subfornitrici, dove il committente ricercava solamente i costi minori.

Con il passare del tempo invece, i processi sia nei distretti sia nelle catene di fornitura sono diventati più complessi e quindi adesso i fornitori vengono sollecitati a interpretare gli ordini e non più a riceverli e svolgerli in modo passivo. Non si guarda più solamente il fattore costo di fornitura, ma soprattutto l'elemento qualità.

4.2 LA CATENA DELLE FUNZIONI A VALLE

La parte della filiera che sta a valle non ha sempre le stesse caratteristiche, in quanto dipende soprattutto dalla posizione che occupa.

In genere questi ruoli sono ricoperti da due tipologie di imprese:

- Le prime sono le imprese che vendono la loro produzione ad altre imprese industriali, ovvero si scambiano macchine, semilavorati, componenti o servizi conto terzi. Il settore maggiormente interessato da questa serie di scambi è quello della meccanica;
- La seconda tipologia invece sono le imprese di piccola dimensione, le quali vendono per lo più a dettaglianti, retailer, alla grande distribuzione, a buyer o in misura ridotto ai consumatori finali.

“Da un punto di vista localizzativo invece i dati sono molto interessanti, le imprese che hanno come principali clienti quelli locali o regionali sono circa il 20%, quelli europei il 25% e quelli extra europei circa il 15%” (Unioncamere, 2014). Questi dati appunto ci mostrano che peso ha l'export al giorno d'oggi.

CAPITOLO V

INTERNAZIONALIZZAZIONE, TRA POLITICHE E SCELTE DISTRETTUALI

Dallo studio condotto fin qui si può capire che la propensione all'internazionalizzazione è uno dei principali elementi distintivi dei distretti industriali. Il loro punto di forza sin dall'inizio rimane la valorizzazione della qualità attraverso le competenze e le specificità del mercato estero. Quando si tratta l'internazionalizzazione dei distretti si fa un'analisi generale sull'intero sistema, senza mai approfondirne i casi. Gli obiettivi principali sono:

- Un orientamento alla vendita attraverso un ampliamento del mercato;
- Differenziazione presidiando nuove categorie di prodotti e di conseguenza attrarre altre nicchie di clienti finali;
- All'innovazione, condividendo conoscenze tra lavoratori o tra le imprese stesse.

5.1 LA SITUAZIONE ITALIANA NEI PRIMI ANNI 2000

L'internazionalizzazione italiana nei primi anni 2000 registra un ritardo nei confronti dei maggiori paesi industrializzati e anche rispetto ai sistemi non distrettuali. Solo l'8,4% delle imprese distrettuali ha stipulato accordi con partner esteri. Le iniziative non sono promosse a livello generale ma sono per lo più individuali e ciò crea disomogeneità. Dagli accordi conclusi con società estere si capisce che c'è una netta preferenza per le modalità di internazionalizzazione tradizionali.

Erano preferiti accordi che comportavano un livello di rischio molto basso, e un tasso di investimento moderato tale da evitare costi non recuperabili.

L'attività economica non mostra ancora segnali di ripresa dopo il fatale biennio 2008-2009, con ritmi di crescita uniformi. “Le recenti stime del Fondo monetario internazionale (FMI) indicano un leggero incremento del 3,1% del Prodotto interno lordo (PIL) mondiale per il 2013, perfettamente in linea con il livello del 2012”(Banca Intesa, 2014). Invece secondo l'United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD,2013), un recupero degli investimenti esteri ai livelli pre crisi è sempre più difficile, almeno per il momento.

In questo assetto si va designando un nuovo aspetto dell'economia mondiale, contrassegnato dall'emergere di nuovi player, dove le tradizionali gerarchie internazionali risultano profondamente modificate. Il contributo dei paesi emergenti alla crescita del PIL mondiale è sempre più elevato. “Anche l'analisi dei flussi degli Investimenti diretti esteri (IDE) nel 2012 confermava il sorpasso delle economie emergenti su quelle sviluppate, la Cina nella classifica

dei *Top investor* è terza dopo USA e Giappone, mentre è seconda dopo gli Stati Uniti nella capacità di attrarre IDE.”(UNCTAD,2013)

Le caratteristiche qualitative delle strategie internazionali, sono sintetizzabili in tre macro tendenze, per questo si trova l'esigenza di un riallineamento del tessuto industriale italiano che fino ad ora si è basato sull'export e al giorno d'oggi ha bisogno di modelli più evoluti. I modelli sono:

- Dai mercati tradizionali ai nuovi mercati. Con riferimento ai mercati internazionali e alle modalità di entrata, le imprese italiane soprattutto le imprese di piccole e medie dimensioni, devono incrementare le proprie quote di esportazioni verso i paesi emergenti. In particolare si deve prestare molta attenzione alle nuove classi di lusso che nei paesi emergenti attraggono molte imprese delle “3A” del *made in Italy*;
- Dalle modalità di entrata soft a quelle complesse. Soprattutto due grandi fattori, la legislazione dei paesi emergenti e l'ambizione di presidiare mercati lontani, generalmente richiedono alle imprese di passare dalle forme di entrata leggera come le esportazioni dirette o indirette a metodi più articolati come gli accordi e solo se le strategie lo dovessero richiedere in IDE come insediamenti produttivi e catene distributive.

Si tratta di sfide tutt'altro che facili per le imprese distrettuali, le quali si devono misurare con modelli di business innovativi, di nuovi mercati, di imparare a gestire organizzazioni in differenti aree geografiche, di creare nuovi sistemi di alleanze per la produzione e distribuzione su scala mondiale.

5.2 I MODELLI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

La strategia dell'internazionalizzazione a livello globale per lo sviluppo dell'impresa nei mercati esteri ha come scopo il miglioramento della capacità competitiva, facendo leva sullo sfruttamento della *core competence* su più mercati di sbocco, sulle economie estere e sulla capacità di trasferire capacità e competenze maturate a livello locale ad aree lontane dal modello originale.

Nell'ambito di tale disegno, le strategie di entrata si riferiscono agli specifici mercati di sbocco con cui l'impresa si relaziona.

Per costruire un vantaggio competitivo su scala globale sono due le questioni chiave, ovvero: il focus sulle modalità e ai mercati. Le modalità d'entrata sono comunemente divise in base

all'impegno organizzativo e finanziario in tre categorie: esportazioni, accordi e IDE. A loro volta queste categorie sono articolabili in altre forme.

5.2.A LE ESPORTAZIONI

Le esportazioni si definiscono “dirette” quando l'impresa opera in mercati esteri interagendo o con il cliente finale o con il cliente business (impresa industriale); oppure sono “indirette” quando l'impresa si serve di intermediari come *buyer*, *broker* e *trading company* a cui vengono affidati compiti commerciali.

Le esportazioni sono la modalità di entrata nei mercati esteri tipica delle imprese distrettuali. Da un lato i vantaggi di costo, la qualità del prodotto e l'effetto del *made in Italy* sono i principali fattori di successo che hanno permesso l'estensione del mercato oltre i confini nazionali, dall'altro punto di vista, questa è stata la strategia di crescita perseguibile dalle imprese distrettuali, soprattutto per quelle operanti nei mercati di nicchia.

Il successo per le imprese che aumentano le esportazioni non si basa più sul concetto tradizionale di efficienza dei meccanismi di divisione e specializzazione del lavoro tipici dei distretti e della svalutazione della moneta, per cui i prodotti riuscivano a penetrare nei mercati esteri grazie a prezzi convenienti e qualità indiscusse.

Oggi le imprese internazionalizzate hanno cambiato il loro posizionamento, rispondono direttamente alle minacce della concorrenza di prezzo scatenate dai Paesi emergenti, attraverso strategie di differenziazione che fanno leva sia su modelli tradizionali sia su modelli del paese d'origine, sulla qualità, il marchio e sulla fedeltà della clientela.

Le imprese che invece accusano maggiormente il calo delle esportazioni denunciano un calo della domanda sia nei mercati di consumo (clienti finali) sia in quelli industriali e rimangono vittime dei prezzi più bassi dei concorrenti.

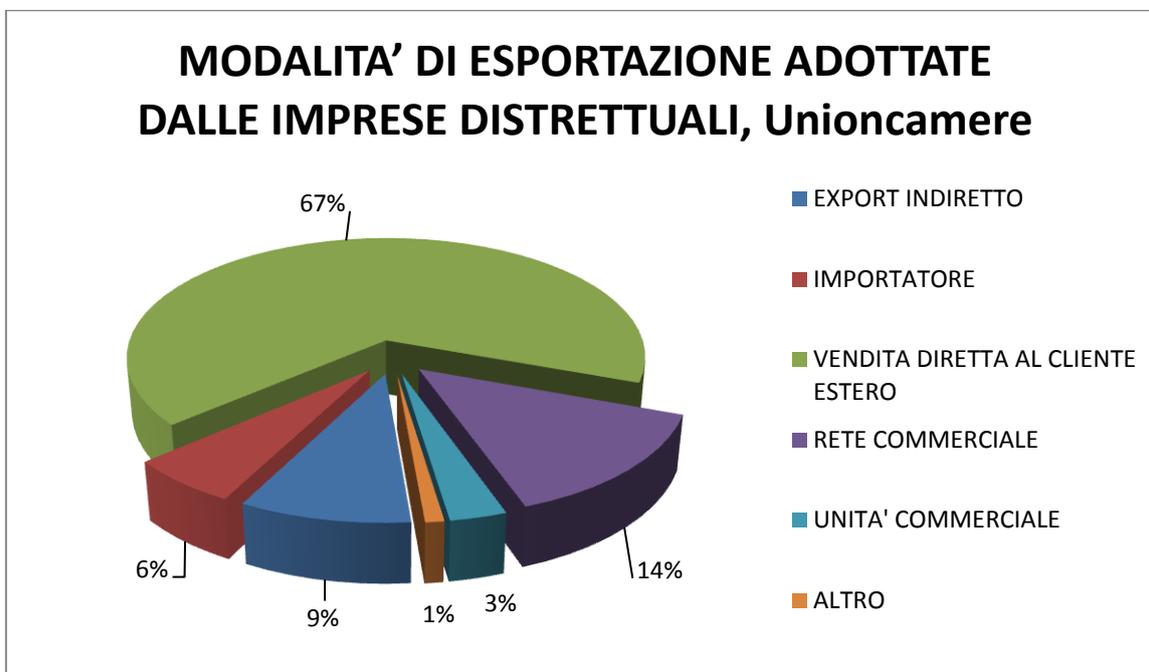
In conclusione chi non riesce a differenziarsi è destinato a soccombere sotto la morsa del calo della domanda e della competizione sul prezzo.

I distretti industriali italiani comunque prediligono le esportazioni nel territorio europeo. I paesi europei principali con cui scambiano sono Germania e Francia con rispettivamente il 37% e il 28% sulla loro quota totale di export. Mentre il principale mercato extra-europeo di destinazione dei prodotti italiani è quello degli Stati Uniti con un 16,6%, invece verso i Paesi arabi circa un 5,2%. L'area più attrattiva dell'Asia è quella orientale con la Cina i primis e poi a seguire Corea e Taiwan.

Per quanto riguarda i prodotti delle “3A” del *made in Italy* cioè abbigliamento, arredamento e alimentare i mercati focus per l'export sono la Russia, l'Europa centro orientale, quella

dell'Asia orientale e gli USA; mentre l'export per i distretti meccanici si interessano ai paesi dell'UE, Paesi arabi, India, Canada e America.

Per le imprese delle 3A si richiedono conoscenze delle specificità del mercato locale a cui adattare l'offerta di prodotto, mentre per il settore meccanico si richiede la capacità di fornire servizi post vendita di alto livello.



5.2.B GLI ACCORDI

Gli accordi sono forme di intesa con imprese nel paese di interesse, di tipo contrattuale non equity cioè non coinvolgono l'acquisto di quote di partecipazione societarie, due esempi sono il *licensing* e il *franchising*; mentre il tipo equity si può identificare in *joint venture*, essa consente di entrare nei mercati esteri attraverso la creazione di una grande società con una o più imprese locali.

Nelle strategie di internazionalizzazione, la tipologia di accordi che le imprese possono adottare per entrare nei mercati esteri è varia. Considerando le tipologie sopra citate può emergere il fatto che quasi la totalità delle imprese distrettuali se effettua accordi con partner esteri, lo fa solo con quelli con cui hanno già avuto rapporti in passato (90% delle imprese distrettuali). Il restante delle imprese cioè il 10% hanno invece accordi per de localizzare la produzione, per dare licenze o aprire franchising.



5.2.C GLI INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI

Gli investimenti diretti esteri hanno lo scopo di creare imprese sussidiarie estere, attraverso acquisizioni che possono essere totali o parziali. Gli investimenti diretti sono la modalità di entrata nel mercato estero che richiede il maggior impegno finanziario e organizzativo.

Pertanto, essa è una strada che non viene percorsa dalle imprese di minore dimensione, sia per la ridotta disponibilità di capitali, sia per la minore esperienza e capacità organizzativa che richiede invece questa politica di espansione.

In base alle premesse non sorprende come mai poche imprese hanno realizzato o realizzeranno degli IDE, però questo va sempre detto tenendo conto della paura di non avere un ritorno economico. Questo timore fa sì che le imprese selezionino accuratamente i propri *partner*.

Le imprese perciò agiscono attraverso *partner* dove hanno già proprietà o parte del controllo, mediante l'acquisto di partecipazioni di società. In particolare vengono acquisite imprese con le quali vi erano già stati rapporti di clientela, fornitura o concorrenza.

Gli investimenti principalmente sono di natura produttiva (Nord- ovest) e commerciale (Nord-est).

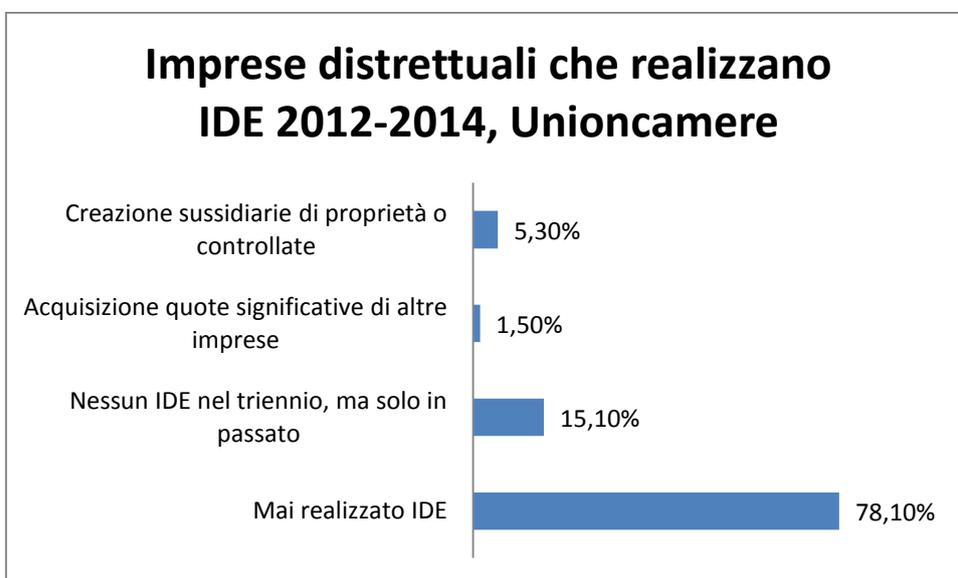
Se si considera la finalità degli investimenti, il potenziamento dell'efficacia commerciale prevale sulla riduzione dei costi, come quelli di manodopera, dazi e materie prime.

Per gli IDE in uscita dei distretti industriali italiani, si possono individuare dei Paesi che li attraggono maggiormente, soprattutto i Paesi europei come Spagna, Germania e Francia, poi seguono altri Paesi come India e USA. Una parte dei distretti però è riluttante a spostare la propria produzione o una parte di essa all'estero, in quanto per alcuni settori come le "3A" del *made in Italy*, esiste ancora un forte vantaggio competitivo legato al territorio.

Secondo un'analisi condotta da Intesa San Paolo, "l'Italia presenta una bassa capacità di attrarre investimenti diretti esteri (IDE), infatti il peso degli IDE in entrata è molto basso soprattutto nel confronto internazionale. Nonostante ciò le multinazionali presenti nel territorio apportano una buona parte del fatturato al nostro Paese di circa il 16,6%.

Le multinazionali sono poco presenti o quasi del tutto assenti in alcuni distretti come quelli del mobile, della concia e del tessile; ma al contrario sono molto presenti in quelli della pelletteria e degli elettrodomestici."

Queste evidenze indicano l'interesse delle multinazionali estere per i nostri distretti, in particolare per i territori ricchi di know-how produttivo. Bisogna però dare la giusta importanza anche alle multinazionali, le quali grazie alla loro fitta rete di retailer e punti vendita propri riescono a portare prodotti italiani in tutto il mondo.



5.2.D LA DELOCALIZZAZIONE DI PARTE DELLA FILIERA

La delocalizzazione di parte delle filiera, in un periodo di crisi, può essere l'unica soluzione per non sopperire alla stretta della concorrenza.

Vi sono numerose politiche di delocalizzazione all'estero come per esempio la creazione di reti di distretto transnazionali per aumentare la competitività delle PMI. La soluzione migliore sarebbe pianificare una strategia comune all'interno del distretto, in collaborazione con le autorità locali, creando una sorta di collegamento territoriale, industriale e culturale con i territori dislocati. Questa via però suggerisce di non delocalizzare l'intera filiera produttiva, ma di mantenere il nucleo finanziario e organizzativo del distretto nel territorio d'origine.

A partire dagli anni Novanta si è assistito ad un'intensificazione dei processi di fornitura e sub-fornitura dei distretti industriali e non verso i paesi emergenti. Tuttavia negli ultimi anni qualcosa è cambiato. Recentemente questa tendenza si è invertita, cioè c'è un lento ritorno dei processi che prima venivano esternalizzati verso i territori d'origine.

“Questo fenomeno è chiamato *reshoring*, ed è l'opposto dell'*offshoring*. Le imprese fanno marcia indietro rispetto all'*offshoring*; sempre più aziende che negli ultimi anni, prima e dopo la crisi, avevano de localizzato ora scelgono di rimpatriare, spinte dall'aumento dei costi del lavoro in Asia e dalla ripresa in America ed Europa, a volte invogliate anche da politiche fiscali e di semplificazione tese a riattirare in patria le imprese.” (il sole 24 ore)

Alcuni centri di ricerca universitari “Uni-CLUB MoRe Back-Reshoring”, hanno condotto uno studio sulle imprese internazionali che hanno deciso di riportare in patria produzioni prima localizzati all'estero. Il fenomeno si è intensificato dal 2009 fino ad arrivare al suo picco nel 2013 con più di 80 casi in un solo anno. Nella speciale classifica che riguarda questo fenomeno, l'Italia è seconda solo agli Stati Uniti.

Tra le principali motivazioni che hanno spinto a riportare in patria le produzioni prima esternalizzate vi sono vantaggi in logistica, la qualità delle produzioni “*made in*”, le riduzioni dei differenziali del costo di lavoro, la bassa qualità dei luoghi di delocalizzazione e i ritardi delle consegne.

Quasi tutti i marchi della moda presenti in Italia hanno deciso di ampliare o comunque innovare la loro produzione nel nostro territorio, decidendo di investire così in Italia i loro capitali e non più all'estero. Lo stesso discorso vale anche per i distretti meccanici.

5.2.E LO SDOGANAMENTO DELL'INTERA FILIERA

Lo sdoganamento dell'intera filiera produttiva è una pratica poco comune in Italia. Esso consiste nel creare un nuovo distretto industriale in un paese estero, questo però è formato da un insieme più o meno numeroso di imprese provenienti dal medesimo luogo d'origine.

Nel nuovo distretto si cerca di ricreare il vantaggio competitivo che si aveva inizialmente nel territorio d'origine per poter trovare un giusto *setting* per la competizione con i nuovi paesi emergenti.

La scelta del territorio dipende molto dal tipo di investimento e dagli incentivi per il finanziamento che i Paesi offrono per chi apporta nuovi capitali nel paese.

CONCLUSIONI

Questo elaborato ha lo scopo di mettere in risalto uno dei punti di forza dell'economia italiana, i distretti industriali. Essi fungono da motore trainante dell'economia, nonostante negli ultimi anni ci sia stata una forte crisi, la quale ha messo in seria difficoltà diverse economie con i loro relativi modelli. Una crisi che ha destabilizzato molti stati europei come Spagna, Portogallo, Grecia e anche la nostra penisola italiana.

All'interno di questo contesto, nei distretti si mira ad ampliare il proprio bacino di clienti, fornitori ed estendere la fama del proprio *brand*.

Questi obiettivi sono generalmente comuni alle imprese facenti parte dei distretti, nonostante esse non siano tutte uguali per forma giuridica, per ripartizione geografica o per dimensioni.

L'analisi ci permette di trarre delle considerazioni più o meno affidabili, in quanto non si può essere certi che la bontà dei dati sia ottima, perciò lascia spunti per nuovi studi e aggiornamenti. Quando si fanno delle interviste su larga scala i dati ottenuti e rielaborati sono già superati in quanto non è istantanea la loro trasmissione ai centri di ricerca.

Nonostante ciò i distretti industriali in Italia sono circa 141, con una distribuzione disomogenea nel territorio, la maggior concentrazione si ha nel Nord-est dove si è instaurata la classica impresa familiare. Delle circa 280.000 imprese distrettuali la maggior parte sono ditte individuali, con una percentuale del 47,4% del totale. Dai dati purtroppo emerge, come spesso accade, di assistere ad un ritardo del Meridione rispetto alla struttura maggiormente competitiva del Nord e Centro Italia. Infatti i prodotti creati dal Meridione sono meno tecnologici rispetto a quelli del resto d'Italia e perciò sono più soggetti alla concorrenza degli altri paesi come quelli emergenti.

Questi dati sono molto significativi anche per l'aspetto dell'occupazione, infatti le imprese offrono molta occupazione ai nostri lavoratori, i quali sono altamente specializzati e sono dotati del *Know How* riconosciuto in tutto il mondo.

I punti di forza delle imprese distrettuali sono inevitabilmente il "*made in Italy*" e la qualità del prodotto. Essi sono alla base della richiesta in Europa e nel mondo dei nostri prodotti. Quasi l'80% delle imprese distrettuali opera già con l'estero, e ciò ci dimostra la voglia di mettersi in discussione con i *competitor* di economie più sviluppate, cercando di innovarsi e posizionarsi al meglio nei mercati oltre confine.

Oggi il modello produttivo e organizzativo può essere definito policentrico, ovvero coesistono più fattori e strategie di crescita. Questo perché si perseguono vari obiettivi come l'ottimizzazione dei costi di approvvigionamento o di produzione, avvalendosi delle Innovation & Communication Technologies (ICT) prodotti dai comparti della R & S

distrettuali. Quindi si ha prevalentemente uno sguardo all'innovazione per creare tratti distintivi difficilmente replicabili e la necessità di ampliare i propri mercati.

L'internazionalizzazione italiana risulta in ritardo rispetto ai maggiori paesi industrializzati, per la scarsa disponibilità di capitali e anche per la bassa propensione al rischio d'investimento.

In conclusione, per ottenere un vantaggio competitivo si deve creare un mix di strategie di produzione e organizzazione flessibili che permettono repentini cambiamenti per adattarsi al mercato sia nazionale sia internazionale.

BIBLIOGRAFIA

Arnaldo Bagnasco. Tre Italie: la problematica territoriale dello sviluppo italiano, Il mulino, 1977.

Becattini G. Il concetto di industria e la teoria del valore, Torino, Bollati Boringhieri, 1962.

Becattini G., Industrial Districts. A New Approach to Industrial Change, Cheltenham, Edward Elgar, 2003.

Becattini G. Modelli locali di sviluppo, Bologna, Il Mulino, 1989.

DECRETO 21 APRILE 1993 (GU n. 118 Suppl.Ord. del 22/05/1993) determinazione degli indirizzi e dei parametri di riferimento per l'individuazione, da parte delle regioni, dei distretti industriali.

Fabio Sforzi, Il pensiero economico italiano, il distretto industriale: da Marshall a Becattini, Fabrizio Serra editore Pisa · Roma, 2008.

Fondo Monetario Internazionale.

Interventi per l'innovazione e lo sviluppo delle piccole imprese, LEGGE 5 ottobre 1991, n. 317.

INTESA SAN PAOLO, Economia e finanza dei distretti industriali Rapporto annuale – n. 7 Direzione Studi e Ricerche Dicembre 2014

ISTAT. <http://www.istat.it/it/archivio/archivio>

Marshall, Alfred (1890). Principles of Economics 1 (First ed.). London: Macmillan.

Mediobanca-Unioncamere (2013). Rapporto sulle medie imprese industriali italiane 2001-2011, Milano.

Norme in materia di attività produttive. Legge 11 maggio 1999, n. 140

Raffaelli T., Becattini G., Dardi M. (eds.), Elgar Companion to Alfred Marshall, Cheltenham, Edward Elgar, 2006.

UNCTAD 2013. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013_en.pdf

Uni-CLUB MoRe Back-Reshoring, argomenti.ilsole24ore.com/parolechiave/reshoring.html