

Università degli Studi di Padova – Dipartimento di Ingegneria Industriale
Corso di Laurea in Ingegneria Aerospaziale

***Relazione per la prova finale
«Made in Italy: applicazione in
ambito aerospaziale»***

Tutor universitario:
Prof. Stefano Renato Marotto

Laureando:
Daniele Vellar

Padova, 8/11/2024

- Il termine "Made in Italy" è diventato un'espressione capace di evocare, in tutto il mondo, l'idea dei prodotti italiani. Dai primi anni Duemila, la fama di questa espressione è cresciuta al punto da trasformarla in un vero e proprio brand, caratterizzato da un'altissima qualità che rende delle vere e proprie eccellenze i frutti del tessuto artigianale e industriale italiano.
- Una delle implicazioni più tangibili che il Made in Italy porta con se è il cosiddetto *country effect* collegato alla percezione che il consumatore ha di un prodotto e l'accostamento di quest ultimo ad un determinato Paese; infatti ogni Paese ha una propria identità che si riflette inesorabilmente sul prodotto stesso.
- Tale aspetto costituisce , ovviamente, una grande risorsa per il nostro Paese e per il nostro tessuto produttivo, rendendo però quanto mai necessario un intervento del legislatore nazionale o europeo affinché siano messe in campo adeguate misure di tutela di supporto, anche per contrastare le nuove e crescenti minacce del mercato globalizzato.
- La terza parte verterà sull'analisi del Made in Italy nel settore tecnologico e specialmente in ambito aerospaziale; in tale sezione verranno analizzati gli aspetti organizzativi, e non, che permettono all'Italia di essere tra i paesi leader in Europa e nel mondo nel settore dell'aerospazio.

- Questo lavoro mira, in primis, a delineare le caratteristiche del "Made in Italy" per comprendere la realtà dietro un termine che ormai è parte integrante del linguaggio comune, e contemporaneamente esaminare l'impatto delle recenti evoluzioni economiche su questo fenomeno.
- Analisi globale del concetto *Made in Italy* associata sia a fattori interni, come l'organizzazione stessa, sia al condizionamento del mercato dovuto a parametri esogeni.
- Esamina dei paradossi e delle nuove sfide che ogni giorno insidiano il complesso concetto di *Made in Italy*.
- Infine si procede con lo studio del *Made in Italy* tecnologico specialmente afferente al comparto aerospaziale, uno dei settori più rigogliosi e maggiormente in crescita.



- Primordialmente il "Made in Italy" si instaura in un contesto di imprenditoria simil-familiare, o comunque legato alle piccole o medie dimensioni delle aziende stesse.
- Come affermato da diversi personaggi illustri, tra cui Valerio Castronovo[2], il periodo del cosiddetto miracolo non sarebbe di certo stato possibile in mancanza della manodopera a basso costo, allora abbondantemente presente, che invece ha garantito, per un ampio arco temporale, un importante vantaggio competitivo in termini di costi.
- Approdando nei primissimi anni Sessanta, si inizia ad intravedere la tendenza da parte delle imprese medio-piccole di organizzarsi in una sorta di rete in cui le imprese, concentrate in maniera locale, stabilivano talvolta relazioni di concorrenza e talvolta relazioni di cooperazione
- Il Made in Italy d'altro canto è percepito da tutti come un concetto valoriale che affonda le proprie radici nella tradizione e nell'ingegno, dunque è possibile definire il Made in Italy come un vero e proprio patrimonio culturale, sociale, economico e d'immagine fondamentale per il Sistema Italia.



- Il concetto di Made in Italy dalla sua coniazione fino ai tempi d'oggi ha subito non poche modifiche in termini di struttura manifatturiera italiana. Tra i più significativi possiamo trovare:
 - la tendenza, per quanto riguarda le aziende manifatturiere, a ridurre le proprie dimensioni;
 - sviluppo verso un mercato in cui risulta necessario un alto contenuto di know-how, come quello aerospaziale;
 - la predisposizione delle imprese verso l'agglomerazione nei cosiddetti sistemi locali.
- Nel passato e ancora oggi la PMI ha sicuramente generato delle condizioni favorevoli come ad esempio: la resilienza, dovuta alla "leggerezza" della struttura su cui si regge, la facilità nell'adattarsi alle variazioni di mercato e alla multifunzionalità dovuta alla polivalenza degli operatori che lavorano all'interno dell'azienda. Il modello della *lean production*, in totale contrapposizione alla produzione di massa ovvero quella basata su larga scala mediante l'attuazione della catena di montaggio è preferibile poiché tale modello basato sulla produzione in isole/aree si avvicina maggiormente alle peculiarità del tessuto e della struttura produttiva delle PMI italiane.



- Analsi dei fattori esterni al *Sistema Italia*, i quali comportano delle implicazioni tutt'altro che marginali.
- Dunque se è innegabile la globalizzazione in sè, è altrettanto importante difendersi e tutelarsi da quella che è la globalizzazione economica; affinché questo accada l'Europa non deve essere percepita solamente come luogo del consumo, ma deve dimostrarsi come il mercato più maturo.
- 2 grossi scossoni politici-economici ossia l'avvento del Covid e il blocco del canale di Suez hanno:
 - precluso la libera circolazione di beni e persone mediante la serrata chiusura delle frontiere nazionali;
 - messo a nudo le fragilità di un sistema commerciale interconnesso e globalizzato, infatti è bastato il blocco di una sola via di comunicazione strategica per fermare una parte importante dei traffici internazionali di merci.
- Uno strumento fondamentale di tutela, ovverosia i dazi, ci viene in soccorso. Su questo tema si contrappone dunque chi crede che i dazi siano antieconomici e altri invece credono che la politica economica europea in entrata, ovvero senza l'applicazione di dazi, si sia rovinosamente schiantata sulla realtà.



- Strettamente legato al fenomeno della globalizzazione troviamo un altro elemento che, prevalentemente al di fuori dei confini nazionali, condiziona in maniera determinante le scelte effettuate dal consumatore: stiamo parlando del cosiddetto *Italian Sounding*. Letteralmente questa locuzione significa "suonare Italiano", richiamando il fenomeno di utilizzo di parole, immagini, colori (come il tricolore), riferimenti geografici o marchi che richiamano l'Italia per vendere e promuovere prodotti che, in realtà, non sono Made in Italy.



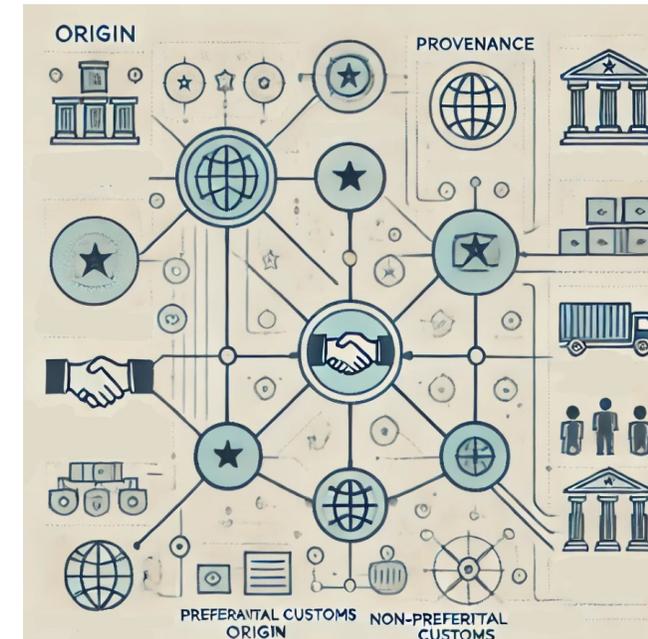
- Dunque le imprese italiane, oggi, si trovano ad affrontare una doppia sfida: da un lato, combattere il problema della contraffazione e dall'altro gestire la concorrenza dei prodotti con marchio "Made in Italy" che, però, vengono in gran parte fabbricati all'estero pur rientrando nel mercato legale.

- I fattori esterni, come quello della globalizzazione o come la dinamicità tecnologica hanno spinto le PMI a stringere alleanze di carattere verticale, anche quando il settore coperto dalle stesse non corrispondesse minimamente. Ecco che il concetto di filiera produttiva, proprio perchè forzare ad allargare i propri orizzonti andrebbe contro natura, riesce ad ovviare al problema della dimensionalità; facendo ciò l'impresa è inserita in una *supply chain* ben più strutturata.

- La filiera, per riassumere, va dunque oltre al concetto di distretto industriale, in quanto quest ultimo nasce dall'aggregazione per gemmazione.
- Il distretto deve lavorare per verticalità, dunque la filiera non è antagonista del distretto, ma anzi è proprio essa che ha il compito di innescarsi nell'altro.



- Poichè riteniamo assodato il fatto che il Made in Italy esista e sia percepito, prima di difendere questo ecosistema, dobbiamo a monte definirlo e delinearlo. Per fare ciò, a scampo di equivoci, risulta superfluo, inutile e addirittura dannoso analizzare cos'è e cosa non è "Made In Italy" tramite considerazione personali e soggettive; dunque è necessario in primis visionare la vigente normativa.

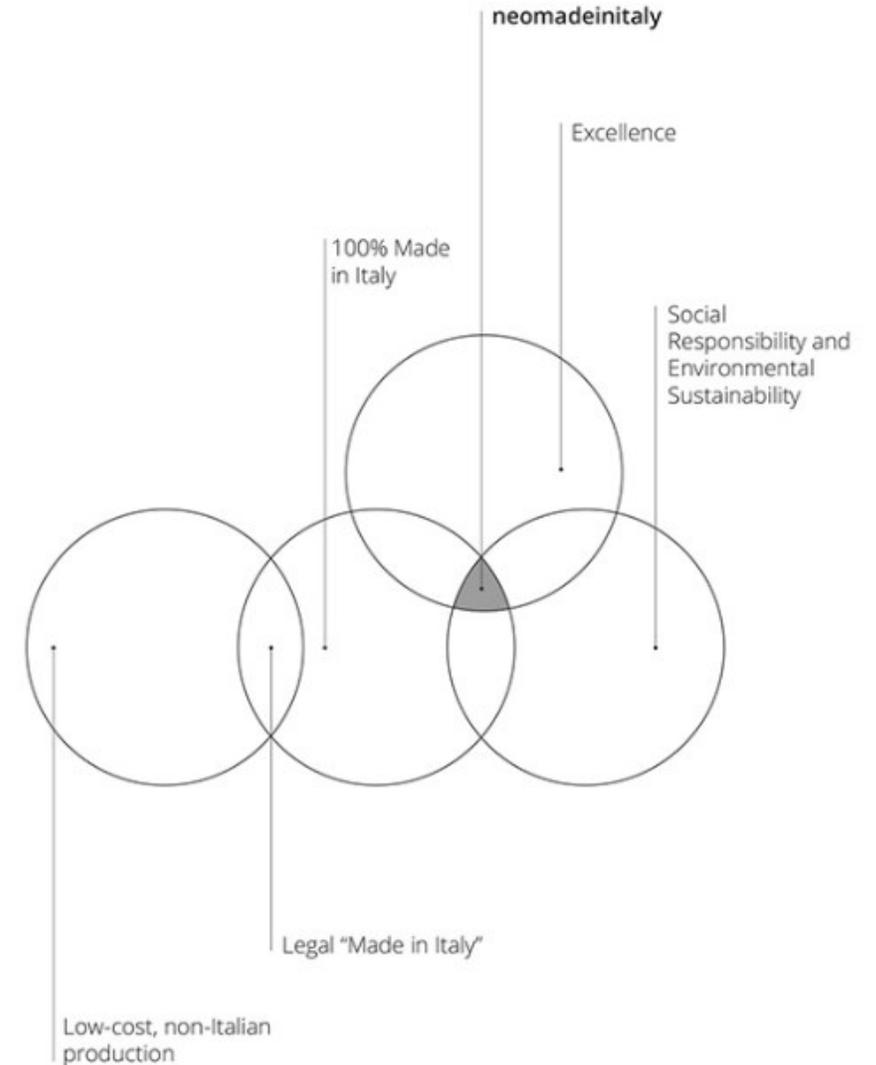


- Analizzando la normativa sul marchio d'origine "Made in Italy", è importante chiarire il significato di termini come: origine, provenienza, origine doganale preferenziale e origine doganale non preferenziale.
- Tuttavia, la norma purtroppo spesso crea aleatorietà ed è anche soprattutto per questo motivo che si creano vuoti normative falle, dubbi e incertezze difficilmente sanabili.

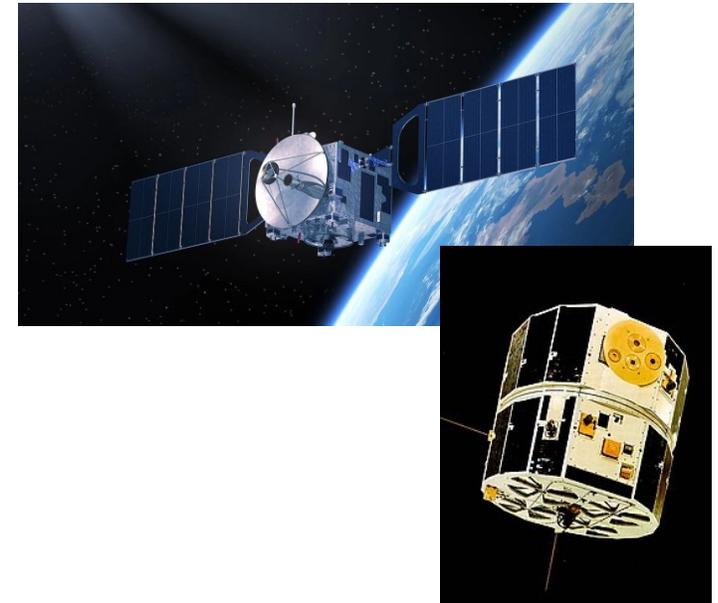
- Possiamo dire che, nonostante i limiti imposti dall'Unione Europea sul "Made in Italy doganale", si sono venuti a creare consorzi e Istituti di tutela che permettono ai consumatori e ai negozianti di verificare la reale origine dei prodotti italiani; dunque tale azioni sono una forma di reale autotutela partita dagli imprenditori stessi.



ISTITUTO TUTELA PRODUTTORI ITALIANI
TUTELA VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADEINITALY



- Quando si parla di aerospazio , difficilmente l'opinione pubblica italiana associa questo mondo all'eccellenza della produzione italiana, come potrebbe essere per altrui settori come quello agroalimentare. In realtà l'aspetto tecnologico europeo e soprattutto italiano è conosciuto e apprezzato in tutto il mondo; basti pensare a progetti faro come:
 - Copernicus: definibile come il sistema di osservazione terrestre più avanzato mai costruito fino ad ora
 - Galileo: sistema GNSS con accuratezza dei dati estremamente alta
 - EGNOS: fornisce servizi di navigazione in ambiente critico per la sicurezza, ad esempio nel settore dei trasporti aerei, marittimi e terrestri.
- Lo sviluppo tecnologico ha permesso un progressivo cambiamento passando dai satelliti spinnanti (voluminosi e pesanti) dal costo specifico mediamente alto, ai più leggeri e duttili satelliti stabilizzati a 3 assi; questo oltre a favorire la ricerca e lo sviluppo ha generato opportunità di montaggio su queste piattaforme anche a payload che prima, per ragioni economiche, non avrebbero mai potuto sfruttare



- Ciò che distingue l'Italia è la sua completa catena del valore aerospaziale, che comprende servizi di progettazione, sistemi aeronautici, produzione di motori, fabbricazione di componenti, assemblaggio, manutenzione e servizi di supporto. Questa peculiarità ha contribuito a far diventare il settore dell'aerospazio sempre più attraente agli occhi degli investitori, e se nel 2020 a livello globale il settore valeva all'incirca 450 miliardi, nel giro di 20 anni, secondo alcuni enti tra i quali Morgan Stanley, questo numero è destinato a più che raddoppiare.
- Regolamento europeo del 27 ottobre 2023 estende in Italia il sistema europeo di protezione delle indicazioni geografiche per prodotti non agroalimentari ed essa ha come obiettivo principale, quello dell'istituzione di un quadro normativo autonomo che garantisca protezione uniforme all'indicazione geografica di prodotti artigianali e industriali nel territorio dell'Unione europea, con riferimento al mercato fisico e a quello online.

2023/2411

REGOLAMENTO (UE) 2023/2411 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

del 18 ottobre 2023

**relativo alla protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti artigianali e industriali e che
modifica i regolamenti (UE) 2017/1001 e (UE) 2019/1753**

- Il fatto di ricoprire posizioni di rilievo nei mercati internazionali consente di generare un effetto moltiplicatore sui territori; accanto ai grandi player, infatti, troviamo una notevole quantità di PMI operanti nel settore che hanno consentito la creazione naturale di ben 15 distretti industriali dell'aerospazio.



- L'innovazione e gli altissimi standard di affidabilità e qualità rendono i componenti e i prodotti finiti italiani, tra i più apprezzati nel settore tecnologico mondiale. Nello specifico l'innovazione è una leva fondamentale per il vantaggio competitivo e costituisce il cuore della competitività del valore economico dell'industria aerospaziale italiana

- Negli ultimi anni, con l'exploit della space economy, sono nati diversi servizi di *launch & deployment* e in generale di assistenza e servizi legati alla cosiddetta logistica spaziale.
- Questi hanno garantito l'allargamento della prospettiva del mondo "spazio" con l'obiettivo principale di ridurre i costi dei viaggi spaziali e più in generale dimostrando che l'innovazione e l'efficienza nei costi sono possibili anche in un'industria tradizionalmente dominata da enti pubblici come potrebbero essere NASA o ESA.



- Il fatto dunque che anche i privati abbiano accesso libero a questo settore ha significato un passo verso la competitività e l'innovazione, ma il tutto con una forte necessità di essere normato e regolamentato: proprio in questa direzione va l'ultimo provvedimento proposto dal Ministro Urso, il quale dovrebbe essere approvato in concomitanza della legge di bilancio dell'anno corrente.

- Strumenti di difesa e tutela più efficaci
- Aiuto e supporto alle imprese che fanno del **vero** Made in Italy motivo di vanto a livello mondiale
- Semplificazione e in maggiore trasparenza per il marchio di origine
- Ridurre le ambiguità e le incertezze relative al *country of origin effect*
- Globalizzazione e dazi come strumento di contrattazione
- Valorizzazione di accordi intereuropei

