

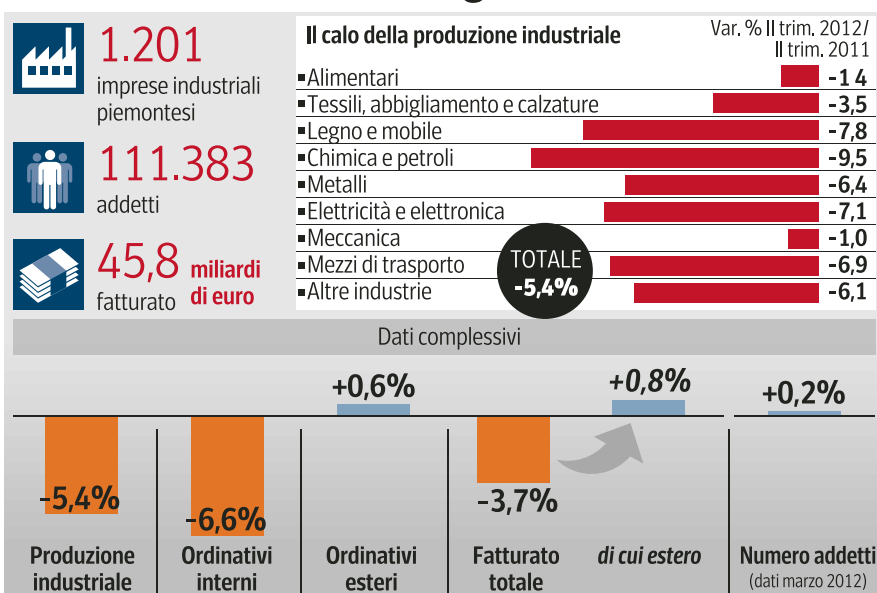


UN'INDAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Mancano i soldi? Ma per l'estero bastano buone idee

di Giampaolo Vitali

Identikit dell'economia regionale



Fonte: Unioncamere Piemonte, 163ª Indagine congiunturale sull'industria manifatturiera piemontese

D'ARCO



Le incertezze presenti nel quadro macroeconomico nazionale influenzano pesantemente l'economia piemontese, con effetti sul comportamento microeconomico delle imprese, delle famiglie e dei lavoratori che sono oggi molto evidenti e rapidi nel loro dispiegarsi.

Il fenomeno in atto può essere in parte attribuito alla lunga coda della crisi finanziaria del 2008, che si è prima trasformata nella crisi del debito sovrano e poi nella crisi dell'economia reale: le regioni che in un primo momento sembravano più lontane dagli effetti della crisi finanziaria, sono oggi le più esposte alla crisi industriale.

Inoltre, da una parte, la crisi ha intensificato e reso più rapida la «normale» evoluzione dei sistemi economici moderni, che vede uno spostamento delle attività verso il terziario e l'economia della conoscenza, dall'altra, la crisi ha enfatizzato la divergenza nei tassi di crescita delle economie mondiali, con una dicotomia «Est-Ovest» nelle prospettive di sviluppo che influenza l'allocatione degli investimenti.

All'interno di questo quadro, il Piemonte rappresenta un'avanguardia dell'economia italiana: con la sua configurazione industrialista, il Piemonte è un anticipatore del cambiamento che pervaderà anche il resto dell'economia italiana. Si tratta di una caratteristica già presente nei normali cicli congiunturali: il Piemonte ha sempre anticipato la crisi economica e la successiva ripresa congiunturale, a causa della sua specializzazione nei beni industriali e di investimento, nonché nei beni di consumo durevole.

Questa volta gli effetti che il «Laboratorio Piemonte» avrà sul resto del Paese saranno anche strutturali: il risultato della lotta alla deindustrializzazione in atto nella nostra regione influenzerà le scelte delle altre regioni industrializzate, dove la crisi si sta avvitando su se stessa con risultati simili a quelli piemontesi. Il «Laboratorio Piemonte» deve essere attivo in tutti gli ambiti dell'economia, non soltanto nella ricerca di nuove relazioni industriali e ammortizzatori sociali, ma anche con riferimento ai processi di internazionalizzazione e di innovazione nelle piccole imprese, ai rapporti impresa-università, allo start up di imprese innovative.

Il «Laboratorio Piemonte» ha la strada segnata. Lo dicono le ultime indagini congiunturali quando mostrano che la crisi delle imprese legate alla domanda interna rispetto alle buone performance delle imprese che esportano, soprattutto verso i Paesi in via di industrializzazione (come i Bric, per esempio). Purtroppo, le esportazioni piemontesi, e quelle italiane più in generale, destinate ai Paesi a rapida crescita sono molto ridotte in termini assoluti, e pesano pochi punti percentuali sulle esportazioni totali, sebbene abbiano mostrato una dinamica positiva anche durante

gli anni peggiori della crisi. Trasformare la regione in una piattaforma produttiva per i lontani mercati asiatici è un disegno ambizioso, ma non irrealizzabile per il «Laboratorio Piemonte», se consideriamo attentamente i punti di forza delle imprese vincenti a livello internazionale. Il vantaggio competitivo delle imprese piemontesi che esportano è legato a fattori non-price, quali innovazione, marketing, qualità produttiva, tutti elementi che giocano a favore di una forte differenziazione di prodotto, necessaria per rendere le nostre produzioni non comparabili dal lato del prezzo con quelle della concorrenza asiatica. La differenziazione più spinta si ha nei prodotti più difficilmente imitabili, quelli che estraiamo direttamente dal nostro territorio, come nel caso dell'enogastronomia doc-dop. Ma anche nei macchinari personalizzati, nei componenti industriali di alta gamma, nella filiera dell'arredo-moda e negli altri settori manifatturieri esiste comunque la possibilità di esportare nei luoghi dove oggi è maggiore la crescita economica. Molte imprese sono già attive in questa difficile strategia, che richiede nuovi investimenti organizzativi e di marketing, in aggiunta ai «tradizionali» investimenti tecnologici.

Il «Laboratorio Piemonte» si realizza se c'è uno sforzo congiunto da parte di tutti gli stakeholder piemontesi, banche, imprese, lavoratori, istituzioni, e la mancanza di risorse finanziarie pubbliche non deve essere utilizzata come scusa per non agire. Per stimolare gli investimenti privati occorrono soprattutto nuove idee: lasciamole germogliare e crescere.

La concorrenza internazionale spinge le aziende a mutare modello di business. I legami con la ricerca, però, sono ancora limitati

© RIPRODUZIONE RISERVATA