

Uno studio di Banca Intesa e Venice International University: i modelli vincenti di Soft Line e Alga

Nei distretti c'è anche chi corre

Le buone performance legate più alle strategie delle singole aziende che all'appartenenza a un'area

MILANO ■ Come nelle tappe di montagna. Oggi il gruppo si è sgranato, con pochi soggetti coinvolti in una volata tutta in salita. Va avanti chi cerca strade nuove, rafforza management e risorse umane. La metafora ciclistica è efficace perché fotografa al meglio l'evoluzione dei distretti italiani, per anni considerati isole felici. Oggi in grande sofferenza, con molti casi di imprese che registrano, tuttavia, buoni risultati di crescita e redditività. Come testimonia lo studio realizzato da Banca Intesa e dal TeDis della Venice International University. Un'analisi sui distretti italiani, «che stanno cambiando pelle», con modelli vincenti di impresa come la Soft Line di Bari (salotti) o l'Alga di Milano (tecnologia per l'edilizia).

«Dopo Natuzzi siamo i secondi produttori in Italia — spiega l'ad. Roberto Romano — vendiamo il 100% all'estero e siamo leader in Gran Bretagna, forti negli Usa». Prodotto di qualità medio alta con i servizi al cliente che fanno la differenza: «noi gli portiamo il prodotto direttamente a casa, cosa che i cinesi ancora non riescono a fare». Per l'Alga (31 milioni fatturati e 100 dipendenti), invece, «innovazione e ricerca sono vitali» spiega il presidente Agostino Marioni. Prodotti antisismici, giunti di dilatazione, apparecchi di appoggi strutturali. «Abbiamo un laboratorio avanzato, utilizzato anche dal Politecnico di Milano, e 50 brevetti depositati». Ma la ricerca non si ferma: «Abbiamo studiato nuovi giunti di dilatazione fino a 6 metri che saranno utilizzati nell'aeroporto di Tokio Haneda e ai quali sono molto interessate le due cordate concorrenti per la costruzione del Ponte di Messina».

Solo alcuni dei casi esaminati, in

Salmoiraghi: forse c'è stato troppo immobilismo da parte degli imprenditori

Passera: le Pmi italiane possono combattere il rischio del declino

forzi che in passato. Perché, aggiunge «forse c'è stato immobilismo da parte degli imprenditori che per troppi anni si sono cullati sui successi del passato, attratti più da investimenti redditizi che dalla passione per la propria fabbrica». Poi l'invito alla politica «distratta» ad agire «perché una squadra di calcio che si chiude in difesa perde la partita». Attaccare per la politica vuol dire affrontare i temi del costo del lavoro e del cuneo fiscale, per le imprese significa crescita, riequilibrio finanziario, aumento della capitalizzazione. Con le banche che giocano un ruolo di primo piano.

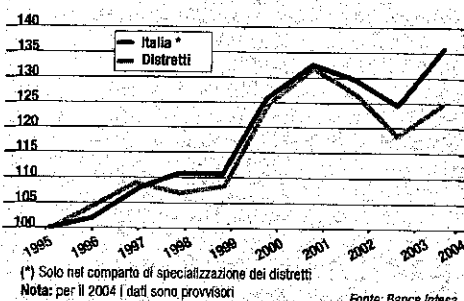
La crisi dell'industria italiana non è senza sbocchi, ha puntualizzato Corrado Passera. «Le pmi italiane possono combattere il rischio del declino» ha detto l'amministratore delegato di Banca Intesa, annunciando per il 12 luglio la presentazione di un piano aziendale che avrà al centro l'impresa. «Il futuro non può essere fatto solo di società di servizi — ha detto Passera — o di nicchie di alta gamma, serve anche una base manifatturiera e i grandi mercati dell'alta tecnologia». In un'ottica di rilancio, l'economia l'Italia necessita di «più Europa» e non di prendere le distanze dal Vecchio continente, ha puntualizzato l'ad di Banca Intesa. E il percorso è già tracciato dall'Agenda di Lisbona. «Quella è la strada, un piano serio, forse velleitario come tempi, ma serio». Infine un riferimento all'operazione Unicredit-Hyb. «Le banche italiane — ha concluso Passera — non hanno nulla da invidiare alle migliori banche europee e se oggi una delle migliori banche italiane va a prendersi la seconda banca tedesca, possiamo chiudere la bocca a tutti quelli che hanno il complesso d'inferiorità».

Laura Di Pillo

Un modello in evoluzione

LE DIFFICOLTÀ DELL'EXPORT

Esportazioni dei distretti: le difficoltà recenti (1995=100)



MARGINE OPERATIVO LORDO/FATTURATO '00-'03

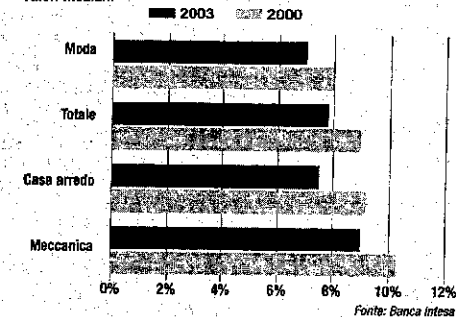
Dati in percentuale

Modelli di impresa	Vincenti	In corsa	Prudenti	In difficoltà
Impresa tradizionale	27,9	17,9	25,3	28,8
Impresa con apertura commerciale	28,3	25,6	14,4	31,7
Impresa aperta a monio	23,3	34,2	24,7	17,8
Impresa a rete aperta	33,8	17,5	25,0	23,8
Media	28,2	21,9	22,2	27,8

Fonte: TeDis

INTERNAZIONALIZZAZIONE E PERFORMANCE

Valori medi



I distretti soffrono

Il modello è sottoposto ad elevate pressioni competitive, particolarmente in difficoltà le imprese del Sistema Moda che dal 2000 al 2004 registrano un arretramento del fatturato. Anche la redditività è in calo. Nei 4 anni presi in considerazione i margini operativi (mol/fatturato) si sono deteriorati in tutti i settori. Vince l'impresa a rete, chi innova, si allea e si rafforza all'estero. Anche se non esiste una correlazione univoca tra internazionalizzazione e performance, i risultati migliori si raggiungono con investimenti strategici innovativi e riqualificazione del management e delle risorse umane.

un campione di circa 650 aziende in 41 distretti industriali della moda, della meccanica, dei prodotti per la casa che fanno i conti con un drammatico calo di fatturato e redditività. Chi ha vinto ha puntato su innovazione tecnologica, di design, su politiche di marketing aggressive e di difesa dei marchi, sul potenziamento della dotazione di Ict, la capacità di internazionalizzare, la formazione delle risorse. «Le buone perfor-

mance sembrano sempre più legate alle strategie delle singole imprese più che all'appartenenza al distretto» spiega Gregorio De Felice responsabile dell'Ufficio Studi di Banca Intesa. Ma non esiste una correlazione univoca tra internazionalizzazione e performance. «Significa — spiega Stefano Miceli della TeDis — che emerge un nuovo modello distrettuale con una rilevanza crescente di figure professionali tradizionalmen-

te poco utilizzate, come direttori di ricerca, dei sistemi informativi, direttori di modellazione e prototipazione. Nuovi profili a lungo messi in secondo piano e che oggi rappresentano la spina dorsale di una nuova competitività».

«Il distretto non è morto — spiega Sandro Salmoiraghi vice presidente di Confindustria — ma è in una fase di trasformazione», all'imprenditore si richiedono maggiori

risorse. «Il modello è sottoposto ad elevate pressioni competitive, particolarmente in difficoltà le imprese del Sistema Moda che dal 2000 al 2004 registrano un arretramento del fatturato. Anche la redditività è in calo. Nei 4 anni presi in considerazione i margini operativi (mol/fatturato) si sono deteriorati in tutti i settori. Vince l'impresa a rete, chi innova, si allea e si rafforza all'estero. Anche se non esiste una correlazione univoca tra internazionalizzazione e performance, i risultati migliori si raggiungono con investimenti strategici innovativi e riqualificazione del management e delle risorse umane.»

