

Multinazionali a cielo aperto

Quanti gruppi economici a 'cielo aperto' abbiamo in Ticino? E quanti ne potremmo avere se giocassimo meglio le carte della creazione del valore tra le imprese del territorio?



Dalmazio Zolesi,
Direttore Helvia Partners
Management Consulting, Lugano

La globalizzazione ci insegna a caro prezzo che la competizione economica si fonda sempre più sui sistemi e sulle reti di creazione del valore che non sulla classica impresa individuale di stampo fordista. L'hard economy, costituita dai 'grandi campioni', si trova a fronteggiare un nuovo tipo di concorrenza che proviene dalla capacità competitiva delle Pmi raccolte in distretti e reti d'impresa.

La crescita e la competitività globale non sono di esclusivo appannaggio delle imprese medio-grandi, quelle dalle 'tasche profonde' per intendersi, ma possono essere perseguite efficacemente anche dalle Piccole e medie imprese. Accordi di licensing, franchising, sistemi di marketing verticale, contract manufacturing, ecc..., sono veicoli per acquisire vantaggi competitivi e uno status world-class.

La Fiat a cielo aperto. È di questi giorni la pubblicazione di una ricerca dell'Ervet che tratta della valorizzazione territoriale e delle eccellenze di filiera in Emilia Romagna.

Ne viene fotografato l'intero comparto motoristico che va da Piacenza a Rimini. Le cifre sono sbalorditive. Imprese eccellenti: 1277, di cui 173 nella filiera automobilistica (tra cui Ferrari, Maserati, Bugatti, Lamborghini), 37 nella filiera moto (tra cui Ducati, Minarelli, Moto Morini), 304 nella filiera macchine agricole e movimento terra (Case New Holland, Maletti, Landini, Emak) e 763 imprese nella componentistica (indotto trasversale e diretto).

Un comparto di diverse decine di migliaia di addetti e oltre 6 miliardi

di euro di export annuali. Una vera Fiat a cielo aperto! Una lezione di soft-economy, a dispetto della crisi di Mirafiori e della chiusura di Arese.

Il modello territoriale. A differenza di Torino o Milano, però, in Emilia Romagna non c'è mai stata una fabbrica automobilistica di grandi dimensioni.

Questa cultura industriale non è ereditata dalla storia! È stata creata dall'operosità, dalla cooperazione e dalla passione per i motori dei padani. Ha prodotto eccellenze internazionali come la Ferrari, la Ducati, il Motor Show, il Gran Premio di Imola, l'Istituto di Scienza dell'Automobile Ignazio Giunti di Modena.

Una piattaforma regionale strettamente interconnessa, con al centro i saperi territoriali e l'alta tecnologia, alimentati da politecnici e istituti tecnici e tutto attorno la fitta rete delle imprese emiliane. Dalle imprese capofila, che forti della notorietà dei loro brand, assumono la leadership e il coordinamento di filiera, alle imprese ausiliarie, che alimentano le imprese capofila pur non rinunciando ai propri mercati di sbocco.

Valorizzare il Territorio. Promuovere l'economia di un'area geografica significa considerare il Territorio con la T maiuscola e non minuscola. Il territorio con la t minuscola è un mero elenco delle imprese e degli enti culturali presenti in un determinato confine geo-politico.

La politica del territorio normalmente si limita a distribuire 'contendenti' finanziari su temi quali: l'in-

novazione, l'internazionalizzazione, l'ecologia, ecc..., e fa una grancassa mediatica su progetti calati dall'alto, che, alla prova dei fatti, non suscitano interesse.

Si fonda su una visione economica esclusivamente regionale, è affetta da burocratismo, elogia l'individualismo delle imprese ed è tipicamente autoreferenziale.

Il Territorio con la T maiuscola è invece una piattaforma di raccolta e valorizzazione dei saperi territoriali in funzione delle abilità competitive e imprenditoriali delle imprese locali. La politica del Territorio parte da una visione economica globale e individua i comparti ad alta attrattività per le imprese del proprio territorio. Mobilita progettualmente le risorse strategiche e le competenze distintive attorno ai temi della competitività internazionale. Contribuisce a chiudere i gap di filiera, modernizza le strutture e cross-fertilizza i vantaggi competitivi. Incentiva la comunicazione interaziendale e il gioco di squadra tra gli attori economici, scientifici e finanziari.

Quante multinazionali a cielo aperto ci sono in Ticino? La piattaforma motoristica emiliano-romagnola ci mostra l'esempio di un gruppo economico informale, 'a cielo aperto', di pari rango rispetto alle maggiori case internazionali.

Anche noi dobbiamo chiederci: quante multinazionali a cielo aperto abbiamo in Ticino? E soprattutto: quante ne potremmo avere, attuando la politica del Territorio e valorizzando il nostro patrimonio culturale ed esperienziale?