

Ripensare l'Italia dei territori: realtà, prospettive e nuove rotte delle PMI

Senza pretesa di esaurire in un *paper* introduttivo e informale la complessità dei temi che concorrono a determinare il campo oggetto del dibattito (le prospettive delle PMI come nucleo centrale della formazione economico-sociale italiana, che più volte abbiamo definito per brevità *capitalismo di territorio*), questo documento si propone di offrire una griglia, sia pure parziale e destrutturata, di argomenti per l'analisi della transizione in corso. L'analisi si colloca all'incrocio tra società ed economia: il cambiamento economico procede sempre, in un gioco bidirezionale e asincronico di cause ed effetti, parallelamente alla trasformazione degli assetti sociali, culturali e istituzionali a molteplici livelli (geopolitici, della statualità, attinenti alla "microfisica" dei poteri locali).

1) Necessario *frame* della riflessione è una **periodizzazione della transizione**, che tracci un bilancio di ciò che è stato e "non è più" e provi a delineare tendenze riguardanti ciò che sarà (o *potrebbe esserci*) ma "non è ancora". Siamo dentro un passaggio di fase e la crisi, oltre che esito di contraddizioni sistemiche, è sintomo e prodotto di una trasformazione degli assetti produttivi le cui radici si allungano a prima del 2008 e il cui impatto durerà oltre il 2015. Punto di partenza della riflessione è il definitivo superamento della specifica via dello sviluppo di larga parte dell'Italia industriale che in tanti, a partire dai seminali studi degli anni Settanta e Ottanta sulla Terza Italia, abbiamo interpretato come alternativo al paradigma della *produzione di massa* le cui industrie di riferimento (e le relative forme di organizzazione sociale e rappresentanza) erano insediate soprattutto nel vecchio "triangolo" industriale e metropolitano del Nord-Ovest. Orizzontalità giustapposta a verticalità, decentramento e flessibilità contro integrazione e gerarchia, replicabilità contro generalizzazione.

L'immagine *orizzontale* dell'economia diffusa, in realtà, appariva superata già negli anni Ottanta e Novanta, quando questi sistemi locali iniziarono a verticalizzarsi, dando tuttavia vita a forme di divisione del lavoro che avrebbero assicurato a lungo una redistribuzione "vantaggiosa" sul territorio. Le medie imprese che si affermavano come leader di filiere localizzate, specializzate nei settori leggeri del *made in Italy*, facevano ancora da traino al tessuto diffuso della piccola impresa, agendo da collettore e distributore di saperi, innovazioni, tecnologie. Questo processo ha avuto decine di varianti locali o settoriali, ma è stato nella sostanza la base dello sviluppo, quasi ovunque, delle medie e medio-grandi imprese leader di nicchie di mercato che hanno costituito (e costituiscono tuttora) la spina dorsale manifatturiera dell'economia italiana; anche nei vecchi territori del fordismo, nella ritirata e nella de-verticalizzazione delle grandi fabbriche, e finanche in alcune aree del Mezzogiorno, dove i distretti erano attecchiti a distanza di sicurezza dalle cattedrali dell'industria di base a capitale pubblico.

Una cesura importante è avvenuta a ridosso del passaggio di secolo. L'industria italiana perde l'ombrello protettivo della moneta nazionale e inizia ad affrontare la concorrenza dei *new comers* dell'economia mondiale. E' una stagione di riorganizzazione caotica ma di spesso efficace riposizionamento per molte imprese, ormai in grado di mobilitare leve competitive inaccessibili alle aziende minori (ricerca e sviluppo, accesso a finanziamenti strutturati, possibilità di muoversi su mercati extra-locali, ecc.). Le filiere territoriali si aprono a monte e a valle per competere con le economie di scala di cui godono i concorrenti globali. Cambiano i

processi generativi di valore che sempre più fanno leva sugli asset immateriali strategici (innovazione, design, marchi, comunicazione, reti commerciali, servizi) che consentono di “catturare” i clienti, dare vita a configurazioni ibride tra manifattura e servizi (*servicification*), e disegnare un “compromesso” evolutivo tra flessibilità e produzione di massa, restituito dal neologismo di *mass customization*.

Come hanno sostenuto con altri termini economisti come Cipolletta e De Nardis¹, nelle pieghe della globalizzazione e in assenza di un disegno strategico accompagnato dalle istituzioni politiche, negli anni Duemila una parte del capitalismo di territorio è stato protagonista di una “piccola trasformazione”, fatta di tanti *success case* che non producevano effetti aggregati (e l’Italia infatti scivolava nelle graduatorie internazionali della produttività e della competitività), ma testimoniavano la vitalità, la capacità di adattamento, la permanenza di risorse sociali sul territorio.

E’ però un processo incompiuto e ri-orientato dagli effetti della crisi dell’economia mondiale apertasi nel 2008. Il nucleo trainante, l’élite del capitalismo di territorio ha mostrato in questi anni di sapersi muovere rapidamente verso prodotti e servizi che si appoggiano alla qualità, al fashion, alla creazione di significati, esperienze e servizi personalizzati. I dati sulla produttività, sul valore aggiunto, sulla capacità di generare e ridistribuire ricchezza, che vedono l’Italia stabilmente nella parte bassa della graduatoria dei paesi sviluppati, costituiscono però il riflesso statistico della *parzialità* e della *frammentarietà* di questa transizione. L’immagine del passaggio da un “*non più*” (la vecchia Italia industriale nella sua articolazione – più che contrapposizione - tra produzione di massa e specializzazione flessibile) ad un “*non ancora*”, pone al centro il passaggio da un primo ciclo postfordista di capitalismo molecolare ad un secondo ciclo, che può essere descritto (con Enzo Rullani) dell’*economia della conoscenza globale in rete* fondato sull’intreccio tra beni e servizi, sulla terziarizzazione della manifattura, su un nuovo mix tra conoscenza codificata e saper fare, sulla svolta promessa dall’applicazione sistematica delle innovazioni tecnologiche e sociali alla sfera produttiva e riproduttiva. Ma si tratta, appunto, di un “non ancora”.

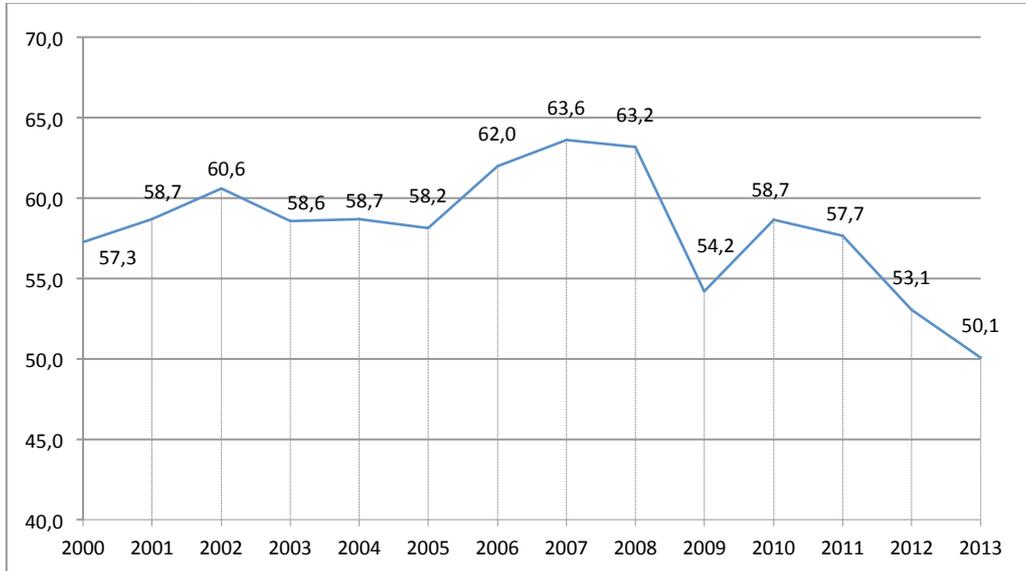
2) Questa ricostruzione va situata, si è detto, nel quadro della grande crisi apertasi nel 2008, che ha contribuito a disarticolare lo scenario, selezionando ulteriormente il drappello dei vincenti e ponendo sotto stress le relazioni territoriali tra leader di prodotto e imprese diffuse. E’ superfluo richiamare i numeri della recessione dell’economia italiana le cui perdite, un po’ retoricamente ma non del tutto fuori luogo, sono state spesso accostate a quelle che sarebbe in grado di infliggere una “guerra guerreggiata”. L’imponente incremento della disoccupazione, il calo dei consumi delle famiglie, l’arretramento dei nuovi investimenti, sono i freddi marcatori di un accorciarsi dell’orizzonte e di una stagnazione delle aspettative, se non proprio di un declassamento esplicito.

Il tasso ufficiale di disoccupazione, che a fine 2007 era di poco superiore al 6%, a fine 2014 era del 13,3%, con un contributo ovviamente significativo del Mezzogiorno (21,2%), ma elevato anche nel Centro (12,2%) e nel Nord (9,1%). Come noto, il tasso degli “under 25” è tra i più alti d’Europa (43,3% nella media nazionale), ma più preoccupante, in termini d’impatto, è quello dei giovani tra i 25 e i 34 anni, salito in sette anni dal 9% al 20%. In questa sede, tuttavia, sono i dati relativi alle performance delle imprese a indurre i maggiori spunti di riflessione.

¹ Cipolletta I. e De Nardis S., *L’Italia negli anni duemila: poca crescita, molta ristrutturazione* in «Economia Italiana» N. 1-2012, Roma.

· Il valore degli investimenti fissi delle imprese, in termini reali, tra il 2007 e il 2013 è diminuito del 25,4% considerando l'insieme delle attività economiche, del 21,3% nel settore manifatturiero.

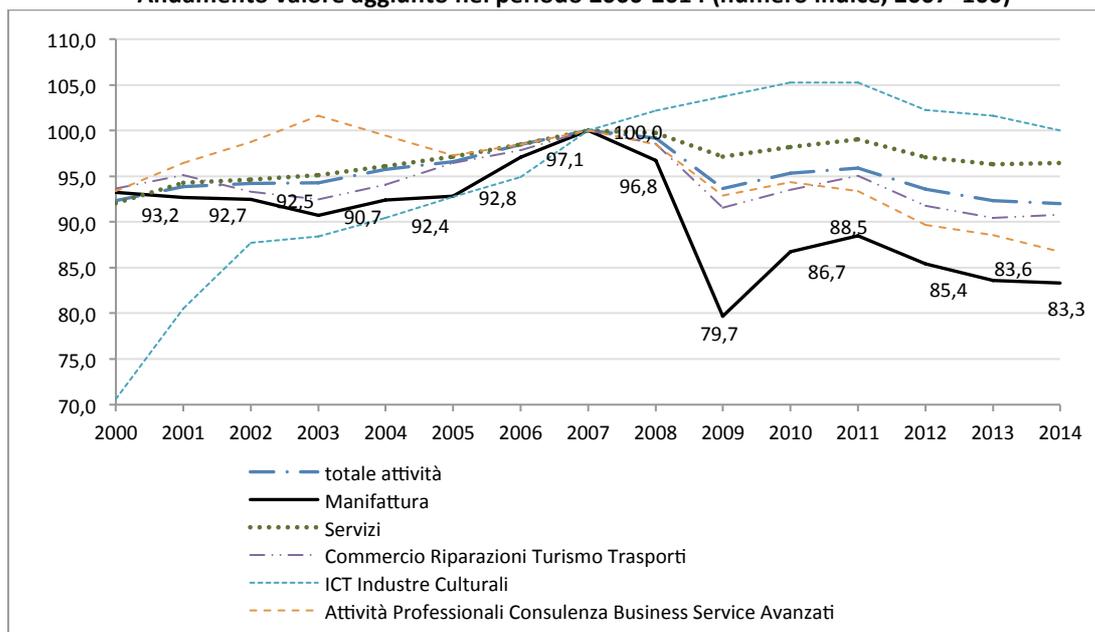
Andamento valore degli investimenti fissi lordi del settore manifatturiero (numero indice, 2007=100)



Elaborazione AASTER su dati Istat, conti e aggregati economici nazionali annuali

· Il valore aggiunto, tra il 2007 e il 2014, in termini reali è diminuito dell'8%, ma nel settore manifatturiero la contrazione è stata di molto superiore (-16,7%), mentre nei servizi la contrazione è stata nel complesso del 3,5%, ma con punte più avanzate in alcuni settori, tra cui le stesse attività professionali e di consulenza, la cui domanda appare peraltro in significativa correlazione con gli investimenti industriali.

Andamento valore aggiunto nel periodo 2000-2014 (numero indice, 2007=100)



Elaborazione AASTER su dati Istat, conti e aggregati economici nazionali annuali

La crisi ha dunque rappresentato un vero e proprio spartiacque, che ha posto sotto pressione le stesse medie imprese che avevano raccolto l'eredità dei distretti (e in parte del fordismo). Negli ultimi anni diversi marchi, celebri e meno noti, sono stati acquisiti da *buyers* internazionali, industriali e finanziari (il repertorio dei "comprati" è ormai molto ampio e annovera player del calibro di Ducati, Giugiaro, Loro Piana, Gucci, Fiat Avio e Ferroviaria, per arrivare ai recenti casi di Ansaldo Sts e Pirelli), mentre una parte del tessuto manifatturiero diffuso si è inabissato nei territori della sopravvivenza e del "grigio". Al di là delle eloquenti cifre dell'impatto della crisi, il dato qualitativo è che il nostro *capitalismo di territorio* appare in difficoltà nel far crescere o moltiplicare i player globali, ed infatti nel gioco delle compravendite le imprese italiane compaiono soprattutto nelle fila dei comprati. Nonostante ciò il repertorio delle imprese, medie e medio-grandi ma anche minori, che hanno potenziato la capacità di agire sui mercati del mondo, anche in settori tecnologicamente evoluti, si è ampliato. Non si tratta di casi isolati ma comunque di una minoranza, che trova il suo primo e immediato indicatore nella dinamica dell'export; il valore delle esportazioni, tra il 2006 e il 2013, è aumentato del 17,4%, ma soprattutto tra il picco negativo del 2009 e il 2013 l'incremento è risultato particolarmente vigoroso.

Evoluzione del valore delle esportazioni, serie 2006-2013 (n° indice, 2006=100)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Quota %
Italia	100	109,9	111,1	87,9	101,7	113,2	117,5	117,4	100,0
Piemonte	100	106,8	108,7	85,1	98,8	110,5	114,2	118,5	10,6
Lombardia	100	109,5	111,6	88,2	100,7	111,8	116,0	115,9	27,7
Veneto	100	109,2	108,1	84,8	98,6	108,7	110,6	113,7	13,5
Friuli Venezia Giulia	100	112,1	119,6	97,0	104,6	113,5	103,5	103,0	2,9
Emilia Romagna	100	112,0	114,9	88,2	102,3	115,9	119,6	122,8	13,0
Toscana	100	107,9	102,8	93,6	108,2	123,2	131,9	127,1	8,0
Marche	100	107,8	92,3	69,2	77,0	84,3	89,5	100,5	3,0
Lazio	100	110,2	118,3	97,6	121,1	139,7	146,7	144,4	4,5
Campania	100	112,5	112,4	94,4	111,3	112,5	112,2	114,2	2,5

Elaborazione AASTER su dati Istat, Commercio estero e internazionalizzazione

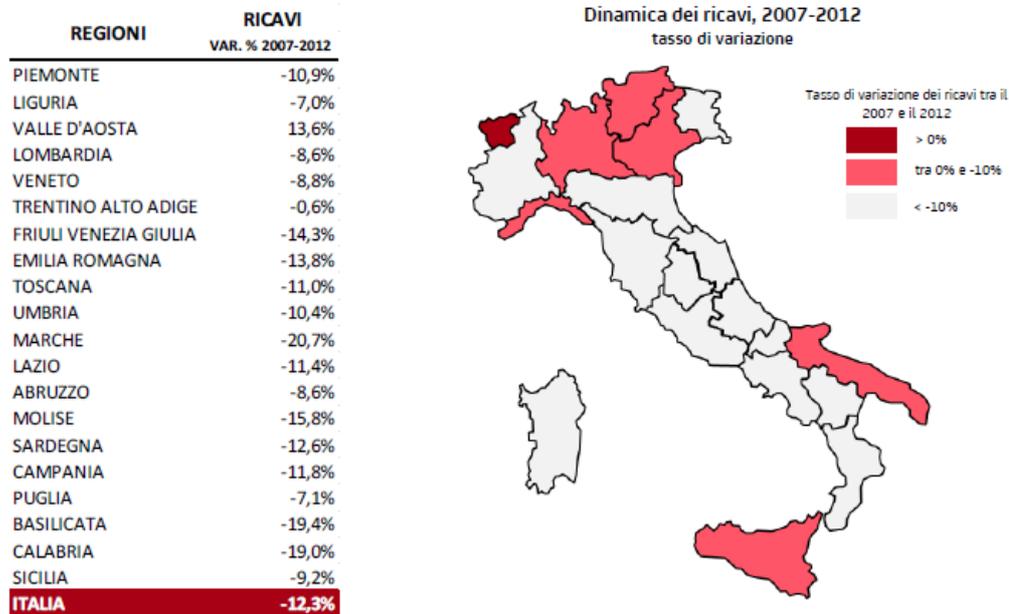
Il dato emergente, se guardiamo alla composizione delle imprese, risiede nella polarizzazione tra un nucleo minoritario di *vincenti* e un vasto esercito di operatori in difficoltà, equamente ripartito tra imprese *resistenti*, perlopiù operanti nei settori maturi, capaci però di *low end strategies* in grado di assicurarne la tenuta, e imprese strutturalmente declinanti. La capacità di agganciare i mercati internazionali o di posizionarsi vantaggiosamente nelle "catene globali del valore" costituisce da questo punto di vista un vero e proprio *cleavage*. Questa interpretazione si sovrappone in parte a quella che assume come parametro la dimensione delle imprese. Le performance aggregate tra grandi e piccole imprese, in questi anni, sono state molto differenti.

Sono queste, ad esempio, le conclusioni di un'indagine realizzata nel 2013 da UniCredit sulla competitività delle imprese italiane, attraverso l'analisi dei bilanci di oltre 318.000 aziende con fatturato di almeno 500.000 Euro, sia PMI sia grandi imprese,² da cui emerge che tra il 2007 e il 2012 i ricavi delle PMI (imprese con fatturato fino a 250 Mln €) sono calati in misura sensibile (-

² Unicredit, Territorial & Sectorial Intelligence, *La competitività del sistema imprenditoriale italiano: un'analisi su base regionale*, documento (2014).

12,3%), laddove nello stesso periodo quelli delle imprese grandi (fatturato > 250 Mln €) sono cresciuti del 5,8%.

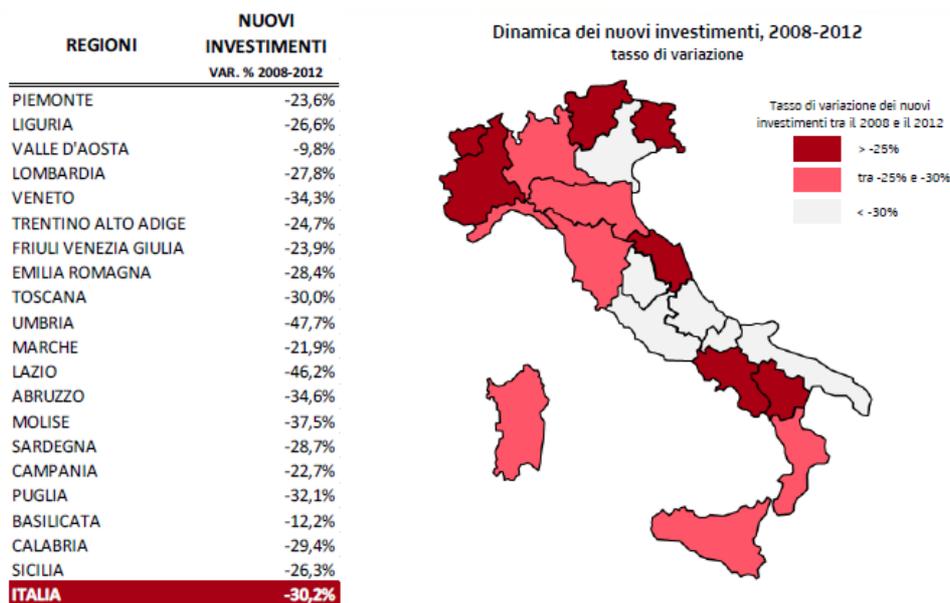
Variatione percentuale dei ricavi delle PMI nelle regioni italiane (periodo 2007-2012)



Unicredit, *La competitività del sistema imprenditoriale italiano: un'analisi su base regionale*

Nello stesso periodo, si è registrato un forte arretramento degli investimenti nel campo delle PMI (-30,3%), a fronte di una maggiore tenuta nelle grandi imprese, in cui gli investimenti sono comunque risultati in moderato calo (-2,9%).

Variatione percentuale dei nuovi investimenti delle imprese per regione (periodo 2008-2012)



Unicredit, *La competitività del sistema imprenditoriale italiano: un'analisi su base regionale*

La stessa indagine propone una tipologia della competitività delle imprese, basata su due dimensioni analitiche: la performance (*misurata attraverso l'andamento del fatturato*) e la *solidità* (che tiene conto del rischio di credito in base ai rating della Centrale dei Bilanci e dei ricavi delle stesse). La combinazione dei due indicatori propone quattro profili:

- le *mature* (solide ma con fatturato statico o in calo),
- le *emergenti* (poco solide ma con fatturato dinamico),
- le *champions* (solide e con fatturati brillanti)
- le *turnaround* (poco solide e con fatturati statici o in calo).

L'analisi ha fatto emergere che, per quanto attiene alle PMI, si riscontri una maggiore presenza nel campo delle *mature* (43%) e del *turnaround* (45%), a fronte di una scarsa presenza tra le emergenti e le *champions*.



Del tutto simile la composizione delle **grandi imprese**, solo lievemente più rappresentate nel campo delle *emergenti* e delle *champions*.



3) **Le prospettive.** La crisi ha significativamente indebolito il sistema produttivo italiano, ma soprattutto ne ha favorito un'evoluzione caratterizzata da polarizzazione e qualificazione selettiva, con una persistente area intermedia che nonostante l'erosione dei fatturati ha mantenuto una certa solidità, in virtù di oculate "strategie interne" di riduzione dei costi e riorganizzazione produttiva, ma anche di una accresciuta spinta alla commercializzazione.³

Il parzialmente ritrovato clima di fiducia degli imprenditori e gli incerti indizi di rilancio di questo primo scorcio del 2015 alimentano la speranza di una almeno embrionale inversione di tendenza, anche e soprattutto in virtù dell'eccezionale, e probabilmente non ripetibile, concorso di fattori *pro crescita* oggi in campo (dal costo del petrolio alle misure espansive intraprese dalla BCE fino al riequilibrio del cambio Euro/Dollaro). Il segno della transizione tuttavia non si può cogliere dalle variazioni dei conti economici di breve periodo.

Queste vanno piuttosto inquadrare, da un lato, nelle configurazioni di medio periodo dell'assemblaggio produttivo e dall'altro in una lettura del modo in cui i soggetti si sono scomposti e ricomposti a contatto con le forze della trasformazione di mercato e con il cambiamento istituzionale e della rappresentanza: territorializzando l'analisi. Si tratta di capire se e quale sintesi stia emergendo o potrà emergere tra ciò che resta dal capitalismo molecolare di territorio, il *primo postfordismo*, e l'economia della conoscenza globale in rete, il *secondo postfordismo*.

Sul piano sistemico, le prospettive appaiono condizionate da fattori esogeni che disegnano una matrice di vincoli e opportunità difficilmente eludibile restando sul piano meramente nazionale. E' tuttora oggetto di dibattito se il futuro di medio periodo può essere interpretato attraverso la lente analitica della "stagnazione secolare" (secondo la prospettiva lanciata da Larry Summers che ha trovato numerose e qualificate adesioni), piuttosto che attraverso la riapertura di un ciclo espansivo trainato da una più avanzata combinazione di mezzi (tecnologie, organizzazione, conoscenze) capace di aprire nuovi mercati. In generale, è opinione comune che le prospettive di rilancio delle economie occidentali, e soprattutto dei paesi come l'Italia che nonostante tutto hanno ancora nella produzione materiale il principale asset economico, discenderanno dalla capacità di attivare alcuni processi, tra cui:

- *re-shoring* industriale, con focalizzazione su produzioni di qualità, impianti efficienti e alta intensità tecnologica (le cosiddette *smart factories*), in grado di rispondere in modo flessibile alla sfida della cosiddetta *mass customization* ("personalizzazione di massa");
- incremento degli investimenti in conoscenza, per servizi e produzioni più *smart, green, clean*;
- il contenimento delle diseguaglianze e un (almeno parziale) rilancio dei consumi domestici;
- modernizzazione e contenimento dei costi della riproduzione individuale e collettiva e delle infrastrutture della vita quotidiana (es. *smart cities*);
- ristrutturazione (e rilancio) dell'attore statale – o sovra-statale – come sviluppatore di politiche per la crescita, in un nuovo patto tra logiche espansive e controllo della spesa.

Si è progressivamente affermato, nel dibattito economico e nel discorso pubblico, un punto di vista mainstream, che converge nel ritenere che paesi come l'Italia, "ce la faranno" i) se manterranno una base industriale di qualità e capace di penetrare nei nuovi mercati e

³ Cfr. Istat, Rapporto sulla competitività dei settori produttivi, Edizione 2014. (www.istat.it/it/archivio/113149)

allargare la propria presenza nei segmenti “alti” della domanda; ii) se lo stock di conoscenza generato favorirà un generale innalzamento qualitativo delle produzioni e dei servizi business e retail; iii) se sapranno sviluppare un terziario innovativo (a partire dal settore pubblico) legato alla manutenzione, al ripristino, alla riproduzione delle città e dei territori.

Per le economie territoriali italiane non si tratta in ogni caso di uniformarsi al modello di sviluppo accreditato degli istituti di consulenza globale. Il punto “politico” non sta nell’evidenziare i “megatrend” tecnologici quanto le forme con cui la composizione sociale e produttiva del paese è capace di appropriarsi di tali spinte al cambiamento. Il capitalismo italiano ha sempre dato il meglio quando ha saputo inserirsi nelle correnti internazionali di sviluppo dandone una propria interpretazione. Si tratta di trovare una sintesi alta che sia “via italiana”: non importando la San Francisco di Enrico Moretti⁴ ma che, assumendo come base la deriva e il distillato del capitalismo italiano di territorio, sappia saldarsi in un ibrido socioeconomico con l’economia emergente – da noi ancora piuttosto fragile - della conoscenza in rete. Questo scenario, più che confutare l’immagine mainstream dello sviluppo futuro, ne inquadra l’agenda nella matrice di vincoli e opportunità che derivano i) da vantaggi, competenze, risorse sedimentate nei territori e ii) dalla divisione *internazionale* e *domestica* del lavoro. Non necessariamente la crescita, ad esempio, è funzione degli investimenti in R&D o la produzione brevettuale la misura più adatta del potenziale innovativo.⁵ Assai più la diffusione e la circolazione dell’innovazione, la sua sistematica applicazione ai processi produttivi e distributivi sono condizione per una nuova “quadratura del cerchio” (tra crescita economica e coesione sociale).

Tale *quadratura* dipenderà anche dallo scioglimento di alcuni nodi cruciali, che per brevità ci si limita ad enunciare. Il primo, da cui discendono anche gli altri, attiene – lo si è evidenziato - al tema degli investimenti nella *economia reale* (continuiamo per velocità a definirla così). Il perdurare di scelte orientate alla “preferenza per la liquidità”, dello sciopero degli investimenti, l’orientarsi dei capitali verso forme di valorizzazione meramente speculativa o in direzione di altri business (immobiliare, reti energetiche e di trasporto, assicurazioni, ecc.), penalizzerebbe oltre misura economie come quella italiana.

Il secondo è viceversa un problema “endogeno” al modello di sviluppo del *capitalismo di territorio*, al quale sembra orientarsi la maggioranza degli osservatori e del *policy making*, riassumibile nello slogan “l’Italia come *atelier del lusso*”. La focalizzazione sulle produzioni rivolte ai segmenti affluenti della domanda internazionale, se appare congeniale a quella frazione di imprese che ha saputo (o che saprà) posizionarsi nei segmenti di maggior valore del nuovo *manufacturing*, non appare da sola in grado, per così dire, di “trainare il sistema” e favorire processi inclusivi allargati. In terzo luogo, il contenimento delle disuguaglianze sociali, oltre che istanza da perseguire per ragioni etiche e di funzionamento democratico, è fattore determinante per la riproduzione delle stesse istanze generative di valore. La risposta al problema della crescente quota di “esclusi” e impoveriti non può essere demandata semplicemente al diffondersi della distribuzione *low cost* o alle pratiche mutualistiche delle comunità dei valori d’uso.

4) In questo quadro entra in gioco anche il tema dell’innovazione e della *imprenditività* giovanile (per quanto l’innovazione, va premesso, non sia proprietà esclusiva né intrinseca all’essere giovani), in rapporto a quella che definiamo *nuova economia leggera*. Una parte

⁴ Moretti E., *La nuova geografia del lavoro*. Mondadori, 2013, Milano.

⁵ Sono questi, ad esempio, alcuni argomenti portati dall’economista Mariana Mazzucato nel suo best-seller *Lo Stato Innovatore* (Laterza, 2014, Bari).

importante della vicenda economica e culturale degli ultimi trent'anni, nel nostro paese, si è giocata sul confronto tra un'economia *pesante*, a partire dagli anni Ottanta alleggerita da ristrutturazioni, delocalizzazioni, disinvestimenti, ma capace a lungo di determinare l'agenda e riconvertirsi in un nuovo assemblaggio di potere, che tiene insieme i manager delle reti hard e alcuni conglomerati industriali e finanziari, e un'economia *leggera*, in realtà sempre più densa e innervata di reti sociali, che partendo dai saperi taciti che nutrivano i distretti (i cui segreti industriali erano, appunto, "nell'aria") e le filiere del *made in Italy*, ha incorporato valore sussumendo nuove economie conoscitive, design fine, pratiche situate nella biodiversità culturale e produttiva del paese. Di questi processi abbiamo sempre proposto immagini che provavano a decentrare i diversi paradigmi che di volta in volta si candidavano a raccogliere il testimone del capitalismo emergente. La nostra "classe creativa" o la "nostra" *new economy*, a cavallo del passaggio di secolo, non vivevano di intreccio con i *venture capitalist*. Erano semmai intreccio con la terziarizzazione della manifattura, scommessa di una nuova organizzazione spaziale di città-regioni e piattaforme territoriali. La "nostra" *green economy*, assai più che di investimenti hard nelle energie rinnovabili, ha il volto delle reti territoriali soft, dei "ritornanti" che promuovono nuova agricoltura facendo tesoro della rivoluzione slow, dei parchi come laboratori di pratiche sostenibili. La "nostra" smart city l'abbiamo chiamata *smart land*, per segnare la distanza da un paradigma di efficienza guidato dall'infrastrutturazione *top down* della vita quotidiana, perseguita attraverso la digitalizzazione "hard" dei territori; la *smart land* è prima di tutto innovazione sociale, comunità concrete che si appropriano delle soluzioni tecnologiche partendo dai loro bisogni. E la "nostra" *sharing economy*, oggi, non è fondi comuni e Uber (sebbene anche questo sia *sharing economy*); non è fatta dell'aggregazione di molecole di capitale, ma di progetti di vita che entrano in risonanza rilanciando una mutualità del progettare, produrre, distribuire, acquistare, prendersi cura degli altri e dei luoghi.

Usiamo dunque il termine di *economia leggera* in chiave *euristica*, per indicare un eterogeneo agglomerato di pratiche ibride tra economia e società, che declinano in modo relativamente inedito spunti e concetti ereditati dal passato. La *leggerezza* a riferire, secondo i casi *i)* della smaterializzazione degli asset che alimentano tali *pratiche ii)* del primato della conoscenza sulle altre forme di capitale, *iii)* del legame con una nuova generazione di dispositivi e ambienti tecnologici (web 2.0, cloud, piattaforme social, dispositivi mobili smart, prototipazione rapida – stampanti 3D) e infine *iv)* della parziale (e talvolta ambigua) inclusione negli asset produttivi di concetti quali sostenibilità e responsabilità sociale. Il campo così demarcato accoglie oggetti vari: le esperienze di innovazione sociale e di economia collaborativa, le nuove mutualità del produrre, distribuire, consumare e finanziare, il nuovo design urbano, l'etica *do it yourself* dei FabLab, i centri della cultura indipendente, alcune declinazioni operative dei concetti di *smart, green e slow economy*. Non è difficile scorgere nell'economia leggera i lineamenti di pratiche e narrazioni già date. In una ipotetica e suggestiva genealogia potremmo includere:

- la *soft economy* o l'economia *slow*; tra Pollenzo e Symbola, i linguaggi della sostenibilità, del territorio, delle filiere corte, dell'etica del buono e pulito (e giusto?);
- la *nuova economia* degli anni Novanta, per l'allora evidente rapporto tra l'affermarsi di un nuovo paradigma tecnologico e l'esodo sociale dal fordismo;
- la cultura della *mutualità* e della *cooperazione*, che non può essere interpretata solo alla luce dei fenomeni di corruzione, ma fornisce un bacino importante di valori e sperimentazioni che ha attraversato l'intero secolo (non è fuorviante ritrovare nei Co-working concetti già formulati all'origine del movimento cooperativo);

- infine, il nostro *capitalismo di territorio*, da cui l'economia leggera eredita una importante "postura" specifica: la continuità tra impresa e vita, tra affermazione economica e progetto personale.

Nelle nuove *economie leggere* si trovano queste eredità, ma tali spunti sono *ricombinati* in nuove istanze, che sfidano le forme consolidate della produzione e della riproduzione sociale; taluni (Jeremy Rifkin, per citarne uno particolarmente noto, parla di "terza rivoluzione industriale") concettualizzano tali cambiamenti ipotizzando una discontinuità tra capitalismo proprietario e commons collaborativi. Pure acquisendo il carattere non estemporaneo delle tendenze enunciate è opportuno tuttavia riportare a terra il discorso e cogliere il gioco tra economie leggere e rapporti sociali complessivi. Ciò che qui interessa, è che tracce di queste pratiche (e dei valori le alimentano) possono "contaminare" il *business as usual* dei settori "tradizionali".

La sfida non sta dunque nel dare evidenza ai casi di eccellenza o innovazione quanto il problema della connessione, che oggi è però un problema di sconnessione, tra queste pratiche e il nocciolo industriale-manifatturiero del capitalismo di territorio. Ci interessa capire se le "eccellenze" siano fenomeni isolati o possano fare media territoriale. Questa connessione implica in secondo luogo un ruolo del sistema delle rappresentanze e la necessità di ricostruire una sfera regolativa intermedia. Non si tratta soltanto di provare a delineare linee di politica industriale, quanto di evidenziare che la nuova manifattura (additiva e non) e le economie della condivisione, non porteranno indietro le lancette dell'orologio ad una società della piena occupazione ma convivranno con processi di polarizzazione sociale, cambiamento demografico.

La nuova economia leggera, infine, non si esprime solo (come avveniva per i creativi e la consulenza diffusa negli anni Novanta e Duemila) nella generazione di conoscenze, soluzioni innovative, contenuti al servizio della *produzione* manifatturiera, ma prende forma anche in altri due campi cruciali: i) nella sfera dei *servizi collettivi* (sanità, assistenza, istruzione, regolazione e progettazione urbana, *utilities*, mobilità, ecc.) e ii) nella *circolazione* (distribuzione, servizi privati, accesso a capitali materiali e immateriali), sfera dove forse i processi di cambiamento appaiono più evidenti, e dove l'innovazione stessa opera in bilico tra "distruzione" creatrice di nuovi business che spiazzano molti operatori tradizionali, e pratiche del valore d'uso che alludono alla problematica *de-mercificazione* della vita quotidiana. Il problema della connessione tra nuova economia leggera e "nocciolo industriale-manifatturiero", dunque, non si pone esclusivamente (sebbene sia certamente *anche* questo) come acquisizione di asset che incrementino il valore dei beni proposti al mercato, ma anche come necessità di un confronto strutturato e un ripensamento complessivo del rapporto tra produzione e riproduzione.

Focus su imprenditoria giovanile e start up

Le cronache e l'osservazione dei territori, oltre che la ricerca empirica, confermano che gli ultimi anni non sono stati solo arretramento e crisi, ma ci parlano anche di ristrutturazioni riuscite, di innovazioni vere, di start up ricombinanti (tradizione del *made in Italy*, innovazione radicali di processi, tecnologie d'avanguardia, insomma per parafrasare un saggio di successo "cacciavite robot tablet,⁶ e magari stampante 3D), forse di una generazione imprenditoriale

⁶ Di Vico D. e Viesti G., *Cacciavite robot e tablet, come far ripartire le imprese*, Il Mulino, 2014, Bologna.

emergente. L'immagine dell'innovazione, soprattutto nella comunicazione pubblica, appare particolarmente legata a fenomeni ampiamente veicolati dai media, come le start up ad alto potenziale di crescita riconosciute dal Decreto Crescita 2.0 del 2012, promosse da neo-imprenditori con elevato capitale culturale. L'analisi dei dati relativi all'imprenditorialità giovanile nel nostro paese, propone però altre considerazioni.

In primo luogo, l'incidenza delle "imprese giovanili", secondo i dati forniti dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, è relativamente limitata, poiché solo l'11,0% del totale delle imprese attive nei registri camerali rientra nei criteri convenzionalmente adottati per definire lo status d'impresa giovane;⁷ erano comunque 564 mila a fine 2014.

In secondo luogo, il confronto tra la distribuzione settoriale delle imprese giovani e delle imprese totali smentisce l'ipotesi di una maggiore concentrazione delle prime nei settori convenzionalmente considerati ad alta intensità di conoscenza o tecnologica. In valore assoluto il settore che attrae maggiormente i giovani imprenditori è il commercio, dove si contano 177 mila imprese, pari al 31,5% delle "under 35", seguito dalle costruzioni (99 mila unità) e, a distanza, dall'alloggio e ristorazione (57 mila imprese). I settori viceversa caratterizzati da una più elevata incidenza di imprese giovanili sono i *servizi di supporto alle imprese* (15,9% del totale imprese del settore), dell'*alloggio e ristorazione* (15,7%) e dei *servizi alle persone* (15,0%). Solo a seguire, tre settori del terziario avanzato: le attività *finanziarie*, quelle artistiche e culturali e infine le ICT.

**Distribuzione settoriale delle imprese giovanili al 31-12-2014
(Valori assoluti e confronti % con il totale delle imprese attive)**

Settori	Totale imprese giovanili 2014		Totale imprese 2014		Incidenza % giovanili su totale
	N	%	N	%	
Commercio e riparazioni	177.738	31,5%	1.412.349	27,4%	12,6%
Costruzioni	99.070	17,6%	774.124	15,0%	12,8%
Alloggio e ristorazione	57.648	10,2%	366.559	7,1%	15,7%
Agricoltura, silvicoltura pesca	50.884	9,0%	757.758	14,7%	6,7%
Attività manifatturiere	36.747	6,5%	506.782	9,8%	7,3%
Altre attività di servizi	33.585	6,0%	223.190	4,3%	15,0%
Servizi di supporto alle imprese	25.259	4,5%	158.970	3,1%	15,9%
Attività professionali, scientifiche tecniche	16.486	2,9%	174.223	3,4%	9,5%
Attività finanziarie e assicurative	15.721	2,8%	112.621	2,2%	14,0%
Servizi di informazione e comunicazione	13.698	2,4%	113.856	2,2%	12,0%
Trasporto e magazzinaggio	11.835	2,1%	153.994	3,0%	7,7%
Attività immobiliari	10.387	1,8%	247.219	4,8%	4,2%
Totale	564.000	100,0%	5.148.413	100,0%	11,0%

Fonte: Elaborazione Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza su dati Registro Imprese

Anche l'analisi della distribuzione territoriale riserva apparenti sorprese. Sia in valore assoluto, sia per incidenza sul totale delle imprese attive, infatti, è il Mezzogiorno (Sud e Isole) a esprimere una maggiore vivacità imprenditoriale delle giovani generazioni. Per contro, il Nord-Est (terra dell'imprenditoria diffusa per definizione), vede una minore propensione

⁷ Per impresa giovanile si intende l'impresa in cui, alla data della rilevazione, si verificano le seguenti condizioni: nel caso di imprese individuali, che il titolare abbia meno di 35 anni; nel caso di società di persone, che oltre il 50% dei soci abbia meno di 35 anni; nel caso di società di capitali, che la media delle percentuali del numero di soci under 35 e delle quote di partecipazione al capitale sociale di giovani under 35 sia superiore al 50%.

imprenditoriale dei giovani. La provincia con il maggiore numero di imprese giovani è Roma (37.457 a fine 2014), seguita da Napoli (33.414) e, più da lontano, da Milano (25.556) e Torino (22.069). Oltre il capoluogo partenopeo, tra le prime dieci province ben cinque sono nel Mezzogiorno: Bari (16.480), Salerno (14.322), Caserta (12.218), Palermo (12.157) e Catania (11.046). In nona posizione Brescia. Il dato tuttavia non può stupire. Gli elevati tassi di imprenditorialità, non rivelano sempre un buon stato di salute dell'economia, ma anche la scarsità di alternative occupazionali.

La specializzazione in settori raramente associati all'innovazione non deve tuttavia trarre in inganno; non significa che non si tratti di imprese che innovano, più propense a investire, o ad adottare le nuove tecnologie o ancora ad allargare il raggio di mercato. Come qualsiasi indagine sulle piccole imprese potrebbe facilmente confermare, le aziende guidate da titolari giovani esprimono mediamente performance migliori.

Start Up innovative ex Decreto Crescita 2.0 del 2012

A metà aprile 2015, le start up innovative iscritte alla sezione speciale del Registro delle imprese erano 3.750. Ideate dal legislatore nel 2012, già nel 2013 hanno sfiorato le 1.300 unità ma hanno avuto un vero e proprio boom nel 2014, quando ne sono nate ben 1.829. Dal punto di vista della distribuzione territoriale, le start up appaiono più numerose al Nord, ma in realtà la distribuzione è sufficientemente uniforme nel paese. Il fenomeno è più concentrato nelle aree metropolitane. Il 43% delle start up complessive ha infatti sede nelle dieci città metropolitane. Il 28,3% nelle prime tre (Milano, Roma, Torino).

Le regioni e le province a maggiore presenza di start-up

Regione	Numero società	Province	% su totale
LOMBARDIA	825	Milano	14,64
EMILIA-ROMAGNA	452	Roma	8,24
LAZIO	357	Torino	5,41
VENETO	276	Bologna	3,23
PIEMONTE	270	Napoli	2,99
TOSCANA	233	Modena	2,75
CAMPANIA	218	Trento	2,69
Nord-Ovest	1.161	Firenze	2,53
Nord-Est	969	Bari	2,03
Centro	858	Cagliari	2,03
Sud e Isole	762		
ITALIA	3.750		

Fonte: Infocamere (<http://startup.registroimprese.it/>)

La distribuzione settoriale vede una scontata prevalenza dei servizi avanzati, nel ramo delle ICT, delle attività professionali, della ricerca, della consulenza e delle industrie culturali, ma il 17,3% del totale è oggi una start up "industriale" (particolare concentrazione nel settore dell'automazione e della mecatronica). Come confermano più osservatori del settore, al di là della codifica settoriale, il mondo delle start up sta cambiando. Ci sono nuovi ambiti d'investimento e diversi aspiranti imprenditori puntano su prodotti industriali in senso stretto. La maggioranza delle start up, che in si orientavano ai servizi, oggi tendono ad essere start up di prodotto – con scommesse più rischiose ma potenzialmente più redditizie. Altro fenomeno emergente, al momento in realtà poco diffuso, riguarda gli *spin off* da imprese industriali esistenti – le quali, se interessate a sviluppare un nuovo prodotto, preferiscono investire in una start up che appesantire la struttura interna.

Distribuzione delle start up per settore di attività economica

ICT Software	40,0
Editoria	29,2
Industrie culturali	17,3
Business service	0,6
Professionali	0,6
Ricerca	2,5
Industria	1,6
<i>Alimentari e bevande</i>	0,6
<i>Tessile Moda</i>	0,6
<i>Altre Manifatture Leggere</i>	2,5
<i>Chimica Farmaceutica Gomma Plastica</i>	1,6
<i>Metallurgia e Lavorazione Metalli</i>	0,6
<i>Macchine, Automazione, Elettronica</i>	9,6
<i>Auto e altri mezzi di trasporto</i>	1,3
<i>Riparazioni industriali</i>	0,4
Commercio e Ristorazione	4,4
Servizi operativi	3,3
Energia Acqua Rifiuti	1,6
Altri servizi	1,6
Costruzioni e Ingegneria civile	1,2
Istruzione Sanità Assistenza	1,2
Agricoltura	0,4
Totale	100,0

Elaborazione AASTER su dati Infocamere (<http://startup.registroimprese.it/>)

Nonostante lo sviluppo quantitativo, appare ad oggi problematico stabilire il potenziale effettivo di molte iniziative. L'analisi dei casi di successo e dei fallimenti (è opportuno ricordare che le "start and stop" non sono in numero inferiore delle start up di successo) propone tre temi critici: i) *i capitali di rischio*; la leva del venture capital appare poco adeguata a nuove iniziative imprenditoriali che raramente appaiono in grado di realizzare obiettivi di redditività a breve coerenti con le aspettative di questo tipo di investitori; ii) *l'accesso al mercato*; l'Italia non dispone di un tessuto imprenditoriale di medie e medio-grandi imprese così solido e orientato all'innovazione di prodotto da assorbire l'intero potenziale di innovazione, anche se – come si è detto – il numero di potenziali investitori o acquirenti di servizi innovativi appare in moderata crescita; iii) *i limiti imprenditoriali*, la maggioranza degli startupper ha forte background tecnico o tecnico-scientifico, ma scarse basi manageriali. L'informazione sulle performance economiche delle start up è limitata e d'altra parte troppe di esse sono di fondazione troppo recente. Delle circa 1.400 di cui si conosce il fatturato 2013, comunque, il 68% non raggiungeva i 100.000 Euro, mentre il 5,6% superava la soglia dei 500.000 Euro.

Le *start-up "ufficiali"* non esauriscono certo il campo dell'innovazione nel mondo delle piccole imprese. Nella realtà le imprese che innovano attraverso meccanismi non R&D sono molto più numerose, come testimoniano anche i dati di alcune ricerche empiriche o quelli forniti dall'Unione Europea, che individuano in circa 35.000 le PMI che annualmente hanno introdotto innovazioni *in-house* nei prodotti, nei processi, nelle strategie di marketing. Una realtà riconosciuta anche dal recente Decreto Legge detto "*Investment Compact*", che equipara alle *start-up* le PMI innovative (aprendo a queste ultime l'accesso alle agevolazioni e incentivi finora destinati alle prime).⁸

⁸ Definite in base ad alcuni requisiti oggettivi (non quotazione, certificazione del bilancio, essere una PMI secondo la definizione europea) e alla presenza di almeno due su tre requisiti tecnici: spese in ricerca e sviluppo pari o superiori al 3%, almeno un quinto dei dipendenti o collaboratori altamente qualificato; almeno un brevetto o marchio relativi ai campi industriale o biotecnologico