

**istituto**  
**di studi sulle relazioni**  
**industriali e di lavoro**



# Quale made in Italy per il Mezzogiorno?

Nota n. 14 - 2009

*Presidente: Prof. Giuseppe Bianchi*

*Via Piemonte, 101 00187 – Roma telefono 06.4818443 gbianchi.isril@tiscali.it*

## QUALE MADE IN ITALY PER IL MEZZOGIORNO?

di Stefano Prezioso\*

1. Nel biennio 2006/7 l'export nazionale è tornato a crescere a saggi non dissimili da quelli del commercio mondiale, dopo che negli anni precedenti vi era stato un evidente scollamento a sfavore del dato italiano. Le produzioni del *made in Italy* (abbigliamento, mobili, accessori per la casa, ecc.) hanno offerto un contributo apprezzabile a questa ripresa; da qui la proposta di *policy*, entrata proprio di recente nel dibattito politico, di rafforzare il *made in Italy* con un ministro ad hoc.

Apparentemente, le vendite all'estero delle due grandi ripartizioni del Paese, Centro-Nord e Mezzogiorno, hanno avuto una dinamica simile. Nel corso del 2007, ad esempio, l'export meridionale, al netto dei prodotti energetici, è aumentato del 9,7%, due punti percentuali in più di quanto verificatosi nel Centro-Nord. Il dato aggregato nasconde al proprio interno, tuttavia, un'importante differenza qualitativa che distingue significativamente le due aree.

In linea generale, nell'anno appena trascorso il contributo maggiore alla crescita delle esportazioni meridionali, analogamente a quanto avvenuto dal 2003, è stato offerto da tre settori: autoveicoli, altri mezzi di trasporto, apparecchi meccanici. Nel Centro-Nord, invece, il trend espansivo ha riguardato un numero maggiore di settori. In particolare, diverse produzioni tipiche del *made in Italy* hanno offerto, diversamente da quanto avvenuto nel Sud, un sostegno apprezzabile all'export centroseptentrionale dopo una prima fase, a cavallo del nuovo millennio, di difficoltà.

Ciò risulta più evidente dai riscontri presentati nella tabella di seguito riportata. Nel Mezzogiorno, l'insieme dei settori caratterizzato dalla presenza di forte economie di scala, al cui interno sono ricomprese le produzioni precedentemente richiamate, ha accresciuto fortemente il proprio peso: dal 49,8% degli anni 2001-2003 al 60,9% registrato nel 2007. Per ogni euro esportato dal sistema industriale meridionale 60 centesimi provengono attualmente dai soli settori di scala, macro-branca quasi prevalentemente composta, è bene ricordare, da grandi imprese a proprietà esterna all'area. Di converso, il raggruppamento costituito dalle produzioni tradizionali, in cui

---

\* Svimez

sono essenzialmente ricomprese le attività del *made in Italy*, ha perso, nello stesso periodo, quasi dieci punti percentuali: dal 29,3% al 19,6%.

Le difficoltà incontrate dalle imprese “tradizionali” meridionali, in cui tuttora vi è ricompresa oltre il 50% dell’intera occupazione manifatturiera dell’area, sono da ricercare, in primo luogo, nella loro attitudine ad entrare ed uscire dai mercati esteri in funzione di variazioni del ciclo e dei prezzi relativi. Tale comportamento segnala una certa difficoltà di queste unità produttive nel radicarsi nei mercati, ed una conseguente fragilità delle loro quote di mercato.

Più in generale, le imprese meridionali appartenenti al comparto dei beni “tradizionali” scontano, rispetto alle analoghe aziende localizzate nel resto del paese, una più accentuata frammentazione dell’offerta. Il principale vantaggio competitivo delle aziende “tradizionali” meridionali è prevalentemente costituito da un’elevata flessibilità operativa conseguita tramite una struttura - sotto il profilo dimensionale - “ridotta all’osso”, ed essenzialmente concentrata sul *manufacturing* a scapito delle funzioni aziendali a monte ed a valle del processo produttivo vero e proprio. Sono tuttavia quest’ultime le fasi, all’interno della catena del valore, oggi maggiormente redditizie, in quanto meno aggredibili dai nuovi competitor stranieri.

2. Nel 2007 la quota delle esportazioni di merci meridionali su quelle mondiali è risultata di poco inferiore allo 0,4%. Per avere un termine di paragone, si tratta di una quota di livello inferiore a quella del Portogallo, paese con una popolazione pari a circa la metà di quella del nostro Mezzogiorno. La scarsa integrazione del Sud nell’economia internazionale si conferma, quindi, come uno dei maggiori vincoli per un più rapido sviluppo dell’area.

In termini di *policy*, le osservazioni avanzate si prestano ad una duplice serie di osservazioni. Per quanto attiene le imprese che operano nel comparto dei beni “tradizionali” del Sud appare difficile ipotizzare interventi che, in un’ottica di medio periodo, possano rimuovere i limiti summenzionati. Questi ultimi, infatti, sono per lo più legati ad aspetti di natura *istituzionale* - norme informali, scarsità di rapporti fiduciari, modalità di diffusione della conoscenza, ecc. - che hanno a che vedere con le *routine* tramite cui sono usualmente condotti gli affari e sviluppata (poco) l’azienda. E’ questo background istituzionale, consolidatosi da più tempo e maggiormente diffuso,

che ha determinato nel Centro-Nord una vera e propria “metamorfosi” di parte del sistema industriale, anche in produzioni “tradizionali”, verso un capitalismo maggiormente simile a quello prevalente nei paesi più sviluppati.

Più promettenti appaiono, nel Sud, *policy* volte ad accrescere il flusso di Investimenti Diretti Esteri (IDE) in entrata, specie in quei settori - mezzi di trasporto, prodotti in metallo, fabbricazione di macchine elettriche ed ottiche, prodotti chimici, ecc. - nei quali il Mezzogiorno ha mostrato di detenere significativi vantaggi comparati. Tra l'altro, lo spazio per misure in tale campo appare potenzialmente ampio dato il rilevante sottodimensionamento che gli IDE presentano nel Meridione. Nel 2005, ad esempio, l'incidenza percentuale, sul totale nazionale, delle imprese a proprietà estera localizzate nel Mezzogiorno è risultata pari al 5,2% (pari, in valore assoluto, a 371 aziende). In termini di addetti, il medesimo rapporto ha fatto segnare un valore del 6,7% (corrispondente a circa 61.000 addetti su oltre 850.000 occupati complessivamente in aziende straniere).

Le analisi disponibili mostrano come affinché le *policy* di attrazione siano veramente efficaci devono giocare su due piani. Da un lato devono saper sfruttare tutta la gamma degli strumenti disponibili - interventi di contesto, contributi alle imprese, incentivi fiscali - in quanto solo il coordinamento di tutte le misure permette di ottenere risultati significativi e duraturi. Dall'altro, devono cercare di guadagnare la scena, agendo sulla duplice leva del riconoscimento interno e della visibilità all'estero. Nella quasi totalità dei paesi europei che hanno sperimentato *policy* di successo le politiche di attrazione si basano sull'offerta di pacchetti che integrano gli incentivi finanziari e fiscali con servizi di tipo consulenziale, programmi di realizzazione di infrastrutture e servizi c.d. *aftercare*, vale a dire di assistenza agli investitori anche successivamente al loro insediamento.

In definitiva, la moneta d'acquisto dello sviluppo a lungo termine che un'accresciuta presenza di IDE può garantire non è tanto fatta da pacchetti standard di agevolazioni (ad esempio, la fiscalità di vantaggio), ma anche di una buona “filiera istituzionale”, capace di massimizzare in una certa area la produzione di condizioni di contorno in tempi minimi.

Quota percentuale delle esportazioni per macro-branché à la Pavitt

	Mezzogiorno				Centro-Nord			
	2001-03	2005-05	2005-07	2006-07	2001-03	2005-05	2005-07	2006-07
Settori tradizionali	29.3	25.7	21.4	19.6	29.8	27.8	26.3	25.4
Settori con forti economie di scala	49.8	54.1	58.9	60.9	34.7	36.5	38.0	38.7
Settori ad offerta specializzata	7.8	8.5	8.5	8.9	23.0	23.5	24.0	24.8
Settori ad elevata intensità tecnologica	13.2	11.7	11.1	10.6	12.5	12.1	11.8	11.1
Totale industria manifatturiera	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Elaborazioni SVIMEZ su dati ISTAT