

«I DISTRETTI TENGONO BOTTA» IN ATTESA DELLA RIPRESA DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE.

Un'anima nuova per ricominciare

Il modello italiano ammirato da Parigi e Londra in recessione, ma senza sponde in patria

È pur vero che quando Nicolas Sarkozy decide di vestire i panni del populista lo sa fare come pochi, ma la sortita di tre giorni fa a favore di artigiani e commercianti è tutt'altro che estemporanea. L'Eliseo ha intenzione di modificare le norme del diritto societario in materia di fallimento che oggi penalizzano i piccoli e favoriscono i grandi (tutto il mondo è Paese!). Ma non è solo Parigi a guardare con nuova attenzione alle piccole imprese, persino lord Peter Mandelson, uno dei politici più snob del Vecchio Continente, nelle settimane scorse se ne è andato in giro per la provincia inglese a predicare ai suoi connazionali i vantaggi post-thatcheriani dell'industria taglia small. E gli spagnoli che avevano costruito il loro boom economico sull'irresistibile avanzata dei ladrillos, i re del mattone, ora si interrogano sui vantaggi di iniziative industriali decentrate. Anche perché i casi di successo come Zara non nascono, purtroppo per loro, tutti i giorni.

La verità è che nella zona grigia d'inizio 2010, in bilico tra crisi e non-crisi, più d'un governo europeo ha capito che solo le piccole e medie imprese potranno dare nuovi posti di lavoro, le grandi - siano pure le 40 multinazionali di Francia - sicuramente no. E la politica, populista o meno, ha comunque bisogno di promettere nuovi job. In Italia la problematica è del tutto differente. Le Pmi non le dobbiamo inventare adesso, fortunatamente ne abbiamo in abbondanza. Qualcuno arriva a dire che non ce le meritiamo, visti i soldi che abbiamo buttato per anni nelle Partecipazioni Statali e nel sostegno ai grandi gruppi. Come che sia, ora tante piccole hanno dovuto chiudere sotto i colpi della recessione, tutte le altre resistono strenuamente. Litigano con le banche quando è necessario, si tengono stretti i dipendenti anche quando le ferree leggi del conto economico consiglierebbero il contrario, nei casi più virtuosi si sforzano di elaborare nuove strategie di mercato. E così tutti i monitor che sono accesi sulle realtà territoriali ci dicono che «i distretti tengono botta» in attesa della ripresa del commercio internazionale.

Naturalmente dentro questo universo succede di tutto e ci sono situazioni molto diverse tra loro: alcuni distretti stanno reagendo con maggior vigore, altri meno. Svetta l'alimentare ma purtroppo gran parte della distribuzione è in mano straniera. Langue esausto il tessile di Prato e persino quello di Como, accomunati dall'accerchiamento cinese. L'impressione però è che al coraggio degli imprenditori non abbia finora fatto da sponda una altrettanto marcata mobilitazione delle comunità di appartenenza. Gli enti locali, dove hanno potuto e nella misura in cui il patto di stabilità glielo ha permesso, sono intervenuti con strumenti di ricovero. Ma di progettuale, tranne qualche eccezione lombarda o emiliana, poco o niente. Le banche hanno ripreso il controllo della situazione dopo che si era perso del buon tempo con l'insensato «gioco del prefetto». Stanno anche ripensando, con onestà e senso autocritico, il loro modello di rapporti con il territorio ma per ora resta scoperta la funzione di accompagnamento alle imprese che veniva svolta dal vecchio Imi, l'Istituto mobiliare italiano, o dal mediocredito. Come è possibile che da sola una piccola impresa trovi la via di New Delhi o Bangalore? I sindacati, dal canto loro, hanno perso l'occasione di allargare lo spettro dell'azione: magari rinunciando per un solo giorno al classismo avrebbero potuto creare vere mobilitazioni di popolo, di quelle che sapeva inventare Giuseppe Di Vittorio. Le associazioni di categoria, infine, non sono ancora riuscite a compiere il salto dall'erogazione di servizi al protagonismo politico.

Eppure i distretti avrebbero bisogno di discontinuità, di darsi una nuova anima, di ritrovare un'identità forte nel mondo globale. Una volta rappresentavano quel «capitalismo dal volto umano» magistralmente descritto da Giacomo Becattini e simboleggiato dalla Sassuolo (piastrelle) studiata da Romano Prodi, ora sono in bilico tra nostalgia e modernità. Ma chi paga quest'indecisione è l'imprenditore o l'artigiano che deve fare i conti con una solitudine che non conosceva. Una comunità locale, se vuole, invece può fare molto per le proprie aziende. È sempre vivo l'esempio di Bilbao, vecchio insediamento manifatturiero del novecento fordista, che di punto in bianco decise di cambiare il volto della città e chiamò Frank Gehry a realizzare in città il Guggenheim Museum. Per carità, nessuno pensa che le crisi di Manzano (sedie) o di Lumezzane (pentole) si risolvano con le archistar ma il business è pur sempre figlio delle idee. Alla domanda se le imprese dei distretti veneti nascerebbero ancora con le modalità del passato e la stessa tipologia di fondatore, il sociologo Paolo Feltrin, autore di un'ampia ricerca uscita di recente, risponde di no. E spiega: «Oggi la globalizzazione chiede di combinare le risorse e le capacità interne all'impresa con quelle che si trovano all'esterno, in patria e all'estero». Viene in mente un lungo servizio che in novembre l'Economist ha dedicato alle piccole imprese giapponesi che sono state capaci di crearsi una posizione di assoluto vantaggio in diverse nicchie tecnologiche. Il titolo del servizio era eloquente: «Invisibili ma indispensabili».

Dario Di Vico
stampa | chiudi