



LE STRATEGIE DI SUCCESSO DI UNO DEI COMPARTI FONDAMENTALI DELL'ECONOMIA ITALIANA

intervista a

VALTER TARANZANO

Presidente della Federazione
Distretti Industriali



LA FORZA DEI DISTRETTI

«Parlare di distretti in Italia significa coinvolgere 212.510 imprese (il 40% del totale delle imprese manifatturiere), 2 milioni di addetti (il 39,3% degli occupati delle industrie manifatturiere) e il 46% delle esportazioni del nostro paese. Il tutto si traduce nel 27% del Pil italiano». Esordisce così Valter Taranzano, 51enne, torinese di nascita e friulano d'adozione che da quest'anno ricopre la carica di Presidente della Federazione dei Distretti Italiani, l'organismo che rappresenta un comparto fondamentale dell'economia italiana, forte soprattutto sui mer-

cati esteri dove, anche nelle statistiche più recenti, vanta un saldo positivo di 60 miliardi di euro.

Sono ormai 150 i distretti in Italia e la Federazione che guida ne rappresenta almeno un terzo. Come vede questa proliferazione del distretto industriale? È da considerare un bene per l'economia del Paese?

«Quello dei distretti è un sistema che cresce a macchia d'olio. Siamo quindi di fronte a una realtà fondamentale per la nostra economia e in continua espansione. I distretti sono molto eterogenei e di-



versi tra loro. Ci sono distretti di successo e distretti in crisi.

Crescono, comunque, i distretti che sono gestiti meglio: il successo o la crisi dipendono dalle scelte strategiche e, quindi, dalla cultura imprenditoriale. Il principale punto di forza dei distretti è rappresentato dalla loro peculiare organizzazione attraverso la quale si riuscirà a superare il problema critico dello sviluppo economico del nostro paese: la piccola dimensione delle nostre aziende.

Le strategie dei distretti di successo sono: la cooperazione con altre imprese fino ad arrivare alla costituzione di reti di imprese; lo sforzo congiunto ad applicare innovazioni di prodotto e di processo; le strategie comuni di marketing e internazionalizzazione; la limitata delocalizzazione; le sinergie con università e centri di ricerca; la collaborazione con le parti sociali».

Molto spesso i distretti si caratterizzano per essere dei centri di eccellenza dove viene convogliato il meglio delle esperienze imprenditoriali capaci di fare sistema e presentarsi con un fronte unito sui mercati internazionali. È un'immagine veritiera? È questa la loro forza effettiva?

«Uno dei punti di forza dei distretti è proprio l'internazionalizzazione, in quanto sono i portabandiera del Made in Italy. Il numero degli associati alla nostra Federazione aumenta ogni anno di alcune unità e la crescente aggregazione deriva principalmente dal-

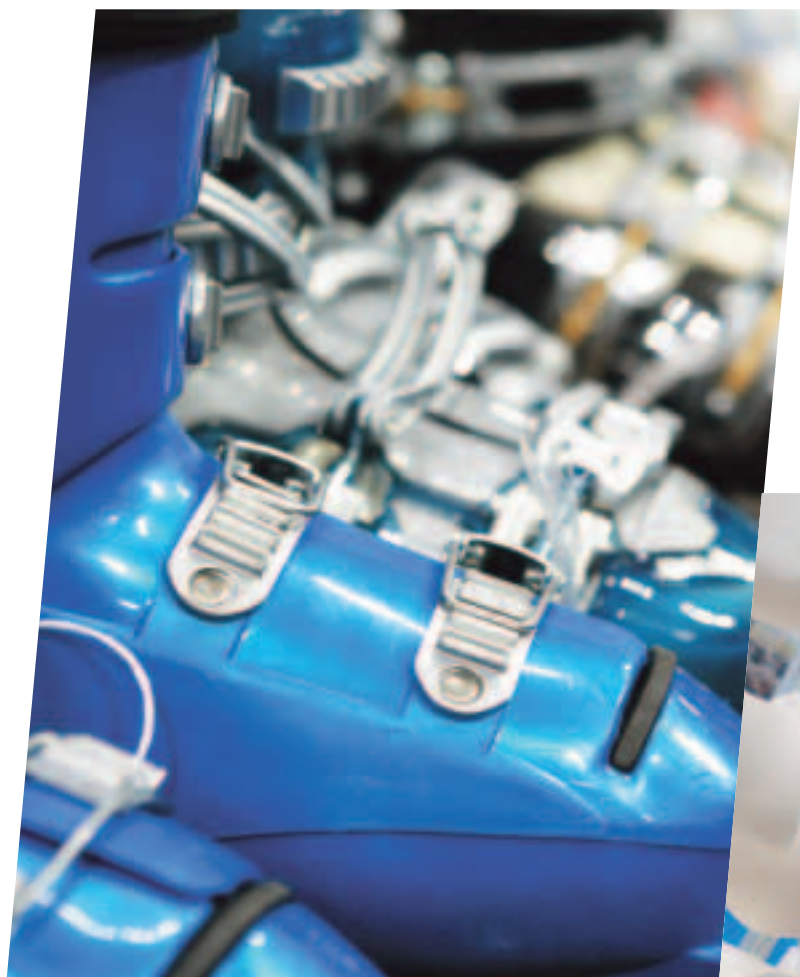
la condivisione di progettualità specifiche e dalla sempre più alta determinazione a lavorare in squadra. Tutte queste iniziative sono spinte dalla volontà di aumentare la competitività dei distretti e di applicare un principio la cui enunciazione è abusata, ma tutt'altro che banale, ovvero "l'unione fa la forza". In questo senso, la nostra consapevolezza è sempre più lucida e un coinvolgimento sempre maggiore coinvolge anche le aree del Sud del paese, che finora erano rimaste alla finestra. La competizione globale si affronta facendo sistema e di questa priorità il sistema distrettuale è sempre più consapevole. Sistema che sui mercati internazionali farà sempre di più la differenza».

Nel giugno scorso, al momento della sua nomina a Presidente, ha annunciato di voler avviare una nuova "governance", fondata su raggruppamenti di distretti dello stesso settore. Quali saranno gli effetti benefici di questa riorganizzazione?

«La nuova governance è un progetto in fase di rea-



lizzazione. Per fine anno, infatti, la Federazione intende raggruppare i distretti soci, circa una cinquantina, per gruppi omogenei di distretti individuati in *cluster*: meccanica/meccatronica; tessile/abbigliamento/accessori; pelle/cuio/calzature; agroalimentare; arredamento. Questo passaggio di trasformazione in *cluster* è fondamentale perché con-



sentirà di portare in consiglio di amministrazione, come in comitato tecnico, la voce, i progetti e le esigenze di più distretti. Torniamo quindi al concetto che tutto si deve basare sul fare sistema».

A che punto è l'accordo con l'Associazione dei Distretti Tecnologici che rappresenta i centri di eccellenza nell'innovazione e nella ricerca?

«Finora è stata impostata una collaborazione che ha come presupposto una relazione stabile tra noi e l'Associazione dei Distretti Tecnologici, la quale rappresenta i centri d'eccellenza dell'innovazione di prodotto e

di processo, nonché della ricerca, università comprese. Abbiamo raggiunto un preaccordo che prevede la condivisione di progetti e il trasferimento delle conoscenze dagli operatori della ricerca e dell'innovazione verso i destinatari, vale a dire i nostri distretti. Non solo. L'Associazione dei Distretti Tecnologici è una realtà dinamica che a sua volta è strutturata nel campo della ricerca. Di questa ricerca po-

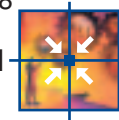
I DISTRETTI SONO MOLTO ETEROGENEI E DIVERSI TRA LORO

tranno usufruire subito i distretti della Federazione. Adesso stiamo raccogliendo richieste ed esigenze di trasferimento delle applicazioni e a breve avvieremo un canale di scambio con l'Associazione dei Distretti Tecnologici. Per quanto riguarda il tema dell'innovazione, stiamo inoltre lavorando col Ministero dello Sviluppo economico su un progetto finalizzato alla tracciabilità trasversale a tutti i distretti».



In che modo industria e innovazione tecnologica possono intrecciare le loro eccellenze per far crescere il Sistema Italia?

«È un intreccio fondamentale. Senza ricerca, senza innovazione le eccellenze del Sistema Italia non potrebbero durare nel tem-





po. Il problema è che finora le Pmi hanno trovato difficoltà ad entrare nei luoghi deputati alla ricerca e all'innovazione. L'accordo tra la nostra Federazione e l'Associazione dei Distretti Tecnologici va proprio in questa direzione, offrendo alle Pmi un canale di comunicazione con i centri di ricerca ed innovazione».

Avendo il polso della situazione, quali sono secondo lei le aree geografiche dove il sistema dei distretti industriali

APPLICARE INNOVAZIONI DI PRODOTTO E DI PROCESSO

ha saputo tirar fuori il meglio dalle sue potenzialità? Dove i casi di eccellenza?

«Stabilire quali sono le aree geografiche più interessanti non è facile, in quanto torniamo al discorso di



prima. Ci sono settori, e quindi distretti, che vanno bene e altri che vanno male. Al di là della loro appartenenza geografica. Un dato significativo può arrivare dal fatturato delle aree territorio che coinvolgono i distretti iscritti alla Federazione. Il Nord-Est è al primo posto con 23.126.000.000 euro di fatturato, seguono il Centro (13.162.000.000), il Nord-Ovest (5.550.000.000) e il Mezzogiorno (2.970.000.000). Le eccellenze riguardano tutti i nostri distretti. Faccio quattro esempi a caso.

L'occhialeria di Belluno: fattura 1,5 miliardi di euro, l'export coinvolge l'81% della produzione e copre il 25% del mercato mondiale. Le grandi aziende leader (Luxottica, Safilo, De Rigo, Marcolin, Agordo) sono affiancate dalle picco-

le imprese artigiane specializzate nella realizzazione di singole parti dell'occhiale.

La calzatura sportiva di Montebelluna fattura 1,4 miliardi di euro, esporta per il 73% ed è leader nel mondo. Lì viene realizzato il 50% delle scarpe da montagna tecniche, il 65% dei doposci, il 75% degli scarponi da sci, l'80% degli stivali da motociclismo.

La ceramica di Sassuolo fattura 4,3 miliardi di euro ed esporta il 70% della produzione. Nel distretto sono sviluppati tutti i principali comparti collegati al ciclo ceramico: smalti, vernici, colle, imballaggi, grafica e design.

Il distretto metalmeccanico di Lecco è il maggior distretto metalmeccanico del paese: 1.089 imprese, 21.000 addetti, 2 miliardi di euro di fatturato, il 40% export. Il 41,3% delle imprese investe in innovazione. Mediamente dal 6 al 10% del fatturato.

Vorrei però parlare anche dei distretti del Mezzogiorno

che sono tutti proiettati verso la globalizzazione. La capacità di tenuta delle imprese è dovuta soprattutto alla specializzazione, strettamente legata alle caratteristiche del territorio. Ne è una riprova il distretto della pesca e conserviero di Mazara del Vallo».

Merito, attitudine all'innovazione, capacità di competere: sono queste le sfide che il tessuto imprenditoriale italiano deve affrontare al più presto per non essere soffocato dalla competizione internazionale. In che modo i distretti possono dare il loro contributo?

«Continuando ad evolvere il Made in Italy nel mondo. Non è un'operazione facile, tutt'altro. Ma stiamo facendo molto per dare loro tutti gli strumenti necessari per rafforzare una posizione che è già rilevante».

(a cura di Giorgio Nicastro)

