

PIQ

Prodotto Interno Qualità
2007

In collaborazione con



“Chi governa deve avere a cuore massimamente la bellezza della città, per cagione di diletto e allegrezza ai forestieri, per onore, prosperità e accrescimento della città e dei cittadini”

Costituto di Siena del 1309

INDICE

Occhi nuovi per l'economia italiana	pag.	3
Il PIQ – una nuova misura per una nuova politica industriale	pag.	4
Considerazioni di sintesi	pag.	7
Il Comitato Scientifico del PIQ	pag.	12
Parte prima – La misura del PIQ 2007		
1.1. Uscire dal grigio: dare una misura alla qualità	pag.	13
1.2. La stima del PIQ 2007	pag.	15
1.3. I cinque volti della qualità	pag.	21
1.4. La dimensione settoriale del PIQ	pag.	24
1.5. Le componenti strutturali della qualità	pag.	32
Parte seconda – Il posizionamento internazionale dei prodotti italiani		
2.1. L'Italia della qualità nel grande <i>souk</i> internazionale	pag.	53
2.2. 2.2. Il posizionamento competitivo delle merci italiane di qualità: una panoramica e otto approfondimenti	pag.	55
2.3. 2.3. Sintesi	pag.	79
Parte terza – La dinamica di medio periodo del PIL - l'evoluzione dell'economia italiana nel periodo 1980-2006	pag.	80
Parte quarta – Appendice metodologica		
4.1. La metodologia di calcolo del PIQ	pag.	98
4.2. La metodologia di analisi di <i>benchmarking</i> internazionale	pag.	100

▪ OCCHI NUOVI PER L'ECONOMIA ITALIANA

Marcel Proust sosteneva che un vero viaggio di scoperta non è cercare nuove terre ma avere nuovi occhi. È per guardare con nuovi occhi all'economia italiana che Symbola ha dato vita al Prodotto Interno Qualità (PIQ). Uno strumento per misurare quanta della nostra economia è legata all'idea italiana di qualità: un intreccio di innovazione, ricerca, conoscenza, talenti dei territori e valorizzazione del patrimonio storico – culturale, ambienti naturali e paesaggio, capacità di intraprendere, di produrre all'ombra di campanili cose che piacciono al mondo.

Nel corso degli anni si sono sviluppati molti tentativi, spesso di grande interesse, per individuare nuovi parametri capaci di misurare beni intangibili, la coesione sociale, il patrimonio culturale, la felicità. Difficile non richiamare alla memoria lo straordinario discorso di critica al PIL tenuto da Bob Kennedy all'Università del Kansas il 18 marzo 1968 e la sua conclusione: "il Prodotto Interno Lordo misura tutto eccetto ciò che rende la vita meritevole di essere vissuta, e può dirci tutto sull'America, eccetto se siamo orgogliosi di essere americani".

Il nostro obiettivo è più limitato e al tempo stesso più ambizioso. Abbiamo lavorato assolutamente dentro il PIL così come è, con tutti i suoi limiti, per trovare nei singoli comparti quanta parte dell'economia italiana è legata alla qualità.

Il PIQ è uno strumento semplice, immediato che può essere molto utile per leggere la realtà presente e cogliere in essa gli elementi di un futuro possibile. E anche per provare a capire quanto è successo in questi anni. Tutti conoscono, ad esempio, i grandi limiti del sistema Italia, limiti che è necessario affrontare con determinazione. Perché però molti sono rimasti così sorpresi nel constatare la ripresa, spesso trainata dalle esportazioni, di tanti settori? Perché produzioni mature che molti ritenevano ineluttabilmente destinate alla delocalizzazione sono tornate in Italia? Riteniamo che nell'elaborazione di Symbola e in particolare nel PIQ si possano trovare elementi utili per dare una risposta.

Insomma, vogliamo ambiziosamente proporre uno strumento che si presta anche a letture territoriali, in grado di aiutare da subito le scelte dell'economia e della politica.

Un ringraziamento non rituale per lo straordinario contributo di competenza e di creatività va a Domenico Siniscalco, responsabile scientifico del PIC, e a Livio Barnabò che ha coordinato operativamente il Rapporto, nonché a tutti gli esperti di valore che hanno accompagnato la nascita del PIQ.

Non è che l'inizio.

*Ermete Realacci
Presidente Symbola*

▪ **IL PIQ – UNA NUOVA MISURA PER UNA NUOVA POLITICA INDUSTRIALE**

Dal 1980, il numero dei lavoratori nei paesi emergenti e' raddoppiato. Il commercio internazionale sul PIL mondiale e' anch'esso raddoppiato, raggiungendo il 31 per cento (contro l' 11 per cento del 1970). Le retribuzioni orarie di Cina e India nei confronti dell'Europa e degli USA sono incomparabilmente più basse, ed hanno contribuito a tenere bassa l'inflazione mondiale pur in un periodo di amplissima liquidità. Ciò nonostante, in tutti i paesi emergenti si osserva lo sviluppo di un'ampia classe media, mentre da noi e' proprio la classe media ad essere in sofferenza. Nell'insieme, con la globalizzazione reale e finanziaria, stiamo assistendo a un rapido e drammatico ridisegno dei modelli di sviluppo delle principali aree del mondo.

Una striscia di fumetti, comparsa di recente su un quotidiano americano, cattura la situazione. Il primo disegno raffigura la Cina come la manifattura del mondo. Il secondo disegno ritrae l'India come la patria del software. Nella terza vignetta un consumatore americano va in banca per accendere il terzo mutuo sulla propria casa. Col maggior debito finanziaria maggiori consumi. La banca a sua volta chiederà il denaro a prestito all'India e alla Cina.

Nel quadro impietosamente delineato manca l'Europa, "non pervenuta", oppure fuori dai processi di divisione internazionale del lavoro. Eppure, l'Europa, nella globalizzazione, sta assumendo con chiarezza un nuovo ruolo. Vende beni e servizi di alta qualità, costruiti su piattaforme territoriali non replicabili, prodotti e venduti con grande capitale umano. Beni e servizi prodotti con un mix irripetibile di capacità e fattori produttivi, e per questo domandati in volumi e prezzi elevati. E dunque sempre più importanti di fronte al crescere del reddito pro capite mondiale e all'emergere di nuove classi medie.

Il Prodotto Interno di Qualità, la cui nuova misura per il 2007 è presentata oggi, cattura questo tipo di produzioni e le raffronta al PIL. Non prodotti di nicchia, ma prodotti di qualità dal punto di vista i) della competitività e del mercato, ii) del posizionamento, iii) dell'innovazione tecnologica e sociale, iv) delle risorse umane e culturali, v) dell'ambiente e del territorio.

Attraverso il parere di molti esperti di settore, grazie ad una metodologia che verrà discussa tecnicamente nell'arco della giornata, il PIQ italiano per il 2007, se pure in forma ancora preliminare, offre indicazioni preziose.

Il Prodotto interno di qualità (PIQ) rappresenta ormai il 44% del PIL, con una crescita sensibile rispetto al 2005 quando, con una metodologia analoga anche se meno raffinata, avevamo tentato una prima stima del PIQ. La metodologia permette di individuare un'ampia area di non qualità o di qualità insufficiente (purtroppo ancora pari al 56% del PIL), nonché di individuare all'interno del PIQ un'area di vera e propria eccellenza (26% del Pil).

I settori di punta, dove più elevata è la presenza di qualità, sono molteplici: commercio, agricoltura, metalmeccanico; sorprendentemente per motivi opposti il made in Italy e la sanità sono in media (con un peso delle aziende di qualità intorno al 44%); servizi alle imprese, alberghi e pubblici esercizi sono sotto media. In generale, tuttavia, la varianza della qualità per settori è meno limitata di quanto si potesse supporre.

Eguale, i cinque fattori di qualità sono quasi sempre tutti presenti nelle imprese migliori, a significare che esiste una forte complementarità tra di essi (non si è competitivi e ben posizionati sul mercato senza attenzione a innovazione, capitale umano, territorio e ambiente). Particolarmente forte è il ruolo della "marca Italia", che è un fattore di identità molto evidente nei dati, ma anche nella mia esperienza all'estero. L'identità italiana dei prodotti e dei servizi continua ad essere un fattore di forza.

Analisi di corredo e complementari mostrano risultati coerenti a livello di prodotto e di posizionamento internazionale, nonché una interessante evidenza sulle competenze professionali utilizzate nel PIQ.

Il quadro che emerge da tutti questi dati è abbastanza chiaro. La qualità è caratteristica di una parte rilevante seppure ancora non preponderante del Pil Italiano; le aree di eccellenza sono quelle attese, così come le aree di debolezza. Paradossalmente, queste ultime (ad esempio gli alberghi o i trasporti) penalizzano alcuni dei vantaggi comparati più forti del paese, come il turismo.

In generale, dunque, osserviamo un quadro abbastanza positivo e in evoluzione che si associa alla ripresa dello sviluppo.

Che fare di queste indicazioni? L'ipotesi che sottopongo all'attenzione è che nel quadro della globalizzazione, per il nostro Paese, la via della qualità è l'unica sostenibile ed è l'unica in grado di mantenere la dinamica della quantità. Anzi, una pretesa opposizione tra quantità e qualità è del tutto fuorviante. Competere principalmente sui costi anziché sulla qualità, come talvolta si propone anche con politiche pubbliche, è una ricetta francamente incomprensibile. Mentre sarà da verificare in quale misura le imprese ad alta qualità, in media, registrino anche le dinamiche più elevate in termini di prezzi e di domanda (su questo esistono casi, ma non ancora evidenza statistica).

Come diffondere la cultura della qualità nelle nostre imprese? Comprendendo che la qualità (o la non-qualità) non è associata intrinsecamente a nessun settore, ma taglia ogni settore al suo interno. E spiegando che qualità significa competitività, sviluppo e profitto.

Indubbiamente è possibile immaginare politiche per la qualità, a partire dal turismo. Ma personalmente guardo con maggior favore ad uno sforzo di divulgazione, di autocertificazione, di marketing di queste idee. Per questo ritengo che la Campionaria delle qualità italiane sia un simbolo e un attrattore, prima che una fiera. Per spiegare che la qualità è l'unica strada e vocazione per un grande paese europeo.

Per il motivo non banale che la domanda e i prezzi dei prodotti di qualità crescono con il reddito pro capite e che la qualità è l'unica dimensione su cui competiamo con successo.

*Domenico Siniscalco
Responsabile Scientifico del PIQ
Vice Chairman Morgan Stanley International*



- **CONSIDERAZIONI DI SINTESI**

La tensione tra un'Italia nuova che desidera intensamente ed è in grado di interpretare da protagonista un progetto di modernizzazione e un'Italia al tramonto che guarda con stanchezza e forse con ostilità ad ogni tentativo di cambiare l'esistente è oggi sempre più forte.

Questo controllo tra potenziali di crescita, che riteniamo consistenti, e robusti freni che ci tengono ancorati all'ieri trova nel principio della qualità un modo per far emergere con chiarezza questa dialettica (che può facilmente trasformarsi in scontro) e nella sua misura uno strumento per definire politiche mirate.

Questo lavoro si avvale anche degli importanti risultati dell'indagine previsionale sugli scenari del futuro della qualità italiana nei prossimi cinque anni condotta da Domenico De Masi per Symbola¹, collocando la riflessione su un terreno macroeconomico.

Il dato che più colpisce dell'analisi del PIQ 2007, è il suo peso sul PIL: il 44%. È un valore importante, in parte inatteso e per questo più volte verificato dagli analisti che hanno condotto questo esercizio, ma è un dato che va letto con attenzione. Il 44% del PIL che può essere letto come PIQ è, in termini di mercato, un valore elevato, ma nasconde altri aspetti della qualità italiana non così premianti.

Possiamo infatti ritenere che il PIQ per addetto sia mediamente più elevato del PIL per addetto, il che significa che le professionalità di qualità, gli addetti in grado di produrre qualità siano in proporzione più ridotta sul totale degli addetti (sicuramente sotto il 40%).

Possiamo anche supporre che il PIQ non sia prodotto con analoga intensità da imprese di tutte le dimensioni: pur essendo convinti che la dimensione di impresa non è un vincolo assoluto nei confronti della qualità. Se è così, anche la quota di imprese che produce in qualità è più ridotta (ancora inferiore al 40%).

Il dato sul PIQ 2007 è perciò un dato di soglia: il suo valore assoluto consente di pensare che la qualità abbia raggiunto una dimensione critica capace di innescare un effetto volano; la presenza di una consistente area della non qualità o della qualità insufficiente (più ampia se misurata in termini di addetti e di numero di imprese) non ci mette al riparo da possibili arretramenti.

¹ "Cosa è la qualità. Come evolverà nel prossimo quinquennio". Il documento è reperibile in www.symbola.net.

Tra l'area del PIQ ed il resto del sistema produttivo italiano c'è una significativa cesura. Ci si poteva aspettare che il passaggio dalla non qualità alla qualità potesse essere un percorso graduale: non è così. La scelta di utilizzare la qualità come leva competitiva sembra provocare nel sistema produttivo fenomeni di polarizzazione: chi lo fa rapidamente passa da livelli di qualità medio alti a livelli di eccellenza (il 26% di PIL che possiamo attribuire all'area dell'eccellenza rappresenta il 60% del PIQ); chi non sceglie questa strada rimane spesso su livelli di non qualità assoluta (il 23% del PIL cui non possiamo associare alcun indizio di qualità rappresenta oltre il 40% dell'area della "non qualità").

Se consideriamo il fatto che, rispetto alle prime ipotesi di misurazioni del PIQ effettuate nel 2005, si può ritenere che ci sia stato un progresso stimabile tra il 2 ed il 3% di quota PIQ su PIL per anno; l'impressione che se ne trae è quella di una significativa reazione del sistema produttivo italiano ai processi di mondializzazione dei mercati ed alle nuove condizioni di mercato introdotte dall'Euro, reazione che, però, non è avvenuta in modo uniforme in tutto il tessuto produttivo, da cui i fenomeni di polarizzazione segnalati.

Questa diversa apertura a scelte di qualità non è caratterizzata settorialmente, è piuttosto interna ai settori. Se solo si osserva la diversa dinamica intervenuta, ad esempio, tra le aziende del vino e quelle dell'olio è facile trovare un conferma di questo: la crisi del metanolo ha innescato un processo di riposizionamento che ha toccato tutta la catena del valore, dalla ricerca alla ridefinizione del prodotto, alla organizzazione della produzione, alle strategie di *marketing* e distribuzione. Questa azione coerente e potente ha fatto del vino italiano un prodotto *leader* nel mondo con una significativa presenza nei segmenti di mercato medio alti ed alti. Non così è accaduto per l'olio: il prodotto italiano, potenzialmente di qualità eccellente, è del tutto assente nei segmenti più elevati del mercato mondiale, mentre occupa posizioni di rilievo nei segmenti medio bassi.

L'analisi settoriale corregge invece significativamente un'immagine datata della qualità italiana: quelle che associa l'idea di *made in Italy* ad una eccellenza dei fattori immateriali non sostenuta da livelli tecnologici adeguati. Non è così. Il PIQ è il prodotto di significativi avanzamenti dell'Italia nell'area delle tecnologie: ad esempio, la meccanica italiana tra il 2000 ed il 2005 ha guadagnato posizioni tra i Paesi esportatori (nel segmento della produzione di motori diesel siamo passati dal 12° al 10° posto del *ranking* mondiale dei Paesi esportatori e nelle macchine a controllo numerico dal 4° al 2°).

In altri segmenti abbiamo perduto posizioni, ma ciò è dovuto alla scelta di abbandonare segmenti di mercato a basso margine per presidiare in modo vincente i segmenti a maggior pregio (è il caso, ad esempio, degli strumenti medicali e scientifici).

Più difficile da leggere in modo unitario è il rapporto tra qualità e sistema dei servizi. E', questo, un mondo assai diversificato e la quota PIQ dei diversi segmenti indica traiettorie non omogenee. Può stupire, infatti, il fatto di trovare al vertice della graduatoria settoriale il commercio, ma in questo risultato ritroviamo gli effetti di una liberalizzazione del mercato che ha provocato una significativa reazione degli operatori, che hanno saputo reinterpretare i ruoli differenti delle grandi superfici di vendita rispetto alla distribuzione specializzata e di prossimità, reinventando ad esempio il nesso tra distribuzione e centri storici delle tante città italiane (i cosiddetti "centri commerciali naturali"). Positivamente colpisce il salto in avanti dei servizi alle imprese rispetto al 2005; ciò significa che è in atto una reazione positiva del settore sul quale il giudizio della Commissione Europea, secondo le metriche di Lisbona, è ancora critico.

Non stupisce invece la posizione sostanzialmente analoga dei servizi della PA e del turismo. I livelli di PIQ non sono troppo inferiori alla media generale (forse per la PA ci saremmo attesi giudizi più severi), ma si pongono comunque nella parte medio bassa della graduatoria. In entrambi i segmenti non si è avuto negli ultimi anni un "effetto mercato" analogo a quello che ha interessato l'intera economia italiana.

Per la PA è mancata un'azione positiva nel riqualificarne il ruolo, essenziale, nel quadro di una economia moderna. Il decentramento amministrativo è ben lungi dall'aver prodotto una diversa efficienza ed efficacia nell'azione pubblica a livello locale; il connubio tra PA e tecnologia sotteso alle iniziative rivolte all'implementazione di soluzioni di *e-government* non hanno ancora avuto effetti strutturali: la tecnologia, se non accompagnata da una coraggiosa revisione dei modelli organizzativi orientata a nuovi livelli di servizio per le persone e per le imprese, può sortire effetti di ulteriore irrigidimento e una riproduzione efficiente dell'inefficienza.

Per il turismo l'effetto mercato si è manifestato più di recente e, se non per gli analisti più accorti (con un inutile "effetto Cassandra"), del tutto inaspettato.

L'insieme degli operatori ha a lungo ritenuto che l'Italia potesse godere di un monopolio naturale sostanzialmente inattaccabile. Abbiamo capito che non è così, ma scontiamo il fatto che questo atteggiamento da monopolista ha comportato un rallentamento del ciclo degli investimenti che non si recupera nel breve. Non è un caso che, in un panorama complessivamente difficile, si salvino singole destinazioni (il Trentino-Alto Adige o Roma, ad esempio) che per motivi diversi hanno attivato dalla fine degli anni '80 un ciclo di investimenti cospicuo e costante.

* * *

Le dinamiche di costruzione della qualità sono plurime e sofisticate. Le abbiamo semplificate, in questa analisi, condensandole in cinque fattori critici (qualità ambientale e legame col territorio, qualità del capitale umano, qualità dell'innovazione, qualità del posizionamento, la competitività basata sulla qualità). L'analisi che incrocia questi fattori (e gli indicatori più analitici che li sostanziano) e i profili settoriali è sicuramente interessante. Qui occorre però sottolineare un dato più strutturale: tra i primi quattro fattori ed il quinto, quello relativo alla competitività sui mercati internazionali, esiste un significativo dislivello: mentre i primi si allineano su valori sostanzialmente analoghi, il quinto segnala un valore di circa dieci punti inferiore.

In sostanza si potrebbe dire che la catena della qualità trova ostacoli ad esprimersi in termini di mercato. O, meglio, potremmo dire che il nostro sistema economico non è ancora riuscito a trasferire compiutamente al mercato la percezione corretta dei livelli di qualità che è stato in grado di sviluppare. C'è, in questo, il peso di un'immagine del Paese a livello internazionale non sufficientemente curata ed aggiornata, ma ci sono anche elementi più strutturali: il passaggio da una logica di mercato domestico (includendovi l'Europa) ad un mercato di dimensioni mondiali necessita un salto di qualità rispetto a funzioni quali la *marketing intelligence* e, soprattutto, la logistica e la distribuzione. Su questi tre piani non abbiamo fatto un significativo avanzamento di qualità: conosciamo poco i mercati (e spesso vi arriviamo ancora in ritardo), non siamo in grado di presidiarli efficacemente in termini di reti distributive che siano in grado di trasferire al consumatore la qualità italiana (che spesso viene mortificata da strutture distributive inadeguate o insufficienti), non siamo in grado di alimentarle con una logistica moderna (la crisi delle nostre imprese di logistica più significative - Alitalia e FS - non è un caso).

La tensione verso la qualità, la necessità di gestire in modo intenso e convinto questa leva competitiva, risulta evidente dal profilo del PIQ che emerge da questa prima misurazione, insieme ad una diversa attitudine del Paese ad accettare questa scommessa. Emerge, infine, che la tensione alla qualità, per diventare compiutamente nuovo modello di sviluppo, necessita di una nuova stagione di *policy*.

Va a questo proposito reinterpretato il concetto di sostenibilità, che è una delle parole più utilizzate, ma anche tra le più ambigue del nostro lessico politico. Sostenibilità è sicuramente un nuovo rapporto tra qualità e sviluppo che incorpora i concetti di cultura e di natura come sostanziali, ma sostenibilità è anche compresenza, nel nuovo orizzonte, dei desideri di tutte le generazioni. In un Paese invecchiato e, per questo, fisiologicamente propenso ad atteggiamenti conservativi, ciò significa una nuova attenzione alle prospettive dei più giovani (quanto l'Italia futura che proponiamo è un luogo ospitale per i loro sogni ed accogliente per le loro nuove competenze?).

Ciò a cui invece dobbiamo puntare è una qualità che si diffonde e conquista una porzione più importante del sistema produttivo, perché chi produce in qualità non può resistere a lungo in un Paese troppo disomogeneo dai propri *standard*, perché entrerà in conflitto con fornitori inadeguati, con una PA che non lo ascolta e non ha interesse a capirlo, con un mercato di persone che non capiranno i suoi prodotti.

Tutto ciò necessita di un sistema di misura nuovo; più volte nel corso di questo lavoro ci si è confrontati con la rigidità dello schema di misurazione sotteso al PIL, che non descrive le nuove configurazioni produttive e non è in grado di dar conto dei fattori di qualità che rappresentano il nuovo profilo di competitività che qui viene proposto e che trova una sintesi comunicativa nel concetto di *soft economy*. Il PIQ risponde a questa nuova domanda di misura come base per nuove politiche.

*Livio Barnabò
Responsabile del coordinamento operativo del PIQ
Comitato scientifico Symbola
Presidente di PEGroup*

▪ **IL COMITATO SCIENTIFICO DEL PIQ**

Il presente documento è il risultato di un ampio lavoro svolto per Fondazione Symbola da un apposito Comitato Scientifico composto da:

- **DOMENICO SINISCALCO** – *Responsabile scientifico
Presidente Comitato scientifico Fondazione ENI Enrico Mattei;*
- **LIVIO BARNABÒ** – *Responsabile coordinamento operativo
membro del Comitato scientifico di Symbola e presidente di PEGroup*
- **DUCCIO BIANCHI** - *Direttore Istituto di Ricerca Ambiente Italia e
membro del Comitato scientifico di Symbola;*
- **LUIGI CAMPIGLIO** - *Pro-Rettore Università Cattolica del Sacro Cuore
di Milano e membro del Comitato scientifico di Symbola;*
- **CLAUDIO GAGLIARDI** - *Direttore Centro Studi Unioncamere;*
- **ALBERTO PIANTONI** - *Amministratore delegato Bialetti Industrie e
membro del Comitato dei Promotori di Symbola;*
- **VALENTINO PIANA** - *Senior Consultant PEGroup;*
- **SABINA RATTI** - *Responsabile Sostenibilità, Direzione Relazioni
Istituzionali e Comunicazione ENI S.p.A.*

PARTE PRIMA – LA MISURA DEL PIQ 2007

I.1. Uscire dal grigio: dare una misura alla qualità

Il passaggio dalla crescita quantitativa alla crescita qualitativa è una transizione epocale per le economie avanzate. Mentre i Paesi emergenti puntano tutte le loro carte su una crescita del PIL a due cifre, pronti a sacrificare sostenibilità e condizioni sociali per consegnare alle generazioni future un Paese ricco, ma probabilmente squilibrato, i Paesi maturi, e in prima fila l'Italia, fanno del cambiamento del *mix* produttivo - a vantaggio delle produzioni di qualità - la chiave della competitività delle imprese, del benessere dei cittadini, della solidità del tessuto sociale. In una parola ragionano in termini di sostenibilità dello sviluppo.

La diffusione della qualità in tutti i segmenti economici è un processo potenzialmente tumultuoso e altrettanto dirimente di quanto è stata la crescita quantitativa di un tempo. Un nuovo "miracolo italiano" non consiste nel replicare i tassi di crescita degli anni '60 quanto piuttosto nella riduzione implacabile dell'area della non-qualità.

Sul piano ambientale, la non-qualità è l'inefficienza energetica, le emissioni inaccettabili di CO₂, le produzioni pericolose. Sul piano della gestione delle risorse umane, la non-qualità è la mortificazione del merito e la mancata diffusione delle competenze, che impedisce che tutti possano apportare alla costruzione del futuro un contributo di elevata professionalità e produttività, ma anche di passione.

Sul piano dell'innovazione, l'area della non-qualità rifugge le sfide della globalizzazione e sostanzialmente rifiuta il fondamento culturale soggiacente ai movimenti mondiali rilevanti come la cittadinanza delle imprese o la certificazione di qualità totale, riduttivamente intese in termini formalistici e opportunistici.

In termini di posizionamento competitivo la non-qualità è fatta da quei prodotti che puntano su un prezzo basso per ovviare ad evidenti difetti funzionali e immateriali. Sul piano del mercato, la non-qualità si vede quando calano le esportazioni su mercati pregiati, sofisticati ed in crescita o quando viene a mancare il supporto dell'intero sistema Paese per l'allungamento e le trasformazioni delle filiere produttive.

Sembrano tanti fenomeni diversi, ma vi è un filo conduttore unico che lega tutto questo “sistema grigio” che rischia di trattenere e bloccare un Paese bello, originale, fantasioso, innovativo e solidale, di lunghissima storia.

I circuiti viziosi sembrano inseguirsi a vicenda; qui si annodano e si confondono cause e conseguenze, diventa difficile capire chi è il colpevole e chi è la vittima; ecco, allora, che inizia lo scaricabarile delle responsabilità, il girare a vuoto delle leve del cambiamento.

Per riprendere il bandolo della matassa è necessario poter disporre in modo aggiornato e frequente di una misura sintetica dei “confini geografici” tra le aree della qualità e della non-qualità, capace di cogliere i luoghi del cambiamento.

Misurare la qualità non significa qui cercare di capire quanto è eccellente un fenomeno o una produzione. Significa invece mappare i confini che dividono la qualità dalla non-qualità per poi costruire un sistema che complessivamente favorisca la transizione in un’economia che sta diventando sempre più *soft*.

Al centro di questo snodo la Fondazione Symbola porta la sua audace proposta di misura del Prodotto Interno di Qualità all’attenzione del Paese, dei decisori, dell’opinione pubblica.

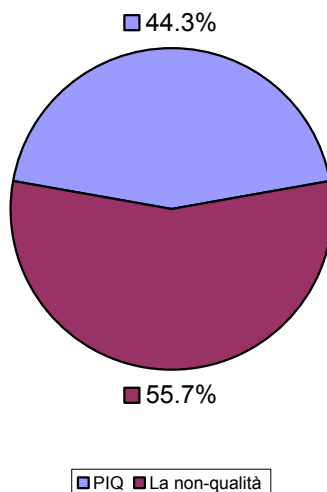
È una proposta ambiziosa che vuole “stanare” un fenomeno che assume tanti volti e che potrebbe contenere una irriducibile radice soggettiva; il PIQ, invece, punta ad impostare in modo solido e tangibile una misura “in euro” della qualità italiana, che possa intervenire e pesare nel dibattito forte delle cifre, dalla Legge Finanziaria agli investimenti delle imprese.

Il PIQ è una misura che si basa sui tanti volti della qualità per poterli riassumere in quel fenomeno emozionante che sono le folle in movimento, una misura che parte dalla forma degli alberi per ricostruire il valore della foresta.

I.2. La stima del PIQ 2007

Il **PIQ 2007** è pari al **44,3% del PIL** (Graf. 1). In termini quantitativi (facendo riferimento ai valori del PIL 2005, ultimi disponibili) si tratta di un valore non inferiore ai 628 miliardi di Euro².

Graf. 1 – il PIQ 2007 (% sul PIL)



Fonte: analisi Symbola

Il valore è consistente. Istintivamente, ci si pone la domanda sulla dinamica temporale di questo aggregato. Sul PIQ non esistono evidentemente “serie storiche”: l’edizione 2007 è effettivamente la prima fondata su una metodologia solida. Tuttavia, va ricordato che nel 2006 Symbola aveva già annunciato la propria intenzione di approfondire il tema della misura della qualità³.

² Il riferimento al 2005 è legato alla ultima disponibilità di dati Istat sulla composizione del PIL per branche di attività economica. Il panel in realtà si è espresso su una realtà più avanzata, in quanto interrogato durante il 2007. La percentuale del PIQ è quindi attribuibile al 2007, mentre i dati Istat sono del 2005. Il confronto col passato rimane comunque di una distanza biennale per entrambe le fonti.

³ Si vedano i documenti del Convegno “Soft economy – quante divisioni ha la qualità italiana?” – Firenze, 14 gennaio 2006.

Per quella occasione era stata fatta, nel 2005, una prima valutazione esplorativa; rispetto a quella esperienza non è possibile evidentemente definire una misura della dinamica biennale attendibile: troppa differenza nella profondità delle analisi e nel profilo metodologico adottato.

Tuttavia, il segnale è significativamente positivo; la differenza è sensibile: si può stimare che il PIQ abbia acquisito dai due ai tre punti di “quota PIL” per anno. Un dinamica accelerata, ma giustificabile: questa valutazione ci restituisce l’immagine di un’Italia che sta migliorando piuttosto velocemente, con una crescita complessiva significativa. L’area della non-qualità si sta restringendo, in una trasformazione i cui sintomi si notano su molti piani, ma le cui dimensioni complessive certamente sono piuttosto “forti”.

Questa dinamica, che per i motivi già sottolineati, va considerata con prudenza, in prima battuta ha sorpreso anche il gruppo di analisti che hanno elaborato i dati. Così come potrebbe stupire anche chi leggerà queste analisi. Ulteriori verifiche hanno suggerito di confermare queste stime, che vanno però giustificate. A sostegno della attendibilità dei valori 2007 e del *trend* 2005 – 2007 stanno tre motivazioni:

- ❖ il dato, lo ricordiamo, si riferisce alla quota di PIQ sul PIL; una dinamica di 2-3 punti per anno in termini di “quote di mercato” è sicuramente accelerata, ma non del tutto eccezionale, se si pensa che le imprese italiane stanno reagendo alla pressione competitiva principalmente (se non esclusivamente) in termini di qualità (e non di prezzo) e che nei primi anni 2000 si concentra l’impatto del passaggio all’euro coniugato con gli effetti dell’apertura mondiale dei mercati. Il *trend* proposto conferma, in questo caso, una reazione delle imprese a questa nuova situazione, reazione positiva in quanto gestita attraverso la leva della qualità,
- ❖ peraltro, i dati sull’economia italiana confermano che è in atto una ripresa. Lo stesso Rapporto Unioncamere 2007⁴, notoriamente prudente ed affidabile nelle sue valutazioni, conferma una dinamica più che positiva. Inoltre, tutti i maggiori osservatori internazionali che controllano gli andamenti dell’economia italiana tendono ad essere più confidenti sulla qualità (e stabilità) delle dinamiche positive che il nostro Paese registra,

⁴ Presentato in occasione della Giornata dell’economia, il 7 maggio 2007.

- ❖ infine, questa edizione del PIQ utilizza una metodologia di analisi estremamente più sofisticata rispetto alla prima edizione, il che ha permesso di “vedere” e perciò considerare e misurare aspetti della qualità che erano sfuggiti alla prima analisi, che peraltro, proprio perché basata su una metodologia tipologicamente corretta, ma assolutamente prototipale, aveva suggerito una estrema prudenza nelle stime.

Il metodo usato per ottenere tale stima contempera elementi quantitativi e qualitativi, dati pubblici con dati che derivano dall'*expertise* specifico: si sono infatti incrociati i dati Istat ed i risultati delle risposte ad un questionario fornite da 85 esperti settoriali⁵.

Quest'anno si è deciso di esprimere il PIQ complessivo secondo una definizione più stringente di quella utilizzata nella stima 2005. Si è infatti partiti da cinque accezioni diverse di qualità:

1. **qualità ambientale e del legame col territorio:** include il rispetto e la valorizzazione delle risorse naturali e del patrimonio delle tradizioni locali e nazionali,
2. **qualità delle risorse umane:** prende in considerazione il livello di valorizzazione ed effettiva utilizzazione delle competenze individuali di qualità elevata,
3. **qualità dell'innovazione:** prende in considerazione la gestione del ciclo dell'innovazione tanto in termini di fattori di *input* (ricerca e sviluppo), quanto in termini di *output* (innovazione a livello di processo e di prodotto),
4. **qualità del posizionamento:** prende in esame aspetti della qualità del prodotto che vanno dalle componenti che contribuiscono a determinare i livelli di qualità intrinseca a quelle che, invece, determinano il posizionamento in termini di immagine (*design*, comunicazione, ecc.),
5. **qualità come competitività:** considera gli aspetti che determinano la competitività relativa dei prodotti rispetto alla concorrenza tanto sul mercato interno che quello internazionale.

⁵ Si confronti al proposito la nota metodologica relativa al calcolo del PIQ, che riporta anche un elenco completo dei partecipanti al *panel*.

Per ciascuna di queste eccezioni è stata proposta una batteria di domande di rappresentative al panel di esperti settoriali. A partire da questi macro fattori o macro caratteristiche, come qualificare la qualità? La qualità, nella accezione che viene qui proposta è proporzionale ai livelli di presenza e, soprattutto, di compresenza di più accezioni di qualità nel medesimo segmento di produzione. In concreto sulla base di un questionario volto a misurare per ciascun settore il grado di qualità specifico, sono state identificate delle aree di qualità:

- ❖ la mancata presenza di qualunque caratteristica o accezione di qualità descrive l'area della non qualità,
- ❖ la presenza di livelli accettabili di qualità per una o due accezioni tra le cinque prese in considerazione descrive l'area della qualità insufficiente,
- ❖ la presenza di un *range* che va da tre a cinque accezioni di qualità delimita **l'area del PIQ**,
- ❖ all'interno dell'area del PIQ viene poi ulteriormente definita un'area dell'eccellenza, che comprende la quota di produzione per la quale sono presenti tutte e cinque le accezioni di qualità.

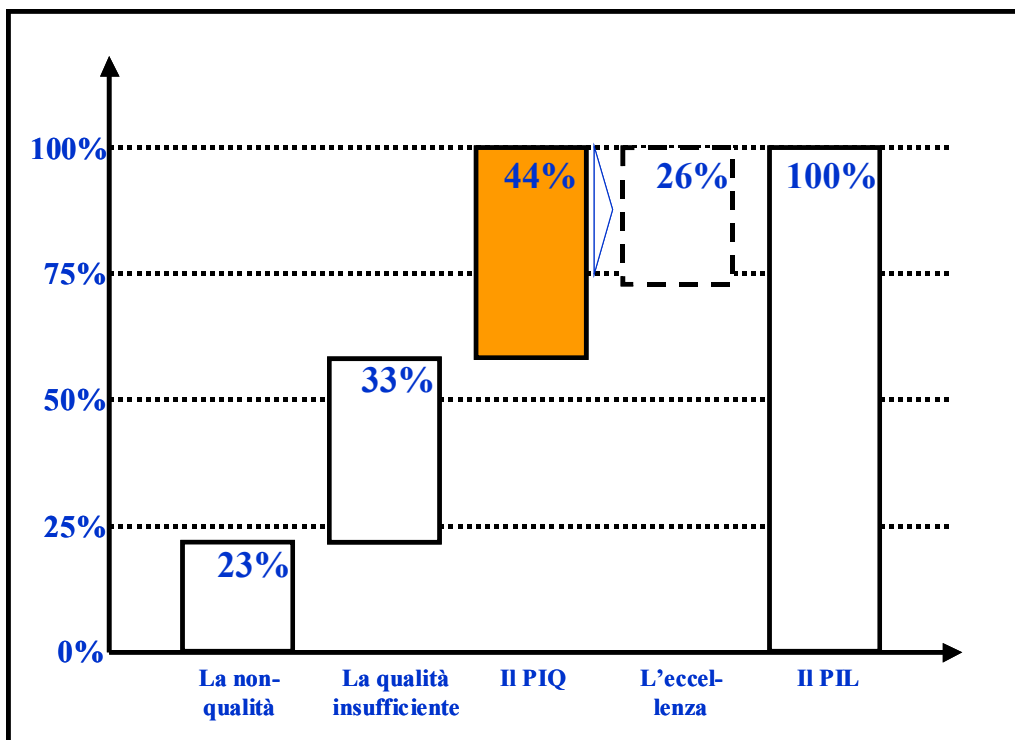
Coerentemente con le scelte fatte in occasione della prima misurazione del PIQ, si è distinto perciò tra una accezione di qualità, il PIQ, che comprende la quota di produzioni che hanno raggiunto livelli medio alti ed alti e che costituiscono il volano forte di un moderno e solido posizionamento dell'Italia nei mercati internazionali, e una accezione di qualità più restrittiva, l'eccellenza, che nel PIQ è ricompresa, che da sola non può costituire almeno oggi e nel breve periodo l'unico metro di competitività del Paese, ma la cui presenza misura la tensione evolutiva del nostro sistema produttivo.

I dati evidenziati nel Graf. 2 oltre a riproporre la misura del PIQ permettono altre considerazioni:

- ❖ in primo luogo l'area della non qualità è consistente: il 23% del PIL,
- ❖ secondariamente, anche la quota di produzione che presenta solo indizi di qualità è ampia: il 33%,
- ❖ all'opposto, se l'area del PIQ è pari al 44%, l'area dell'eccellenza ne rappresenta oltre la metà (il 26%).

Tutto questo sembra suggerire il fatto che le dinamiche 2005-2007 cui già si è fatto cenno tendono a creare una discontinuità nel tessuto produttivo. In sostanza, chi sceglie la qualità non lo fa in modo incerto; l'investimento è su un progetto integrato, per cui il passaggio da una qualità espressa su tre dei cinque parametri ad una qualità che si esprime su tutti e cinque i parametri sembra poter avvenire con una certa rapidità. Tra non qualità e qualità insufficiente si sta creando un solco, una vera e propria linea di discontinuità? Se fosse così potremmo dire che i paradigmi identificati sono quelli che determinano una nuova segmentazione del sistema di produzione e suggeriscono aree di *policy* sulle quali concentrare le iniziative finalizzate al riposizionamento competitivo delle nostre imprese.

Graf. 2 - la composizione del PIL in termini di qualità



Fonte: analisi Symbola

Dal dato complessivo, di per sé già significativo, occorre scendere, per comprendere come questo risultato si generi, ad un livello di maggiore dettaglio: quello dei cinque parametri di qualità sui quali il PIQ si misura. Va qui ricordato come la scelta dei cinque parametri prima ricordati è dovuta a due motivazioni:

- ❖ la prima, la più rilevante, ha le sue radici nelle riflessioni sul tema della qualità che hanno attraversato, negli ultimi due anni, la riflessione di Symbola sulla *soft economy* e su molti aspetti del *made in Italy*, che hanno coinvolto ed interessato centinaia di operatori (imprenditori, *manager*, amministratori pubblici, studiosi) in incontri a livello locale e nazionale,
- ❖ la seconda sta nella attuale metodologia di calcolo del PIL. Questa oggi rispecchia un modello di lettura dell'economia italiana che potrebbe dirsi "tradizionale", nel senso che è ancorata ad un modello descrittivo settoriale. Questo modello non permette di leggere l'economia italiana attraverso modelli diversi; ad esempio, ed è il fatto che più interessa questo esercizio, non è possibile una riaggregazione dei dati che fornisca una lettura ispirata al modello delle filiere produttive. Ben sappiamo come la ricomposizione di configurazioni organizzative competitive preveda un forte livello di integrazione tra strutture specializzate in attività lungo la catena del valore: dalla ricerca di base alla ricerca applicata, dallo sviluppo della gamma prodotti alla gestione delle linee di produzione secondo modelli che prevedono una significativa innovazione nei sistemi di sub-fornitura e di cooperazione produttiva, dal *marketing* alla logistica e alla distribuzione. Questa riorganizzazione delle filiere è un luogo di innovazione anche per i profili di specializzazione delle imprese (non si modificano solo i profili professionali delle persone): abbiamo nuovi profili di impresa che non sempre è possibile ritrovare nella descrizione fornita dal PIL. Questo limite è stato più volte sottolineato dal Comitato Scientifico del PIQ. In sostanza, avremmo certamente potuto impostare una lettura del PIQ ispirata ai medesimi criteri di qualità, ma concretizzata in indicatori che tenessero presente questa straordinaria trasformazione organizzativa, ma la necessità di calcolare il PIQ come quota del PIL ha posto evidentemente dei limiti strutturali.

I.3. I cinque volti della qualità

In questa edizione del PIQ sono state enunciate cinque accezioni di qualità; ciascuna di esse è articolata in una serie di indicatori di dettaglio, che vanno concretamente a descrivere e misurare un ventaglio di punti critici attraverso domande mirate contenute nel questionario rivolto al panel.

In particolare le cinque accezioni sono state così ricostruite:

1. la qualità ambientale dipende da una serie di indicatori quali:
 - a. la produzione di CO₂ e altri gas serra;
 - b. la produzione di residui nocivi;
 - c. l'efficienza energetica;
 - d. l'utilizzo o meno di materie prime e energie rinnovabili;
 - e. l'impatto sulla salute dei lavoratori;

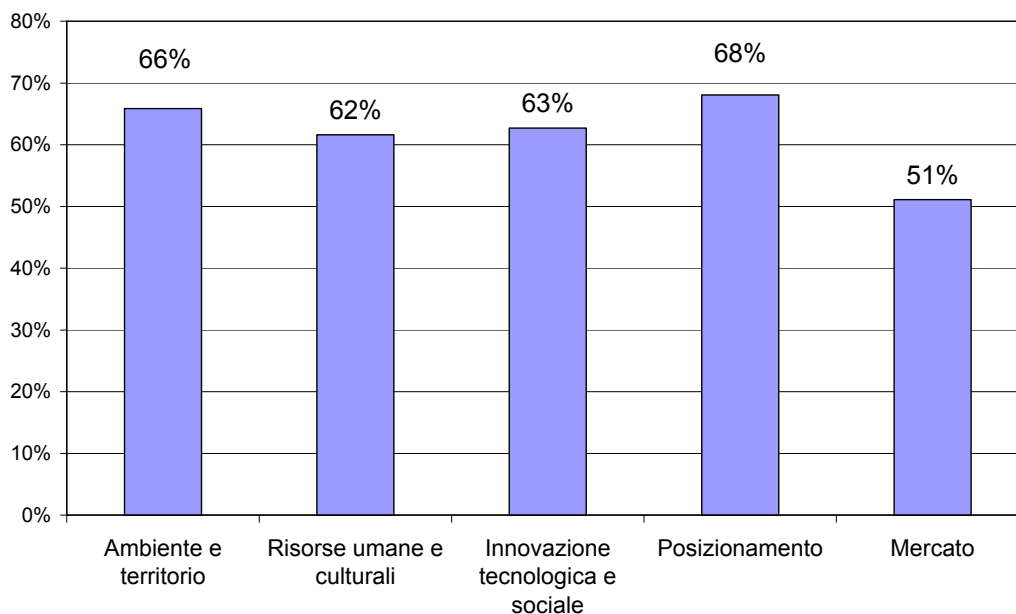
ad essa viene inoltre associato la forza del legame col territorio, tanto in termini di prodotti che di saperi e competenze;

2. la qualità delle risorse umane è rivelata da 9 indicatori, tra cui le competenze utilizzate dai lavoratori (tecnico-professionali, di base e trasversali) e la loro valorizzazione da parte delle imprese del settore in termini di autonomia decisionale ed economici;
3. la qualità dell'innovazione tecnologica verifica le fonti dell'innovazione (R&S, contaminazione di saperi/discipline), il legame con le strategie aziendali, le modalità con cui l'innovazione si manifesta (prodotto, processo) e il suo grado (innovazione radicale, innovazione incrementale); si sono inoltre considerate alcune innovazioni sociali, indicative di un *milieu* potenzialmente favorevole all'innovazione, quali il ruolo delle donne e dei giovani, la certificazione di qualità;
4. la qualità del posizionamento in cui viene valutato il posizionamento su segmenti ad alto o basso valore aggiunto dei prodotti italiani del settore, la relativa prevalenza quantitativa di prodotti di alta o bassa qualità, l'utilizzo della leva della "bellezza estetica" come caratteristica importante del prodotto, la notorietà della qualità percepita del prodotto italiano, l'allineamento o il *trend-setting* dei prodotti rispetto alla moda o alle traiettorie tecnologiche pertinenti, il ruolo dei canali di distribuzione;

5. la qualità come competitività tiene in considerazione livelli e dinamica dei valori assoluti delle esportazioni e delle quote di mercato dell'Italia (globali e sui principali mercati di riferimento), non senza indagare sull'andamento dei prezzi, per giungere ad un giudizio complessivo di competitività, anche alla luce del tipo di supporto offerto dal sistema/paese; l'analisi è stata rivolta anche a settori tradizionalmente protetti o lontani dalla concorrenza internazionale, per esplorare con gli esperti un elemento di comparazione qualitativa di tendenza, che può invece diventare molto preciso e quantitativo una volta fissati, come viene fatto nella seconda parte del percorso, alcuni prodotti precisi in settori altamente integrati a livello internazionale.

Il profilo dell'Italia rispetto alle cinque accezioni di qualità adottate dall'analisi è rappresentato nel Grafico 3.

Graf. 3 - Il valore delle cinque accezioni di qualità – un profilo nazionale



Fonte: analisi Symbola

I dati disegnano un profilo piuttosto equilibrato, con quote sostanzialmente analoghe. Salvo un punto che richiede un'attenzione specifica; non deve sfuggire infatti lo scarto sensibile che separa le valutazioni sul fattore “posizionamento” e quelle sul fattore “mercato”, l'unico che registra valutazioni relativamente più critiche. Il dato si spiega attraverso valutazioni non sorprendenti per le nostre imprese; infatti:

- ❖ la capacità delle imprese italiane di disegnare prodotti “adatti” al mercato e aderenti ai profili di domanda dei propri mercati obiettivo è nota e continuamente riconosciute anche dalle maggiori analisi internazionali,
- ❖ il punto critico, che diventa più pregnante e centrale in un orizzonte di mercato che non può essere che mondiale, sta negli strumenti di presidio organizzativo dei mercati: sistemi distributivi adeguati e sistemi logistici specializzati.

Qui, l'Italia registra un ritardo sensibile: nello stesso settore e, spesso, nello stesso segmento di mercato e per prodotti sostanzialmente analoghi, la differenza di *performance* tra imprese diverse sta spesso solo nelle rispettive reti distributive e nelle soluzioni logistiche che le alimentano.

Per un ragionamento che prenda in considerazione l'intero sistema economico è importante capire quali sono le accezioni che più caratterizzano la qualità complessiva: se ve ne sono di più deboli e di più forti o se esista invece un certo equilibrio tra di esse.

Nel complesso, si ha comunque l'impressione che la qualità sia un fattore che integra tutti gli elementi considerati, secondo meccanismi di integrazione e rafforzamento reciproco; in sostanza si può dire che ciò che è “pulito” è anche “innovativo”, fa leva su risorse umane qualificate, tende a posizionarsi nei segmenti ad alto valore aggiunto ed è (in un certo numero di casi) competitivo⁶.

⁶ La questione della coerenza tra le diverse accezioni di qualità è stata posta al *panel* in modo esplicito. La valutazione che ne deriva permette di stimare in modo sintetico che il fattore di correlazione tra i cinque fattori considerati sia pari al 76% (v. la nota metodologica). È un valore estremamente elevato; se fosse stato pari al 100%, tutte le accezioni di qualità sarebbero equivalenti: un caso evidentemente limite e di scuola. Nella realtà vi sono invece, si potrebbe dire ovviamente, casi di disallineamento. Peraltro, se questi fossero troppo elevati (il che darebbe un fattore di correlazione significativamente più basso) pur in presenza di un valore medio analogo, ciò significherebbe che l'approccio alla qualità sarebbe più immaturo e, per certi versi, casuale e sicuramente non “di sistema”: un approccio, perciò, fragile in quanto non basato su una concezione della qualità affrontata come insieme integrato di elementi coerenti.

Questo aspetto della qualità (la dimensione “integrata”) sollecita due considerazioni:

- ❖ in primo luogo, a livello aziendale, l’approccio integrato significa che non è possibile lavorare al rafforzamento di un aspetto senza prendere in considerazione gli altri. Il risultato sarebbe facilmente un investimento anche consistente i cui risultati sulla qualità complessiva potrebbero essere anche marginali⁷. Un approccio integrato permette invece di lavorare per rafforzare un fattore di qualità migliorando tutti gli altri,
- ❖ d’altro canto, sul piano delle politiche per la qualità un approccio focalizzato su un fattore o un approccio su più fattori non ispirato ad una visione integrata e di sistema potrebbe non sortire effetti significativi in termini economici pur in presenza di investimenti consistenti.

Naturalmente questo risultato è una visione d’insieme, attraverso la totalità dei settori economici; è infatti possibile che il profilo specifico di un settore mostri particolari carenze di certe accezioni che una eventuale politica settoriale⁸ mirata potrebbe fortemente attaccare.

I.4. La dimensione settoriale del PIQ

L’indagine ha interessato 43 branche dell’economia italiana, che sono poi state riaggregate in 9 macro-settori; la disaggregazione nelle 43 branche ha consentito di individuare gli esperti in modo mirato e di ottenere di conseguenza valutazioni accurate.

Il PIQ, definito, come è già stato sottolineato, come la quota di produzione di qualità secondo almeno tre delle cinque accezioni considerate, si ripartisce macro-settorialmente nel modo rappresentato nella Tab. I.

⁷ Ciò non significa che in ogni settore ed in ogni segmento di mercato il *mix* e le dinamiche di integrazione siano le medesime. Ogni caso è evidentemente un caso; tuttavia il passaggio da un approccio “puntuale” ad un approccio “integrato” alla qualità è l’elemento critico e cruciale che può sortire effetti di carattere strutturale.

⁸ Sia essa pubblica o privata, frutto ad esempio dell’azione delle associazioni di rappresentanza

Tab. I - la misura settoriale del PIQ 2007⁹

Settore¹⁰	Livello PIQ (in % del PIL)
Commercio	49.7%
Agricoltura	46.1%
Industria – metalmeccanico	45.5%
Servizi alle imprese ¹¹	44.2%
Servizi pubblici ¹² e P.A.	43.6%
Alberghi e ristoranti	42.9%
Industria-tessile/abbigliamento, legno/arredo e sistema casa	42.3%
Industria-altro	41.4%
Costruzioni	40.4%
Totale complessivo	44.3%

Fonte: analisi Symbola

Tra i diversi settori le variazioni sono relativamente elevate: 10 punti percentuali separano il settore “leader”, il commercio, dal settore di coda, le costruzioni, ma nessun settore, ed è questo il dato di maggior interesse, scende sotto il livello del 40%. Rispetto alle analisi condotte nel 2005 al fine di meglio delimitare il profilo del PIQ e di esplorare le metodologie per la sua misura, vi sono alcune conferme; tra queste:

⁹ Va ancora ricordato che le valutazioni in termini percentuali sono riferite all'anno 2007.

¹⁰ I settori sono elencati secondo un ordine che rispecchia i livelli di PIQ 2007 raggiunti.

¹¹ Include banche, assicurazioni, telecomunicazioni ed altri settori, oltre a quello definito dall'Istat “Servizi alle imprese” in senso stretto.

¹² Es. Istruzione e Sanità.

- ❖ la dinamica dell'agricoltura. Si conferma che il settore nel suo complesso ha incorporato un'idea innovativa di qualità che sta permeando una gamma estesa di produzioni. Si è soliti portare ad esempio il “caso vino” e la sua *performance* seguita alla non lontana crisi del metanolo. In pochissimi anni un prodotto italiano tipico ma scaduto, almeno nella media, a livelli non accettabili ha dimostrato una straordinaria capacità di affrontare un percorso faticoso verso la qualità che ha comportato un investimento intenso e continuativo su tutta la filiera: dalla ricerca e sviluppo, alla innovazione di gamma, al *marketing*. Questa storia straordinaria non basterebbe però a giustificare la posizione che oggi registriamo; il fatto è che “il vino ha fatto scuola” e una analoga intensità di innovazione sta attraversando una gamma ampia di produzioni, impegnate soprattutto (ma non esclusivamente) nel coniugare la qualità sotto il profilo della compatibilità ambientale, di livelli di competenza (delle persone e delle organizzazioni), della configurazione della gamma, della congruenza con i trend della domanda.
- ❖ la forza della meccanica. Questo fatto ha un particolare valore, in quanto a questo settore è affidato un compito non facile: quello di modificare l'immagine “tradizionale” dell'Italia, spesso ancora “inerzialmente” legata ad un concetto di “tradizione” e di scarsa proiezione nell'area delle tecnologie di frontiera (un Paese “maturo”). La forza della meccanica sta modificando questa percezione sfalsata: nella meccanica non c'è solo (e, oggi, neppure prevalentemente) tradizione, ma un'intensa sperimentazione innovativa che include soluzioni di frontiera nell'area dei materiali, dell'informatica, della dinamica dei fluidi, ecc.. È difficile “brandizzare” questa nuova frontiera (e farne così una nuova componente stabile dell'immagine del Paese), ma anche qui si registrano significative novità: la *leadership* riconosciuta nella motoristica, le inimitabili soluzioni che integrano tecnologie di punta e *design*, la inaspettata ripresa di marchi storici,

- ❖ la posizione “intermedia” nel mondo del *made in Italy*. tradizionalmente inteso. A partire da un valore medio comunque significativo, va qui ricordato che nei settori tipici del *made in Italy* (a partire dall’insieme moda e *design*, che include, oltre al tessile-abbigliamento, il mobile e in generale il mondo dell’arredo) la segmentazione interna (a livello di gamma prodotti, di livelli di qualità all’interno dei singoli segmenti di gamma) presenta differenze e distanze consistenti tra i prodotti di punta e quelli che potremmo dire “di coda”. In quest’area si sta assistendo ad una dinamica di riconfigurazione dei modelli di organizzazione di filiera e di non facile modellizzazione: processi di rilocalizzazione produttiva che si modificano in tempi brevissimi (i vantaggi competitivi delle nuove aree in via di sviluppo non sono sempre interpretati correttamente e si modificano con una rapidità non attesa), profili di domanda che evolvono in modo inatteso, riconfigurazione dei modelli di subfornitura che mettono in crisi i rapporti tradizionali tra media e piccole imprese all’interno dei distretti, ecc.. È qui che si concentra la maggior parte delle criticità che vengono rubricate come “evoluzione del sistema delle PMI”.

In senso strutturale (ed è l’elemento in assoluto che necessita di una riflessione profonda ed articolata) emerge con forza che il settore dei servizi nelle sue diverse articolazioni assume un valore del tutto nuovo rispetto al tema della qualità e, più in generale, del modello di competitività del nostro Paese.

È noto che le analisi internazionali (a partire da quelle realizzate per monitorare gli indicatori di Lisbona) evidenziano per il nostro Paese una debolezza complessiva nell’area dei servizi. I dati che qui vengono proposti descrivono un quadro di non facile interpretazione. Non si pretende qui di dare una interpretazione univoca, né tantomeno definitiva, della qualità nei servizi. È piuttosto utile proporre delle riflessioni a commento di questi dati generali, ben sapendo che questa è un’area di approfondimento cruciale.

Va qui sottolineato, infatti, che, come nel secondo dopoguerra il centro delle politiche industriali è stato il passaggio (riuscito) da un Paese agricolo ad un Paese che ambiva a porsi tra le grandi potenze industriali, oggi il passaggio strutturale è quello verso un Paese nel quale il sistema dei servizi assume una nuova centralità rispetto al modello di sviluppo (e, conseguentemente, rispetto al PIL ed al PIQ)¹³.

Sempre tra le conferme si riscontrano alcune note criticità:

- ❖ la posizione non di punta dei servizi alle imprese. Il dato, che pone il comparto in una posizione “mediana” rispetto alla classifica complessiva, non sorprende: se pure le metodologie sono diverse, il responso è analogo a quello che emerge dai *benchmark* di Lisbona. In sé non è un risultato negativo; se però si ritiene che il ruolo dei servizi alle imprese nel supportare lo sviluppo di un nuovo modello di competitività sia cruciale, soprattutto per le PMI, allora si deve dire che il livello non è sufficiente,
- ❖ il livello ancora non sufficiente del segmento complessivo di alberghi e ristoranti, con le note divergenze tra la straordinaria qualità media della ristorazione e un livello non adeguato delle strutture alberghiere. Il dato va letto come una *proxi* della qualità del settore turistico. Non è probabilmente un caso che l'indicatore di PIQ relativo al comparto sia molto vicino a quello dell'industria *made in Italy*. Anche qui la modifica del modello competitivo è stata fortemente influenzata dai processi di mondializzazione dei mercati ed in una proporzione del tutto inattesa; se, infatti, gli analisti e gli imprenditori più accorti del *made in Italy* avevano percepito i rischi dell'apertura dei mercati, qui per molto tempo si è ritenuto che il vantaggio competitivo dell'Italia fosse “strutturale” e che questo fatto mettesse il settore al riparo da “turbolenze” e, concretamente, dall'ingresso di nuovi *competitor*. In sostanza, il settore si è comportato secondo il *pattern* tipico degli ex monopolisti ed ha scoperto solo di recente, di fronte alle significative crisi in termini di arrivi, il significativo ritardo in termini di ciclo degli investimenti¹⁴.

¹³ I confronti internazionali evidenziano come le economie più competitive, a partire da quella statunitense, vedono nel terziario (distribuzione, servizi alle imprese, R&S, ecc.) una componente non solo rilevante sotto il profilo qualitativo, ma consistente sotto quello quantitativo. L'Europa, rispetto a questi riferimenti, presenta ancora una componente manifatturiera più forte; l'Italia, rispetto all'Europa, è decisamente sopra media. Da qui la necessità di una riflessione sulle politiche di sviluppo del comparto.

¹⁴ V. i documenti prodotti per il Convegno di Symbola: “Turismo made in Italy”, Genova, 20 settembre 2006, su www.symbola.net.

Sia chiaro; il valore di PIQ da cui si parte non è certo basso, ma se riteniamo che il turismo sia una componente chiave del nuovo *made in Italy* qui vanno concentrate le azioni finalizzate a modificare strutturalmente i profili di qualità e, di conseguenza, il livelli di PIQ,

- ❖ la bassa qualità dell'area delle costruzioni. A commento di questo dato potremmo portare le dinamiche del mercato immobiliare degli ultimi quindi anni. I prezzi e, dunque, il valore della capitalizzazione di questo comparto, sono significativamente saliti; la spinta è stata determinata da fattori più simili a quelli che normalmente vanno applicati al mercato finanziario: la casa come bene rifugio in una fase non premiante del mercato, ad esempio, borsistico. La dinamica del valore non è perciò legata ai temi della qualità, ma da considerazioni diverse. Anzi, si potrebbe dire che proprio queste dinamiche hanno allontanato le imprese da scelte di qualità.

Tra le novità, o, meglio, tra i dati che sembrano a prima vista “controintuitivi” vanno invece registrati:

- ❖ la posizione del commercio. Può sorprendere il fatto che il comparto del commercio registi i livelli di PIQ più elevati e, sicuramente, questo è uno dei dati che andrà meglio approfondimento nelle prossime edizioni del PIQ. Tuttavia va qui ricordato che, dopo un lungo periodo nel quale il settore ha tentato di resistere rispetto a scelte, ad esempio normative, che lo aprivano ad una maggiore concorrenza, negli ultimi anni ha invece accettato e gestito attivamente processi di modernizzazione intensi, di cui si vedono i primi risultati. Oggi sembra di poter intravedere un nuovo modello italiano di assetto distributivo che ha accettato la sfida delle grandi e moderne superfici distributive (ma le ha interpretate alla luce di un assetto urbanistico e di profili di comportamento di consumo originali) e ha ripensato il profilo della distribuzione specializzata e della piccola dimensione. Non dobbiamo sottovalutare (anzi dobbiamo rivalutare) il ruolo dei servizi diffusi alla persona nel creare qualità distintiva della convivenza: il Italia anche il centro di un piccolo paese, per non dire delle centinaia di centri storici delle tante città, è un luogo della qualità distintiva delle relazioni comunitarie e un luogo dell'accoglienza verso chi vi giunge per lavoro, per imprenditorialità o per turismo. Questo *continuum* di qualità è il frutto del modello di distribuzione dei servizi,

- ❖ la posizione dei servizi pubblici. La retorica corrente tenderebbe a porre "il pubblico" tra la non qualità del nostro Paese. È una retorica cui non viene opposta oggi resistenza, anche perché la necessità di riordino dei conti pubblici tende a focalizzarsi sulla categoria interpretativa degli "sprechi". Qui invece occorre fare delle distinzioni fini e il dato del PIQ qui proposto invita a lavorare in questa direzione. In prima approssimazione, occorre distinguere, ad esempio, tra livelli tecnici di alcuni comparti (la sanità o la ricerca universitaria) e la capacità di efficienza nell'erogazione dei servizi. Lo scoprire che possiamo disporre di un livello di PIQ per i servizi pubblici accettabile deve perciò invitarci a riflettere sul fatto che: non potrebbe esserci un PIQ complessivo elevato senza che un pubblico che "fa la sua parte"; che le logiche di intervento sulla spesa pubblica non possono appiattirsi sulla logica dei tagli (e su una retorica del "privato comunque"), ma devono lavorare su concetto più sofisticati che legano revisione del ruolo dei servizi pubblici, modelli organizzativi, profili di competenza¹⁵.

Più in dettaglio, quali accezioni di qualità hanno "sfondato" in quali settori? Un'analisi completa, che tiene conto di tutte le 43 branche e le cinque accezioni, darebbe una grande varietà di profili. Alcune branche sono molto equilibrate, altre trovano uno o due accezioni "leader" di qualità a cui le altre accezioni stentano ad adeguarsi. Per dare un'idea complessiva, la Tabella seguente presenta il numero delle branche di cui ciascuna accezione ha il valore di massima diffusione e, dunque, una posizione di *leadership*.

¹⁵ Il tema della modernizzazione della PA è, per il nostro Paese, centrale, ma negli ultimi quindi anni è stato affrontato in condizioni di contorno che non hanno favorito un approccio equilibrato. La necessità di condizionare la spesa pubblica all'ingrasso nell'Euro, prima, e un approccio neo-liberista senza troppa elaborazione poi hanno stratificato una concezione negativa della PA nella pubblica opinione. Non è un buon approccio. Ciò che oggi serve è un approccio rinnovato che parta da un ridisegno del rapporto tra PA da un lato e cittadini ed imprese dall'altro che parta dalle domande di questi ultimi soggetti per ridisegnare processi e servizi in una prospettiva utente. Molta PA è oramai disposta a questa rivoluzione e, sul piano degli strumenti, sono oramai disponibili approcci teorici e tecnologie che possono sostenere il cambiamento. Il passaggio *dall'e-government*, che poneva al centro le tecnologie senza considerare la natura delle relazioni e la qualità dei processi, all'*e-governance*, che assume relazioni e processi come riferimento primario e considera le tecnologie come strumento capace di abilitare nuovi servizi è una direzione promettente sulla quale investire per innovare ristrutturando (al posto della logica del ristrutturare tagliando e, sostanzialmente, liquidando).

Tab. 2 - la capacità di leadership settoriale delle diverse accezioni di qualità

Accezione di qualità	Ambiente e territorio	Risorse umane e culturali	Innovazione tecnologica e sociale	Posizionamento	Mercato
N° branche nelle quali la specifica accezione riveste un ruolo guida	8 su 43	5 su 43	10 su 43	19 su 43	1 su 43

Fonte: analisi Symbola

Ci sono 8 branche dove la qualità ambientale è quella principale, cioè la più diffusa. In 5 è la leva del capitale umano quella attraverso cui principalmente passa la qualità. In ben 19 branche è la scelta di un posizionamento su segmenti ad alto valore aggiunto a guidare. In 10 casi è premiante l'innovazione.

La dinamica della qualità parte dal successo sui mercati internazionali soltanto in un caso. Si può dunque dire che tali mercati sono più l'esito (come abbiamo visto niente affatto scontato) di una "scelta per la qualità" più che una fonte. Si confermano qui le considerazioni già proposte sulle debolezze nella fase di proposizione al mercato di prodotti sicuramente di qualità.

In Italia è soprattutto l'imprenditore, nella sua scelta culturale e strategica, che punta ad un posizionamento buono del suo prodotto, la leva attualmente utilizzata in modo più ampio; il sistema dell'innovazione e quello del capitale umano non sono appaiate, mentre l'ambiente gioca un ruolo trainante in circa un quinto delle branche dell'economia italiana.

I.5. Le componenti strutturali della qualità

La forza del PIQ è legata alla capacità di misurare i grandi valori aggregati che complessivamente riportano alla nozione sintetica di “qualità”, perché per molti versi essa rappresenta la “stella polare” verso cui orientare tutti i naviganti a cui il motto di Fondazione Symbola si rivolge quando dice, riprendendo Antoine de Saint-Exupery, “Se vuoi costruire una nave non chiamare a raccolta gli uomini per procurare la legna e distribuire i compiti, ma insegna loro la nostalgia del mare ampio e infinito”.

L’aspirazione alla qualità si concretizza di volta in volta in mille fattori diversi, appropriati al contesto, scavati dalla tradizione e pur continuamente nuovi.

Ha però senso cercare di indagare le componenti strutturali associabili al fenomeno complessivo della qualità, in quanto indicatori preziosi di tendenza che, riprendendo una proposta metodologica della cosiddetta “ecologia del paesaggio”, rappresenta una sorta di “specie ombrello” indicatrice della salute di interi ecosistemi, in quanto posizionate a monte e a valle di catene alimentari lunghe e importanti.

Se consideriamo ad esempio l’accezione “ambientale” della qualità è chiaro che le emissioni di CO₂ e degli altri gas serra sono un indicatore che, dopo Kyoto, acquista un valore strategico. Se non si fa niente almeno su questo, allora la partita è perduta; se invece nasce un movimento complessivo trasversale, questo può essere il catalizzatore di una questione a sua volta più generale.

Seguiremo perciò le tracce di una serie di “specie ombrello” per tentare di dare uno sguardo alla complessità del tema. Naturalmente, la grande eterogeneità dei fenomeni coperti rende questa esplorazione un esercizio basato su osservatori privilegiati che individuano tendenze e macro-valori, da noi convertiti in “numeri con le percentuali”, ma di cui considerare soprattutto i dati di fondo e le divergenze più elevate.

Kyoto e oltre

È stato chiesto al *panel* di esperti di valutare una serie di aspetti iscritti nel perimetro del rapporto tra attività economiche e ambiente. L'Italia risulta molto indietro sui temi dei mutamenti climatici, c'è tanta strada da fare per rispettare gli impegni internazionali assunti, tanto più nella prospettiva che vede questo fattore come un terreno sul quale misurare la capacità della politica di assumersi responsabilità strategiche e globali, come mostra la decisione dell'Unione Europea e dei suoi leader più dinamici di guidare la lotta contro il cambio climatico.

In Italia ancora si fatica a connettere le questioni ambientali con la politica e con le strategie economiche che governano un paese. La lotta ai mutamenti climatici è trasversale ai trasporti, al settore energetico, all'industria, all'agricoltura e dovrebbe coinvolgere le istituzioni a tutti i livelli, anche fuori dalle strette competenze di settore.

Questa ultima notazione consente di sottolineare che i livelli di compatibilità ambientale sono correlati non solo con la maggiore o minore "sensibilità" degli attori economici, ma anche con la configurazione stessa del sistema economico: il ritardo che l'Italia registra nella transizione verso un sistema nel quale le attività terziarie assumano una moderna centralità, anche se il Paese continuerà ad avere una forte componente manifatturiera di qualità.

È peraltro particolarmente ampia la fascia di non-qualità rispetto all'efficienza energetica, oltre che nei trasporti, anche nella fabbricazione di prodotti elettrici, nella fabbricazione dei mobili, in agricoltura, nel settore alberghiero (ulteriore conferma del ritardo nel ciclo degli investimenti che interessa il settore turistico). Qui va segnalato che l'Italia negli anni '80 aveva standard di intensità energetica migliori della media europea; Ma tale vantaggio si è andato riducendo: oggi siamo sulla media, il che significa che in questo campo il ciclo dell'innovazione e degli investimenti è significativamente rallentato.

Una politica di risparmio energetico dovrebbe quindi abbracciare un novero piuttosto vasto di settori, coniugando misure di sistema con aspetti di diffusione di tecnologie appropriate. Va sottolineato inoltre come grande sia il campo per lo sviluppo e l'applicazione di fonti rinnovabili e pulite

“Terroir” e tradizioni locali¹⁶

Il legame tra impresa e territorio, anzi tra “progetti di vita” e comunità territoriali, è un fattore di continua ri-vivificazione del tessuto produttivo e sociale italiano. Due terzi circa del PIL italiano nasce in combinazione con la tradizione, come sedimentazione di tradizioni locali e nazionali, da un lato, e di saperi e competenze tradizionali, dall’altro. I valori di entrambe le componenti sono molto simili (64,2% e 66,9% rispettivamente). In questo incrocio i settori che spiccano positivamente sono l’agricoltura, la ristorazione, il commercio, il tessile-abbigliamento.

Esistono peraltro settori in cui si spezza il legame tra produzione e territorio/tradizione. È il caso di attività ricreative molto radicate sul territorio, ma “nuove” sotto il profilo dei saperi e “discontinue” rispetto alla cultura specifica dei territori. È, ancora, il caso di servizi a rete quali le poste o le banche: servizi molto dematerializzati e “sprovincializzati”, dove il tema del rapporto con il territorio è stato posto in secondo piano rispetto a processi intensi di razionalizzazione, standardizzazione, efficientamento.

Diffusione e valorizzazione delle competenze dei lavoratori

Il saper fare, le competenze individuali, sono il contributo più importante di una società post-fordista dove la prestazione misurata col cronometro lascia (o può lasciare) spazio al contributo creativo e unico del lavoratore. Ma non sempre esse vengono richieste a tutti: in alcuni settori potrebbero bastare “pochi bravi” a fare la differenza, lasciando poi ad un novero più indistinto di lavoratori una esecuzione in cui conta più la disciplina che il contributo individuale.

Se davvero l’Italia vuole difendere i suoi posti di lavoro tramite una forte crescita qualitativa e valorizzazione del contributo del fattore lavoro, e non con un protezionismo *d’antan*, i meccanismi di creazione e riproduzione delle competenze (tacite ed esplicite) rappresentano un nodo chiave in un mondo dove le tecnologie tendono a convergere.

¹⁶ In francese Territoir indica il territorio fisico, mentre “le terroir” indica il legame tra prodotti e territorio in senso esteso.

Con un esempio perfino banale, tutti (almeno nelle classi di età giovani e mature) hanno un *computer* e sono connessi a Internet, ma l'uso che se ne fa è straordinariamente diverso da persona a persona. In estrema sintesi, in Italia vi è un 65% circa di PIL nel quale le competenze sono davvero richieste ad un'ampia platea di lavoratori. In termini sintetici è utile osservare i dati riportati nella Tabella seguente.

Tab. 3 - l'utilizzo delle competenze individuali

Indicatore	% PIL in cui la competenza è utilizzata	Principali settori sopra media
Lingue straniere	55,1%	Editoria e stampa; informatica; fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici ed elettrici; servizi di istruzione; costruzioni ¹⁷
Creatività e capacità innovativa	61,9%	Servizi alle imprese; istruzione; editoria e stampa; fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici ed elettrici, commercio
Capacità tecniche specializzate	64,6%	Tessile; pesca; farmaceutica; lavorazione minerali non metalliferi; intermediazione finanziaria; meccanica
Capacità organizzative e relazionali	64,7%	Estrazione minerali non energetici; fabbricazione mezzi di trasporto; commercio al dettaglio e all'ingrosso; poste e telecomunicazioni; servizi alle imprese
Gentilezza e orientamento al cliente	65,3%	Assicurazioni e fondi pensioni; intermediazione finanziaria; istruzione; poste e telecomunicazioni; editoria; tessile

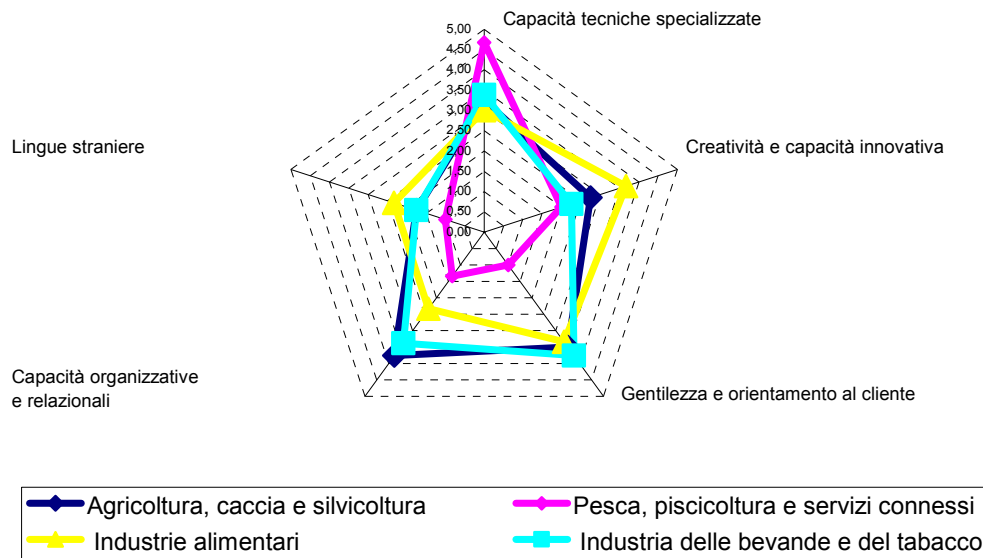
Fonte: analisi Symbola

Una profilazione completa, settore per settore, richiederebbe evidentemente una ulteriore evoluzione della metodologia di analisi; a mo' di esempio si vedano quattro settori da un certo punto di vista contigui (l'agricoltura, la pesca, l'alimentare, le bevande Graf. 4).

¹⁷ A testimonianza del numero ormai elevato di stranieri nella manodopera.

Se consideriamo congiuntamente tutte le competenze, una per asse, di modo che la competenza è più richiesta tanto più alto è il valore (più esterno il punto), si vede che la Pesca non richiede affatto gentilezza e orientamento al cliente, bensì molta capacità tecnica specializzata; non è così per l'industria alimentare dove un po' tutte le competenze vengono usate.

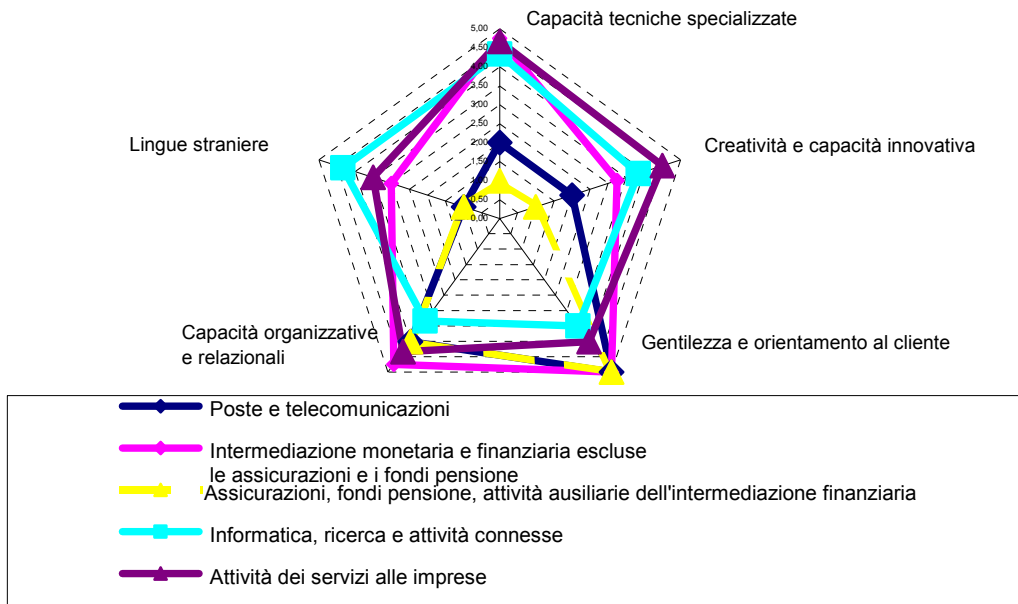
Graf. 4 - il profilo di competenze in agricoltura, pesca, alimentare



Fonte: analisi Symbola

Come confronto si veda invece il grafico dei settori del terziario evoluto Graf. 5

Graf. 5 - il profilo di competenze nel terziario evoluto



Fonte: analisi Symbola

Qui le competenze di cui tutti hanno bisogno sono organizzative relazionali ed orientamento al cliente, con alcuni settori in cui le competenze di innovazione o tecniche specializzate giocano un ruolo nettamente secondario ed altri, come l'informatica, che le richiede tutte.

La valorizzazione delle competenze individuali

Al di là dell'importanza che le competenze assumono oggettivamente nel processo produttivo, vi è il problema cruciale se esse vengano valorizzate in termini economici, da un lato, e di effettiva autonomia decisionale, dall'altro.

Un punto nodale della qualità è l'individualità nel lavoro, la capacità di valorizzare la competenza effettiva (l'integrazione per competenza e non per appartenenza: nel 69% del PIL questo conta, sia pure distribuito in modo difforme tra i settori) e l'autonomia decisionale, che equivale anche alla capacità di assumersi responsabilità (70,3% del PIL interessato), riconosciuto come valore tanto nell'industria (tessile molto al di sopra della media) e nei servizi (con un particolare riferimento a quelli con un ricaduta turistica).

Tab. 4 - la valorizzazione delle competenze individuali

Indicatore	% PIL in cui è valorizzata la cittadinanza	Principali settori sopra media
Meritocrazia	69,6%	Fabbricazione di prodotti farmaceutici, chimici e botanici, per la cosmesi e la pulizia degli ambienti; trasporti terrestri, trasporti marittimi, aerei; poste e telecomunicazioni; fabbricazione della pasta-carta, della carta e dei prodotti di carta
Autonomia decisionale	70,3%	Industrie tessili; fabbricazione di mezzi di trasporto; alberghi, campeggi ed altri alloggi

Fonte: analisi Symbola

Cultura umanistica, cultura scientifica: dove sono richieste?

La cultura scientifica è non solo più richiesta rispetto a quella umanistica ma, coerentemente, risulta fattore distintivo nei settori dove l'applicazione di competenza tecnico-scientifica è una effettiva garanzia di qualità: dall'industria chimica e farmaceutica alla ricerca vera e propria, ma anche l'agricoltura (nell'interconnessione tra scienza, tecnologia e, sperabilmente, qualità per il prodotto finale).

In ogni caso rimane che l'attitudine alla cultura umanistica nello svolgimento delle attività è richiesto per più di metà del PIL, con un coinvolgimento ben al di sopra della media dei settori della cultura, dell'editoria, ma anche delle attività socio-assistenziali e non solo (Tab. 5).

Tab. 5 - la valorizzazione delle culture scientifica ed umanistica

Indicatore	% PIL in cui la competenza è utilizzata	Principali settori sopra media
Cultura umanistica	53%	Editoria e stampa; fabbricazione di apparecchi elettrici, radiotelevisivi e per le comunicazioni ¹⁸ ; gioielleria, oreficeria; giochi; attività ricreative, culturali e sportive; sanità e assistenza sociale
Cultura scientifica	65,4, %	Agricoltura; fabbricazione di prodotti chimici di base; fabbricazione di fibre sintetiche e artificiali; fabbricazione di prodotti farmaceutici, chimici e botanici, per la cosmesi e la pulizia degli ambienti; produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua; informatica; ricerca e attività connesse

Fonte: analisi Symbola

¹⁸ A testimonianza del numero ormai elevato di stranieri nella manodopera.

La cittadinanza di impresa

Il tema della cittadinanza di impresa¹⁹ è molto dibattuto ed è un ambito centrale della qualità: quello che tocca la relazione dell'impresa (sia essa di servizi o produttiva) con la sua sfera di relazioni con i sistemi sociali di suo riferimento. In questa analisi le domande hanno preso in considerazione alcuni aspetti della cittadinanza di impresa:

- ❖ la cittadinanza come responsabilità verso il prodotto offerto (certificazione di qualità, con più della metà del PIL coinvolto, secondo un'accezione ampia che ricomprende tutte le tipologie possibili²⁰ e considera anche gli sforzi fatti in modo non pienamente formalizzato, con una distribuzione al di sopra della media nel settore alimentare, farmaceutico, conciario, del legno, ma anche nel terziario),
- ❖ la cittadinanza come relazione con la società (ovvero come volontà di farsi carico in quota parte della qualità sociale e dei risvolti sociali del fare impresa - la cosiddetta CSR; questa non raggiunge però la maggioranza del PIL, fermandosi al 47,4%, ma tocca punte ben più alte nel settore alimentare, nel legno e nel settore energetico),
- ❖ la cittadinanza come attenzione verso le persone, sia in termini di valorizzazione femminile - 56,4% del PIL (dove però spiccano settori inevitabilmente femminili dove quindi la valorizzazione è più necessaria che davvero scelta), sia in termini di ricambio generazionale (passaggio dello scettro alle giovani generazioni), che è poco al di sopra della metà del PIL (58,9%), ma sale molto al di sopra della media in diversi settori del secondario e del terziario con una diffusione importante nei settori distintivi tra le giovani generazioni come ad esempio l'informatica.

¹⁹ Si addotta qui un concetto di cittadinanza di impresa consolidato ad esempio nella cultura nord americana. Si fa riferimento a tutto l'insieme delle attenzioni e delle attività che regolano i rapporti tra l'impresa e il sistema sociale con il quale si relaziona. Il concetto è più prensile e meno indeterminato di quello di "responsabilità sociale", sul quale è in atto un dibattito volto a superare una serie di aporie che si sono rivelate nella sua applicazione facendone un concetto non pienamente condiviso.

²⁰ Si veda il cap. 3.2 per una panoramica delle tipologie.

Tab. 6 - la qualità come cittadinanza dell'impresa

Indicatore	% PIL in cui la competenza è utilizzata	Principali settori sopra media
Certificazione di qualità	61,5 %	Industrie alimentari; industrie conciarie, prodotti in cuoio, pelle e similari; industria del legno e dei prodotti in legno; editoria, stampa; fabbricazione di prodotti farmaceutici, chimici e botanici, per la cosmesi; fabbricazione di apparecchi medicali, di precisione, di strumenti ottici e di orologi
CSR	47,4%	Industrie alimentari; industria del legno e dei prodotti in legno; editoria, stampa e riproduzione di supporti registrati; fabbricazione di prodotti chimici e farmaceutici; produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua
Possibilità per le donne di raggiungere posizioni direttive	56,4%	Tessile, industrie conciarie, prodotti in cuoio, pelle e similari; editoria; produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua; prodotti chimici; alberghi e campeggi; poste e telecomunicazioni; attività dei servizi alle imprese; istruzione; attività ricreative, culturali e sportive
Possibilità per i giovani di poter fare rapidamente carriera	58,9%	Confezioni di articoli di abbigliamento; fabbricazione della pasta-carta, della carta e dei prodotti di carta; editoria, stampa; fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche; fabbricazione di mezzi di trasporto; costruzioni; alberghi; poste e telecomunicazioni; informatica

Fonte: analisi Symbola

Innovazione nelle strategie

Il 68,7% del PIL è caratterizzato da frequente innovazione e ripensamento strategico, il che segnala dinamismo, ma anche necessità di arrivare anche al consolidamento ed alla maggiore durata nel tempo degli indirizzi strategici assunti, anche in vista dell'allargamento delle *partnership* e della necessità di mostrare identità solide nel governo delle imprese.

Tab. 7 - Innovazione nelle strategie

Indicatore	% PIL in cui emerge l'innovazione	Principali settori sopra media
Grado di mutamento delle strategie	68,7%	Estrazione di minerali energetici; industrie tessili, confezioni; legno; fabbricazione delle lavorazioni di metalli non metalliferi; fabbricazione mezzi di trasporto; servizi generali della PA

Fonte: analisi Symbola

I settori sono quelli più globalizzati e più soggetti all'utilizzo delle nuove tecnologie, dove il paradigma fordista è maggiormente entrato in crisi.

Innovazione e contaminazione dei saperi

L'innovazione è il risultato di molti fattori interconnessi ed è anche conseguenza della sintesi creativa tra saperi generali e discipline specialistiche: scatta quando alla giustapposizione delle differenti competenze subentra l'integrazione o appunto quella che antropologicamente può essere definita *contaminazione*. Nella maggioranza della quota del PIL (69%) questo sembra avvenire, con interessanti punte nel settore primario (agricoltura), secondario (chimica, farmaceutica e meccanica) e ovviamente nel terziario, laddove soprattutto la ricerca e la cultura rappresentano lo specifico ambito di attività.

Tab. 8 - Contaminazione dei saperi e delle discipline

Indicatore	% PIL in cui emerge l'innovazione	Principali settori sopra media
L'innovazione riesce ad emergere dalla contaminazione dei saperi e delle discipline?	69%	Agricoltura; industrie alimentari; chimica, farmaceutica, gomma e materie plastiche; meccanica; informatica, ricerca, istruzione, attività culturali

Fonte: analisi Symbola

Miglioramento incrementale o innovazione radicale?

Che la specifica qualità italiana sia particolarmente legata al prodotto, e quindi proprio alla radice antropologica del “saper fare le cose”, lo si ritrova anche nella maggior capacità di innovazione radicale nel prodotto (65,4% del PIL) rispetto alla capacità di innovazione radicale di processo produttivo (62,7%). Comunque sia, la tendenza al cambiamento, di processo e di prodotto, sia essa di natura radicale o incrementale, ma comunque tesa al miglioramento continuo, e quindi necessariamente ad una migliore qualità, è riscontrata nella larga maggioranza della produzione.

In particolare sono risultati molto al di sopra della media:

- ❖ per l'innovazione di processo, le industrie alimentari; informatica ricerca e attività connesse; fabbricazione di prodotti farmaceutici, chimici e botanici e per la cosmesi e la pulizia,
- ❖ per il miglioramento incrementale di processo, le industrie conciarie i prodotti in cuoio, pelle e similari; la fabbricazione di prodotti in gomma e materie plastiche; la fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici; la fabbricazione di apparecchi elettrici, radiotelevisivi e per le telecomunicazioni; la fabbricazione di mobili e strumenti musicali,
- ❖ per l'innovazione radicale di prodotto, l'informatica, la ricerca e le attività connesse; industrie alimentari; sanità e assistenza sociale; poste e telecomunicazioni, alberghi, commercio, riparazione e manutenzione automotoveicoli; fabbricazione prodotti chimici di base,
- ❖ per il miglioramento incrementale di prodotto, la fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche; la fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici; la fabbricazione di apparecchi elettrici, radiotelevisivi e per le telecomunicazioni; la fabbricazione di mobili e strumenti musica.

Tab. 9 - Innovazione di processo e di prodotto

Indicatore	% PIL in cui emerge il cambiamento	Principali settori sopra media
Innovazione radicale di processo	62,7%	Industrie alimentari; industrie tessili; editoria; industrie chimiche e farmaceutiche; alberghi; trasporti terrestri, marittimi; poste e telecomunicazioni; assicurazione e fondi pensione; informatica; ricerca
Miglioramento incrementale di processo	67,4%	Agricoltura, caccia e silvicoltura; industria delle bevande e del tabacco; industrie conciarie; editoria; prodotti chimici di base per l'agricoltura, l'edilizia, la stampa; articoli in gomma e materie plastiche; macchine e apparecchi meccanici; apparecchi elettrici; mobili e strumenti musicali; produzione e distribuzione acqua, energia elettrica, gas; commercio, riparazione e vendita automotoveicoli; trasporti, informatica
Innovazione radicale di prodotto	65,4%	Industrie alimentari; prodotti chimici di base; commercio; riparazione, manutenzione automotoveicoli; alberghi; poste e telecomunicazioni; informatica; ricerca; fabbricazione mezzi di trasporto; fabbricazione mobili e strumenti musicali
Miglioramento incrementale di prodotto	65,2%	Industria delle bevande e del tabacco; confezioni di articoli di abbigliamento; fabbricazione di prodotti farmaceutici; apparecchi elettrici; mobili e strumenti musicali; commercio, manutenzione e riparazione automotoveicoli; trasporti; informatica; ricerca.

Fonte: analisi Symbola

Marca Italia, posizionamento competitivo, risultati di mercato

L'analisi dell'accezione di qualità del posizionamento nel suo complesso registra un elevato 68%, cioè il più elevato tra i valori delle cinque accezioni.

È un risultato che non sorprende. Il nostro Paese è riuscito a sviluppare nel tempo quello che tutti gli strateghi di *marketing* spingono a fare per garantire lo sviluppo, la crescita e la competitività di un prodotto a lungo termine: sviluppare una forte identità di marca. La "marca Italia", ovvero quell'insieme di valori tangibili e intangibili legati al nostro Paese che ne caratterizzano l'identità, è come sappiamo, dai risultati delle numerose ricerche effettuate in diversi paesi europei e non, molto elevata.

Ciò che è ancora più interessante sottolineare è come l'immagine della "marca Italia" non sia legata a determinati prodotti e alle loro caratteristiche, ma rappresenti un vero e proprio vettore di sviluppo scollegato dal prodotto e in grado di comunicare un'identità autonoma. Tale identità è fortemente caratterizzata dal concetto di qualità.

Ciò che l'Italia è stata capace di costruire nel tempo è un posizionamento che offre enormi potenzialità a tutti i settori della nostra economia, ma che purtroppo spesso non viene sfruttato adeguatamente. Un prodotto alimentare, di abbigliamento, calzature, *design*, meccanica, ecc., italiano ha un marchio ombrello forte al suo attivo che comunica qualità e che gli attribuisce una marcia in più in partenza.

* * *

Confrontando il dato sul posizionamento al mercato (competitività), vediamo che questo registra nel suo complesso un ben più basso 51%.

La discrepanza tra i valori del PIQ associati a queste due accezioni di qualità fanno emergere, come evidenziavamo sopra, un'area di opportunità non colta: quella di saper dare al mercato prodotti e servizi all'altezza della sua immagine e del posizionamento percepito.

* * *

Analizzando in dettaglio i risultati dell'indagine relativa al posizionamento (Tab.10), troviamo ulteriore conferma di quanto già evidenziato a livello generale. L'immagine dei nostri prodotti e la percezione di quanto essi siano in linea con i *trend* tecnologici o di moda a livello internazionale, registrano un elevatissimo 76,6% e 78,0% rispettivamente. La percezione di qualità e di "modernità" dei nostri prodotti è molto elevata.

La “effettiva presenza sul mercato italiano di prodotti di qualità” è invece considerata decisamente inferiore e registra un ben più basso 64,9%. Peraltro, anche la disponibilità dei consumatori italiani a pagare la qualità non è all'altezza della immagine dei prodotti stessi e restituisce un valore pari al 69,2%.

Infine, anche la “valorizzazione della qualità dei nostri prodotti” nei diversi canali distributivi necessita di aree di miglioramento evidenziate da un non adeguato 67,3%.

Tab. 10 - le componenti chiave del posizionamento di qualità

Indicatori Posizionamento	% del PIL
Immagine elevata qualità sul mercato italiano	76,6
Presenza elevata qualità sul mercato italiano	64,9
Prodotto “state of art” a livello internazionale	78,0
Disponibilità del consumatore a “pagare” la qualità	69,2
Valorizzazione della qualità nei canali distributivi	67,3

Fonte: analisi Symbola

Ciò che però può fornire delle indicazioni più focalizzate è la declinazione settoriale di questi dati.

Tra i settori che mostrano un livello di qualità più elevato, con riferimento all'immagine stessa dei prodotti e al loro essere in linea con le tendenze internazionali, troviamo quelli più tipici del *made in italy*, quali:

- ❖ la ristorazione e l'agroalimentare, da sempre vanto e tradizione del nostro paese,
- ❖ il tessile e abbigliamento, uno dei settori che più ha contribuito all'immagine “moderna” del *made in italy*,
- ❖ il legno-arredo, un settore di grande importanza e rilievo e legato al *design*,

- ❖ la meccanica, punta di diamante e settore in ascesa per la nostra economia.
- ❖ Ma registrano valori molto elevati e ben al di sopra della media anche settori come:
 - ❖ la sanità, a dimostrazione che accanto ai casi di mala sanità il nostro *welfare* vanta un livello di qualità ed assistenza comunque elevato,
 - ❖ l'istruzione, che pur con aree grigie soprattutto relative all'istruzione superiore e tecnico-scientifica rappresenta per quanto riguarda la scuola primaria anche una *best practice* a livello internazionale,
 - ❖ i prodotti farmaceutici e l'editoria.
- ❖ È opportuno però accanto ad i settori di eccellenza, identificare quelli dove si riscontrano le maggiori criticità; sotto questo profilo:
 - ❖ sicuramente salta agli occhi come i servizi della PA vengano considerati assolutamente inadeguati, sia da un punto di vista di immagine che di effettivo livello qualitativo se comparati a quelli offerti a livello internazionale,
 - ❖ è interessante notare come prodotti quali assicurazioni e Fondi pensioni vengano ritenuti di livello qualitativo abbastanza elevato in termini di allineamento ai prodotti “*state of art*” internazionali, ma non siano stati in grado di sviluppare una buona immagine di qualità.

* * *

Passando ad analizzare gli indicatori di dettaglio della competitività, vediamo che le risposte fornite dagli esperti presenti nel *panel* ci restituiscono un valore medio del 51%, che come già evidenziato rappresenta il valore minimo tra le cinque accezioni di qualità.

Un esame più approfondito (Tab.II) di tale risultato evidenzia come questo risultato sia una media tra valori molto diversi relativi agli indicatori considerati, ed in particolare:

- ❖ i valori elevati di competitività e *trend* delle esportazioni, registrati dagli indicatori “prodotti italiani che hanno esportazioni in crescita” (73,8%) e “prodotti italiani competitivi” (61,9%); tali valori testimoniano che nonostante l’entrata nello scenario globale dei Paesi emergenti che riduce la competitività dei nostri prodotti soprattutto sulle fasce di minor qualità, la competitività dei nostri prodotti, intesa come riconoscimento del valore qualitativo in rapporto al prezzo, resta comunque elevata e le nostre esportazioni vengono percepite in crescita anche grazie ai nuovi mercati di sbocco,
- ❖ i valori decisamente più bassi relativi alle quote di mercato e ai prezzi, registrati in relazione agli indicatori “prodotti italiani che hanno quote in crescita sul mercato globale” (49,5%), prodotti che hanno “quote in crescita sui mercati di riferimento” (46,8%), e a quelli che hanno “prezzi in crescita” (49,4%); tali valori suggeriscono come di fronte ad una maggiore ampiezza del mercato globale, e quindi di maggiori opportunità, sia necessario per continuare a mantenere le proprie quote di mercato puntare non solo sui prodotti di fascia altissima e alta, ma è fondamentale rafforzare la competitività delle fasce immediatamente prossime mettendo a punto strategie ed utilizzando leve di *marketing* che amplino l’appetibilità di tali fasce e le indirizzino verso i giusti *target*,
- ❖ il valore decisamente più basso relativo alla capacità del Paese di sostenere le imprese, registrato in relazione all’ indicatore “supporto alle imprese del Sistema Paese” (51,5%); tale dato è il più significativo e preoccupante perché esprime la carenza di un supporto forte di sistema per rilanciare la competitività delle imprese, quella che va appunto verso la riqualificazione dell’offerta e gli investimenti in R&S per offrire prodotti innovativi, distintivi, e ad alto contenuto di servizio; in altre parole per offrire prodotti di qualità.

Tab. 11 – esportazioni e competitività

Indicatori di competitività	% del PIL
Prodotti italiani competitivi	61,9
Supporto alle imprese del sistema paese	51,5
Prodotti italiani che registrano una quota in crescita sul mercato globale	49,5
Prodotti italiani che registrano prezzi in crescita	49,4
Prodotti italiani che registrano esportazioni in crescita	73,8
Prodotti italiani che registrano una quota on crescita nei mercati di riferimento	46,8
Valore medio competitività	51,0

Fonte: analisi Symbola

La declinazione settoriale di questi dati è sintetizzata nella Tabella seguente:

Tab. 12 – esportazioni e competitività, un approccio settoriale

Indicatori di Competitività	% del PIL	Principali settori sopra media
prodotti italiani competitivi	61,9	Mobili, Agricoltura, Bevande e Tabacco, Farmaceutici, Istruzione, Meccanica, Abbigliamento, Gioielleria, Alberghi e Alloggi, Trasporti, Commercio, Sanità, Energia
supporto alle imprese del sistema paese	51,5	Mobili, Bevande e tabacco, Istruzione, Meccanica, Commercio, Gioielleria, Alberghi e Alloggi, Sanità, Alimentare
prodotti italiani che registrano una quota in crescita sul mercato globale	49,5	Mobili, Agricoltura, Bevande e Tabacco, Farmaceutici, Istruzione, Meccanica, Abbigliamento, Alberghi e Alloggi, Alimentare, Energia, Alimentare

prodotti italiani che registrano prezzi in crescita	49,4	Mobili, Agricoltura, Bevande e Tabacco, Farmaceutici, Istruzione, Abbigliamento, Gioielleria, Trasporti, Alimentare, Energia, Alimentare
prodotti italiani che registrano esportazioni in crescita	73,8	Mobili, Agricoltura, Bevande e Tabacco, Farmaceutici, Istruzione, Alberghi e Alloggi, Trasporti, Sanità,
prodotti italiani che registrano una quota in crescita nei mercati di riferimento	46,8	Mobili, Agricoltura, Bevande e Tabacco, Farmaceutici, Istruzione, Meccanica, Abbigliamento, Gioielleria, Alberghi e Alloggi, Trasporti, Commercio, Alimentare, Energia

Fonte: analisi Symbola

All'analisi del posizionamento competitivo dell'Italia della qualità nel mercato mondiale è inoltre dedicata la Parte seconda del presente rapporto.

Verso la qualità futura

L'incremento della qualità nella produzione italiana può derivare tanto da strategie dirette del settore produttivo, quanto da intenzionali politiche pubbliche volte all'incremento specifico delle produzioni di qualità, e verosimilmente da un *mix* di fattori generati dal pubblico e dal privato. Ma qual è l'aspettativa di miglioramento e quanto (e in quanto tempo) si ritiene possa derivare da politiche mirate?

Pesando le risposte degli esperti per i valori economici dei settori di loro pertinenza, il 71,9% della produzione è realisticamente suscettibile di un aumento della qualità grazie alle pressioni competitive e alle strategie spontanee delle imprese.

Nel settore primario tale aspettativa è particolarmente forte in agricoltura; nel secondario, prevalentemente nelle industrie delle bevande e del tabacco, in quelle tessili, nella fabbricazione della carta e nell'editoria, nella meccanica, nella fabbricazione di mobili; nel terziario, si riscontra nei comparti delle attività di servizi alle imprese, in quelle culturali e ricreative e in misura inferiore (ma sopra media) in ricerca e informatica.

Una percentuale leggermente superiore (72,6%) può essere migliorata dalle politiche pubbliche in favore delle produzioni di qualità: picchi elevatissimi si riscontrano nei settori della pesca, in agricoltura, nel tessile.

Come si vede, la fiducia nel mercato può andare a braccetto con una disponibilità a sollecitare un intervento pubblico innovativo, il che mostra che la contrapposizione stato-mercato, che sembrerebbe secondo alcuni decisiva nel dibattito, è oggi da riconfigurare in modo originale ed autonomo.

Quando ci si confronta con il fattore tempo, la fiducia di risultati rapidi grazie a politiche pubbliche di sostegno delle produzioni di qualità complessivamente cala, pur continuando a riguardare la larga maggioranza delle produzioni (62,3% del PIL).

Incrociando questi tre dati, si vede che:

- vi sono settori - come la farmaceutica, il tessile, l'agricoltura - in cui i valori sono tutti molto alti, a segnalazione che non solo si può fare molto, tanto da parte del mercato che dell'intervento pubblico, ma anche che i risultati sarebbero raggiungibili in tempi rapidi;
- vi sono viceversa settori - come la fabbricazione di apparecchi medicali - in cui i valori sono piuttosto bassi su tutti e tre, in qualche modo segnalando scarsi margini di miglioramento;
- nell'intermediazione finanziaria o nei ristoranti, è soprattutto l'azione dei privati a rappresentare il motore del miglioramento;
- nelle assicurazioni e nei trasporti, è innanzitutto il regolatore che può favorire una evoluzione positiva della qualità nel settore.

Un approccio mirato, con *partnership* pubblico-private, una giusta dose di liberalizzazioni, molta attenzione alle percezioni di produttori e consumatori, che punti sul protagonismo delle imprese, può accompagnare la trasformazione interna del PIL italiano, affinché la quota del PIQ possa davvero diventare maggioritaria.

PARTE SECONDA – IL POSIZIONAMENTO INTERNAZIONALE DEI PRODOTTI ITALIANI

2.1. L'Italia della qualità nel grande souk internazionale

Il mercato globale, lungi dall'essere quella massificazione omogeneizzante che spesso viene rappresentata con la metafora del “supermercato”, è il luogo della massima eterogeneità dei bisogni, delle percezioni, delle disponibilità a pagare, risultando assai più simile ad un coloratissimo *souk* mediterraneo, dove le merci si accatastano una a fianco dell'altra con abili negozianti pronti a giurare che solo il loro è il prodotto di qualità.

Ma con tanti acquirenti e tanti venditori in competizione senza protezioni ecco che per alcuni beni sufficientemente definiti il prezzo, che pure riesce a variare in ogni transazione in funzione complessa di tante cose, finisce con l'assumere, nel tempo, su un numero sufficientemente largo di transazioni una relazione abbastanza stabile con la qualità intrinseca e percepita.

Se un Paese, nella relazione bilaterale con un altro, riesce a strappare un prezzo più alto di quanto non faccia un suo concorrente, evidentemente questo può essere dovuto ad una migliore qualità della sua offerta; in particolare:

1. offre un *mix* di prodotto verticalmente differenziato, in cui prevalgono le “parti alte” (se parliamo ad esempio di gioielli, nel *mix* prevarranno gioielli di materiali più pregiati o di *design* di maggior pregio/innovazione),
2. riesce a vendere meglio ciascuna componente del *mix* (nello stesso esempio, propone gioielli di miglior *design* a parità di materiale).

Questo avviene a parità di Paese cliente: è chiaro che certi Paesi pagano sistematicamente di più, ad esempio perché sono più ricchi o il bene è considerato di lusso più di quanto non accada altrove.

D'altro canto, un prezzo più alto permette di remunerare anche una filiera produttiva che ad ogni *step* ha scelto processi più costosi, con maggiori contenuti di artigianalità, più rispettosi di certi tempi tecnici, prodotti da una manodopera competente e valorizzata, per un prodotto/processo complessivamente migliore.

Se il mercato mondiale volesse dire soltanto un rullo compressore sui prezzi, l'Italia della qualità entrerebbe in difficoltà, lenibile solo parzialmente con una concentrazione sui prodotti non soggetti alla competizione mondiale; ma nel *souk* non è quello che ha la merce peggiore a vedere la fila di fronte alla sua bottega: è quello capace di scegliere un assortimento inconsueto di beni di grande qualità venduti con grande perizia, intessendo una relazione solida con un acquirente reso consapevole.

Per gli imprenditori italiani, coniugare il dove col cosa e a che prezzo rappresenta un esercizio spesso fatto molto empiricamente e rivolgendosi solo a sotto-segmenti del mercato globale (ad es.: pochi paesi dell'Unione Europea); ma la globalizzazione si coglie davvero solo se si prendono in considerazione tutti i Paesi del mondo, anche quelli che un tempo vedevamo come irrimediabilmente arretrati. L'archetipo del Terzo mondo sovraffollato, povero, caotico, l'India, è oggi additata ad esempio di miracolo economico - come accadde all'Italia degli anni Cinquanta e Sessanta - da osservatori che peraltro arrivano sistematicamente in ritardo ad accorgersi di quello che sta succedendo, visto che la crescita più rapida ancora avviene in altri Paesi, che faranno i titoli dei giornali nei prossimi anni.

La crescita del prezzo del petrolio e dell'energia, che cambia la vita non solo ai Paesi arabi, ma anche alla Bolivia, la nuova libertà strutturale di cui godono i Paesi emergenti che commerciano a tutto campo al di là delle relazioni post-coloniali, la contaminazione degli stili di vita come testimonia il cinema di Paesi lontani, sono tutti lati di un mondo in eruzione dove tre fenomeni si fanno largo:

- I. si moltiplicano i puntini luminosi sul mappamondo di *élite* di ricchissimi in sempre più Paesi, fino a costituire una nuova versione di quella *leisure class* di cui parlava Veblen - questi consumatori cercano il meglio assoluto, pronti a pagarli uno sproposito pur di esibire il proprio *status*,

2. si allarga una classe media in almeno alcuni dei Paesi emergenti di più lunga lena,
3. nonostante il disinteresse sempre più egoista del resto del mondo, i poveri si stanno emancipando da soli, con microcredito, migrazioni e rimesse, i cui frutti superano ormai di molto gli aiuti ufficiali allo sviluppo.

Su tutto, la sostenibilità ambientale del pianeta rischia di venire rapidamente compromessa dallo storico spreco dei paesi avanzati e dall'improvviso benessere di fasce (percentualmente minoritarie ma) di grandi dimensioni assolute. Tutti i cinesi vogliono il condizionatore dell'aria e coi prezzi cui le loro fabbriche riescono a produrli, non ci vorrà molto perché arrivino ad acquistarlo. Gli italiani ci sono già arrivati, al punto che i consumi energetici estivi superano quelli invernali.

Ecco quindi che produzioni di qualità, dal prodotto al processo, nel senso lato con cui l'abbiamo già descritta, diventano estremamente appetibili, non solo da chi la qualità l'ha sempre apprezzata (si pensi ai tedeschi) ma anche da chi quella qualità sognava e ora deve imparare in cosa consiste.

2.2. Il posizionamento competitivo delle merci italiane di qualità: una panoramica e otto approfondimenti

L'esplorazione a tutto tondo del mercato mondiale e dei suoi luoghi reconditi è una condizione vitale per le produzioni di qualità dell'Italia. Per cominciare a fare il punto ed avviare un ragionamento, in questo capitolo si passa al setaccio uno spaccato minuto, fatto di otto prodotti concreti, indagati sotto il profilo del loro posizionamento sui mercati mondiali secondo un metodo nuovo²¹.

La scelta dei prodotti deriva da una compiuta analisi delle esportazioni italiane, andando a scegliere non solo prodotti fortemente caratterizzanti la fascia di qualità rilevanti per la linea interpretativa propria della Fondazione Symbola, ma anche badando che fossero prodotti di valore complessivo elevato, coerentemente col messaggio del PIQ della qualità non come "piccola nicchia", ma come possibile asse portante dell'economia italiana.

²¹ V. la nota metodologica specifica (capitolo 4.2).

Pur sapendo che il novero di prodotti meritevoli sarebbe molto ampio, si è cercato di toccare almeno alcuni dei filoni sui quali punta l'Italia, tanto nell'agroalimentare tradizionale quanto nelle eccellenze della manifattura, rivolta ora ai consumatori finali, ora alle filiere produttive.

La circolazione internazionale dei servizi, di alcuni molto avanzata, di altri in condizioni ancora difficoltose, è lasciata agli ampliamenti analitici dei prossimi anni, in assenza dei dati bilaterali di scambi sull'insieme di tutti i Paesi considerati, che raggiungono in alcuni casi la bella cifra di 165 nazioni.

Anche i fenomeni, centrali nell'economia del XXI secolo, del turismo e delle migrazioni sono stati momentaneamente esclusi, dovendo essere affrontati con altri approcci ed altre basi dati.

Per l'analisi presente, ci si è rivolti alle Nazioni Unite ed al loro straordinario contributo alle statistiche multilaterali del commercio, rappresentate in particolare dalla base dati COMTRADE, che copre oltre un miliardo di cifre²².

Scelti a partire dalla fascia più elevata di un insieme totale di 5000 possibilità che rappresenta l'intero *bouquet* esportativo italiano, i prodotti selezionati sono esplicitati nella Tabella 13²³.

²² Per ulteriori informazioni, si veda l'appendice metodologica.

²³ L'analisi comparativa internazionale verte su una lista di prodotti specifici, definiti al livello di disaggregazione 6 delle convenzioni internazionali (HS1996).

Tab. 13 – i prodotti analizzati

Prodotti	Valore esportazioni italiane 2005 (milioni di dollari)	Posizione nel ranking delle esp. it. 2005²⁴
1. Pullover e cardigan di lana ²⁵	1.004	49
2. Macchine a controllo numerico per lavorazione metalli ²⁶	248	302
3. Motori diesel per veicoli ²⁷	812	68
4. Navi da crociera e imbarcazioni da escursione ²⁸	857	62
5. Macchine agricole ²⁹	147	522
6. Strumenti medicali e scientifici ³⁰	758	77
7. Vino ³¹	3.103	7
8. Olio vergine d'oliva ³²	1.049	46

Fonte: analisi Symbola

²⁴ Il valore indica la posizione nella classifica delle esportazioni italiane per prodotto - definito a livello di disaggregazione 6. Il valore 49 indica ad esempio che è il quarantanovesimo prodotto in ordine dimensionale.

²⁵ Codice: 611010

²⁶ Codice: 846221

²⁷ Codice: 840820

²⁸ Codice: 890110

²⁹ Codice: 843390

³⁰ Codice: 901890

³¹ Codice: 220421

³² Codice: 150910

Sono stati scelti prodotti piuttosto diversi tra di loro, a manifestazione della pluralità di accezioni e modalità con cui la “qualità italiana” possa presentarsi in concreto, iniziando un percorso di analisi che certamente potrebbe essere ulteriormente esteso.

I prodotti scelti complessivamente valgono circa 7,5 miliardi di dollari di esportazioni, rappresentando circa l'1,1% del totale. Essi vanno quindi intesi come esemplificazioni mirate di settori rilevanti, ciascuno formato in realtà da un ampio ventaglio di prodotti (si pensi al tessile, di cui si è presa una sola referenza).

Il vantaggio di concentrare l'attenzione su prodotti definiti in modo piuttosto stretto (e non di un intero settore merceologico) è rappresentato dal valore altamente significativo che gioca in tal modo il prezzo, perno della nostra analisi.

L'analisi comparativa conferma la varietà di situazioni di mercato, offrendo uno spaccato delle dinamiche di riposizionamento che percorrono l'insieme articolato e composito del “souk” internazionale.

Vi sono prodotti, come l'olio, in cui l'Italia è *leader* o *co-leader* di mercato, andando ad occupare posizioni dominanti sui segmenti quantitativamente più rilevanti del mercato. In altri casi, come i pullover di lana, l'Italia risulta posizionata particolarmente bene sui segmenti più elevati di qualità; in altri ancora, tra cui spiccano i motori diesel, l'Italia mette a segno un significativo recupero del gap rispetto alla media mondiale dei prezzi, conseguendo un rapido e radicale miglioramento anche in termini di quote di mercato, specialmente sulla fascia alta di qualità.

In termini analitici comparativi, gli anni 2005 e 2000 sono riportati nelle seguenti Tabelle.

Tab. 14 – posizionamento prodotti – anno 2005

Prodotti	Posizione occupata dall'Italia nel mercato mondiale del prodotto³³	Quota di mercato dell'Italia	Quota dell'Italia nella fascia alta del mercato³⁴	Premium price delle esportazioni italiane rispetto alla media mondiale³⁵
1. Pullover e cardigan di lana	2	12,9%	35,6%	+59%
2. Macchine a controllo numerico per lavorazione metalli	2	18,1%	18,4%	+596%
3. Motori diesel per veicoli	10	2,7%	5,4%	+18%
4. Macchine agricole	3	7,6%	2,9%	+0,5%
5. Strumenti medicali e scientifici	11	2,5%	1,7%	-51%
6. Navi da crociera e imbarcazioni da escursione	27	0,5%	0,6%	-66%
7. Vino	3	17,5%	6,7%	+1%
8. Olio vergine d'oliva	2	25%	15%	+15%

Fonte: analisi Symbola

³³ Il valore indica la posizione delle esportazioni italiane rispetto a quelle di tutti gli altri paesi del mondo.

³⁴ Quota dell'Italia sulle transazioni bilaterali il cui prezzo è il doppio o più della media mondiale dei prezzi.

³⁵ Scostamento percentuale del prezzo praticato dall'Italia rispetto al prezzo mondiale del prodotto. Un segno positivo indica che l'Italia riesce a farsi pagare un prezzo più alto della media.

Tab. 15 - posizionamento prodotti – anno 2000

Prodotti	Posizione occupata dall'Italia nel mercato mondiale del prodotto³⁶	Quota di mercato dell'Italia	Quota dell'Italia nella fascia alta del mercato³⁷	Premium price delle esportazioni italiane rispetto alla media mondiale³⁸
1. Pullover e cardigan di lana	2	17,6%	18,5%	+34%
2. Macchine a controllo numerico per lavorazione metalli	4	9,8%	9,8%	+176%
3. Motori diesel per veicoli	12	0,5%	0,2%	-62%
4. Macchine agricole	3	7,2%	9,3%	-9%
5. Strumenti medicali e scientifici	7	3,0%	0,2%	+17%
6. Navi e yacht da crociera	5	4,4%	0,1%	+18%
7. Vino	2	15,8%	6,8%	-25%
8. Olio vergine d'oliva	2	25%	2%	+14%

Fonte: analisi Symbola

³⁶ Il valore indica la posizione delle esportazioni italiane rispetto a quelle di tutti gli altri paesi del mondo.

³⁷ Quota dell'Italia sulle transazioni bilaterali il cui prezzo è il doppio o più della media mondiale dei prezzi.

³⁸ Scostamento percentuale del prezzo praticato dall'Italia rispetto al prezzo mondiale del prodotto. Un segno positivo indica che l'Italia riesce a farsi pagare un prezzo più alto della media.

Il caso più emblematico della forza della qualità come *driver* di competitività, è quello, già accennato, dei motori diesel per veicoli: il passaggio dal 12esimo al 10mo posto nella graduatoria mondiale complessiva per valori delle esportazioni si è basato su una radicale crescita delle esportazioni sulle fasce più elevate di prezzo, con la conseguenza che il *gap* (-62%) rispetto alla media mondiale si è trasformato in un premium (+18%).

Un incremento del *gap* di prezzo, che già partiva da +176%, avviene nelle macchine a controllo numerico, raggiungendo il +596%, con una quota di mercato nelle fasce alte leggermente superiore a quella totale. Ciò non succede nelle macchine agricole, dove la quota totale è pari a tre volte la quota sulle fasce alte, ma anche qui è avvenuto un recupero sui prezzi (da -9% a +0,5%).

Nell'olio, in un quadro di conservazione dei valori complessivi, esplose la quota nelle fasce alte (dal 2% al 15%).

Non ci sono solo però note positive: la cantieristica italiana, nel comparto obiettivamente eterogeneo nella quale è inserita, perde posizioni (dal 5° al 27esimo posto), particolarmente nelle fasce proporzionalmente più elevate.

In sintesi, competere, anche in periodi difficili come quelli che hanno caratterizzato il quinquennio 2000-2005, è possibile: i giganti asiatici possono certamente superarci in valori complessivi, ma l'allargamento complessivo del mercato, e soprattutto la sua maggiore eterogeneità, permette il successo a strategie aziendali agili, puntate su qualità e competenze, soprattutto se il sistema/paese evita di essere zavorra e rilancia circuiti virtuosi di sistema.

Nel seguito, si offre una sintetica rappresentazione delle dinamiche e del posizionamento competitivo prodotto per prodotto.

Pullover e cardigan di lana

La tradizione della maglieria esterna italiana risale alla seconda metà dell'800, ma ha iniziato a raccogliere i primi successi a livello internazionale nel secondo dopoguerra grazie ad una visione innovativa del mercato e ad un modello organizzativo unico al mondo: quello del distretto.

Dal punto di vista del prodotto, lo sviluppo è stato dovuto inizialmente ad un utilizzo innovativo di fibre e tessuti e, accanto a ciò, ad un radicale cambiamento nella proposta di prodotti:

da quelli di lusso riservati a pochi ad una produzione di golf, pullover, maglioni all'insegna della fantasia, il contrario di una produzione standardizzata, tipica della concorrenza straniera; una produzione forse non caratterizzata da un alto livello di finiture e da requisiti tecnici di punta, ma imbattibile sul piano del contenuto moda e del prezzo.

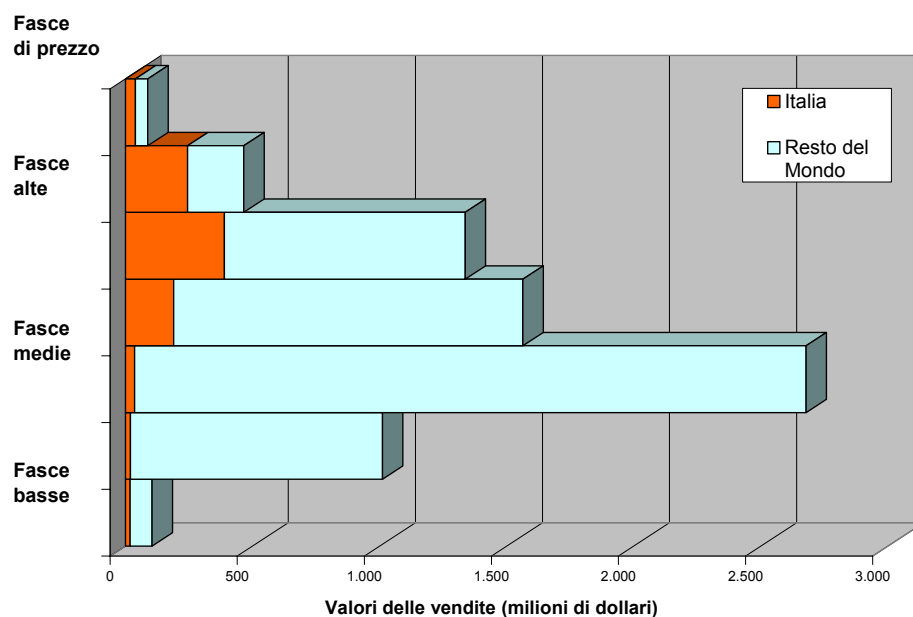
Sono state proprio le continue innovazioni di prodotto, come la sempre maggiore commistione con la moda, lo stilismo ed i suoi contenuti a caratterizzare il prodotto italiano e renderlo distintivo. Non va però trascurata la capacità di aver saputo fare legare la capacità di fare prodotti innovativi con una forte politica di marchio e d'immagine che ha contribuito fortemente a decretare non solo il successo della maglieria ma anche quello del *made in italy* nel mondo.

Dal punto di vista organizzativo, il fenomeno del decentramento produttivo nacque a Carpi e si propagò a macchia d'olio in Emilia, in Toscana, in Umbria, nel Veneto, in Piemonte, in Lombardia e al Sud, lungo la costa adriatica fino a Bari, Putignano, Barletta. Tale fenomeno vede un'architettura d'impresa in cui "la verticalizzazione aziendale è sostituita dalla presenza, entro distanze minime, di tutte le fasi della lavorazione e dei necessari servizi: filature, tintorie, tessitura a maglia, confezione, stireria, fabbriche di macchine, laboratori di manutenzione".

La stessa organizzazione del modello produttivo della maglieria in Italia è stata oggetto di una forte innovazione che si è poi allargata ad altri settori e non solo nel nostro paese: l'accorciamento dei tempi tra la produzione ed il consumo. Ben nota è la rivoluzione del caso Benetton che salta l'intermediazione commerciale con una propria rete di vendita diretta al dettaglio e *computer* di cassa che, in tempi reali, trasmettono all'azienda l'andamento e i gusti della domanda. È, così, possibile calibrare, con duttilità, quantità e assortimento dei rifornimenti e, potendo contare su un'organizzazione flessibile nell'alleanza fra il vertice e i terzisti, intervenire anche a stagione-moda in corso per correggere la tavolozza dei colori secondo le informazioni che arrivano dai consumi.

Questi gli elementi di successo chiave di un settore che ha visto, con l'incremento sempre più diffuso della concorrenza asiatica, seguire a decenni di grande crescita momenti di decremento e stagnazione.

Graf. 5 - il posizionamento di pullover e cardigan di lana (2005)



Fonte: analisi Symbola

Tab. 16 - il posizionamento di pullover e cardigan di lana (2005)

Segmento	% Italia	% Resto del Mondo	Peso del segmento sul totale del mercato mondiale	Tasso crescita del segmento nel mondo 2000-2005
Bassissimo	17%	83%	1%	13%
Basso	2%	98%	14%	20%
Medio-basso	1%	99%	37%	271%
Medio	12%	88%	22%	600%
Medio-alto	29%	71%	18%	207%
Alto	53%	47%	6%	-76%
Altissimo	44%	56%	1%	-90%
Totale			100%	+41%

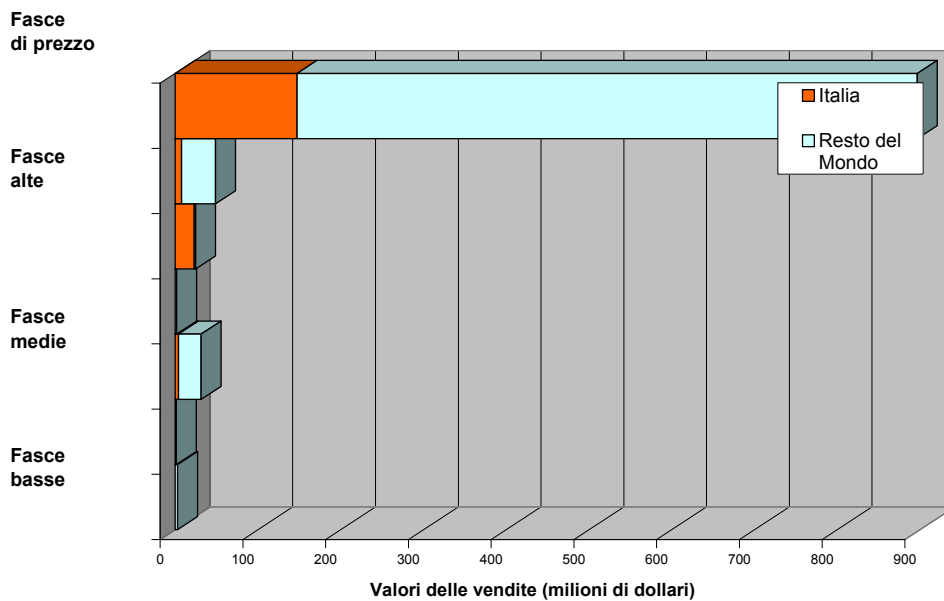
Fonte: analisi Symbola

La fascia medio-alta è quella che probabilmente dà le migliori soddisfazioni: un segmento di grandi dimensioni, in crescita, sul quale l'Italia è vigorosamente presente. Le fasce alte e altissime vedono un *leadership* italiana molto significativa, ma subiscono dei colpi in termini di crescita, quantomeno nel quinquennio considerato e richiedono quindi molta competenza nello scegliere i Paesi “giusti” dove cercare la clientela.

Macchine a controllo numerico per la lavorazione del metallo

L'evoluzione dei beni capitali dalla meccanica alla mecatronica ha un suo snodo precipuo nelle macchine a controllo numerico, dove l'Italia ha fornito prova di una notevole abilità nel progettare architetture complesse ed altamente funzionali. Pur non disponendo di una base produttiva nell'elettronica autonoma, l'Italia ha integrato le diverse componenti, fornendo prodotti in cui la flessibilità si coniuga all'efficienza produttiva. L'automazione spinta dei processi dove essi vengono utilizzati è peraltro una delle possibili risposte alla competizione con paesi a basso costo della manodopera, facendo di tale settore un fattore critico per il riposizionamento complessivo di (alcune parti) del sistema produttivo europeo.

Graf. 6 - il posizionamento delle macchine a controllo numerico (2005)



Fonte: analisi Symbola

L'Italia risulta particolarmente presente proprio nelle fasce di maggior prezzo, senza entrare neppure dove i prezzi sono eccessivamente ristretti. Il quadro analitico completo è offerto dalla seguente tabella.

Tab. 17 - il posizionamento delle macchine a controllo numerico (2005)

Segmento	% Italia	% Resto del Mondo	Peso del segmento sul totale del mercato mondiale	Tasso crescita del segmento nel mondo 2000-2005
Bassissimo	0%	100%	0%	824%
Basso	2%	98%	0%	546%
Medio-basso	13%	87%	3%	11422%
Medio	0%	100%	0%	1027%
Medio-alto	93%	7%	2%	1714%
Alto	16%	84%	5%	4099%
Altissimo	16%	84%	89%	169%
Totale			100%	+199%

Fonte: analisi Symbola

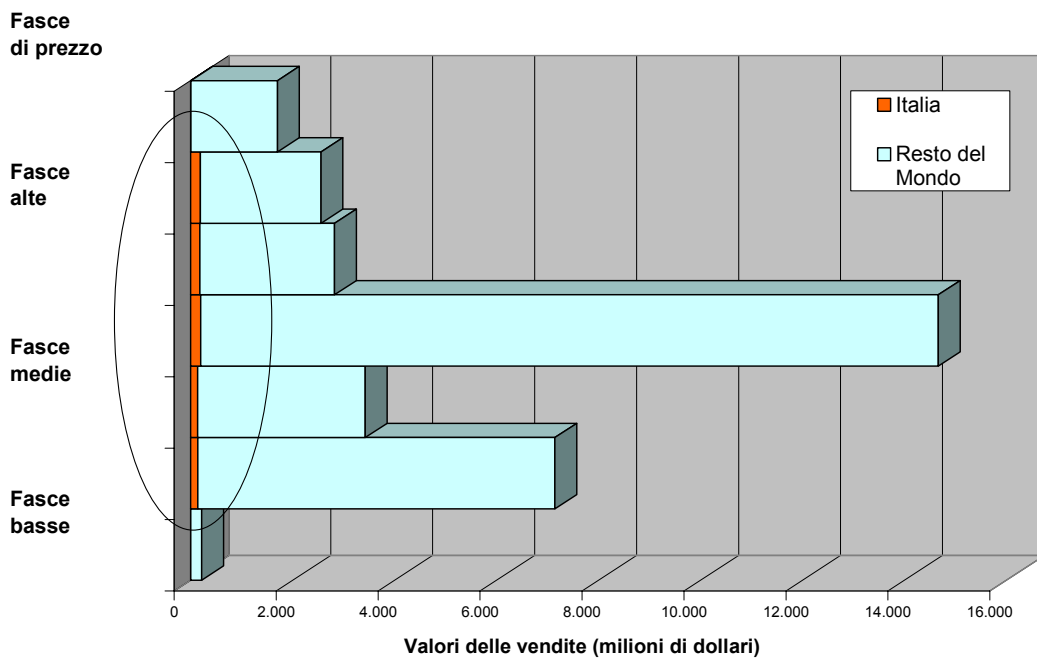
L'Italia domina il segmento medio-alto, che è peraltro in rapidissima espansione, sia pure partendo da dimensioni non eccezionali; più in generale tutte le fasce alte vedono l'Italia in piena competitività con gli altri esportatori.

Motori diesel per veicoli

Questo settore è un esempio della *leadership* motoristica italiana, di cui è ben nota la *motor valley* emiliana, ma che va ben oltre, ad esempio in Piemonte o in Lombardia. Si tratta di un settore dove non solo ci sono capacità produttive ma anche molta innovazione, con alcuni dei brevetti chiave della “transizione generazionale” che ha portato il diesel a prestazioni spesso del tutto paragonabili ai motori a benzina.

In termini di mercato, il posizionamento risulta essere il seguente:

Graf. 7 - il posizionamento di motori diesel per veicoli (2005)



Fonte: analisi Symbola

Tab. 18 - il posizionamento di motori diesel per veicoli (2005)

Segmento	% Italia	% Resto del Mondo	Peso del segmento sul totale del mercato mondiale	Tasso crescita del segmento nel mondo 2000-2005
Bassissimo	2%	98%	1%	180%
Basso	2%	98%	22%	1754%
Medio-basso	4%	96%	11%	0%
Medio	1%	99%	45%	172739%
Medio-alto	6%	94%	9%	9166%
Alto	8%	92%	8%	606%
Altissimo	7%	93%	2%	-87%
Totale			100%	+429%

Fonte: analisi Symbola

È evidente una presenza via via più importante proprio nelle fasce di maggior pregio, il che innesca una parabola eclatante e virtuosa: crescita della quota di mercato, con concentrazione nelle fasce alte; un prezzo che da nettamente inferiore alla media mondiale diventa il 18% superiore, in controtendenza rispetto agli altri produttori, visto che la media mondiale si è abbassata; il tutto in un mercato che complessivamente cresce molto e quindi, lungi dall'essere maturo, può offrire ancora molte soddisfazioni.

Macchine agricole

La produzione di macchine agricole ha rappresentato per l'Italia del dopoguerra e della grande industrializzazione una risposta alla necessità di automatizzare il lavoro agricolo che perdeva progressivamente manodopera.

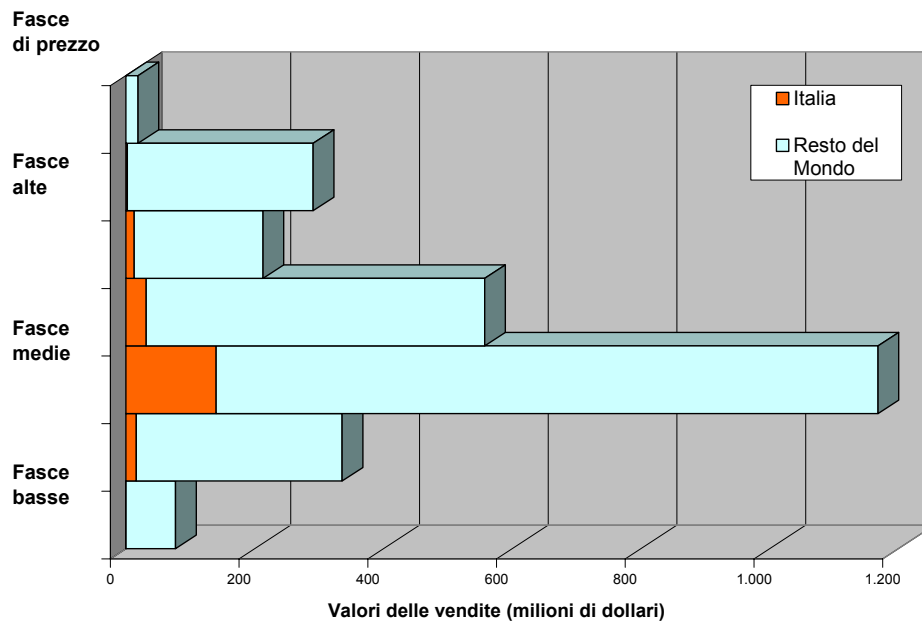
Contemporaneamente allo sviluppo della produzione è stata affrontata la penetrazione dei mercati esteri, che ha imposto alle ditte costruttrici incessanti miglioramenti qualitativi per fronteggiare la concorrenza dei paesi ad alto livello industriale. Questa perfezione costruttiva ha permesso all'industria italiana del settore di affermarsi in tutti i mercati del mondo;

così oggi l'Italia si colloca al 1° posto al mondo per gamma di prodotto e al 2° posto al mondo per fatturato (dopo gli USA) per quanto riguarda la produzione e vendita di trattrici e macchine agricole.

Data la natura assai diversificata del nostro territorio nazionale (l'alternarsi di zone montagnose e collinari, la varietà della natura del terreno e la notevole frammentazione della proprietà fondiaria) e la presenza di un'ampia varietà di colture non solo cereagricole, l'industria ha dovuto indirizzarsi verso la produzione di una estesa gamma di macchine di ogni tipo per la lavorazione del terreno, la semina, la concimazione, la protezione delle piante, l'irrigazione, la raccolta, la prima lavorazione dei prodotti agricoli e la loro successiva trasformazione, nonché di quelle per gli spostamenti all'interno dell'azienda e per il trasporto.

Notevole sviluppo, infine, hanno avuto le macchine per il giardinaggio, collocate in grandissime quantità sui principali mercati esteri.

Graf. 8 - il posizionamento delle macchine agricole (2005)



Fonte: analisi Symbola

Tab. 19 - il posizionamento delle macchine agricole (2005)

Segmento	% Italia	% Resto del Mondo	Peso del segmento sul totale del mercato mondiale	Tasso crescita del segmento nel mondo 2000-2005
Bassissimo	1%	99%	3%	-87%
Basso	5%	95%	13%	27%
Medio-basso	12%	88%	44%	323%
Medio	6%	94%	21%	197%
Medio-alto	6%	94%	8%	343%
Alto	1%	99%	11%	316%
Altissimo	0%	100%	1%	139%
Totale			100%	+83%

Fonte: analisi Symbola

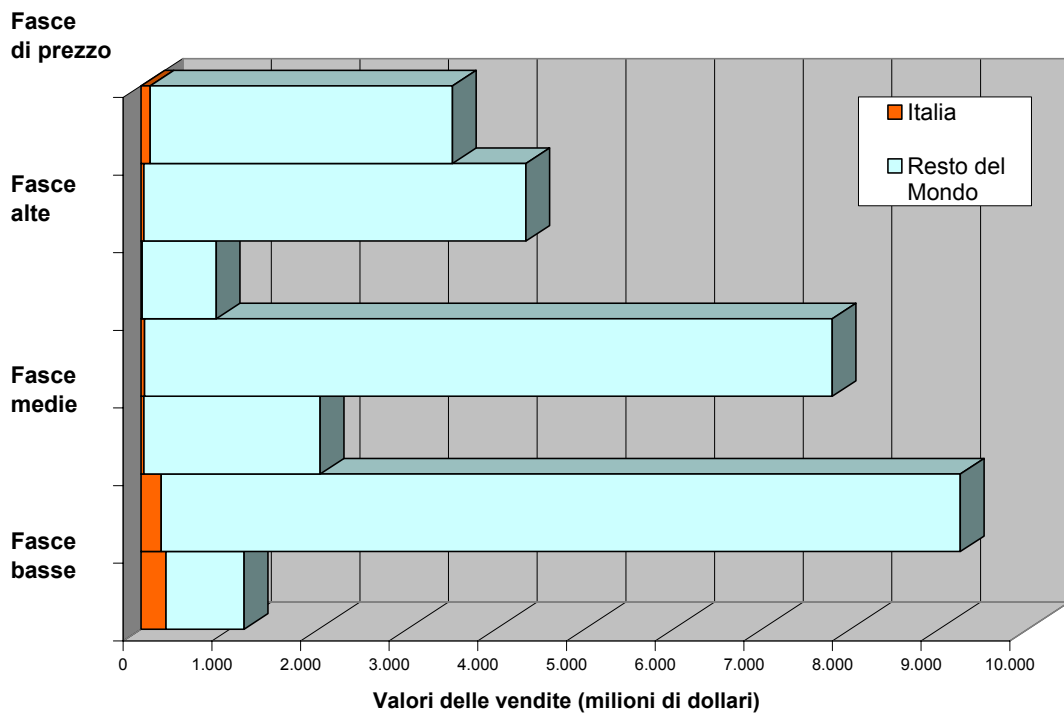
L'Italia, che ha il suo punto di forza nel segmento quantitativamente più ampio (quello di qualità medio-bassa) non è ancora sufficientemente presente nelle fasce alte, i cui ritmi di crescita sono molto pronunciati. È netta viceversa la scarsa appetibilità delle fasce basse, da cui occorre uscire, anche vista la dinamica complessiva del mercato.

Strumenti medicali e scientifici

L'ambito produttivo di riferimento coinvolge una gamma molto ampia di prodotti. Interessante per l'Italia è proprio il sottoinsieme che interseca quella filiera strategica per la qualità del *made in Italy*, che viene definita come "salute e *wellness*" (basti pensare alla storia del distretto bio-medicale di Mirandola ed in particolare alla *leadership* incontrastata per la produzione di materiale usa e getta per applicazioni biomedicali). La qualità, in questo ampio e diversificato settore, deve tradursi in sicurezza e salute per tutto l'ampio l'insieme di questi prodotti tecnologici, trasversale ai diversi settori economici: agrario, chimico, clinico e microbiologico, ricerca, ecc..

Le esportazioni di strumenti medicali e scientifici sono un aggregato molto interessante, in quanto composto da prodotti ad alto valore aggiunto, distribuiti su due fasce estreme. Il mercato mondiale e la relativa posizione dell'Italia può essere così rappresentato:

Graf. 9 - il posizionamento degli strumenti medicali e scientifici (2005)



Tab. 20 - il posizionamento degli strumenti medicali e scientifici (2005)

Segmento	% Italia	% Resto del Mondo	Peso del segmento sul totale del mercato mondiale	Tasso crescita del segmento nel mondo 2000-2005
Bassissimo	24%	76%	4%	-56%
Basso	2%	98%	32%	330%
Medio-basso	2%	98%	7%	139%
Medio	1%	99%	27%	734%
Medio-alto	2%	98%	3%	85%
Alto	1%	99%	15%	183%
Altissimo	3%	97%	12%	753%
Totale			100%	+222%

Fonte: analisi Symbola

La presenza italiana è particolarmente forte su segmenti a bassissimo prezzo in difficoltà complessiva, mentre si è moltiplicata per 6 (da 0,2% all'1,7%) la quota nelle tre fasce superiori, a loro volta in forte crescita.

Navi da crociera e imbarcazioni da escursione

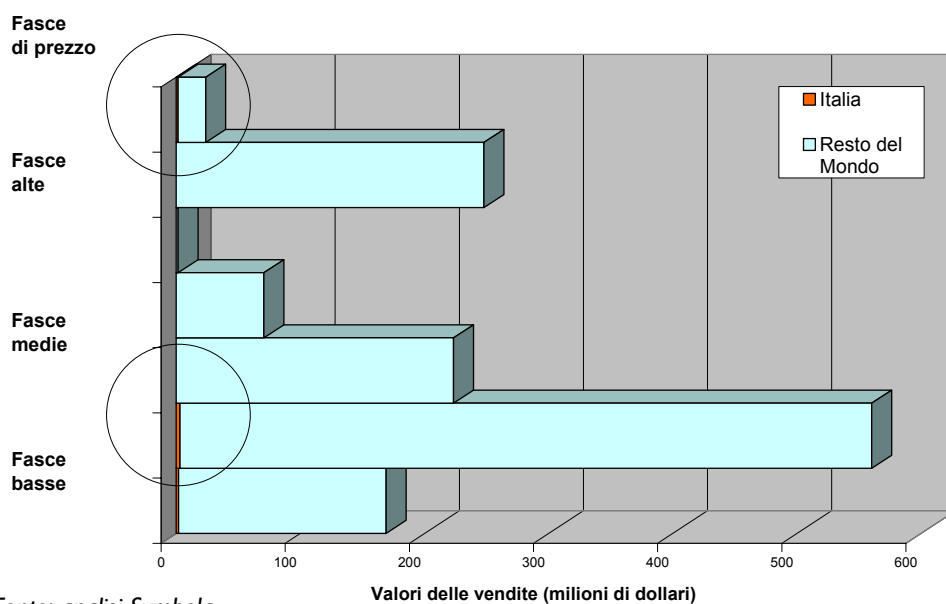
La forza dell'Italia nel settore è un fatto noto. Il dato offerto dalle analisi qui presentate è costituito dal posizionamento sui mercati internazionali; qui l'Italia è presente in modo pressoché esclusivo nella fascia più elevata del mercato: una sorta di "supernicchia" di particolare interesse non solo, evidentemente, per i risvolti economici, ma per il fatto che la conquista di questa posizione è il risultato di una eccellenza combinata fatta di tecnologia, flessibilità nelle soluzioni (molti prodotti sono in effetti dei "pezzi unici"), altissimo *design*. Come si vedrà tale segmento estremo ha però alti e bassi complessivi nelle quantità.

Ciò che è meno noto è il fatto che il successo della nautica italiana ha alimentato lo sviluppo e il riposizionamento di altre filiere che le forniscono soluzioni specializzate e ad altissima qualità. È il caso della filiera che fornisce al settore le soluzioni di arredo delle imbarcazioni di lusso; si tratta di una filiera fatta di imprese piccole, spesso artigianali, di altissima specializzazione, che utilizzano materiali pregiati e confezionano soluzioni che sono di volta in volta disegnate sullo specifico cliente.

Il legame che si è andato instaurando tra imprese produttrici di legno, imprese artigiane ed il settore nautico garantisce all'offerta nazionale di lavorati di legno opportunità e sbocchi di mercato alternativi a quelli tradizionali del settore del mobile in considerazione delle prospettive che si aprono sul mercato nazionale ed estero.

L'aggregato descritto dai dati disponibili ed utilizzati per questa analisi è in realtà piuttosto ampio, comprendendo sia la nautica "all'italiana" che *ferry boat*, barche da escursione, ecc. Questo spiega perché l'Italia sia presente con un 7% nella fascia più alta del mercato, come mostrerebbe questa figura, se il 7% fosse visibile. Abbiamo in ogni caso cerchiato i punti dove si intravede l'Italia, più comprensibili nella tabella posta successivamente.

Graf. 10 - il posizionamento di navi da crociera e imbarcazioni da escursione (2005)



Fonte: analisi Symbola

Tab. 21 - il posizionamento di navi da crociera e imbarcazioni da escursione (2005)

Segmento	% Italia	% Resto del Mondo	Peso del segmento sul totale del mercato mondiale	Tasso crescita del segmento nel mondo 2000-2005
Bassissimo	1%	99%	13%	354%
Basso	1%	99%	43%	1214%
Medio-basso	0%	100%	17%	-70%
Medio	0%	100%	5%	-67%
Medio-alto	0%	100%	0%	-100%
Alto	0%	100%	19%	1804%
Altissimo	7%	93%	2%	-87%
Totale			100%	-31%

Fonte: analisi Symbola

Dal 2000, il prezzo medio è sceso considerevolmente, trascinando con sé il totale del mercato. È interessante vedere come la fascia altissima, da noi dominata si sia contratta, in un momento in cui la fascia alta, immediatamente inferiore, sia in larga crescita. Si conferma che la sfida della qualità è un continuo aggiornamento degli specifici mercati target dove il prodotto possa essere valorizzato, con un occhio ai segmenti contigui che possono riservare sorprese ed opportunità.

Vino

L'Italia, rappresenta insieme alla Francia uno dei principali paesi produttori di vino al mondo. La coltura della vite e la produzione vinicola vengono praticate in Italia da sempre e costituiscono uno degli elementi trainanti dell'economia nazionale.

La viticoltura italiana è giunta ai massimi livelli mondiali grazie al bagaglio di esperienze e di tradizioni accumulate nel tempo e che, unitamente alla moderna tecnologia di vinificazione, hanno portato il prodotto "vino italiano" ad assestarsi su livelli di commercializzazione elevati.

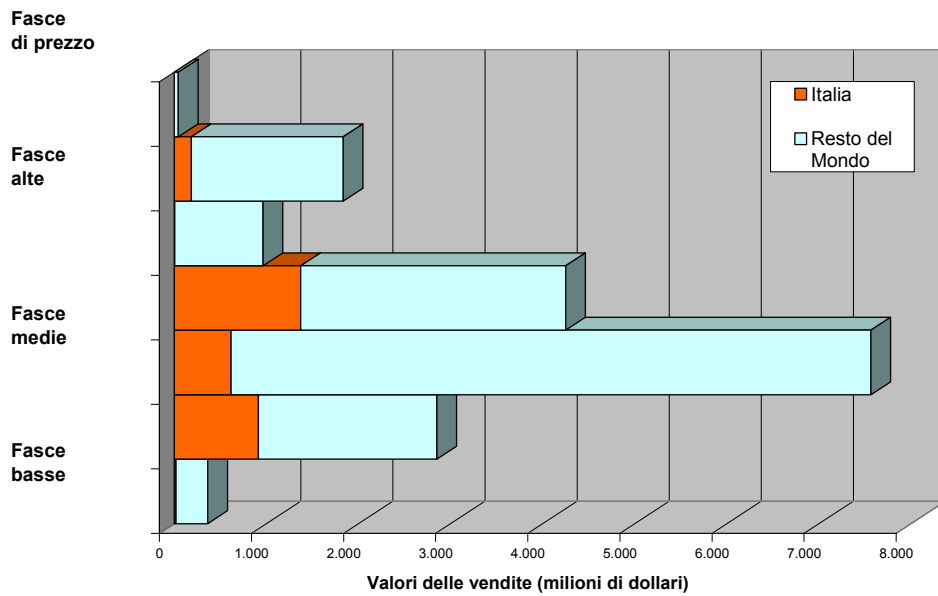
La viticoltura italiana attualmente sta attraversando un periodo, seppur molto lentamente, di cambiamenti, si stanno infatti riconvertendo le produzioni scegliendo vini di qualità (D.O.C. e D.O.C.G.). Nell'ultimo decennio si registra una forte tendenza all'aumento della produzione di vini di qualità, cresciuta in Italia di oltre il 40% (il tasso di variazione medio annuo è risultato del +4,4%).

Ciò ha comportato una profonda mutazione del profilo strutturale dell'intero comparto vitivinicolo (inclusi i vini comuni). Nel corso dell'ultimo decennio sono stati persi in Italia 8% degli ettari vitati, mentre la produzione complessiva ha fatto segnare, nello stesso periodo, un decremento del 5%. Lo stesso numero delle aziende vitivinicole nazionali ha avuto una flessione del 63%. Una tendenza determinata dalla forte riduzione del numero delle aziende produttrici di uva per vini da tavola, a vantaggio delle aziende attive nel comparto dei Doc-Docg, che sono aumentate del 14%.

Questo processo è frutto da una parte delle continue richieste di mercato sempre più indirizzate verso un prodotto di qualità "elevata", dall'altra il fatto che anche in questo settore vengono sempre più applicate strategie e tecniche di *marketing*. In questo contesto la diversificazione di prodotto, anche attraverso la certificazione di qualità, rappresenta una leva fondamentale per garantire un posizionamento di successo sul mercato a medio-lungo termine.

Un esempio interessante in questo senso è quello rappresentato dal vino biologico, rispetto al quale l'Italia vanta il primato della produzione mondiale. È una produzione che segue le regole dell'agricoltura biologica, e che dal 1993 ad oggi, è cresciuta del 60% all'anno. Si tratta quindi di una importante diversificazione di prodotto nella direzione della qualità. Ed è una qualità che si paga: una bottiglia di vino biologico costa dal 10 al 20% in più sull'equivalente vino tradizionale.

Graf. 11 - il posizionamento del vino (2005)



Fonte: analisi Symbola

Tab. 22 - il posizionamento del vino (2005)

Segmento	% Italia	% Resto del Mondo	Peso del segmento sul totale del mercato mondiale	Tasso crescita del segmento nel mondo 2000-2005
Bassissimo	6%	94%	2%	-85%
Basso	32%	68%	16%	-1%
Medio-basso	8%	92%	42%	135%
Medio	32%	68%	24%	1294%
Medio-alto	1%	99%	5%	-18%
Alto	10%	90%	10%	186%
Altissimo	0%	100%	0%	-83%
Totale			100%	+64%

Fonte: analisi Symbola

L'Italia è riuscita a selezionare il segmento alto e il segmento medio come punti di forza delle sue quote di mercato, in una situazione in cui entrambi hanno una dinamica molto positiva, mentre le categorie limitrofe sono particolarmente esposte alla congiuntura. Occorre seguire quindi con molta attenzione i diversi segmenti, poiché è facile che su questo mercato ci si possa posizionare in modo non ottimale.

Olio d'oliva

L'olio d'oliva è una produzione italiana di qualità riconosciuta, che ha non solo una tradizione storica, ma che si accompagna ai livelli di consumo interno più elevati al mondo.

La produzione italiana, una delle prime al mondo, risulta però insufficiente rispetto al fabbisogno interno e questo è uno dei motivi per cui il nostro Paese è il più grande importatore mondiale di olio di oliva, anche se nello stesso tempo è uno dei principali esportatori di olio di oliva confezionato.

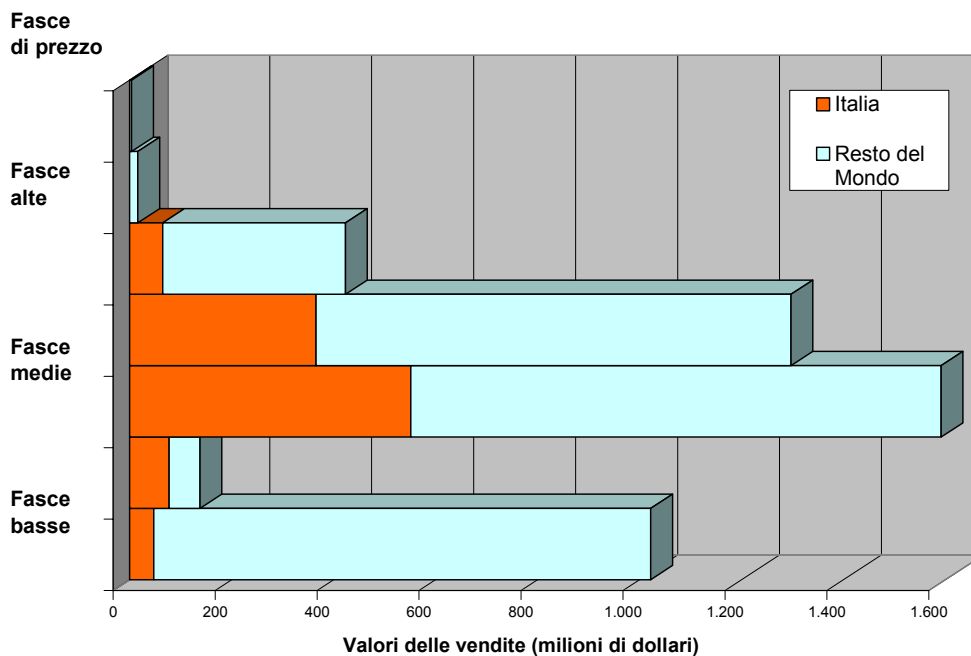
La *leadership* italiana di mercato è insidiata da vari anni dalle produzioni di altri Paesi. Sul piano commerciale infatti molti olivicoltori italiani, non avendo una dimensione economica adeguata, non sono nelle condizioni di imporsi sul mercato, né tanto meno possono attuare efficaci strategie di *marketing*. Questa situazione rappresenta certamente una grossa ipoteca sul futuro assetto del settore. In effetti, con l'aumento della produzione in Spagna, Grecia, Tunisia e in altri Paesi produttori minori, inevitabilmente i prezzi di mercato tenderanno a diminuire e per gli olivicoltori italiani migliorare i margini di competitività sulla fascia degli oli di qualità intermedia non sarà un'impresa facile.

La continua attenzione alla qualità, intrinseca e percepita, della produzione italiana rimarrà comunque una delle leve principali di competizione, anche se non la sola, sulla quale peraltro vi è già un notevole sforzo, come mostra la chiara scelta dell'extra-vergine e la sua ulteriore qualificazione verso modalità di lavorazione particolarmente pregiate.

Ma come si colloca oggi il prodotto italiano rispetto agli altri?

La segmentazione verticale del prodotto permette di distinguere sette fasce, determinate dallo scostamento rispetto al prezzo medio mondiale. Nelle fasce basse, il prezzo delle transazioni bilaterali tra due Paesi risulta essere nettamente più basso della media mondiale, e viceversa nelle fasce alte. Per ciascuna fascia sono stati calcolati i valori delle transazioni che vi rientrano tanto per quanto riguarda il totale degli esportatori che per la sola Italia.

Graf. 12 - il posizionamento dell'olio (2005)



Fonte: analisi Symbola

Tab. 23 - il posizionamento dell'olio (2005)

Segmento	% Italia	% Resto del Mondo	Peso del segmento sul totale del mercato mondiale	Tasso crescita del segmento nel mondo 2000-2005
Bassissimo	5%	95%	23%	+475%
Basso	56%	44%	3%	-90%
Medio-basso	35%	65%	35%	+1344%
Medio	28%	72%	29%	+24384%
Medio-alto	15%	85%	9%	+82216%
Alto	0%	100%	0%	+1846%
Altissimo	0%	100%	0%	+8566%
Totale			100%	+161%

Fonte: analisi Symbola

Il tipo di posizionamento attualmente occupato dall'Italia ne fa un grandissimo esportatore, per molti versi un baricentro alto del sistema, ma per occupare stabilmente la parte alta del mercato la strada è ancora lunga, pur se promettente.

2.3. Sintesi

La complessità del mercato globale, reinterpretato secondo logiche di differenziazione verticale e orizzontale tanto dei prodotti che dei processi, rappresenta un “ecosistema” dove una “specie” così particolare come l’Italia può davvero prosperare, purché continuamente ricalibri i luoghi e i canali delle vendite, a partire da una scommessa a tutto campo sulla qualità.

Prezzi e quantità si muovono velocemente, adattandosi alle richieste di consumatori eterogenei pronti a loro volta a cogliere le opportunità aperte dalla sempre maggiore presenza di *competitor*; l’immagine *leader* dell’Italia deve essere il punto di partenza, ma anche di arrivo, di un processo lungo e articolato che vede tutto il sistema Paese e le sue filiere allungate muoversi sotto l’imperativo della qualità e della competitività.

Già oggi questo avviene per molti settori, ma la consapevolezza di agire in modo sistematico gli uni per gli altri dovrebbe maturare sempre di più.

PARTE TERZA - LA DINAMICA DI MEDIO PERIODO DEL PIL - L'EVOLUZIONE DELL'ECONOMIA ITALIANA NEL PERIODO 1980- 2006

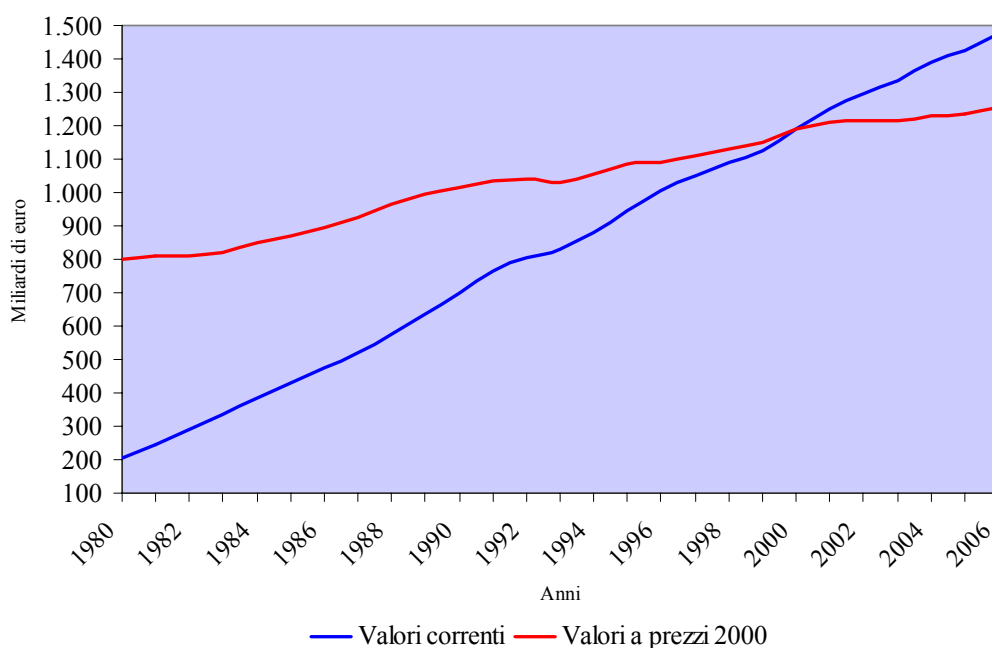
Questa terza parte, la cui progettazione e realizzazione è frutto del lavoro specifico di Unioncamere³⁹ affronta una analisi dinamica di medio periodo del PIL e completa le analisi contenute nella prima parte. Lì più volte si fa riferimento al PIL come aggregato di riferimento sul quale esercitarsi per misurare il PIQ. Si è anche fatto accenno alle osservazioni che i partecipanti al *panel* hanno sistematicamente trasmesso a Symbola rispetto ad una “rigidità” della struttura descrittiva del PIL rispetto ad una descrizione più attuale dell'economia italiana. Queste osservazioni saranno la base di una riflessione su possibili linee di ridisegno del PIL che Symbola intende avviare, ma il confronto tra PIL e PIQ va condotta con sistematicità, cogliendo ogni possibilità di identificare elementi utili per una interpretazione integrata e della qualità italiana e per una visione che eviti l'eccessiva concentrazione sul breve periodo. Questo paragrafo offre un'analisi qualitativamente fine delle dinamiche di medio periodo del PIL e consente di integrare nell'analisi offerta nella prima parte con elementi di carattere strutturale che andranno pienamente considerati in termini di *policy*,

* * *

Ad un osservatore che esamini l'andamento dell'economia italiana dall'inizio degli anni '80 fino ai nostri giorni non sfuggirà, quasi certamente, come la soglia dello sviluppo potenziale non sia stata quasi mai raggiunta. Ci sono stati anni, come il 1988 e il 2000, nei quali il PIL a prezzi costanti - rappresentativo dell'effettivo livello di sviluppo dell'intera economia - ha conseguito incrementi soltanto di poco inferiori o addirittura superiori al 4%; ma si è trattato di fenomeni sporadici e di breve durata, che sono stati tempestivamente riassorbiti da un movimento di fondo generalmente orientato verso il basso (Graf. 13).

³⁹ Unioncamere è *partner* di Symbola per tutto lo sviluppo del “progetto PIQ”. Il suo contributo, di grande pregio, è esteso, oltre alle analisi contenute nella terza parte, alle discussioni che sono alla base del concetto di PIQ, alla scelte delle metodologie di analisi e calcolo, alle riflessioni che sono alla base della linea interpretativa seguita in questa edizione del PIQ.

Graf. 13 - valori del Pil a prezzi correnti e a prezzi (costanti) del 2000



Fonte: analisi Unioncamere – Istituto Tagliacarne su dati Istat

Del resto, se si divide in due parti uguali il periodo considerato, è facile rilevare come nella prima parte (che va dal 1980 al 1993) l'incremento medio annuo del PIL è risultato soltanto dell'1,97%, che è un dato chiaramente al di sotto della media europea, anche se superiore all'1,53% verificatosi nella seconda parte (che va dal 1993 al 2006). Ed è evidente che un tasso annuo dell'1,75% per l'intero periodo osservato (parte del quale assorbito dal contestuale incremento della popolazione) non si concilia con l'ammontare delle risorse umane, il volume di risparmio e i fattori organizzativi di cui il Paese dispone, né corrisponde alle attese degli operatori economici e dei *policy maker*. Non è senza significato il fatto che le pur moderate previsioni di rilancio formulate all'inizio di ogni anno dagli organi di governo dell'economia siano state quasi sempre ridimensionate dai consuntivi di fine anno. E ciò non soltanto per ragioni di carattere politico o psicologico, ma anche per il repentino alternarsi delle fluttuazioni cicliche e per l'impatto sull'economia italiana degli andamenti congiunturali avversi verificatisi a livello internazionale.

La decisione di iniziare dal 1980 quale anno di partenza della ricerca non è stata, a questo riguardo, casuale. Succeduto infatti ad un periodo di grandi perturbazioni e di tassi d'inflazione eccezionalmente elevati, esso si è aperto all'insegna di un forte rincaro (+70%) del prezzo del greggio, che è andato a sommarsi al 40% d'incremento registrato nel '79 a seguito del secondo *shock* petrolifero. Rincari questi che, in concomitanza con gli inasprimenti dei costi di produzione, hanno finito per incidere negativamente sulle politiche di contenimento dei prezzi e delle retribuzioni che erano state concordate tra le parti sociali. Ne è derivata quindi un'accentuazione della conflittualità sindacale, in un clima di crescente tensione fra le categorie originato dagli effetti perversi della scala mobile che, in sintonia con gli accennati aumenti delle materie prime e dei margini aziendali, si tradussero in un incremento dei prezzi al consumo attorno al 20%.

D'altra parte, in conseguenza di un'espansione non controllata delle spese statali, dovuta soprattutto all'ampliamento degli interventi nei settori dell'istruzione, della sanità e della previdenza, il 1980 aveva ereditato dagli anni precedenti un debito di entità ragguardevole, valutato attorno al 60% del PIL. Una percentuale che non ha cessato peraltro di aumentare, se si considera che alla fine del 1990 si era pervenuti al 100%, per salire ulteriormente al 125% nel 1994. E tutto ciò nonostante che, a partire dal 1981, anche a seguito dell'ingresso della lira nello SME e di una politica monetaria e di cambio fattasi più rigorosa, il tasso di variazione dei prezzi al consumo si fosse andato via via ridimensionando. Basti pensare che, dopo aver chiuso il 1981 con un tasso del 18,7% ed essersi assestato su un livello di variazione ad una sola cifra nel 1985 (8,6%), il ritmo d'incremento dei prezzi si era quasi allineato (seppure con un divario strutturale difficilmente comprimibile) sulla tendenza registrata dalle economie europee più sviluppate.

Occorre spingersi fino al 1992 per assistere ad una delle più gravi crisi valutarie sperimentate dall'economia italiana; una crisi che, insieme all'eccezionale incremento del debito pubblico ed all'ulteriore espansione dei prezzi, condusse alla svalutazione della nostra moneta ed alla fuoriuscita (fino al 1996) dagli accordi europei di cambio. Nel frattempo, presero l'avvio rilevanti azioni di risanamento che consentirono all'economia italiana - uscita malconca da una situazione di crisi che aveva provocato nel biennio 1992-93 riduzioni del PIL a prezzi costanti rispettivamente uguali a 0,8 e 0,9 per cento - di risalire la china, avviandosi lungo un sentiero di crescita sostanzialmente più equilibrato.

Ma gli effetti più vistosi di tali azioni furono il perseguimento della stabilità monetaria, la contrazione dei tassi d'interesse e il riequilibrio dei conti pubblici: tutte azioni che consentirono al nostro Paese - dopo aver superato i "paletti" fissati dal Trattato di Maastricht - di inserirsi nell'area dell'euro. Ed è noto che a decorrere dal 1° gennaio 2002, con una parità di 1.936,27 lire per ogni euro, la nuova moneta ha sostituito quella precedente.

* * *

Dopo le considerazioni svolte sui principali avvenimenti succedutisi a partire dal 1980 e che hanno indubbiamente influenzato il decorso della congiuntura, è venuto il momento di analizzare in dettaglio il comportamento dei principali aggregati economici, anche per individuare i fattori che hanno più direttamente influito sulla dinamica del PIL.

Tra gli aggregati espressi in termini fisici, il primo dal quale ci sembra opportuno iniziare l'esame è l'occupazione. Una grandezza che, correntemente stimata dall'Istat in base ai risultati di alcune rilevazioni statistiche (fra cui l'indagine campionaria sulle forze di lavoro e le registrazioni effettuate dagli Enti di previdenza), viene utilizzata, fra l'altro, per il calcolo del valore aggiunto dei principali settori di produzione⁴⁰.

Nel 1980 gli occupati ammontavano ad un totale di 21 milioni e 373 mila unità, che a fronte di una produzione netta di beni e servizi (rappresentata dal PIL) pari a 203.383 milioni di euro, fornivano un valore medio pro capite di 95,2 migliaia di euro. Un dato che deriva fra l'altro da valori fortemente differenziati, tenuto conto che, dell'anzidetto numero di occupati, il 13,4% era rappresentato da lavoratori addetti al settore primario (comprendente agricoltura, silvicoltura e pesca), il 38,1% da addetti all'industria (comprese le costruzioni) e il restante 48,5% dagli occupati nel complesso delle attività terziarie.

⁴⁰ Ridotta alla sua più semplice espressione, essa viene definita come l'insieme delle persone che svolgono la propria attività presso le unità produttive (imprese o istituzioni) del Paese e la cui finalità è di produrre beni e servizi prevalentemente, ma non esclusivamente, destinabili al mercato. Vi si comprendono, pertanto, sia i lavoratori indipendenti e i rispettivi familiari coadiuvanti, sia quelli che prestano la propria opera alle dipendenze di un datore di lavoro; e inoltre, sia gli occupati in regola con le norme che disciplinano il mercato del lavoro, sia i cosiddetti lavoratori irregolari.

Passando all'analisi temporale dei dati, è significativo rilevare come nel primo dei sottoperiodi considerati (1980-93) l'incremento medio annuo degli occupati sia risultato piuttosto modesto (0,33%), anche per effetto dei processi di ristrutturazione attuati in alcuni settori, e che soltanto nel periodo successivo - sia pure con l'immissione di quote crescenti di lavoratori a tempo determinato - si sia avuto un tasso d'incremento un po' più sostenuto (0,83%).

Alla luce di tali andamenti, che appaiono peraltro in controtendenza rispetto a quelli del PIL (accresciutosi, come si è detto, dell'1,97% all'anno nel primo sottoperiodo e dell'1,53% nel successivo), non sembra che l'occupazione globalmente considerata abbia svolto un ruolo determinante nel processo di sviluppo dell'economia italiana. Più incisive sembrano essere state semmai le modificazioni strutturali verificatesi durante l'intero periodo considerato. Anche a limitarsi infatti all'esame della situazione alla quale si è pervenuti nel 2006 (anno terminale della serie), dalle prime valutazioni eseguite dall'Istat si rileva che, del totale di 24 milioni e 754 mila occupati, soltanto il 4,1% viene assorbito dall'agricoltura (contro il 13,4% del 1980) e il 28,4% dall'industria (contro il 38,1%), tutto il resto essendo assorbito dal settore dei servizi, che sale così al 67,5% (contro il 48,5% di 27 anni prima).

Le trasformazioni dell'apparato produttivo e la forte spinta al processo di terziarizzazione si confermano quindi come una delle caratteristiche più eclatanti che emerge dall'analisi; e, come conseguenza diretta della concentrazione degli occupati nelle attività a più alto valore aggiunto (quali sono appunto quelle del terziario) il tutto si è tradotto in un incremento del prodotto lordo complessivo maggiore di quello che si sarebbe avuto se, a parità di altre circostanze, la struttura occupazionale fosse rimasta inalterata. Tuttavia, se il risultato finale soddisfa la maggioranza degli studiosi, che vede nell'ampliamento della sfera dei servizi il vero motore dello sviluppo e dell'accresciuto benessere economico, non sono pochi quelli che avanzano qualche riserva. Sono quelli, in sostanza, che, memori della "legge dei tre settori" formulata a suo tempo da Colin Clark, avrebbero auspicato un più lento travaso dal settore primario a quello dell'industria e da questo al settore dei servizi, e che temono che il ridotto impiego o l'abbandono di alcune attività tradizionali, come l'agricoltura e l'artigianato, oltre a far dipendere l'Italia dalle importazioni estere, possa incidere negativamente sul futuro sviluppo dell'economia nazionale.

Nella tabella alla pagina seguente viene presentata la composizione del valore aggiunto ai prezzi base a inizio e fine periodo, in cui si coglie in modo evidente l'incremento del peso del terziario (oltre 15 punti percentuali) a scapito dell'agricoltura (-4%), dell'industria in senso stretto (-10,4%) e anche delle costruzioni (-1,1%).

Entrando nello specifico delle attività terziarie spicca in modo assoluto la crescita del ruolo del terziario avanzato (attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca e servizi alle imprese), il cui contributo al reddito prodotto è passato da 10,1% nel 1980 a 22,2% nel 2006. È anche significativo l'incremento di peso sul valore aggiunto totale delle attività *non market* (da 12,9% a 15,1%), in gran parte identificabili con l'attività delle istituzioni pubbliche.

Tab. 24 – composizione % del valore aggiunto ai prezzi base per settore nel 1980 e nel 2006

Attività economiche	1980	2006	diff.
Agricoltura, silvicoltura e pesca	6,0	2,1	- 4,0
Agricoltura, caccia e silvicoltura	5,9	1,9	- 3,9
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	0,2	0,1	- 0,0
Industria in senso stretto	30,9	20,5	- 10,4
Estrazione di minerali energetici	0,5	0,2	- 0,3
Estrazione di minerali non energetici	0,3	0,2	- 0,1
Industrie alimentari delle bevande e del tabacco	2,5	1,8	- 0,7
Industrie tessili e dell'abbigliamento	3,5	1,3	- 2,1
Industrie conciarie, prodotti in cuoio, pelle e similari	1,0	0,5	- 0,5
Industria del legno e dei prodotti in legno	0,8	0,4	- 0,4
Fabbricazione della carta e dei prodotti di carta; stampa ed editoria	1,5	1,1	- 0,4
Fabbricazione di coke, raffinerie di petrolio, trattamento dei combustibili nucleari	0,4	0,5	0,1
Fabbricazione di prodotti chimici e di fibre sintetiche e artificiali	1,9	1,3	- 0,7
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	1,1	0,7	- 0,4
Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	1,9	1,0	- 0,9
Metallurgia e fabbricazione di prodotti in metallo	4,3	3,1	- 1,1
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici	3,4	2,6	- 0,8
Fabbricazione di macchine elettriche e di apparecchiature elettriche, elettroniche ed ottiche	2,8	1,9	- 0,9
Fabbricazione di mezzi di trasporto	2,1	0,9	- 1,2
Altre industrie manifatturiere	1,7	0,9	- 0,8
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	1,2	2,0	0,8
Costruzioni	7,2	6,1	- 1,1
Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni	23,2	23,0	- 0,2
Commercio all'ingrosso, al dettaglio e riparazioni	13,9	11,5	- 2,4
Alberghi e ristoranti	2,7	3,8	1,1
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	6,6	7,7	1,1
Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari ed imprenditoriali	15,7	27,1	11,4
Intermediazione monetaria e finanziaria	5,7	4,9	- 0,8
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca e servizi alle imprese	10,1	22,2	12,2
Altre attività di servizi	17,0	21,3	4,3
Servizi generali della pubblica amministrazione e assicurazione sociale obbligatoria	5,5	6,7	1,2
Istruzione	4,5	4,8	0,3
Sanità e assistenza sociale	3,7	5,9	2,2
Altri servizi pubblici, sociali e personali	2,6	2,9	0,4
Attività svolte da famiglie e convivenze	0,7	0,9	0,3
Altre attività	55,9	71,4	15,5
TOTALE VALORE AGGIUNTO A PREZZI BASE	100,0	100,0	-
di cui: attività non market	12,9	15,1	2,2

Fonte: analisi Unioncamere – Istituto Tagliacarne su dati Istat

Se l'occupazione, e soprattutto le sue modificazioni strutturali, sono una delle variabili esplicative dello sviluppo, altrettanto e forse più influenti sono gli impulsi provenienti dalla produttività.

È necessario a questo riguardo rilevare che un calcolo rigoroso della produttività media dei fattori impiegati nei vari settori dell'attività economica richiederebbe l'utilizzo non solo dei dati sull'occupazione, preferibilmente espressi in termini di volume di ore lavorate, ma anche di quelli sullo *stock* di capitale e di altri elementi conoscitivi che gli autori delle funzioni di produzione (Cobb-Douglas e Solow) e le più sofisticate elaborazioni di Denison tendono generalmente a considerare. Non disponendo tuttavia di tutte le informazioni occorrenti, e in considerazione della natura prevalentemente descrittiva dello studio, si è ritenuto più opportuno limitare l'analisi alle variazioni della produttività parziale del fattore lavoro⁴¹.

Le variazioni del prodotto per unità di lavoro, calcolate con riferimento al valore aggiunto ai prezzi base dell'intera economia nazionale, forniscono al riguardo risultati interessanti. Dividendo, come al solito, in due parti l'intera serie di dati e procedendo all'aggregazione delle relative variazioni annue, si rileva, infatti, che l'incremento medio della produttività del lavoro del primo sottoperiodo risulta pari all'1,76%, a fronte di un più contenuto 0,81% nel secondo. E ciò perché, dopo l'incerto andamento verificatosi nel primo quinquennio e l'eccezionale espansione con la quale si è chiuso il 1985 (quando la produttività si è incrementata addirittura del 5%), è seguito un periodo di regolare evoluzione del fenomeno, che è proseguito fino al 1999; anno a partire dal quale si è assistito ad una serie di variazioni negative, punteggiate tuttavia da qualche segnale di rimonta, come quello (2,22%) avutosi nel 2001.

Ma quali settori hanno realizzato i più alti guadagni di produttività? Se si limita l'osservazione agli anni estremi del periodo, che per l'intera economia evidenziano un incremento complessivo del 39%, le differenze tra i principali settori appaiono piuttosto marcate.

⁴¹ I dati a tal fine occorrenti, resi disponibili per tutti gli anni del periodo, sono stati espressi sotto forma di rapporti aventi:

- al numeratore il valore aggiunto di ciascun settore risultante dalle valutazioni a prezzi costanti, le cui variazioni annue - avendo eliminato l'influenza su di esse esercitata dal contestuale incremento dei prezzi- forniscono una misura dell'andamento quantitativo del fenomeno;
- al denominatore il risultato di un'elaborazione effettuata dall'Istat con la quale il numero grezzo di lavoratori di cui ci siamo in precedenza occupati viene sostituito dal corrispondente numero di "unità di lavoro" (U.LA), ossia di occupati a tempo pieno che si ottengono riducendo proporzionalmente il numero di quelli a tempo parziale e accrescendo, per contro, quello dei plurioccupati.

**Tab. 25 - variazioni del prodotto lordo (a prezzi 2000)
per unità di lavoro tra il 1980 e il 2006**

Settori e rami di attività	Valore aggiunto (milioni di euro)		Unità di lavoro (migliaia di U.LA)		Valore aggiunto per U.LA (euro)		Variazioni %
	1980	2006	1980	2006	1980	2006	
Industria in senso stretto	180.104	239.501	6.350,6	4.992,9	28.360	47.968	69,1
Alimentari e affini	15.358	20.845	490,5	476,1	31.311	43.783	39,8
Legno e mobilio	4.035	5.007	274,7	170,8	14.689	29.315	99,6
Mezzi di trasporto	12.046	12.248	456,3	263,5	26.399	46.482	76,1
Altre attività	159.507	201.401	5.129,1	4.082,5	31.098	49.333	58,6
Costruzioni	52.076	62.248	1.700,0	1.902,0	30.633	32.728	6,8
Servizi	464.769	787.854	11.067,7	16.511,7	41.993	47.715	13,6
Commercio e riparazioni	90.856	142.097	3.194,3	3.537,8	28.443	40.165	41,2
Trasporti e comunicazioni	36.828	92.571	1.252,5	1.614,6	29.404	57.334	95,0
P.A. e servizi sociali vari	152.915	229.882	4.656,9	6.420,6	32.836	35.804	9,0
Altre attività	184.170	323.304	1.964,0	4.938,7	93.773	65.463	-30,2
Totale economia							
Esclusa l'agricoltura	696.949	1.089.603	19.118,3	23.406,6	36.455	46.551	27,7
Compresa l'agricoltura	717.429	1.117.610	22.061,4	24.725,6	32.520	45.201	39,0

Fonte: analisi Unioncamere – Istituto Tagliacarne su dati Istat

Come si vede infatti dalla Tab. 25 (nella quale non compaiono i dati relativi al settore agricolo, che lo stesso Istat tende a trascurare), si passa da una contrazione del 30,2% che si sarebbe verificata, tra il 1980 e il 2006, nel settore delle “altre attività” terziarie, a variazioni fortemente differenziate, ma tutte positive, negli altri settori. In particolare, ad un modesto guadagno di produttività nel comparto delle costruzioni (6,8%), seguito a ruota da quello della Pubblica Amministrazione e servizi sociali vari (9,0%), fanno riscontro incrementi che sfiorano il 100% sia nei trasporti e comunicazioni che nel comparto della lavorazione del legno e del mobilio. A livello aggregato, inoltre, dall’esame dei dati relativi ai due macrosettori dell’industria in senso stretto e del terziario emergono guadagni di produttività rispettivamente uguali a 69,1 e 13,6 per cento; valori che dimostrano meglio di quanto non facciano i dati elementari come, nell’arco degli ultimi 27 anni, le modificazioni di carattere tecnologico e organizzativo abbiano consentito che alcuni settori riuscissero a produrre, a parità di occupazione, volumi di beni e servizi sempre più elevati⁴².

Nelle pagine precedenti sono state illustrate le linee di tendenza dell’economia italiana viste dal lato dell’offerta, cercando di dimostrare - sulla scia del modello di Okun - che, se si fa eccezione di alcune sporadiche spinte verso l’alto, nel periodo considerato non sarebbero state quasi mai raggiunte le condizioni dello sviluppo potenziale o del pieno impiego. Per disporre tuttavia di un quadro completo che superi la visione unilaterale del problema, non ci si può fermare all’analisi della produttività del sistema economico, ma occorre indagare anche le tendenze registrate dalla domanda finale, soprattutto nelle sue principali componenti costituite dai consumi delle famiglie, dagli investimenti o formazione lorda del capitale e dalle esportazioni di beni e servizi. Queste ultime in particolare - che al netto delle corrispondenti importazioni danno luogo al saldo delle transazioni con il resto del mondo - essendo una delle poste più sensibili alle oscillazioni del ciclo, in quanto saldamente ancorata al clima congiunturale presente a livello internazionale.

⁴² Tutto ciò presuppone ovviamente che la stima delle variazioni in termini reali sia stata effettuata dall’Istat tenendo conto dell’effettivo andamento quantitativo del valore aggiunto, superando le quasi insormontabili difficoltà che presentano i calcoli quando gli aggregati in questione (e la quasi totalità dei servizi in particolare) sarebbero per loro natura non scomponibili in quantità e prezzo, in quanto - come dicono gli studiosi di lingua inglese - si tratterebbe di “non commodity flows”.

Per avere un'idea dell'importanza che rivestono gli scambi con l'estero basta tener presente che già nel 1980, nell'anno di inizio della serie e in una situazione che abbiamo visto essere poco soddisfacente, il "grado di apertura" del sistema economico italiano poteva ritenersi uno dei più alti tra i paesi economicamente sviluppati. Calcolato, sulla base dei dati di contabilità nazionale, come rapporto tra il valore complessivo dell'interscambio (*import+export*) e il PIL, esso risultava infatti uguale al 44,8%. Un risultato al quale si era però pervenuti con un esubero delle importazioni (e quindi con un saldo negativo della bilancia) che, anche in conseguenza del forte rincaro subito dai prezzi dei prodotti petroliferi, si attestava su un valore più alto del 12,7% rispetto alle esportazioni. E tale dislivello si è praticamente protratto fino al 1986, anno nel quale il saldo è tornato ad essere positivo, avendo le esportazioni superato del 7,3% le corrispondenti importazioni.

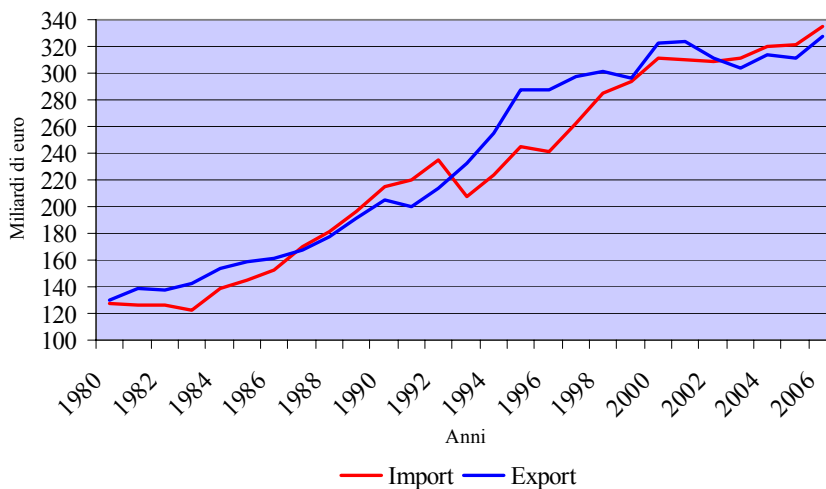
Così come negli anni precedenti, la principale spinta all'esportazioni è derivata dalle produzioni tradizionali del nostro Paese, e più in particolare dal comparto dei prodotti tessili, abbigliamento e calzature, dalla meccanica (esclusa quella ad alto contenuto tecnologico) e da particolari prodotti agricoli o, più in generale, del "*made in Italy*"; mentre le importazioni erano prevalentemente costituite dai prodotti energetici, nonché da minerali, metalli e prodotti agricolo-alimentari.

Se questa era la situazione presente nel corso degli anni '80, occorre arrivare al 1992 perché, in conseguenza della svalutazione della lira (avvenuta peraltro senza che si fosse avverata la tanto temuta spirale inflazionistica), le merci italiane, migliorando la propria competitività, incrementassero le esportazioni fino a far registrare una serie di apprezzabili avanzi che, partendo dal 1993, si estesero fino alla fine del secolo. Infatti, dopo aver chiuso il 1999 con un saldo positivo di dimensioni relativamente soddisfacenti e con un grado di apertura al commercio internazionale (47,1%) superiore di 2,3 punti percentuali rispetto al 1980, il nuovo millennio si è aperto con un netto ridimensionamento dell'avanzo, che è presto seguito da un'inversione della tendenza precedente che ha dato luogo nel 2006 (nonostante il recupero registrato dalle esportazioni) ad un disavanzo pari, in termini monetari, a 12.111 milioni di euro.

È vero che nel 2004, anche a seguito della forte ripresa della domanda mondiale, le esportazioni italiane si erano risollevate dalla china conseguendo incrementi tanto sui valori correnti (7,6%) quanto su quelli a prezzi costanti (3,3%); ma si è trattato di un miglioramento di breve durata, prontamente neutralizzato dall'andamento negativo del successivo periodo, caratterizzato da un ulteriore deterioramento della competitività che solo nella seconda parte del 2006 sembra essersi sostanzialmente attenuato. D'altra parte, che nonostante la forte ripresa dell'attività produttiva avutasi nell'ultimo periodo la situazione non possa ritenersi ancora del tutto soddisfacente, lo dimostra il fatto che la quota delle esportazioni mondiali detenuta dall'economia italiana è ulteriormente diminuita, passando dal 3,7% del 2005 al 3,5% nel 2006.

Se poi, per concludere, si divide anche in questo caso la serie storica in due sottoperiodi di uguale ampiezza temporale e si adottano più specificamente i valori ai prezzi costanti del 2000, dalle tabelle elaborate dall'Istat si rileva che, mentre nel primo arco di tempo le esportazioni (con un incremento medio annuo del 4,64%) sono riuscite a crescere più delle importazioni (a loro volta mediamente accresciutesi del 4,01%), la tendenza si capovolge negli anni successivi, quando a fronte di un tasso medio delle esportazioni pari al 2,79%, le importazioni si sono accresciute del 3,82%. Né le due contrapposte variazioni tendono nell'intero periodo 1980-2006 a compensarsi (Graf. 14), dal momento che i due tassi vanno rispettivamente ad attestarsi su un 3,91% per le importazioni e 3,71% per le esportazioni.

Graf. 14 - import-export di beni e servizi ai prezzi (costanti) del 2000



Fonte: analisi Unioncamere – Istituto Tagliacarne su dati Istat

Rimane da considerare il complesso degli impieghi che, così come emergono dal corrispondente conto economico costruito su base interna, comprendono, in particolare, sia i consumi delle famiglie sul territorio del Paese e quelli cosiddetti collettivi (costituiti dalle spese della PA e delle istituzioni senza fini di lucro al servizio delle famiglie), sia gli investimenti lordi totali, a loro volta risultanti dalla somma degli investimenti fissi e della variazione delle scorte. Completano il quadro le altre due voci costituite dagli scambi di beni e servizi con il resto del mondo, le quali sono state depurate delle spese dei consumatori fuori dai propri confini nazionali, in quanto trattasi di valori già considerati nell'aggregato dei consumi delle famiglie sul territorio del Paese.

Dal conto delle risorse e degli impieghi sopra descritto, nel quale tutti gli aggregati sono espressi in valori correnti, possono trarsi alcune caratteristiche strutturali di un certo interesse. Anzitutto, dalla prima parte del conto emerge l'assoluta preminenza del PIL che, seppure con un'incidenza lievemente in declino tra il 1980 e il 2006, rappresenta circa l'80% delle risorse disponibili, l'altro 20% derivando dalle importazioni. Considerati poi dal lato degli impieghi, gli aggregati più importanti sono rappresentati dai consumi, una parte dei quali (quelli di pertinenza delle famiglie), pur sfiorando quasi la metà degli impieghi, presentano al termine della serie storica un'incidenza leggermente al di sotto di quella iniziale; mentre la parte costituita dai consumi collettivi (ossia le spese per l'istruzione, la sanità, la giustizia, la produzione di informazioni statistiche, il funzionamento delle autonomie locali, ecc.), a compensazione di tale perdita, si attesta poco al di sopra del 15%. Ai consumi globalmente considerati si affiancano inoltre - fino a completare la domanda interna di beni e servizi - gli investimenti lordi, fondamentalmente costituiti dall'accumulo di capitali fissi, che però scendono da un'aliquota superiore al 20% ad una sensibilmente inferiore (16,3%). Lo stesso non è accaduto per la domanda estera, che, soprattutto per effetto della componente visibile rappresentata dalle merci, ha visto salire l'incidenza sul totale degli impieghi intorno al 20%, quasi la stessa aliquota raggiunta dalle importazioni.

L'analisi strutturale dei dati riferita agli anni iniziale e terminale della serie non è tuttavia sufficiente a cogliere l'effettiva *performance* dei singoli aggregati: nulla dice, infatti, attorno al diverso dinamismo che essi presentano lungo l'intero arco dei 27 anni considerati; né, essendo espressi ai prezzi correnti dei vari anni, il loro valore risulta depurato dell'effetto inflazionistico. Più interessante appare quindi l'analisi temporale dei dati, effettuata sulla base dei valori a prezzi costanti, che prescindono dalla diversa dinamica dei prezzi di cui si è incidentalmente parlato nelle pagine precedenti.

Tab. 26 - conto economico delle risorse e degli impieghi interni - Valori a prezzi correnti

Aggregati	Dati assoluti (milioni di euro)		Composizione percentuale	
	1980	2006	1980	2006
RISORSE	250.990	1.883.881	100,0	100,0
Prodotto interno lordo (Pil)	203.383	1.475.401	81,0	78,3
Importazioni di beni e servizi ¹	47.607	408.480	19,0	21,7
IMPIEGHI	250.990	1.883.881	100,0	100,0
Consumi delle famiglie sul territorio	122.434	885.686	48,8	47,0
Consumi collettivi	35.349	305.272	14,1	16,2
Investimenti lordi totali	54.366	313.031	21,6	16,6
-Investimenti fissi	52.007	306.605	20,7	16,3
- Variazione scorte e oggetti di valore	2.359	6.426	0,9	0,3
Esportazione di beni e servizi ²	38.841	379.892	15,5	20,2

¹ Al netto degli acquisti all'estero dei residenti.

² Al netto degli acquisti in Italia dei non residenti.

Fonte: analisi Unioncamere – Istituto Tagliacarne su dati Istat

Iniziando l'esame dai consumi delle famiglie, è opportuno precisare che essi vengono calcolati su base interna, ossia con riferimento alle spese effettuate sul territorio del nostro Paese, senza tener conto dell'effettiva residenza dei consumatori. Ne viene, pertanto, che essi includono, fra l'altro, le spese dei cittadini stranieri che vengono in visita in Italia per turismo, affari e simili, mentre escludono le analoghe spese sostenute dai nostri connazionali che si recano all'estero. E che non si tratti di cifre trascurabili lo dimostra il fatto che nell'anno iniziale della serie (1980) le incidenze delle due voci sul valore complessivo dei consumi delle famiglie ammontavano rispettivamente a 3,22 e 0,52 per cento; incidenze che nell'anno terminale (2006) sono aumentate portandosi rispettivamente a quota 3,48 e 1,62 per cento. Dal che si deduce, oltre al più accentuato incremento della quota di pertinenza degli italiani - da attribuire al miglioramento delle condizioni di vita e ad una più spiccata propensione per i viaggi all'estero - anche un sia pur lieve assottigliamento del saldo dal 2,70 all'1,86 per cento, che è andato ad aggiungersi ai consumi interni dei residenti.

Ma al di là di tale precisazione (alla quale si potrebbe aggiungere la regola adottata dai contabili nazionali di escludere dalle spese di consumo l'acquisto delle case di abitazione, inserito invece nell'aggregato degli investimenti), quello che importa rilevare è che, nonostante le ripetute fasi di contenimento o di flessione del reddito, le spese di consumo delle famiglie hanno registrato nei 27 anni considerati un incremento medio annuo - espresso in termini quantitativi - dell'1,80%. L'incremento è risultato un po' più elevato nel primo sottoperiodo (2,05%), che, iniziatosi con un andamento incerto e irrobustitosi a partire dal 1984, ha chiuso il 1993 con una contrazione del 2,15%; laddove, invece, il secondo sottoperiodo (il cui incremento medio è risultato pari all'1,55%), dopo aver conseguito fino al 2000 una serie ininterrotta di miglioramenti, si è assestato nel successivo quinquennio su variazioni di modesta entità, per risalire soltanto nel 2006 ad un aumento dell'1,64%.

Se si prescinde dall'aritmetica delle cifre e si guarda alle tendenze di fondo del fenomeno, la prima caratteristica che emerge è la graduale diminuzione della quota delle spese familiari assorbite dai consumi di generi alimentari e bevande, la quale - a conferma della legge di Engel - è discesa nel 2006 a poco più del 17%. Una contrazione della quale hanno beneficiato soprattutto i servizi culturali, ricreativi e affini e alcuni beni come i mezzi di trasporto, le cui spese di acquisto e manutenzione, al lordo degli esborsi sostenuti per l'uso dei servizi pubblici, hanno quasi raggiunto la quota destinata al capitolo alimentazione.

Meno brillante è risultato invece l'andamento degli investimenti fissi, che soprattutto nel primo sottoperiodo, per effetto del calo verticale subito nel 1993 (-11,5%), si sono ridotti a registrare un risultato medio annuo dello 0,38%. Un incremento al quale è subentrata peraltro una più regolare evoluzione, che ha consentito di accrescere la variazione media del secondo sottoperiodo al 2,56% e di chiudere quindi l'intero arco di tempo con un tasso pari all'1,47%.

I fattori che hanno influito su un andamento generale così poco esaltante sono diversi. Ma anzitutto è da rilevare che, come causa ed effetto insieme dello scarso dinamismo del sistema, il tasso di accumulazione (ottenuto ponendo a confronto gli investimenti fissi in moneta corrente con il corrispondente valore del PIL) è andato progressivamente diminuendo, fino a scendere dal 25,6% del 1980 all'attuale 20,8%, con conseguenze sul livello di competitività dell'economia che è facile intuire. È vero, d'altra parte, che il progresso tecnologico incorporato nei beni capitali - e più in particolare la rivoluzione informatica - hanno fatto sì che anche con un minore impiego di capitale si potessero ottenere risultati equiparabili a quelli delle migliori fasi di espansione; così come è altrettanto verosimile ritenere che una remora ad una più intensa accumulazione sia derivata dall'alto costo del denaro, come mostrano i livelli eccessivamente alti dei tassi d'interesse praticati fino all'inizio degli anni '90. Ma è bene tener presente che, per rendersi veramente efficace, l'espansione delle spese d'investimento richiede che si avverino alcune circostanze di tempo e di luogo non sempre riscontrabili nella recente storia economica del nostro Paese; e che ogni confronto tra investimenti e prodotto lordo dovrebbe, quanto meno per ragioni di omogeneità, essere effettuato con riferimento ai più piccoli comparti considerati.

* * *

Le tendenze evolutive illustrate nelle pagine precedenti sono il risultato delle diverse *performance* evidenziate oltre che dai singoli comparti dell'attività economica (da noi considerati soltanto a livello aggregato) anche dagli ambiti territoriali di riferimento.

Particolarmente interessante appare a questo riguardo il diverso comportamento registrato dalle due grandi ripartizioni territoriali (Centro-Nord e Mezzogiorno) che per le loro specifiche caratteristiche strutturali e dinamiche vengono spesso qualificate come due distinte "Italie".

Due aree che nel 2005 (ultimo anno per il quale si dispone delle stime provvisorie dei conti economici regionali elaborate dall'Istat) differiscono tra loro anzitutto per il forte divario esistente tra i rispettivi livelli di occupazione. I dati disponibili mostrano infatti che, in rapporto al complesso dell'Italia, mentre la quota di popolazione residente nelle regioni del Sud ammontava al 35,4%, quella degli occupati complessivamente considerati (quasi un quarto dei quali costituito da lavoratori irregolari) si assestava su un più ridotto 27,4%. E, quel che maggiormente attira l'attenzione degli studiosi, era la più alta concentrazione di addetti in settori scarsamente produttivi e/o strutturalmente sovraffollati, come l'agricoltura, le costruzioni, il commercio e la Pubblica Amministrazione, che assorbendo il 57,3% dell'intera occupazione del Sud, contro il 44,3% del Centro-Nord, poteva considerarsi una remora alle esigenze di ristrutturazione più volte prospettate.

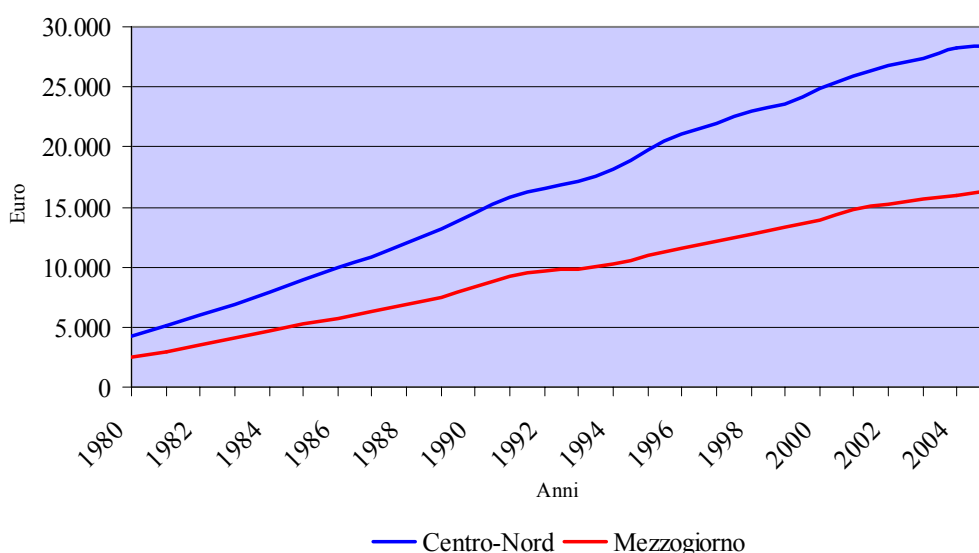
Detto in estrema sintesi, il divario tra le due grandi ripartizioni era (ed è tuttora) di entità tale per cui, mentre il Centro-Nord, con un PIL per abitante di 28.434 euro, si collocava in cima alle regioni più progredite dell'Europa, il Mezzogiorno, con uno scarto in meno del 42,5%, rimaneva confinato nel limbo delle regioni svantaggiate, affiancandosi, da questo punto di vista, a paesi come la Grecia e il Portogallo che della vecchia UE costituivano il "fanalino di coda". Tutto ciò nonostante la presenza nella stessa ripartizione di due regioni (l'Abruzzo e il Molise) che per gli alti livelli di reddito raggiunti non fanno più parte dell'Obiettivo I e non usufruiscono, quindi, delle particolari facilitazioni previste, a cominciare dal più ampio utilizzo dei fondi strutturali.

È tuttavia ben noto che, nonostante le carenze che costituiscono il retaggio di una situazione storica solo in parte superata, il Mezzogiorno non è rimasto fermo nelle condizioni in cui si trovava all'inizio degli anni '50. A partire da allora, infatti, anche in conseguenza dei notevoli flussi di denaro trasferiti anzitutto attraverso gli interventi straordinari (Cassa del Mezzogiorno) e, successivamente, con varie facilitazioni fiscali e creditizie, le regioni del Sud hanno sperimentato tassi di sviluppo senza precedenti. Il miglioramento delle condizioni di vita, la riduzione del *gap* infrastrutturale rispetto al resto dell'Italia, l'espansione dei tassi di scolarità e molti altri indicatori che per brevità vengono omessi, dimostrano che il processo di avanzamento sul piano economico e sociale è stato ragguardevole.

Se però si confrontano le linee di sviluppo delle due “Italie”, i dati ricostruiti a partire dal 1980 dall’Istituto Tagliacarne (Graf. 15) mostrano che, per effetto del contemporaneo sviluppo registrato dalle regioni del Centro-Nord, il divario tra le due ripartizioni, pur presentando un ampliamento in termini assoluti, non sembra aver subito sostanziali modifiche in termini percentuali.

Ad alcuni periodi in cui (soprattutto a cavallo degli anni ‘90) l’economia meridionale si è portata su una linea di crescita lievemente più spiccata, ne sono subentrati altri nei quali è stata quella centro-settentrionale a registrare tassi d’incremento più accentuati, tanto da far pensare ad una stretta solidarietà di andamento di fondo fra le due aree, divenute tra loro sempre più integrate. Lo dimostra il fatto che, se si esclude l’ultimo quinquennio, nel corso del quale le avversità di carattere congiunturale sono state risentite anche e soprattutto dalle regioni economicamente più deboli, tra gli anni estremi del periodo considerato (1980-2005) il PIL pro capite del Mezzogiorno avrebbe guadagnato soltanto 0,2 punti percentuali, passando da uno scarto in meno del 42,7% rispetto al Centro-Nord al già citato 42,5%.

Graf. 15 - PIL pro capite a prezzi correnti dal 1980 al 2005



Fonte: analisi Unioncamere – Istituto Tagliacarne su dati Istat

PARTE QUARTA - APPENDICE METODOLOGICA

4.1. La metodologia di calcolo del PIQ

La metodologia utilizzata riprende l'impostazione della prima edizione di avvalersi, da un lato, dei dati Istat sui settori economici e dall'altro di sollecitare, settore per settore, un ampio *panel* di esperti ad esprimere il loro giudizio sulle molte modalità con cui la qualità si può manifestare.

La formula generale di calcolo del PIQ identifica per ogni settore la quota di produzione di qualità e le somma per giungere al PIQ totale. In simboli:

$$PIQ = \sum_{i=1}^n PIL_i \times Q_i$$

dove l'economia è stata suddivisa in n=43 settori (esaustivi dell'economia), di ciascuno dei quali è stato individuato il dato Istat del PIL (PIL_i) ed è stata stimata la quota percentuale di produzione di qualità Q_i . A sua volta Q_i deriva da una aggregazione di cinque Q_i^a , indicanti per ogni settore la quota di qualità rispetto a una di cinque accezioni (a=1,...,5):

1. qualità ambientale e del legame col territorio: include il rispetto e la valorizzazione delle risorse naturali e del patrimonio delle tradizioni locali e nazionali,
2. qualità delle risorse umane: prende in considerazione il livello di valorizzazione ed effettiva utilizzazione delle competenze individuali di qualità elevata,
3. qualità dell'innovazione: prende in considerazione la gestione del ciclo dell'innovazione tanto in termini di fattori di *input* (ricerca e sviluppo), quanto in termini di *output* (innovazione a livello di processo e di prodotto),

4. qualità del posizionamento: prende in esame aspetti della qualità del prodotto che vanno dalle componenti che contribuiscono a determinare i livelli di qualità intrinseca a quelle che, invece, determinano il posizionamento in termini di immagine (*design*, comunicazione, ecc.),
5. qualità come competitività: considera gli aspetti che determinano la competitività relativa dei prodotti rispetto alla concorrenza tanto sul mercato interno che quello internazionale.

Per ciascuna accezione di qualità si è predisposta, anziché la domanda “secca” sulla quota di qualità rispettiva come era stato fatto in passato, una intera batteria di domande (di numerosità compresa tra 6 e 15), dando modo agli esperti di esprimersi su un *range* di possibili risposte, attribuendo a tale *range* un significato di quota percentuale. Questa formulazione, che consente di elicitare dagli esperti un ventaglio di valori rispetto a questioni sufficientemente concrete, pone a carico del sistema l’aggregazione delle risposte alla medesima batteria, che è stata mediata da pesi, stabili per tutti i settori e per tutti gli esperti.

Hanno risposto all’invio alla partecipazione al panel 85 esperti ed *opinion leader* settoriali, di lunga esperienza e attiva partecipazione alla vita economica, che cogliamo l’occasione per ringraziare calorosamente. Da una larga parte di essi, si è inoltre manifestato la disponibilità alla pubblicazione del nome, indicata nel seguito. Una parte del panel, largamente minoritaria, ha invece preferito l’anonimato, che naturalmente deve essere rispettato.

Il passaggio che aggrega più accezioni di qualità valutate è metodologicamente delicato. Tali valutazioni possono essere ordinate dalla maggiore alla minore. Se valesse la regola di “inclusione perfetta” per cui è possibile avere una qualità più selettiva (con minore percentuale) solo godendo già di una qualità meno selettiva, allora la stima della quota di produzione che gode di almeno una qualità (su cinque) sarebbe pari alla quota massima, mentre la quota di produzione che possiede tutte e cinque le qualità sarebbe pari alla quota minima.

L’area della “non qualità” sarebbe il complemento al 100% della quota massima rilevata nell’inchiesta. Il PIQ, definito quest’anno come quota del PIL che gode di almeno tre “*flag*” positivi di qualità, sarebbe pari al terzo valore su cinque della classifica dall’accezione più diffusa alla meno diffusa.

In realtà l'ipotesi di "inclusione perfetta" non è cogente, anche se è plausibile che vi sia una correlazione positiva tra le diverse qualità (ad esempio che occorra una quota elevata di lavoratori ad alta professionalità per ottenere prodotti dell'"alto di gamma").

Contrariamente alla formula semplificata dell'edizione precedenti, si è chiesto al panel di stimare, indirettamente, tale correlazione, tramite una decina di domande; essa è risultata mediamente del 76% e si è quindi utilizzato tale valore per la stima del PIQ settoriale, la cui sommatoria ha dato il PIQ nazionale totale.

Per stabilizzare la stima, l'analisi settoriale del cap. 1.4. è stata condotta per macro-settori, ciascuno composto da una parte dei 43 micro-settori i cui esperti hanno risposto.

Per quanto riguarda le componenti non attribuite dalla contabilità nazionale ai settori (es.: imposte indirette sul valore aggiunto), si è optato per una scelta di neutralità, fissando anche per tali poste la quota di PIQ pari a quella ottenuta per i settori.

4.2. La metodologia di analisi di benchmarking internazionale

L'analisi si è concentrata sulle matrici quadrate del commercio internazionale per prodotto, derivate dall'accesso al *repository* internazionale UN COMTRADE⁴³. Tali matrici mostrano i valori e le quantità scambiate tra due qualsiasi paesi del mondo⁴⁴. Al di là di dettagli minori⁴⁵, tali matrici sono altamente significative dell'estrema articolazione degli scambi, che coinvolgono contemporaneamente più di 100 esportatori e 100 mercati nella più parte dei prodotti considerati.

Sono stati scaricati i dati del commercio internazionale dell'Italia 2005 per la modalità più disaggregata disponibile (classificazione HSI996), nella cui lista sono stati scelti i prodotti analizzati, di cui si sono prelevati tanto i dati 2000 che 2005.

⁴³ <http://unstats.un.org/unsd/comtrade/>

⁴⁴ Come d'uso nelle ricerche di questo tipo, si sono utilizzate le dichiarazioni dei paesi importatori, in quanto considerate complessivamente più affidabili.

⁴⁵ L'assenza di Taiwan e la distinta considerazione di China e Hong Kong.

Dividendo i valori per le quantità si ottengono prezzi medi per ogni relazione bilaterale, riproducendo il ventaglio dei prezzi a cui un certo paese compra o vende. Il primo dato mostra quanto sia articolato il mercato, il secondo quanto sia di qualità la produzione, secondo le qualificazioni già nominate nel testo.

Individuato il prezzo medio mondiale degli scambi 2005, sono state costruite sette categorie intorno ad esso, secondo le seguenti definizioni:

Segmento	Min.	Max.⁴⁶
Bassissimo	0%	40% del prezzo medio mondiale
Basso	40%	80%
Medio-basso	80%	120%
Medio	120%	160%
Medio-alto	160%	200%
Alto	200%	400%
Altissimo	400%	tutti oltre il 400%

I valori degli scambi bilaterali tra due paesi sono stati attribuiti ai segmenti, ottenendo il totale di mercato per segmento della differenziazione verticale del prodotto (o meglio della categoria merceologica di livello di disaggregazione 6).

La somma dei valori dell'Italia sono stati evidenziati a parte, per consentire il calcolo della quota di mercato relativa. Il grafico riportato nel testo consente di visualizzare inoltre il valore relativo dei segmenti tra di loro, riportato poi per comodità in tabella. In modo del tutto ovvio, in base alla definizione, sono stati ottenuti i valori delle tabelle comparative e per prodotto.

L'elaborazione dei dati si è basata su routine in Visual Basic for Application su fogli MS Excel.

⁴⁶ Se un valore è esattamente uguale alla soglia, viene attribuito alla categoria superiore.

Il panel degli esperti

Hanno partecipato all'analisi 87 esperti di settore. 14 di essi hanno richiesto di mantenere l'anonimato, mentre i rimanenti 73 hanno esplicitamente espresso la disponibilità a comparire pubblicamente. Di questi ultimi si riporta, in ordine alfabetico, nome e cognome, professione, azienda o istituzione di appartenenza. Si noti che molti di essi possono ricoprire anche ruoli ulteriori rispetto a quello qui dichiarato. La scelta della citazione è legata all'esperienza specifica per la quale ciascuno di essi è stato contattato. Alcuni di essi hanno fornito il loro giudizio per più di un settore.

IL PANEL DEGLI ESPERTI CONSULTATI

Francesco Aglianò
Dirigente
FERROVIE DELLO STATO S.P.A.

Nicolas Ameri
Direttore commerciale
COMPAGNIA ITALIANA SALI S.P.A.

Gianluigi Angelantoni
Amministratore Delegato
ANGELANTONI INDUSTRIE

Paolo Anselmi
Ricercatore
GfK EURISKO

Armando Balestrazzi
Dirigente
MASSERIA IL FRANTOIO

Catia Bastioli
Ricercatrice e A.D.
NOVAMONT S.P.A.

Daniela Bastianelli
Ricercatrice
NOMISMA S.P.A.

Dr. Paolo Benvenuti
Direttore Generale
ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTA' DEL VINO

Enrico Bobbio
Dirigente
CONSORZIO POLIECO

Danilo Brogli
Amministratore Delegato
CONSIP S.P.A.

Cosimo Campidoglio
Dirigente
GESTORE DEL MERCATO ELETTRICO S.P.A.

Marco Caprai
Imprenditore
ARNALDO CAPRAI SOCIETÀ AGRICOLA S.R.L.

Salvatore Carrubba
Giornalista
IL SOLE 24 ORE

Ilaria Catastini
Vicepresidente
HILL&KNOWLTON GAIA

Piero Cecchini
Dirigente
UMPI ELETTRONICA S.R.L.

Tiziano Ciampetti
Imprenditore
STUDIO ROSCINI S.R.L.

Enrico Cisnetto
Editorialista
STUDIO CISNETTO

Maurizio Colombi
Consulente Tecnico
SERVICE INDUSTRIA S.N.C.

Marco Crescenzi
Presidente
ASVI

Gerardo Delfino
Dirigente di ricerca
INEA

Vittorio Della Rosa
Direttore qualità
PIRELLI & C REAL ESTATE S.P.A.

Roberto De Martin
Direttore
FEDERLEGNO ARREDO

Vito Di Bari
Docente universitario
POLITECNICO MILANO

Domenico Dispenza
Direttore generale
ENI S.P.A

Roberto Di Vincenzo
Editore
CARSA S.P.A.

Antonella Sabrina Florio
Presidente
SOSEPHARM SRL

Bianca Frigoli
Dirigente responsabile di struttura
ISTITUTO VITTORIA RAZZETTI ONLUS

Riccardo Galli
Direttore
BIOINIZIATIVA

Albino Ganapini
Dirigente d'azienda
ALMA SCUOLA INTERNAZIONALE DI CUCINA ITALIANA

Monica Giarda
Coordinatrice settore minerario
ASSOMINERARIA

Maurizio Giuli
Direttore Marketing
NUOVA SIMONELLI S.P.A.

Gian Maria Gros-Pietro
Presidente
AUTOSTRADE

Ettore Iani
Presidente
LEGAPESCA

Lorenzo Lorenzi
Consulente Sistemi di qualità
TD GROUP SPA

Arturo Malagoli
Imprenditore
ITALGRAF-RAGGIO VERDE

Vincenzo Mamoli
Segretario Regionale
CONFARTIGIANATO LOMBARDIA

Lucio Marcotullio
Presidente
FONDAZIONE “NAZARENO FONTICOLI”

Giovanni Masciarelli
Dirigente
AZ. AGR. MASCIARELLI S.N.C.

Stefano Masini
Responsabile area ambiente, territorio e consumi
COLDIRETTI

Edoardo Massaglia
Dirigente Bancario
UNICREDIT GROUP

Cristina Mazzanti
Titolare
MAGLIFICIO ARVA

Andrea Melegari
Imprenditore
EXPERT SYSTEM S.P.A.

Alfonso Mercurio
Architetto
A.M. ARCHITETTI S.R.L.

Massimo Mezzaroma
Imprenditore
IMPREME S.P.A.

Maurizio Michieli
Agronomo
ENTI DI CERTIFICAZIONE

Marina Migliorato
Responsabile Enel per i Rapporti con le associazioni
ENEL S.P.A.

Ranieri Minutelli
Imprenditore
FEDERORAFI

Carlo Montalbetti
Direttore generale
COMIECO

Caterina Nascè
Economista
PROMETEIA S.P.A.

Pierantonio Nebuloni
Vice presidente
MANAGEMENT & CAPITALI S.P.A.

Alessandro Notargiovanni
Economista
IRES

Andrea Peinetti
Imprenditore
NETWEB S.R.L.

Federico Pellegata
Dirigente
ACIMIT

Loredana Poto
Responsabile Qualità
ITALGEST ENERGIA S.P.A.

Maria Teresa Pucciano
Dirigente dell'Osservatorio nazionale del commercio
MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO

Manuela Rafaiani
Responsabile Relazioni Esterne
COSTA SMERALDA

Josè Rallo
Imprenditrice
DONNA FUGATA

Paola Rinelli
Ricercatore CNR
ISTITUTO IAMC-CNR MESSINA

Maurizio De Robilant
Imprenditore
ROBILANT&ASSOCIATI

Tiberio Roda
Imprenditore
TRAFILERIE SAN PAOLO S.R.L.

Stefano Scialotti
Regista
DINAMO ITALIA

Arturo Semerari
Presidente
ISMEA

Luciano Sita
Presidente
GRANAROLO S.P.A.

Stefano Stanzani
Docente universitario
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA -NOMISMA

Andrea Surbone
Scrittore e viticoltore
FATTORIA POGGIO GAGLIARDO

Paolo Terenzi
Imprenditore
CERERIA TERENCEI EVELINO S.R.L.

Paolo Terribile
Presidente
CCIAA Belluno e Club dei Distretti

Fiorello Turla
Imprenditore
LA RETE S.R.L.

Clemente Vachon
Direttore della comunicazione
SANPELLEGRINO S.P.A.

Orietta Varnelli
Imprenditore
DISTILLERIA VARNELLI S.P.A.

Federico Vitali
Presidente
FAAM GROUP DIVISIONE VEICOLI ECOLOGICI

Stefano Zamagni
Docente universitario
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Antonio Zucchi
Presidente
FEDERORAFI

S Y M B O L A
FONDAZIONE PER LE
QUALITÀ ITALIANE
via Maria Adelaide, 8
Cap 00196 Roma (RM)
tel. +39 06 45430941
fax +39 06 45430944
info@symbola.net
www.symbola.net