


Oltre la crisi

Nella foto, un inno al *made in Italy* sulle divise degli operai della fabbrica fiorentina di **scaffalature Ross**; nella pagina accanto, uno dei laboratori **Safilo**.



made to last,
made to resist,
made in italy.

IMMAGOECONOMICA 12

Sorpresa, tornano a casa le fabbriche

Decine di imprese riportano in Italia la produzione. Dopo gli Usa, è il maggior numero al mondo. Bisogna reindustrializzare il paese, raccomandano Confindustria e associazioni di categoria. Per mettere più soldi in tasca ai consumatori | Antonio Spampinato

SE I CONSUMATORI CONSUMANO MENO e le aziende soffrono, c'è un'idea che guadagna consensi fra gli imprenditori: dopo anni di delocalizzazione, diverse aziende medio-grandi stanno riportando la **produzione** in patria, per mettere nelle tasche delle famiglie gli stipendi prima sottratti e contribuire così ad **aumentare i consumi**. Non è altruismo a guidare le scelte di un imprenditore,

ma il profitto. In questo caso coincidono. Tanto da far girare fra le associazioni di categoria, Confindustria in testa, un passaparola che non è più un bisbiglio: bisogna **reindustrializzare l'Italia**.

«Noi imprenditori abbiamo il dovere di contribuire alla rinascita del paese», dice a *Capital* **Vito Gulli**, presidente e amministratore delegato di **Generale Conserve**, azienda alimen-

tare ligure. «Rimpatriando la produzione aumentiamo il potere d'acquisto dei nostri consumatori. Un'operazione che conviene a tutti, anche se qui la manodopera è ben più cara».

A oggi i casi certificati di rientro delle linee produttive tra i confini sono 79 e portano il paese al primo posto in Europa, che ne conta in tutto 194. Negli Stati Uniti sono state rimpatriate 175 fabbriche, questo vuol dire che l'Italia è il secondo paese al mondo. Lo conferma **Luciano Fratocchi**, professore associato di ingegneria economico-gestionale presso l'Università dell'Aquila. Sulla scrivania ha un fascicolo intitolato *Prada*. Il colosso della moda, quotato a Hong Kong, ha intenzione di aprire quattro nuove fabbriche in Italia, ma perché diventi una **case history** Fratocchi ha bisogno di una notizia aggiuntiva: deve sapere se il progetto industriale della maison ha l'obiettivo di ampliare la produzione oppure di spostare in Italia poli produttivi già esistenti all'estero. La risposta, che Prada ha dato a *Capital*, è la prima, dunque il database universitario non verrà aggiornato.

Ma per l'Italia è comunque una buona notizia, visto che nell'operazione verranno assunte 700 persone.

Tra le più conosciute aziende che invece hanno deciso di riportare a casa parte della ricchezza ci sono **Fiamm, Natuzzi, Safilo, Polti e Faac**. Anche la francese **Louis Vuitton** aprirà

calizzazione, ma con il numero di fabbriche che stanno tornando nel paese di origine (back-reshoring) o, quantomeno, si avvicinano (near-reshoring), per estensione significa anche **nuovi posti di lavoro**, ripresa economica, ricchezza diffusa. E Generale Conserve, azienda che nel 2013 ha acquisito marchi co-



Quante aziende rientrano nei confini

	Italia	Germania	Regno Unito	Francia	Stati Uniti
dalla Cina	28	8	30	12	130
dall'Asia (esclusa Cina)	12	6	1	3	22
dall'Europa orientale ed ex Urss	22	10	3	5	1
dall'Europa occidentale	13	9	1	1	5
dall'America centrale e del Sud	1	5			11
dal Nord Africa e Medio Oriente	1		2	2	1
dal Giappone					3
dal Nord America	2	1			1
dall'Oceania					1
Totale	79	39	37	23	175

un capannone, in Toscana, in cui fabbricheranno scarpe. La capogruppo Lvmh già produce in Italia, a Fiesse d'Artico, in Veneto. Evidentemente si è trovata bene.

L'ateneo aquilano fa parte di un gruppo di università italiane (Catania, L'Aquila, Udine, Bologna, Modena e Reggio Emilia) denominato **Uni-Club MoRe** che ha lo scopo di monitorare il back-reshoring o il near-reshoring delle attività di produzione **manifatturiera**. Reshoring si può tradurre come rilo-

me Manzotin e De Rica, ha fatto la sua parte. Il suo brand **Asdomar** è legato al tonno in scatola la cui materia prima arriva obbligatoriamente dall'estero, visti i vincoli internazionali che ne impediscono la pesca nel Mediterraneo. Fino a pochi anni fa, Asdomar portava in Italia il prodotto finito acquistato da fornitori che avevano altrove i loro centri produttivi. Nel 2008, Generale Conserve ha investito 25 milioni di euro per acquisire lo stabilimento di lavorazione del tonno di Olbia della Palmera che aveva cessato

la produzione e lasciato a casa i 180 dipendenti. Oggi la lavorazione del tonno Asdomar avviene tutta in Sardegna. I 56 dipendenti prima riassunti da Gulli sono diventati 300, senza contare l'indotto.

Ma quali sono i veri motivi che spingono le imprese, così refrattarie ai gangli burocratici, alle morse asfissianti del fisco e alle pesanti catene del mercato del lavoro che caratterizzano l'Italia, a riprendere la via di casa? In Oriente, per esempio, oggi il costo del lavoro non è così competitivo ►►

A scuola per usare le mani

Il futuro è l'artigianato industriale. Perché è la qualità la forza di un marchio italiano e gli artigiani, come l'industria, lo sanno. Il made in Italy cresce a tassi ben più elevati dell'economia nel suo complesso: +6% nel 2013. La fondazione **Altagamma** si aspetta entro il 2020 un bacino d'utenza globale dei beni di lusso, quelli che più di altri usano le esperte mani artigiane, di 440 milioni di consumatori (oggi 380). Con questo spirito, Prada aprirà nel 2015 in Valdarno **Prada Academy**, scuola che ha l'obiettivo di formare 60 ragazzi dai 16 ai 21 anni alla produzione di manufatti di alta gamma. «Vogliamo creare un bacino di giovani tecnici che garantisca un ricambio di conoscenze specialistiche nel settore manifatturiero del lusso e di costruire un riferimento specifico e costante per lo sviluppo del know-how in ambito pelletteria,

calzature e abbigliamento», fa sapere la società. Lo stesso spirito ha guidato Cesare Verona, presidente e amministratore delegato di **Aurora**, marchio piemontese che dal 1919 produce penne rigorosamente made in Italy, nel mettere in piedi la **Bottega dei mestieri** all'interno del più ampio progetto dell'Officina della scrittura. Un po' laboratorio, un po' officina culturale, «vuole dare l'opportunità di imparare un lavoro che unisca capacità manuale e creatività», sintetizza Verona. Alla Scuola dei mestieri artigianali, in Umbria, creata dal re del cashmere **Brunello Cucinelli**, poi, hanno bussato 400 giovani tra i 20 e i 27 anni (i posti disponibili erano solo 20). Infatti il lavoro manuale, se di alta qualità, non spaventa più. Cresce l'orgoglio di saper fare un mestiere apprezzato nel mondo.

Oltre la crisi

Vito Gulli presidente di Generale Conserve, proprietaria dei marchi Asdomar, Manzotin e De Rica.

► come una volta. Poi ci sono i sindacati sempre più agguerriti, e non sono pochi i problemi di gestione e di controllo. Meglio tornare.

Un altro dato particolarmente interessante riguarda il near-reshoring. Tra i 50 casi monitorati da Uni-Club, 12 riguardano l'Italia. Solo la **Finlandia** eguaglia il numero di riavvicinamenti «attivi» di centri produttivi. Questo vuol dire che un'azienda straniera che prima aveva delocalizzato in un altro continente ha deciso di avvicinare, non di rimpatriare, la produzione, spostando l'approvvigionamento nel paese osservato. In Italia è successo, per esempio, con l'azienda britannica di moda **Burberry**, che ha trasferito dall'Oriente in Italia una filiera produttiva. O con la svedese **Ikea**, che ha portato in Piemonte la produzione di mobili prima made in Asia.

«È importante sottolineare che praticamente tutta la produzione riportata in Italia è ad alto valore aggiunto, mentre il low-cost venduto a prezzi stracciati resta oltreconfine», puntualizza Fratocchi. E Gulli: «Se si vuole un prodotto di qualità, bisogna farselo da soli, meglio se in Italia».

Tra le quasi 430 evidenze di reshoring individuate dall'Uni-Club nel



mondo, 92 riguardano il settore dell'**abbigliamento** e delle **scarpe**, in testa fra i comparti, 62 l'**elettronica** e 55 la **meccanica**. **Cleto Sagripanti**, presidente di Assocalzaturifici aderente a Confindustria, nel corso dell'assemblea

competitivi di breve periodo; non sono solo i costi del lavoro e dell'energia, le variazioni della produttività e dei tassi di cambio a essere rilevanti. In realtà, sta cambiando il modo di pensare la supply chain. La fornitura snella con la riduzione sistematica delle scorte e del magazzino non è più sufficiente. Perché imprevedibilità e variabilità del mercato sono tali che la filiera lunga finisce per entrare in crisi», ha detto Sagripanti.

Così entra in gioco la filiera all'i-

Mobili Ikea dall'Asia al Piemonte

Dare fiducia al tessuto industriale italiano può essere un buon investimento. Il gruppo Ikea l'ha fatto e oggi acquista merci made in Italy per 1,526 miliardi di euro (2013), di cui 1,264 in mobili e complementi: oltre l'8% dei prodotti venduti nei 351 negozi Ikea nel mondo sono prodotti in Italia. Il colosso svedese dell'arredamento ha spostato in Piemonte alcune produzioni prima allocate in Asia. Il motivo l'ha spiegato l'ad di Ikea in Italia, **Lars Petersson**: «Nuovi partner italiani hanno preso il posto di fornitori asiatici grazie alla capacità di produrre articoli di migliore qualità e a prezzi più bassi». La decisione ha creato 2.500 nuovi occupati. Le attività del gruppo generano una ricaduta occupazionale stimata, a metà 2014, in 21mila posti, di cui 14.575 riguardano l'indotto della catena di fornitura, in particolare in Veneto, Friuli e Lombardia.

annuale dell'associazione ha elogiato il back-reshoring, sostenendo che non si tratta di una moda passeggera: «Non siamo di fronte soltanto a uno spostamento di produzione legato a vantaggi

taliana, «capace di rendere industriale un prodotto artigianale, trasformare un prodotto unico in una serie vendibile a costi industriali».

Nulla da dire per quanti aprono le fabbriche all'estero con lo scopo di aggredire quei mercati. Ma questa è la riscossa dei distretti e degli artigiani organizzati, spina dorsale del pil italiano.

Claudio Andrea Gemme, presidente di **Anie Confindustria**, associazione a cui aderiscono 1.200 aziende del settore elettrotecnico ed elettronico, all'assemblea ha detto che «la new economy basata solo sulla finanza e sui servizi è fallita. Senza la manifattura il paese muore. E un nostro studio ci dice che tornare a produrre in Italia non è utopistico».

Gli industriali, insomma, vogliono fare la loro parte. Ma chiedono una sponda ai consumatori: «Comprino prodotti di qualità, comprino made in Italy», esorta Gulli. ■

L'ammazzafalsari

Qual è la differenza tra una borsa griffata e una acquistata da un *vu cumprà*? Il prezzo. Salatissimo: 17,2 miliardi di euro. A tanto ammonta, infatti, la perdita annua causata da abusivismo e contraffazione. Corrisponde al 3,8% del pil, a 1,5 miliardi di mancati introiti per lo Stato e, soprattutto, alla perdita di più di 185mila posti di lavoro. L'industria della **contraffazione** è florida come non mai, tanto che, per combatterla, si è scomodata addirittura la scienza. Come spesso accade per le più grandi invenzioni, però, quella destinata a neutralizzare il mercato del falso d'autore è stata sviluppata per tutt'altro motivo: tracciare esplosivi e banconote. Il merito va a un gruppo di ricerca del **Worcester Polytechnic Institute**, che ha scoperto che alcune nanoparticelle hanno caratteristiche così specifiche da poter essere utilizzate per marcare, in modo univoco e indelebile, oggetti e sostanze. «Sono così piccole che possiamo infilarle ovunque», racconta **Ming Su**, che fa parte del team. Su queste basi, l'idea dei ricercatori è di creare una sorta di **codice a barre invisibile**, specifico per ogni prodotto. Pensiamo, per esempio, ad accessori di materiale sintetico, dove le nanoparticelle sono aggiunte alla plastica in fase di lavorazione. In questo modo tutto l'oggetto sarà contrassegnato e non falsificabile. E lo stesso con banconote, inchiostri e perfino medicine. **(Riccardo Meggiato)**