

VENETO

RIPARTIRE DAI SAPERI CONDIVISI

L'Economia 12 Oct 2020

di Stefano Micelli* *Università Ca' Foscari di Venezia

taeuropee. Ora che la metropoli (non solo Milano) ha perso smalto, il Veneto ha le carte in regola per riproporre la sua attrattività.

Un secondo aspetto che contribuisce al rilancio della regione è il rapido declino delle catene globali del valore così come le abbiamo conosciute in questi anni. Analisti e imprenditori concordano su una rapida riorganizzazione delle reti produttive a scala continentale per evitare le conseguenze che l'epidemia Covid 19 ha generato. La direzione intrapresa da molti gruppi globali è quella della «regionalizzazione» delle catene del valore in modo da contenere i rischi e ridurre la complessità della fornitura. Per le medie imprese del Veneto questo ritorno all'Europa non è una cattiva notizia.

Ora che il campo di gioco si è temporaneamente

continuato a crescere sono quelle che hanno investito sul fronte dell'innovazione tecnologica non solo per rendere più

cucina. Nel campo delle macchine utensili, imprese come la trevigiana Galdi, hanno avviato percorsi di innovazione basati

ancora nel mondo della scuola così come su profili già attivi nel mondo del lavoro rischia di produrre risultati importanti sul fronte della competitività del sistema regionale nel suo complesso. Mai come ora scuola, università e imprese devono trovare terreni di collaborazione per accelerare la diffusione di una cultura digitale da innestare, in particolare, sul comparto manifatturiero che caratterizza la forza della regione. Le opportunità offerte dal nuovo scenario competitivo non devono essere sprecate.

*Università Ca' Foscari di Venezia
di Stefania Micelli

LA SECONDA OCCASIONE RIPARTIRE DAI SAPERI CONDIVISI

VENETO

La minore attrattività delle metropoli e la necessità di avere catene del valore più «regionali» offrono alle numerose imprese innovative del territorio una ribalta che non c'era. Mai come ora l'innesto della formazione digitale nella scuola può dare frutti.

Il Veneto, a lungo considerato il lato debole del triangolo industriale che salda insieme Milano, Rimini e Venezia, si ritrova oggi in ottima forma. Non solo perché a sei mesi dall'inizio della pandemia ha dimostrato di saper gestire la crisi sanitaria in modo particolarmente efficace ma, più in generale, perché la trasformazione del contesto internazionale ridefinisce la sua posizione competitiva offrendo nuove opportunità alle sue imprese. A favorire le potenzialità di questo territorio ci sono due fattori che è utile ricordare. Il primo è il venir meno di un modello di sviluppo a trazione metropolitana. Nel corso dell'ultimo decennio le grandi città hanno dimostrato di essere il principale attrattore di imprese multinazionali, di grandi società del terziario avanzato e, soprattutto, di giovani talenti con ambizioni di livello internazionale. Il Veneto non ha saputo né ha voluto costruire una propria polarità, motivo per cui tanti giovani, molti dei quali con un diploma universitario in tasca, hanno preferito puntare su Milano così come su altre grandi città europee. Ora che la metropoli (non solo Milano) ha perso smalto, il Veneto ha le carte in regola per riproporre la sua attrattività.

Un secondo aspetto che contribuisce al rilancio della regione è il rapido declino delle catene globali del valore così come le abbiamo conosciute in questi anni. Analisti e imprenditori concordano su una rapida riorganizzazione delle reti produttive a scala continentale per evitare le conseguenze che l'epidemia Covid 19 ha generato. La direzione intrapresa da molti gruppi globali è quella della «regionalizzazione» delle catene del valore in modo da contenere i rischi e ridurre la complessità della fornitura. Per le medie imprese del Veneto questo ritorno all'Europa non è una cattiva notizia. Ora che il campo di gioco si è temporaneamente ristretto i campioni del Veneto hanno più tempo a disposizione per organizzare strategie sostenibili.

Strategie appropriate

Come prendere beneficio da uno scenario che si è fatto improvvisamente più favorevole? La direzione di marcia indicata da tante ricerche messe a punto in questi mesi complicati è abbastanza chiara. Un aspetto prevale sugli altri e merita di essere ricordato. Il futuro della competitività delle imprese e dei territori dipende dalla capacità di accelerare sul fronte della trasformazione digitale. Le imprese che in questi mesi hanno continuato a crescere sono quelle che hanno investito sul fronte dell'innovazione tecnologica non solo per rendere più efficienti processi e procedure già in essere ma anche e soprattutto per ridefinire in modo originale il proprio business model. Gli esempi non mancano. Aziende leader nel settore del mobile, come ad esempio la padovana Lago, hanno investito nella relazione con il cliente finale per offrire servizi di consulenza nell'ambito dell'interior design guadagnandosi la fiducia di famiglie che hanno riscoperto il valore del vivere in casa. Operatori di nicchia dell'alimentare, come il Granaio delle Idee di Maserà (Padova), hanno sviluppato forme innovative di commercio elettronico per raggiungere consumatori finali cui hanno proposto ricette e kit di cucina. Nel campo delle macchine utensili, imprese come la trevigiana Galdi, hanno avviato percorsi di innovazione basati sulla sensoristica e il controllo remoto e hanno promosso servizi di monitoraggio e manutenzione a distanza degli impianti che oggi contribuiscono in modo crescente al proprio fatturato.

Ciò che abbiamo appreso in questi mesi è che il potenziale delle nuove tecnologie si traduce in valore economico quando le imprese possono contare su professionalità e competenze diffuse e a tutti i livelli. Le trasformazioni avviate dalle più dinamiche sul fronte degli assetti organizzativi e dei business model non sono il frutto di una generica pianificazione (impossibile da immaginare in tempi così stretti) quanto piuttosto di un'attivazione dal basso di professionalità e saperi che hanno saputo confrontarsi con letture originali del nuovo contesto sociale e economico. Le imprese più competitive sono quelle che hanno investito su un know how diffuso e su forme di imprenditorialità interna all'organizzazione e lungo la filiera di riferimento.

Mai come ora un investimento orizzontale sulle competenze digitali di giovani ancora nel mondo della scuola così come su profili già attivi nel mondo del lavoro rischia di produrre risultati importanti sul fronte della competitività del sistema regionale nel suo complesso. Mai come ora scuola, università e imprese devono trovare terreni di collaborazione per accelerare la diffusione di una cultura digitale da innestare, in particolare, sul comparto manifatturiero che caratterizza la forza della regione. Le opportunità offerte dal nuovo scenario competitivo non devono essere sprecate.