

Territori contro la crisi

Paolo Perulli

Master in Sviluppo Locale, Corep-
Univ. Piemonte Orientale

Le imprese

- Sono state studiate mediante interviste in profondità 46 imprese piemontesi localizzate:
 - 1. nell'area metropolitana torinese
 - 2. nel quadrante Sud-Ovest (cuneese)
 - 3. nel quadrante Sud-Est (alessandrino)
 - 4. in un distretto industriale (Valenza).
- Le imprese appartengono alle filiere: agroalimentare, tessile-abbigliamento, chimica, gomma-plastica, freddo, orafo, editoria, casa, edilizia, grande distribuzione, trasporti-logistica, ICT, automotive, aerospazio, design, servizi finanziari, turismo, ricerca.

Dimensioni e mercati

- Si tratta di PMI (con alcune grandi) con il baricentro sulle medie imprese (dimensione media del campione: 150 addetti), salvo il distretto orafa, l'agroalimentare, l'edilizia e il turismo in cui prevale la piccola dimensione. Si tratta di imprese che lavorano per il mercato internazionale, in pochi casi il mercato è locale-regionale o Nord. Le filiere sono spesso lunghe, l'appartenenza a reti, catene del valore e di indotto testimonia l'apertura e complessità dei sistemi analizzati.

Via alta e via bassa

- La ricerca ha mostrato una capacità di reazione differenziata delle imprese e dei sistemi territoriali indagati. Anche se nessuna delle imprese monitorate è rimasta ferma, la capacità di reagire alla crisi cercando di penetrare in mercati nuovi o sviluppando le innovazioni che permettano il superamento della fase critica si distribuisce per filiera e per territorio fornendo un quadro non omogeneo. Sembrano profilarsi in Piemonte una “via alta” e una “via bassa” di fuoriuscita dalla crisi.

L'area metropolitana torinese

- Nell'area metropolitana torinese, le imprese oggetto della ricerca durante la crisi hanno continuato ad investire. In alcuni casi, si tratta di investimenti programmati nel periodo precedente; nella maggioranza dei casi, sono stati nuovi investimenti sia per introdurre nuovi prodotti sia per acquistare nuovi macchinari (anche ad alto contenuto di tecnologia come nell'aerospazio); in alcuni casi la crisi ne ha provocato il parziale ridimensionamento. Meno frequente l'innovazione di processo e di modelli produttivi.

Le strategie offensive

- Queste imprese rappresentano quel segmento del tessuto produttivo che ha le potenzialità per superare con minori difficoltà la crisi e rafforzare la competitività dell'economia piemontese sul mercato internazionale. Le strategie adottate per uscire dalla crisi puntano a
 - diversificare i clienti per i vari segmenti del mercato in modo da ampliare il portafoglio ordini
 - attrarre nuovi clienti diversificando la produzione
 - continuare ad investire in innovazione e qualità.

Le strategie difensive

- Tra gli strumenti difensivi utilizzati per far fronte alla crisi vi è stato un ricorso più o meno generalizzato alla CIGO (a rotazione per alcuni giorni o una settimana al mese per un numero esiguo di dipendenti); in alcuni casi si è ridotto il personale o sono stati assunti dei lavoratori stagionali; in altri si è proceduto a ridurre le ore di straordinario o ad utilizzare le ferie arretrate.

L'Alessandrino

- Nell'Alessandrino alcune aziende affrontano da anni una crisi strutturale di settore confluita in quella in corso; industria del freddo e tessile-abbigliamento si scontrano con le produzioni concorrenti di paesi come Cina, India, Turchia. Innovazione di prodotti/servizi si è registrata in alcune filiere (agroalimentare, logistica), in altre l'introduzione di nuovi processi (gomma/plastica, edilizia) o (agroalimentare) la creazione di nuove reti commerciali per la ricerca di nuovi clienti e mercati esteri. Significativo il ricorso alla CIG, chiusura di reparti e delocalizzazione.

Il Cuneese

- Nel Cuneese in alcuni casi (automotive, editoria) si sommano alla crisi attuale problemi strutturali di lungo periodo. Vere e proprie innovazioni di prodotti/servizi non sono previste nei casi presi in esame. Ma è significativo l'aumentato ricorso delle PMI (+10/15%) ai servizi per ricerca e innovazione offerti dal centro per l'innovazione nell'agro-industria. Nuovi processi produttivi e di ricerca si registrano nella gomma/plastica per migliorare il prodotto e diminuire l'impatto ambientale. L'automotive cerca nuovi mercati, soprattutto in paesi emergenti.

Il settore-chiave

- Nel turismo si tenta la carta della promozione del territorio in modo associato. Nei servizi finanziari vi sarà ristrutturazione con la possibile chiusura delle filiali italiane. Il taglio dei costi prevale in edilizia: taglio delle spese superflue e diminuzione degli stipendi e premi; nell'editoria: produzione di rotocalchi di minor qualità, ma con maggior tiratura. Prepensionamenti e blocco del turn over in alcune aziende, significativo il ricorso alla CIG (ma non nel settore-chiave dell'agro-alimentare, che "tiene" anche in termini di export).

Il fattore territorio

- Paragonando il territorio cuneese a quello alessandrino, sembra emergere nel primo un maggiore legame delle imprese con il territorio: più che con le istituzioni, con le altre imprese. In più casi si sono creati reti, cluster e rapporti tra imprese, sia dell'indotto, che con gli stessi concorrenti. Ciò contribuisce in fase di crisi alla tenuta dell'economia locale.

Il distretto valenzano

- Il distretto orafo valenzano presenta un quadro di difficoltà con pesanti ricadute sulle quote di export e sull'occupazione, ma internamente differenziato. Alcune imprese sembrano in grado di seguire una via di uscita evolutiva, puntando su parziali innovazioni di prodotto (nuovi materiali), design e collegamento con la moda e i comparti del lusso, nuovi mercati, processo (software, laser), e organizzazione (es. negozi monomarca). Altri casi sono invece segnati da una strategia nettamente difensiva e di ridimensionamento.

Tabella Riassuntiva Imprese Torino

Aziende	Settori	Prodotti/Servizi offerti	Anno costituzione	N° Addetti	Sede Operativa	Appartenenza a Gruppo
A	Servizi Finanziari	Intermediazione creditizia; contratti di leasing e intermediazione tra banche e PMI per concessione di affidamenti bancari (fidi, confidi, etc.)	1980 2008 nuova compagine societaria	25	Torino: 2 sedi	
B	Tessile/ Abbigliamento	Arredamento: nastri per tende e passamanerie; Medicale: bende e prodotti per fasce ortopediche; Industriale: nastri tecnici	1961	49	Caselle Torinese	Fa parte di un gruppo di aziende – di piccole e medie dimensioni
C	Edilizia	Edilizia residenziale, commerciale; lavori pubblici (edifici industriali e civili); restauro e manutenzione beni immobili e sottoposti a tutela	1959	67	Torino	
D	GDO	Ipermercato	1982 / 1998: punto vendita di una multinazionale	300	Venaria	Fa parte di una multinazionale
E	Trasporti	Autotrasporto e movimentazione veicoli pesanti, commerciali; servizi trasporto e logistica	1966	37	Torino	
F	Casalinghi	Prodotti per cucina (bistecchiere) e articoli professionali	1946	35	Collegno	
G	Ict	Servizi e consulenza informatica alle imprese	1980: dal 008: società partecipata	150	Torino.Sedi a Roma, Milano e Padova	Gruppo
H	Aerospace 1	Tubi (tecnologie su acciaio inox) per automotive, impieghi industriali, impianti riscaldamento e automotive	1951	200	Orbassano	
I	Chimica	Adesivi, prodotti chimici industriali e sigillanti per settore automotive, industria del bianco, settore nautico, trasporti	1957	28	Torino	
L	Automotive	Basamenti (in alluminio) per motori automotive e veicoli industriali	1974 (“nasce facendo chiusure lampo”); 1989 acquisto di fonderie	160	Santena; Villastellone e Borgaro	
M	Aerospace 2	Pannelli per aeronautica (aerei, elicotteri)	1970	62	Pianezza	
N	Design	Stile, modelliera e engineering per automotive	1978	350	Torino, Francia, Cina e Brasile	Fa parte di un gruppo svizzero

Tabella Riassuntiva Imprese Cuneo

Azienda	Settore	Prodotti/servizi	Anno costituzione	N° Addetti	Sede operativa	Appartenenza a un Gruppo
A	Servizi finanziari	Intermediazione creditizia, leasing, prestiti personali, cessione del quinto etc.	In Italia dal 1978	380 (in Italia), 2 nella filiale di Cuneo	Sede centrale Milano 5 sedi in Piemonte	Gruppo bancario e finanziario americano
B	Agro-alimentare	L'impresa produce vino tipico, garantito dal "Consorzio di Tutela"	1958	54 soci, 11 Dipendenti	Barbaresco	
C	Turismo	Albergo	1981	10	Cortemilia	
D	Automotive	Produttore di bisarche e furgoni isotermici	1885	400	Bra (stabilimenti in Francia e Argentina)	
E	Edilizia	Costruzioni abitazioni e strutture di vario genere	Inizio 900; Nuovo assetto societario dal 1991,	80	Alba	
F	Plastica/gomma	Produttori di pneumatici	1970	2000	Fossano	Multinazionale Francese
G	Grande Distribuzione	Ipermercato	2007	160	Mondovì	Gruppo presente in tutta Italia
H	Editoria	Produzione di riviste periodiche, cataloghi vendita per corrispondenza, cataloghi viaggi e arredamento, magazine, volantini pubblicitari per la grande distribuzione.	2001 Joint Venture con un gruppo tedesco l. Impresa presente ad Alba dal 1914	240	Alba	Gruppo editoriale tedesco
I	Ricerca per l'agroalimentare	R&S, trasfer. tecnol., servizi, incubatore	2006	10	Dronero	

Tabella Riassuntiva Imprese Alessandria

Azienda	Settore	Prodotti/servizi	Anno costituzione	N° Addetti	Sede operativa	Appartenenza a un Gruppo
A	Servizi finanziari	Intermediazione creditizia, leasing, prestiti personali, cessione del quinto etc.	In Italia dal 1978	380 (in Italia), 3 nella filiale di Alessandria	Sede centrale Milano 5 sedi in Piemonte	Gruppo bancario e finanziario americano
B	Agro-alimentare	Materie prime per imprese dolciarie, specializzati nella produzione di gelato, pasticcerie, canditi etc.	1919	50(nella sede centrale)+ rete di 80 Agenti che trovano nuovi mercati	Acqui Terme (entro 2011 si aprirà un nuovo stabilimento nell'acquese)	
C	Logistica	Servizi di logistica, doganali e terminalistici diretti al trasporto e alla distribuzione	1955	21 (amministrazioni e responsabili) +indotto	Rivalta Scrivia	Gruppo leader nel settore del trasporto
D	Turismo	Servizi legati al turismo termale: dai trattamenti alla permanenza		24 dipendenti 64 stagionali	Acqui Terme	Azienda a partecipazione Regionale
E	Freddo	componentistica per frigo (tubi e compressori)	1960	300	Borghetto Borbera (AL)	Multinazionale acquisita da un fondo di investimento USA
F	Plastica/gomma	Produttori di pneumatici	1971	1000	Spinetta Marengo (AL)	Multinazionale Francese
G.	Design orafo	Creazione gioielli (disegno, realizzazione, distribuzione)	1998	10	Valenza	
H	Edilizia	Costruzioni case a basso consumo	1959	16 dipendenti (indotto 80)	Valenza	
I	Grande Distribuzione	Supermercati, produzione prodotti marchio	1977	200 dipendenti in Piemonte	Alessandria (sede legale Vimodrone)	
L	Tessile-Abbigliamento	Produzione e creazione di lingerie, pigiamaeria, costumi da bagno	1950	120	Villanova Monferrato	

		Area metropolitana di Torino	Provincia di Cuneo	Provincia di Alessandria	Distretto orafa di Valenza
Via alta	Innovazioni:				
	Prodotto	9	1	5	3
	Brevetti/ricerca	2	1	2	
	Design, Personalizzazione				3
	Processo	4	1	2	4
	Organizzazione	5		1	1
	Nuovi mercati, recupero quote mercato	7	2	2	4
	Marchio di distretto				2
Via bassa	Ristrutturazioni:				
	Chiusure filiali, reparti		1	2	
	Risparmio costi, lavoro	1	3	2	
	Taglio "catena lunga" fornitori, grossisti				3
	CIG	5	4	6	8
	Prepens., non rimpiazzo turnover		2	1	4
Totale aziende		12	9	10	15
Totale addetti		1.463	1.898	2.957	485

Piemonte a due velocità?

- Sembra emergere in sintesi un Piemonte “a due velocità” nella capacità di preparare la fuoriuscita dalla crisi: da un lato l’area metropolitana torinese e alcuni cluster e filiere del sud piemontese (agroalimentare, logistica, in parte l’orafo) sono in grado di seguire una “via alta” alla ripresa, mentre altri territori, filiere e imprese sembrano destinati a perdere velocità e ripiegare sulla “via bassa”. E’ possibile scongiurare questa divaricazione, e come? Qui la ricerca andrebbe proseguita sul terreno della riflessione politica e associativa.