

presenta

Situazione ed aree critiche dei diversi settori produttivi dell'economia Italiana.

I testi seguenti sono ricavati da una sintesi di circa 400 interviste sottoposte ad altrettanti presidenti di associazioni di categoria. I contenuti sono ripresi quasi sempre pedissequamente dai contributi fornitici dagli intervistati.

INDICE

Industria	pag. 2
I nuovi competitori	pag. 2
L'innovazione e la ricerca	pag. 3
L'energia	pag. 3
Artigianato	pag. 3
Chimica e settori a maggior contenuto tecnologico e scientifico	pag. 3
Il futuro	pag. 4
Agricoltura	pag. 5
Servizi	pag. 7
Turismo	pag. 8
Agriturismo	pag. 8
Turismo nautico	pag. 8
Turismo termale	pag. 9
Immobiliare	pag. 10
Trasporti	pag. 11
Conclusioni	pag. 12

INDUSTRIA

Il problema dell'industria italiana, nel contesto europeo, consiste nella competizione con costruttori i cui costi di manodopera sono notevolmente inferiori rispetto a quelli in Europa. A nostro favore gioca, almeno per il momento, la leadership tecnologica, ma la continua ricerca di efficienza sarà il fattore chiave per assicurare un certo livello di competitività.

Il settore, ormai già da qualche anno, è caratterizzato da una forte concentrazione delle varie aziende in pochi gruppi dominanti. Di fatto, pochi key players si spartiscono il mercato e la gestione dei vari "brands" è la vera strategia per garantire la miglior copertura del mercato.

Il 2005, che avrebbe dovuto essere l'anno della ripresa, sta invece deludendo. I dati macroeconomici mostrano come le piccole aziende siano ancora alle prese con le difficoltà congiunturali tipiche di un periodo vissuto in attesa della ripartenza.

Non possiamo dimenticare che le piccole e piccolissime dimensioni aziendali hanno finora rappresentato una peculiarità del sistema produttivo italiano, caratterizzato dai distretti industriali e da una consistente presenza di imprese artigianali. Fino ad oggi, agli evidenti svantaggi competitivi derivanti dalla piccola dimensione, le imprese italiane sono riuscite a contrapporre l'elevata flessibilità, soprattutto la spiccata capacità di inserirsi velocemente nei mercati in espansione, di Paesi anche molto lontani e generalmente di difficile accesso, e la rapida adattabilità delle produzioni alle esigenze dei committenti.

Ma oggi sono proprio le piccole imprese le più esposte. Sono loro quelle più a rischio. Pagano l'oggettiva difficoltà a rinnovarsi, a trovare personale qualificato destinato al necessario ricambio generazionale. Fanno fatica ad ottenere credito dalle banche. Hanno spesso strutture inadeguate ad affrontare i mercati esteri.

E che siano preoccupate è piuttosto evidente: secondo una recente indagine, il 29% dei piccoli imprenditori residenti nel Nord Italia hanno dichiarato che non intendono fare investimenti importanti. Lo scorso anno la percentuale era stata del 14,2%. I settori più colpiti da questa mancanza di investimenti sono il tessile, il legno e arredo, l'alimentare e le costruzioni.

I nuovi competitor

Fin troppo discusso, anzi spesso abusato il problema della concorrenza dei Paesi emergenti (prima fra tutte la Cina).

Divide l'ipotesi di introdurre dazi che scoraggino le importazioni. Molti imprenditori si oppongono ad una simile soluzione, visto che il punto di forza della nostra economia sono state da sempre le esportazioni. Inoltre ci si sforza di vedere in questi nuovi immensi mercati delle opportunità per le stesse aziende che soffrono oggi questa competitività "drogata".

Alcuni economisti, tuttavia, sottolineano come in realtà le economie in pieno boom (Cina, India, ecc.) non si sono dimostrate finora un buon mercato né per le nostre industrie di impianti e semi-lavorati, né per i nostri beni di lusso.

Anzi molto spesso la delocalizzazione di aziende del made in Italy, che aveva l'obiettivo di realizzare economie produttive, si è rivelato un boomerang favorendo il fenomeno della contraffazione.

Senza dimenticare che alle nostre imprese già oggi sono preclusi alcuni mercati di sbocco a causa proprio di dazi, licenze d'importazione contingente, barriere per la reciprocità. Inoltre la sopravvalutazione dell'euro colpisce chi esporta in questa moneta, a vantaggio di tutti gli altri che esportano in dollari.

Ci sono dunque dei dislivelli cui dovrebbe porre rimedio il mondo politico. Occorrerebbe che gli operatori economici o i loro rappresentanti, informando e coinvolgendo adeguatamente le istituzioni nazionali e sovranazionali, riuscissero a creare un dialogo per risolvere o perlomeno per ridurre la competitività.

L'innovazione e la ricerca

Manca una politica governativa forte a supporto della ricerca e innovazione. Inoltre non è facile rapportarsi con enti quali le università per progettare studi e sviluppo tecnologico. Quantomeno non è facile per le PMI che non hanno una cultura in tal senso e che, avendo margini più ridotti, non riescono a pianificare progetti di medio-lungo periodo d'investimento in ricerca.

Vi è anche un'altra pecca del settore imprenditoriale italiano: la scarsa capacità di metabolizzare le innovazioni nel processo produttivo per capitalizzare il know-how. Una mancanza tipica della piccola industria, che paga questa scarsa cultura manageriale prestando il fianco alla concorrenza delle multinazionali, meno veloci ma con maggiore cultura d'impresa.

L'energia

In Italia le risorse energetiche sono avvertite dalle imprese come troppo care e troppo dipendenti dal petrolio. Si investe poco in energie alternative, non migliora la situazione la paralisi protrattasi per lungo tempo dell'ENEA.

Il settore elettrico richiede, per poter crescere, una maggiore competitività nel mercato.

Occorre ridare forza alla politica energetica per favorire la crescita del sistema produttivo. E' questa tra le più urgenti priorità dell'Italia, chiamata oggi a reagire con decisione al rischio di stagnazione economica. L'energia è, infatti, un'importante chiave strategica di sviluppo e di competitività, e certamente non solo per il nostro Paese.

Accanto alle nuove aperture dal lato della domanda, è necessario favorire una maggiore competitività dal lato dell'offerta.

Problematica la situazione di aumento incontrollato del prezzo del greggio. E non solo per motivi energetici, visto che il petrolio fornisce la materia prima di plastica e polimeri ampiamente utilizzati nella realizzazione di imballaggi, semilavorati, ecc.

Artigianato

Per l'artigianato di produzione tengono bene i settori nei quali è più forte la specializzazione e l'innovazione di prodotto (per esempio, la subfornitura meccanica), rispetto a quelli a più forte specializzazione di nicchia (come l'oggettistica, i componenti per macchine utensili, la meccanica di precisione, la chimica).

In questa fase, poi, l'artigianato di produzione risente di dinamiche strutturali (basti pensare alla crisi del tessile) e congiunturali (la caduta della domanda interna condiziona pesantemente la vita delle imprese). L'artigianato di servizi, invece, va diviso tra mestieri tradizionali che vivono una fase di ristrutturazione e attività innovative molto dinamiche.

In linea di massima, per l'artigianato sono considerati punti di forza la flessibilità organizzativa, tecnologica e di mercato, la capacità di innovare i prodotti, la capacità di occupare nicchie, la forte cultura del lavoro. I punti di debolezza sono, invece, i vincoli istituzionali (fiscali, burocratici, di normativa sulla sicurezza), una cultura di impresa non sempre all'altezza delle nuove sfide, la diffidenza verso le innovazioni e verso la formazione.

Non da ultimo è da considerare la crescente disaffezione dei giovani ai lavori artigiani, soppiantati da lavori impiegatizi che richiedono minore specializzazione. Ciò in prospettiva significa la perdita di un enorme patrimonio di saperi e la scomparsa di una importantissima fucina di idee ed esperienze imprenditoriali.

Chimica e settori a maggior contenuto tecnologico e scientifico

L'attenzione all'ambiente da una parte e la globalizzazione dall'altra, hanno ridimensionato l'industria chimica di base italiana. Solo in parte questo processo è stato compensato dall'importante crescita del settore della chimica fine, soprattutto nel settore farmaceutico.

Il settore delle materie plastiche in genere e il segmento dei tecnopolimeri in particolare, sta vivendo un periodo negativo, di non crescita.

La causa principale è sicuramente da ricercare nella congiuntura internazionale comune a tutti i paesi, ma noi italiani certamente paghiamo lo scotto di scarsa lungimiranza negli investimenti riguardo l'innovazione tecnologica. Gli ultimi anni infatti sono stati caratterizzati da poche idee e scarso coraggio imprenditoriale.

Alla nostra proverbiale creatività, dobbiamo aggiungere maggiore professionalità e una grande dose di entusiasmo.

Nel settore della meccanica l'industria italiana resta per fortuna ai primi posti, grazie al forte sviluppo tecnologico nell'implementazione di macchinari e impianti.

Il futuro

La chiave di lettura del prossimo futuro sarà la sempre crescente tendenza agli accorpamenti all'interno dello stesso comparto.

Penso che assisteremo ad un fenomeno di vasta portata dove fusioni, ricerca di sinergie faranno da filo conduttore alla ristrutturazione imprenditoriale di settore.

Successivamente è possibile ipotizzare un allargamento a filiere collegate, dall'edilizia all'energia, dall'informatica alle TLC, ecc. con la creazione di nuove alleanze.

La ricerca della migliore applicazione dei prodotti offerti dalle nuove tecnologie ci porterà sicuramente ad affrontare il mercato in maniera diversa, con un approccio molto tecnico, professionale ed orientato sempre più al servizio.

Possiamo sintetizzare i punti salienti su cui dovrà puntare in futuro la nostra industria:

- Formazione: credere nelle persone, coinvolgerle nei progetti.
- Organizzazione: flessibile e coerente con le strategie aziendali.
- Buone risorse finanziarie: non farsi strozzare dal sistema bancario.
- Capacità decisionale: rapide, efficaci e al momento giusto.
- Obiettivi chiari e ambiziosi.
- Visione strategica a lungo termine.
- Conoscenza dei mercati: concorrenza, fornitori, aspettative della clientela
- Capacità di innovare: miglioramento continuo nello sviluppo sostenibile.

Come possono intervenire le associazioni di categoria in questo panorama? Quale ruolo dovrebbero giocare?

La risposta di un'associazione:

“In questa situazione non possiamo limitarci a guardare. Dobbiamo una risposta convincente alle imprese. E' tempo di progettare e mettere in campo politiche industriali adeguate per rafforzare la capacità competitiva delle imprese artigiane e delle piccole realtà produttive e di servizi, lavorando sul fronte del credito, dell'acquisizione di nuove tecnologie, della formazione, degli strumenti di commercializzazione, delle forme consortili a supporto dell'internazionalizzazione.

La capacità competitiva delle imprese deve essere rafforzata ed aiutata con servizi, ma anche con riforme che ne semplifichino e incentivino l'attività. Occorre allineare le iniziative delle istituzioni al passo delle imprese e dei mercati. Occorre lavorare sul fronte della formazione per aiutare i giovani e le imprese.

Bisogna sostenere gli investimenti e, soprattutto, sostenere quei progetti che aumentano il livello di tecnologia dei prodotti e delle produzioni.

Sarà anche importante valorizzare i marchi. Il nome di un'azienda può essere una garanzia e fattore di appeal per quelle risorse umane, e non solo di casa, di cui c'è assoluto bisogno.

Strategico sarà il sostegno alle piccole imprese, attraverso lo sviluppo di iniziative che fungano da collante tra le aziende e contribuiscano ad aumentare la loro massa critica.

Infine, ma particolarmente importante, grande impegno sarà dedicato a promuovere rapporti di scambio e collaborazione con le altre componenti del sistema dell'industria italiana, proponendo iniziative comuni in tutti gli aspetti dell'attività industriale - ricerca, innovazione, formazione, presidio dei mercati, internazionalizzazione, politica industriale - che possano aiutare tutti i segmenti delle diverse filiere ad affrontare meglio le sfide competitive dei prossimi anni.”

AGRICOLTURA

L'agricoltura nel Mondo vive una serie di profondi paradossi: nonostante l'avanzante globalizzazione, nonostante le relazioni di scambio sempre più estese, l'agricoltura mondiale non riesce ancora a produrre derrate alimentari sufficienti ad alimentare tutta la popolazione del mondo. Per contro, nei Paesi più avanzati non mancano, a volte, problemi di sovrapproduzione, che talora portano alla necessità di distruzione di quantità anche ingenti di prodotto.

La scienza e la tecnologia hanno fatto compiere all'agricoltura una trasformazione straordinaria. L'introduzione della meccanica e l'uso delle tecnologie più avanzate, la scienza genetica e la selezione delle specie, l'aumento della produttività e, viceversa, il calo della percentuale di addetti, hanno portato ad una vera e propria rivoluzione.

I punti deboli a livello mondiale nel settore dell'agricoltura particolarmente sentiti: coordinamento col mercato e conservazione/logistica delle produzioni.

La situazione attuale in cui versa l'agricoltura italiana non induce certamente all'ottimismo. L'agricoltura è ormai un comparto del tutto marginale dell'economia nazionale, contribuendo al Prodotto Interno Lordo del Paese con meno del 2,5% (Eurispes - Rapporto Italia 2004).

Non esiste un'unica linea di tendenza; esse variano in modo significativo tra le aree geografiche, le tipologie di aziende, le produzioni. Anche questa diversità si traduce in complessità di analisi e, soprattutto, in diversità delle politiche.

I dati dell'ultimo censimento dell'agricoltura evidenziano una riduzione della Superficie agricola complessiva con, all'interno di questa, un'ulteriore contrazione della Superficie Agricola Utilizzabile che non raggiunge i 18 milioni di ettari. Si conferma e si accentua sempre più uno dei principali punti di debolezza del settore agricolo italiano, rappresentato da un'eccessiva polverizzazione e frammentazione aziendale.

Si riduce il numero delle aziende e soprattutto il numero delle persone attive in agricoltura, che in più evidenziano un'età media sempre più elevata. Inoltre, nonostante il reddito per ore di lavoro e per addetto si sia accresciuto, il reddito agricolo rimane molto al di sotto del reddito pro capite realizzato dagli altri settori, dal momento che in media l'addetto al lavoro dei campi trae dalla sua fatica un reddito che è meno della metà di quello realizzato negli altri settori.

Già oggi l'agricoltura italiana è coinvolta nei problemi insorti con l'unificazione europea: il confronto con le agricolture delle grandi produzioni dei Paesi continentali, la difesa e la protezione della tipicità delle produzioni mediterranee, la necessità di svincolarsi da ogni forma di assistenzialismo pongono agli agricoltori italiani gravi problemi di sopravvivenza e di competizione.

L'imminente allargamento ad altre 10 Nazioni estenderà ed accentuerà i problemi e le sfide.

Una delle incognite maggiori sarà il confronto, che diventerà immediato, interno alla nuova Europa allargata, tra i costi di produzione italiani e dei Paesi di economia occidentale, e i costi dei Paesi dell'Europa orientale.

Sempre a proposito delle piccole dimensioni delle aziende agricole italiane, possiamo notare come questo rappresenti un grosso limite nel controllo dei prezzi, dal momento che portano all'allungamento della filiera, in cui numerosi intermediari fanno lievitare incontrollabilmente i costi dei prodotti. Inoltre questo stesso fattore è alla base della difficoltà a competere in termini di costi di produzione e della scarsa vocazione all'export e all'internazionalizzazione.

Occorrerebbe adottare strategie diverse da provvedimenti estemporanei o dettati dalle emergenze del momento. Risulta necessario intervenire con politiche di lungo respiro che facciano leva sui punti di forza da sempre riconosciuti al nostro Paese e rappresentati dall'olio, dal vino, dall'ortofrutta, dai formaggi e dalla carne, fresca e lavorata.

Nei prossimi anni, infatti, l'agricoltura sarà chiamata a dare un contributo notevole a quella che è una tendenza generale della popolazione e cioè l'innalzamento della qualità della vita (con notevoli apporti anche alla qualità ambientale) e tale contributo non può che provenire da questi settori nei quali l'Italia vanta eccellenti tradizioni. Ad essi va associato il consolidamento della struttura connessa al turismo rurale il cui sviluppo è stato notevole e di qualità in questi ultimi anni a conferma del carattere multifunzionale dell'agricoltura italiana.

Le associazioni imprenditoriali del settore agricolo potrebbero e dovrebbero fare tanto nel diffondere la cultura della qualità e nell'insegnare a comunicarla e a sfruttarla come vantaggio strategico. Soprattutto, governando le relazioni con Istituzioni e comunità scientifica, dovrebbero trasferire alle piccole aziende agricole una cultura d'impresa che passa soprattutto attraverso l'innovazione di tecnologie, processi e produzioni, rafforzando così anche i settori più tradizionali. Infine le associazioni delle diverse categorie di operatori che intervengono nelle varie fasi della catena che dal campo porta alla tavola del consumatore dovrebbero raggiungere accordi di fondo tesi alla salvaguardia del diritto del consumatore ad un adeguato rapporto qualità-prezzo. Cosa che assicurerebbe una rinnovata fiducia nei confronti del comparto e che potrebbe assicurare una penetrazione massiccia sui mercati internazionali.

SERVIZI

In una economia che non tira, anche i servizi, specie quelli alle imprese, risentono di una situazione di crisi.

Il settore dei servizi sta vivendo una fase di trasformazione strutturale dell'offerta e delle caratteristiche gestionali che la compongono.

L'evoluzione del mercato ha senz'altro dato una spinta significativa al riassetto del settore, creando le premesse per uno sviluppo in senso moderno di una gestione manageriale dei servizi, in linea con quanto già avviene in molti altri Paesi.

Il processo di modernizzazione del settore va tuttavia dispiegandosi con lentezza, anche per la forte frammentazione che lo contraddistingue. E' una situazione in cui convivono imprese di dimensioni spesso troppo piccole accanto a realtà di notevoli dimensioni, con scarso collegamento con la scala produttiva ottimale dei servizi.

Le tendenze del mercato, caratterizzato da una domanda sempre più orientata alla gestione integrata, hanno determinato l'avvento di nuovi modelli organizzativi e quindi di nuove aggregazioni di imprese, spesso provenienti da settori contigui.

I fattori competitivi delle imprese che operano nel campo dei servizi, dunque, sono sempre più nelle capacità di interpretare in senso ampio le esigenze dei clienti aggiungendo valore in orizzontale e in verticale.

Facciamo un esempio: la logistica. In questo settore il fattore competitivo chiave sta soprattutto nella capacità di allargare la gamma dei propri servizi, arricchendo di valore il servizio base che è la movimentazione di merci. E' un fattore su cui possono giocare, data la necessità di capacità organizzative e risorse umane ed economiche, ovviamente, solo i grandi competitor, che rappresentano sempre più la maggior parte del settore,.

Ormai la richiesta dei produttori non è più solo e neppure principalmente quella di "consegnare", ma anche e soprattutto di stoccare, organizzare, assemblare e inventariare la merce. Per questo l'attività "logistica" sta guadagnando terreno rispetto al trasporto, perché la necessità di ridurre i costi spinge sempre più le imprese ad affidare in outsourcing ciò che in passato si realizzava all'interno.

Tutto questo impone da parte dei gruppi logistici una grande capacità di seguire le esigenze del mercato.

Il ruolo che le associazioni di categoria potrebbero giocare in questo senso può essere quello di coinvolgere operatori di settori diversi su progetti complessi in cui ognuno porta la propria esperienza per offrire servizi a più alto valore aggiunto.

Diverso il discorso per quanto riguarda il terziario avanzato

In Italia, così come in Europa e nel resto del mondo, pur nel delicato momento affrontato dalle economie di molti Paesi, il Terziario Avanzato, che nel 2003 ha raggiunto nel nostro Paese, la ragguardevole quota di 1.650.000 di addetti (pari a 10,8% dell'occupazione complessiva nazionale), continua ad essere caratterizzato da trend positivi di crescita per quanto riguarda diversi indicatori strutturali: buoni sono i livelli di crescita occupazionale, di produttività e valore aggiunto, di capacità d'innovazione.

Tuttavia, se il Terziario Avanzato può essere considerato trainante nel mercato, i suoi trend di sviluppo non potranno protrarsi con gli stessi ritmi, senza incidere su alcuni vincoli. Vi sono, infatti, segnali, se pur ancora deboli, di rallentamento della crescita, mentre aumenta il deficit degli scambi con l'estero.

Nel nostro Paese, in effetti, permangono ostacoli che limitano e frenano le potenzialità di sviluppo del Terziario Avanzato, collegati all'eccesso di regolamentazione, alle mancate privatizzazioni dei servizi e alle difficoltà con cui viene avviato il processo di outsourcing della Pubblica Amministrazione. Tuttavia il futuro del settore verrà sempre più influenzato dal contesto internazionale e in particolare dalla politica comunitaria.

TURISMO

Il turismo vive a livello mondiale un momento particolarmente felice. La facilità di movimento delle persone, la crescita di nuove classi benestanti in Paesi emergenti, la spinta verso consumi edonistici e la sempre più accentuata ricerca di relax e stacco dalla quotidianità del mondo occidentale fanno ben sperare per un duraturo sviluppo del mercato.

L'Italia, soprattutto al sud dove sono dislocate la maggior parte delle attrazioni naturali, soffre della scarsa capacità di entrare e restare nei grandi circuiti internazionali del Turismo.

Una delle componenti di questa difficoltà risiede nella piccola dimensione delle imprese che vi operano e nella mancanza generalizzata di cultura di management turistico. Per essere appetibili agli occhi di un turista "moderno", occorre sempre di più affiancare al prestigio della location un'adeguata offerta di attività culturali ed edonistiche.

In tutto ciò sarebbe necessario anche un forte impegno dell'amministrazione pubblica locale, che non è preparata a supportare adeguatamente un settore vitale per gran parte delle economie territoriali del Paese.

La pubblica amministrazione dovrebbe essere "educata" alla realizzazione di infrastrutture che permettano una corretta e positiva fruizione del patrimonio artistico e naturale del luogo e dovrebbero essere impegnate a creare e gestire flussi costanti di turisti dall'Italia e dall'estero. In questo senso potrebbero rivelarsi decisive azioni di lobby messe in piedi da organizzazioni tese all'unificazione di interessi convergenti come i distretti turistici.

Ulteriori punti di debolezza sono legati alla scarsa formazione professionale fornita dagli istituti alberghieri italiani. Con questi ultimi manca ad oggi un dialogo da parte delle imprese che dovranno assorbirne i diplomati. Forse il compito sarebbe più giusto ed efficace se fosse affidato alle grandi realtà associative che delle imprese turistiche rappresentano gli interessi.

Altri importanti compiti per le associazioni di categoria sono la gestione di relazioni di filiera e piani di coinvolgimento pubblico, di riqualificazione dei tesori ambientali e d'arte, di diffusione sul territorio di una cultura del rispetto delle ricchezze come fonte di benessere diffuso.

Agriturismo

L'agriturismo da diversi anni non solo si dimostra settore in crescita, ma sta assumendo addirittura una funzione di concreto sostegno all'agricoltura.

Le chiavi dello sviluppo futuro passano attraverso l'affinarsi di strumenti di promozione, di certificazione e lo svilupparsi di programmi di crescita della cultura d'impresa per gli agricoltori che gestiscono attività agrituristiche.

Programmi che coinvolgono, dunque, più attori di diversi settori e che dovrebbero essere organizzati e gestiti, più che da singoli operatori, da rappresentanti delle varie categorie.

Turismo nautico

Molto importante, nell'ottica di uno sviluppo del turismo nautico e legato al mare, è l'individuazione di linee guida per una concreta politica delle strutture portuali. Oggi il porto turistico deve essere visto non solo come rifugio ma, con un bisticcio di parole, come la porta di accesso alle diverse attività di svago legate al mare e come strutture imprescindibili per lo sviluppo del turismo nautico. I porti turistici sono centro di attrazione per il turismo e per i visitatori: si tratta di punti d'incontro da cui si può ammirare il mare con terrazze, bar, ristoranti e servizi vari che spesso li trasformano nel posto più popolare del luogo. Le attività commerciali, le offerte, le strategie realizzate eventualmente anche attraverso l'unione di porti, l'organizzazione di avvenimenti nautici, di regate, ecc., sono elementi necessari per lo sviluppo dell'attività nautica che aiutano a limitarne l'aspetto stagionale, attraendo un maggior turismo, coinvolgendo i fornitori di servizi legati alle necessità degli utenti, servizi culturali, servizi nautici, sportivi, portuali, alberghieri, agenzie di viaggi, ecc..

Turismo termale

Il Termalismo italiano sta vivendo una fase di transizione, dopo che dall'anno 1995 al 2000 si era verificata una situazione di stabilità o di leggera crescita. Si riteneva che la grande crisi dei primi anni novanta fosse ormai superata e, invece, si è aperto un nuovo periodo di difficoltà dovuto, oltre che a specifiche criticità (rapporto con il Servizio Sanitario Nazionale, difficile percorso della privatizzazione delle terme ex Eagat, il problema della validazione scientifica delle cure, la complicata convivenza fra turismo e benessere), anche alla particolare situazione del mercato turistico globale, che si è trovato ad affrontare negli ultimi tempi dei gravi problemi causati dalla sfavorevole congiuntura economico-finanziaria e dalla crisi internazionale che ne hanno rallentato lo sviluppo.

Senza peraltro scordarsi della scarsa cultura imprenditoriale di chi offre ospitalità termale.

IMMOBILIARE

Il mercato immobiliare italiano è al culmine di una fase di ciclo positivo, peraltro comune a tutti i maggiori Paesi, iniziata nel 1998: a Milano, per esempio, negli ultimi 5 anni, il numero delle transazioni è aumentato di quasi il 30% su base annua, ed è attualmente stabile, con una tendenza ad un lieve ribasso; i prezzi sono aumentati di oltre il 50% e sono stabili. Questo nel settore residenziale, mentre nel terziario la stasi, complice la crisi dell'economia, si notano segnali di rallentamento. Ottimo l'andamento anche del mercato turistico, in particolare nelle località più rinomate. Nel resto d'Italia l'andamento è molto simile, anche se, nelle città di Provincia i "picchi" sono meno alti.

Il decennio in corso dovrebbe vedere la definitiva consacrazione di un "nuovo modello", nel quale assumono centralità attività come la gestione, la manutenzione, il recupero e la riqualificazione.

Dopo aver (quasi) soddisfatto in termini quantitativi il bisogno di case ed altri edifici, si passa quindi ad una offerta basata prevalentemente sulla qualità.

Nel nuovo modello la finanza assume un peso crescente, sia per sostenere le sempre più numerose compravendite, che discendono da una crescente mobilità di famiglie e imprese e corrispondono a mercati più liquidi, sia per accompagnare strumenti sofisticati come i fondi immobiliari o le cartolarizzazioni, mentre l'informatica diviene parte integrante dei processi di valorizzazione, gestione e progettazione.

E' necessario allora fare cultura dell'economia immobiliare per far passare una corretta conoscenza di un sistema di imprese che fa della qualità il suo punto di forza.

Nel nostro Paese le imprese dei servizi avanzati per l'immobiliare – come property, facility, agency, asset, project, ecc.- non hanno fino ad ora trovato adeguata rappresentanza dei loro interessi, che poi sono quelli della parte più innovativa dell'industria immobiliare, i cui protagonisti tradizionali, invece, Costruttori, Proprietari, Professionisti, ecc., hanno già sedi che ne portano la voce all'interno del dibattito di politica economica e finanziaria.

Per un comparto come quello immobiliare – normativo-dipendente – è strategico un approccio che consenta di concepire le proposte attraverso il coinvolgimento e l'adesione degli attori pubblici che, a vario titolo, sono oggi attivi nel panorama industriale del settore.

Da un lato, occorre che la voce delle Associazioni sia rivolta ai diversi livelli di governo che secondo il principio di sussidiarietà informano oggi anche il quadro di riferimento dell'immobiliare.

Si va, quindi, da quello europeo, che deve essere un riferimento preciso per un comparto che non è estraneo a quel processo di convergenza e globalizzazione che in prospettiva farà sì che le regole, le best practice e il mercato di riferimento, almeno per molti fra i protagonisti, saranno sempre più europei piuttosto che locali, come indicato, sin da ora, dalla presenza in Italia delle filiali delle principali entità immobiliari internazionali e dalla crescita tumultuosa degli investimenti cross border a cui si è assistito negli ultimi anni ed anche da una recente tendenza a uscire dai confini nazionali, almeno da parte di alcune delle più innovative imprese italiane che pensano e agiscono global.

Naturalmente, tutto ciò, senza sottacere l'importanza dei più tradizionali livelli di riferimento, da quello nazionale a quelli - crescenti stante le modifiche costituzionali - regionale e comunale.

Dall'altro, il settore pubblico è un attore duplice dell'immobiliare, sia come soggetto che offre o domanda servizi ma, anche, operando attraverso sue imprese.

TRASPORTI

Premesso che in questa sede quello che maggiormente preme approfondire è il settore del trasporto di merci, la conformazione geografica del nostro Paese, la sua funzione di spartiacque tra i due versanti del Mediterraneo, la proiezione verso i paesi del fronte sud del Mediterraneo fanno prevedere buone opportunità per i porti, sempreché si completi il rafforzamento infrastrutturale e la connessione con le reti del trasporto terrestre.

L'armamento italiano, del resto, sta vivendo un momento di grande floridità, fino a pochi anni fa l'Italia era tra le dieci bandiere più costose al mondo, oggi grazie ad un'attenta politica di settore ed al mercato dei noli in continua ascesa, abbiamo una delle flotte più moderne e meno costose d'Europa.

Gli armatori sono i veri artefici di questo risultato, ottenuto grazie ad una politica di settore che nel corso del tempo ha compreso l'importanza della nostra flotta ma soprattutto grazie all'impegno dei nostri armatori che hanno fatto ingenti investimenti sia per il rinnovo del naviglio che per la formazione degli equipaggi.

La principale missione su cui, a loro detta, dovrebbero concentrare i propri sforzi le associazioni di settore è l'attività di lobby a livello europeo per l'emanazione di leggi che facilitino il trasferimento dei trasporti dalla gomma al mare e finanziamenti per la nascita e l'ammodernamento di porti.

CONCLUSIONI

Dai risultati delle interviste, in parte, e, in parte, dalla letteratura di settore, sono stati desunti una serie di comportamenti e di azioni che le associazioni di categoria dovrebbero porre in essere per tutelare i propri associati.

- Attrazione investimenti stranieri
- Sviluppare sistemi territoriali d'eccellenza (funziona tutto dalle infrastrutture alla burocrazia) (per i distretti) (nazionale per nazionali)
- contrattazione con sindacati
- sostegno economico, burocratico, di know-how alla nascita e crescita di nuova imprenditorialità
- Lobby e consulenza alle Istituzioni nazionali e internazionali nell'emanazione e applicazione di nuove leggi e regolamenti e nella determinazione della politica economica
- promozione di sistemi di qualità e certificazione, anche per assicurare il target (ruolo di garante)
- Condivisione del sapere
- benchmarking nazionale ed internazionale
- Facilitare l'internazionalizzazione e valutazione delle opportunità-Paese
- Ricerca e innovazione (richiesta + investimenti allo Stato e centralizzazione degli sforzi di settore)
- creazione di fondi per sostegno nelle crisi o per lo sviluppo oricorso a forme finanziarie ad hoc come i bond di associazione o di distretto
- banca dati centrale per identificazione e anticipazione dei trend, con ricorso ad indagini desk, ricerche sociali e di marketing, interviste periodiche ad opinion leader e trend setter internazionali
- convenzioni con istituti per accesso facilitato e conveniente al credito o ad investimenti in capitale di rischio, fornendo garanzie
- agenzia di stampa (anche solo rassegna stampa qualificata) di settore
- facilitare e promuovere intese di filiera (monte e valle), grazie a pochi interlocutori preparati e responsabili
- attività di promozione e garanzia di M&A al fine della crescita dimensionale delle imprese
- promuovere progetti integrati di responsabilità sociale (es. codici etici ed ambientali)
- collaborazione con Università e Istituti di ricerca, anche attraverso la stipula di "contratti di ricerca" mirati alla scoperta di nuove soluzioni conveninetti di prodotto o di processo)
- collaborazione con il settore formativo (Ministero istruzione, Università, scuole di formazione pre e post lauream) per la definizione delle esigenze di professionalità di manager, impiegati, operai. Riuscire anche a pianificare i possibili accessi al mondo del lavoro nei prossimi anni
- supporto al marketing del settore (ricerche, accordi con i clienti intermedi, team di superconsulenti per i mercati internazionali, organizzazioni di fiere nazionali e missioni all'estero per l'individuazione di clienti e fornitori, ecc.)
- Consulenze professionali per aree (marketing, finanza e controllo, management, logistica, risorse umane, finanziamenti, ecc.)
- costruzione di centrali d'acquisto e contrattazione con fornitori di materie prime e semilavorati
- collaborazione con le autorità nella vigilanza amministrativa per evitare nuovi casi "Parmalat"
- implementare piani di sviluppo economico ed imprenditoriale del territorio per facilitare anche l'arrivo di capitali esteri
- punto d'incontro tra diverse realtà in senso orizzontale o verticale per mettere insieme offerte consistenti per partecipare a gare e appalti a carattere nazionale o internazionale.

Ora ci si chiede quali siano le strategie più utili ed urgenti e se, nel caso, vi siano altri spunti che sono sfuggiti