

 **L'intervento**

## Il chilometro zero non ci porta lontano Meglio filiere globali

di **Giovanni Costa\***

Non si vive di solo export. Non si tratta di difendere l'italianità, concetto che ha poco senso in un'economia ormai senza confini. Si tratta piuttosto di generare e controllare risorse per investimenti di crescita e di occupazione qualificata. La manifattura torna al centro ma per valorizzarla bisogna superare i concetti di delocalizzazione, offshoring, reshoring, modi vecchi di chiamare le dinamiche produttive internazionali.

Oggi la competizione si vince gestendo filiere globali o in ogni caso occupandone le fasi più ricche. Ciò implica di essere multilocalizzati senza per questo perdere identità. Come fa Luxottica: 9 mila addetti in Italia e 70 mila in giro per il mondo senza i quali non ci sarebbero più i primi. Come fanno i francesi del lusso che sono dei player globali. A Parigi, nessuno direbbe mai che Arnault delocalizza a Fiesse d'Artico con la Manufacture de Souliers Louis Vuitton. Nessuno direbbe mai che Pinault fa dell'offshoring impiantando ex novo Kering Eyewear a Padova o che fa del reshoring portando Marco Bizzari da Bottega Veneta di Vicenza a Parigi nel Kering Executive Committee.

Possiamo certo rallegrarci che le nostre competenze

manfatturiere siano riconosciute e apprezzate da questi colossi mondiali. Possiamo non crucciarcici più di tanto per la formula made in Italy, managed in Paris se non per il fatto che il nostro Pil arranca ed è in affanno a tenere il passo con i nostri competitor europei. Se non per il fatto che i nostri migliori laureati se ne vanno più attratti dai quartier generali della finanza, del marketing, della ricerca a Londra, Parigi o New York che da quello che rischia di ridursi a terzismo produttivo sia pure di altissima qualità della pianura veneta. L'ibridazione fa bene a tutti e favorisce l'evoluzione dei sistemi economici e sociali. Meglio se non è a senso unico. E per fortuna non mancano anche nel Veneto altri esempi che indicano la strada da battere. Come fa Stevanato con i suoi stabilimenti in Brasile e in Cina, acquisizioni in Germania e Danimarca e il core delle sue attività a Piombino Dese. Come ha fatto De Longhi che dopo esser stato demonizzato per aver aperto in Cina ha acquisito e rilanciato brand storici europei dei piccoli elettrodomestici diventando proprio grazie alla multilocalizzazione leader incontrastato di questo settore ora managed in Treviso. Come ha fatto Rana andando a produrre pasta fresca in Illinois. O Alajmo delle Calandre che acquisisce e rilancia un ristorante a Parigi. Il messaggio è chiaro: con il chilometro zero non si va da nessuna parte.

(\*Vice presidente del Consiglio di Gestione di Intesa Sanpaolo)

© RIPRODUZIONE RISERVATA