

LA REGIONALIZZAZIONE COMPETITIVA

Di Giuseppe Romeo

- 1. Un mondo di... regioni.**
 - 2. Il valore organizzativo**
 - 3. L'ingresso nel mercato**
 - 4. Superare le differenze**
 - 5. Attrazione fatale**
 - 6. Promozione e marketing. Vendere efficienze**
-

1. Un mondo di... regioni

La tendenza a dividere il mondo in subregioni, la competizione economica posta alla base di ogni scelta politica, tende a far sì che le comunità organizzate sui propri spazi funzionali si adattino alle nuove opportunità di produzione e di creazione di ricchezza ridefinendo la propria organizzazione di impresa all'evoluzione delle tecnologie e del mercato. La capacità, quindi, di potersi inserire in un contesto di efficace sviluppo determinato da politiche compatibili con il mercato di riferimento, e gli obiettivi di sviluppo posti dalla leadership politica creano il "carattere" regionale di un'area economicamente determinata. Non solo. Ma anche la credibilità degli esecutivi diventa un fattore aggregante di non trascurabile rilevanza ritenuto essenziale per assicurare il successo dei programmi di sviluppo che caratterizzano la partnership. Tutto questo sembra essere estremamente coerente con gli obiettivi finali di dominio dell'offerta da parte della produzione in un mercato contemporaneo che attribuisce alla competitività globale il ruolo strategico di linea guida nell'ambito delle decisioni espresse in termini di investimenti e che ridefiniscono concettualmente il significato di specializzazione della produzione quale strumento di organizzazione areale dell'offerta. In questa realtà le regioni mediterranee rappresentano il legame geoeconomico con l'oriente, cioè con quella parte del Mediterraneo la cui differenza culturale e di organizzazione sociale determina un interesse particolare a realizzare delle relazioni non solo più politiche ma economicamente semplicisticamente legate al solo petrolio quale bene strategico ma, bensì, aprono potenzialità nuove di allargamento commerciale verso un'area storicamente mercato preferenziale fra il mondo occidentale in evoluzione e la cultura orientale. La regione mediterranea si presenta, oggi, estremamente differenziata quanto a distribuzione di sviluppo. Seppur le regioni meridionali, siano esse italiane che degli altri Stati membri dell'Unione Europea presentano caratteristiche molto comuni per omogeneità geografica, molte sono le differenze quanto alla

collocazione delle opportunità produttive presenti o di sostegno. Infatti, si passa da una prevalenza dell'agricoltura e dei servizi ad un debole sistema industriale. Da aree altamente dinamiche ad aree in rapida deindustrializzazione a Sud dell'Italia, o che presentano una minima industrializzazione e ruralizzazione progressiva soprattutto in Grecia. Ciò dimostra che un processo di regionalizzazione dell'area mediterranea, e con questa del Mezzogiorno del Paese, richiede una serie di politiche sinergiche il cui raccordo, oltre ad essere individuato nell'alveo delle scelte dell'Unione Europea, non può non concretizzarsi che in una serie di relazioni che con i paesi del Mediterraneo dovrebbero essere condotte in ragione di una condivisibilità di obiettivi di sviluppo che valorizzino le comunità. La "comunità", come indicato in precedenza, non è trascurabile. Rappresenta il primo livello di aggregazione rilevante nella creazione di uno spazio funzionale economicamente organizzato in ragione di una condivisione diffusa sul territorio amministrato di obiettivi di crescita condivisi. Per questi motivi, proprio le regioni mediterranee soffrono di una sottoindustrializzazione caratterizzata dall'assenza di un'imprenditorialità diffusa, sacrificata a favore di poche grandi concentrazioni di impresa, con scarsa presenza di piccole e medie imprese e di un artigianato che non favorisce il decollo di un terziario, per difetto organizzativo e assenza di mercato. Inoltre, ancora, proprio l'assenza di piccole e medie imprese influenza anche la capacità dell'economia agricola ad assorbire stock inoccupati. Seppur il 20% circa della popolazione delle regioni mediterranee trova una sua collocazione nella produzione contadina ciò non favorisce una crescita di indotti caratterizzati da industrie di trasformazione.

2. Il valore organizzativo.

Uno scenario così presentato certamente dimostra quanto sia importante il "valore organizzativo" espresso e quali, altrettanto significativamente, siano gli ostacoli ad una regionalizzazione veramente competitiva. L'assenza di reti di trasporto e di

comunicazioni sviluppate secondo progettualità efficaci, che realizzino un'unione del territorio a favore delle attività economiche, la frammentazione geografica e la concentrazione della popolazione soprattutto nelle zone costiere e nelle grandi aree urbane determina non solo la marginalizzazione delle aree rurali ma, in particolare, richiede sistemi di trasporto costosi, complessi e, comunque, scarsamente utili in ragione di una realizzazione a rete dei sistemi di comunicazione. Alla marginalità delle zone rurali, poi, si contrappone uno squilibrio del tessuto urbano dovuto ad una continua concentrazione di popolazione sulle aree metropolitane, limitando lo sviluppo delle periferie, assorbendo risorse notevoli senza però ottenere il risultato di offrire servizi migliori per effetto di un'inefficiente congestione della vita sociale ed economica contro qualunque giusta valutazione di decentramento funzionale e di conseguente migliore distribuzione. Se, ancora, a ciò si aggiunge la poca sensibilità espressa verso il "valore ambientale", la regionalizzazione del Mediterraneo soffrirebbe di una propria incapacità a competere su un mercato che richiede efficienza ed abbattimento di costi realizzati attraverso un'efficace utilizzazione non solo delle risorse umane e materiali ma del territorio medesimo. La riduzione della frammentazione delle popolazioni, il miglioramento della vivibilità del territorio con politiche ambientali sostenibili, lo sviluppo di collegamenti integrati ma, soprattutto, un progressivo aumento delle relazioni tra il Mediterraneo e le regioni dell'Unione, e a queste prossime, rappresentano le guide politiche essenziali per condurre con successo qualunque strategia di sviluppo eliminando delle perifericità storiche e ridisegnando la geografia della regione per poli produttivi diffusi, e non per grandi concentrazioni. Le politiche di rafforzamento della cooperazione regionale certamente rappresentano uno strumento efficace, ma non il solo. Per esempio, l'incremento demografico delle popolazioni del Sud dell'Unione determina, al tempo stesso, la necessità di ridefinire il tessuto metropolitano rendendolo più duttile al decentramento produttivo e, nel contempo, offre una disponibilità di forza-lavoro essenziale per poter diversificare l'attività produttiva sempre che la cultura della flessibilità diventi patrimonio

diffuso.

D'altra parte, proprio l'alta disponibilità di risorse umane, tipica delle regioni meridionali dovute al positivo trend di incremento demografico, definisce sensibile la presenza futura di milioni di giovani che si porranno alla ricerca di un reddito e, quindi, di occupazione. L'effetto, quindi, non solo sarà quello di aumentare una migrazione interna ma, in particolare, data la peculiarità del fenomeno proprio delle regioni mediterranee, dalle regioni maghrebine verso l'Italia e, quindi, verso l'Unione Europea. Il futuro prossimo caratterizzerà le regioni euromediterranee per un'accentuazione delle concentrazioni nelle aree urbane se la pianificazione territoriale e la razionalizzazione degli insediamenti abitativi, e la rigenerazione delle aree produttive, non prenderà il sopravvento quale politica integrata del territorio. Per questo, la riorganizzazione funzionale del territorio diventa una priorità essenziale nella determinazione dei fattori di sviluppo e crescita delle regioni a deficit di ricchezza impiegata rispetto alla disponibilità di risorse umane e materiali.

3. L'ingresso nel mercato

L'ingresso in un mercato è condizione essenziale per la crescita se e solo se all'integrazione nelle relazioni economico-commerciali segue una partecipazione diretta del governo locale, capace di utilizzare quegli strumenti territoriali idonei ad attirare capitali in maniera adeguata, evitando colonizzazioni finanziarie che marginalizzerebbero le potenzialità di management localizzato ed emarginerebbero le risorse umane. In quest'ottica, la possibilità di ricorrere ad aree di libero scambio o ad accordi preferenziali regionali rappresenta il vero modello di sviluppo possibile in un'area sensibilmente a necessità di crescita quale quella euromediterranea.. Infatti, la necessità di ricostruire la struttura economica nei Paesi arabi emergenti non può essere letta solo come una

situazione negativa di differenze di opportunità quanto, al contrario, quale occasione per ridefinire in termini di sinergie produttive e di servizi un'area rilevante per la sua importanza geoeconomica verso mercati regionali quali quelli dei Paesi emergenti dell'Africa australe e dell'Estremo Oriente. Delocalizzazione produttiva non significa soltanto disarticolare le fasi della produzione secondo vantaggi localizzabili nel processo intermedio di creazione. Quanto di disporre di spazi funzionali organizzati, sinergicamente interconnessi non solo da un punto di vista dei trasporti ma di grandi vie di comunicazione e di network. E delocalizzare non significa, nemmeno, esportare processi produttivi e di mercato al di là del bacino mediterraneo. Per questo motivo, le emergenze da affrontare per realizzare una regionalizzazione competitiva dell'area euromediterranea sono rappresentate da un controllo della crescita delle aree a forte urbanizzazione e una migliore distribuzione della popolazione sul territorio localizzando i servizi, da una maggior disponibilità di voli e di scali portuali moderni che consentano un veloce trattamento delle merci in arrivo e in partenza abbattendone i costi, individuati quali servizi competitivi in relazione al bacino d'utenza a cui si rivolgono. Inoltre, un miglioramento dell'uso delle risorse energetiche, laddove il bacino del Mediterraneo oltre ad essere il punto di incontro dei Paesi maggior produttori di energia è, altrettanto, il luogo di maggior consumo, incentivando la ricerca verso fonti alternative, la tutela ambientale, che favorirebbe l'elevazione della qualità della vita delle comunità rivierasche e la tutela delle riserve idriche e la garanzia di approvvigionamento non solo per uso alimentare ma per l'impiego produttivo sia nelle realtà di impresa che nell'agricoltura. La possibilità, quindi, di rendere competitiva la regione mediterranea e le regioni del Sud dell'Europa risiede nella capacità di evitare qualunque rischio di marginalizzazione dell'area favorendo, allora, la liberalizzazione degli scambi la cui garanzia principale sarà data dal processo di integrazione europea, cercando di aumentare la competitività delle produzioni attraverso una riduzione dei costi e una qualità vincente quale risultato di capacità localmente individuate sia in termini di processi produttivi che di risorse umane e

valore organizzativo espresso. Non solo. Ma rendere complementari i sistemi produttivi fra le regioni dell'area creerebbe quel legame vincente fra Nord e Sud dell'Europa considerato strumento importante di sinergia strutturale capace di unire, nel rispetto della diversità, comunità politiche diverse al fine di poter competere in un sistema fortemente internazionalizzato e regionalizzato nelle sue componenti produttive. In uno scenario relazionale così interpretato la realizzazione delle aree di libero scambio, un coordinamento regionale di accesso ai finanziamenti rivolti alla crescita e allo sviluppo di progettualità produttive o in termini di riorganizzazione dei servizi, la determinazione di misure di cooperazione capaci di decentrare in settori specifici l'attività produttiva attraverso reti realizzate fra imprese, università, pubblica amministrazione, enti locali e trasferimenti di tecnologie di punta rese disponibili sul territorio, diventano gli strumenti di competitività di cui un sistema regionale dovrà disporre. Gestione della popolazione, incremento demografico, assorbimento in attività produttive, utilizzazione delle risorse naturali, comunicazione e trasporti, stabilità politica e pubblica amministrazione efficiente, rappresentano i fattori critici da valutare e reinterpretare nel loro nuovo ruolo di determinanti storiche dello sviluppo economico di una collettività.

4. Superare le differenze.

Le regioni mediterranee soffrono di un incremento della disoccupazione per effetto di un'incapacità strutturale di poter compensare la perdita progressiva di posti di lavoro nelle zone a maggior concentrazione industriale dovute ai processi di ridefinizione delle dinamiche interne dell'organizzazione e del declino a lungo termine dell'occupazione agricola. Ciò, però, non può essere letto soltanto come un dato negativo ma quale momento fondamentale di ridefinizione produttiva di un territorio. Infatti, il calo dell'occupazione in agricoltura deve far riflettere sull'importanza del settore primario nella realizzazione di un take off decisivo in

termini di industrializzazione nell'ambito della trasformazione della produzione. La determinazione delle differenze, però, fra le regioni euromediterranee non solo dipende dal diverso processo storico di evoluzione politico-economica degli Stati, quanto dai diversi modelli di sviluppo adottati ad ognuno dei quali è corrisposto un livello altrettanto non comune di efficienza e di dotazione di infrastrutture, cioè trasporti, energia, comunicazioni, ambiente, di capitale umano qualificato.(nonostante il buon livello culturale, ma con deficit in formazione specializzata) Infatti, il risultato immediato di un'analisi storico-economica approfondita, soprattutto per il Mezzogiorno d'Italia e per le regioni europee dell'area mediterranea, può essere sinteticamente ricondotto ad una disparità di reddito pro capite, ovvero di ricchezza disponibile, dovuta non solo alla carenza infrastrutturazione del territorio ma, anche, dalla poca qualificazione delle risorse umane.

Non si tratta soltanto di una maggior scolarizzazione quanto, al contrario, dell'assenza di un aderente processo di formazione concepito e organizzato su un determinato territorio al fine di creare le maestranze qualificate in termini di azione produttiva, oltre che un management a costi competitivi e immediatamente disponibile. Anche investire in Ricerca e Sviluppo Tecnologico è certamente importante. Ma è altrettanto prioritario rendere il territorio capace di assorbire le innovazioni in termini organizzativi e di processo affinché si possa realizzare il vero fattore competitivo e attualmente critico al Sud: una cultura di impresa. La possibilità di disporre di una propria dimensione imprenditoriale, d'altra parte, si esprime nella capacità di ridefinire proprio il territorio in chiave produttiva, riuscendo ad impiegare in maniera adeguata e competitiva le risorse presenti. Evitare la marginalizzazione è altrettanto coerente con la percezione contemporanea della rivitalizzazione delle periferie dove vivere una situazione geograficamente... periferica non significa certamente che ciò corrisponda anche ad una situazione...economicamente limitata, tutt'altro. L'infrastrutturazione delle regioni meridionali, la possibilità di determinare investimenti strategicamente rilevanti nel settore delle telecomunicazioni, trasporti ed energia

vuol dire aiutare il superamento non solo di svantaggi naturali, fisici, dovuti a posizioni geograficamente lontane dai mercati principali, quanto, rideterminare lo spazio di sostegno caratterizzando uno spazio economico regionalizzato in termini di collegamenti in rete su mercati nuovi con costi competitivi derivanti da una vantaggiosa delocalizzazione delle fasi della produzione. Per questo, l'analisi di un investimento non può prescindere dalla verifica e valutazione della qualità delle infrastrutture offerte, ovvero dei servizi reali, e del livello delle risorse umane che vengono messe a disposizione. La regionalizzazione delle relazioni economiche, la ricerca di un aggregazionismo riferito ad un mercato interno e ad una proiezione univoca verso nuovi mercati dimostrano quale importanza venga attribuita alla solidità del sistema economico. Una solidità espressa sia in termini di efficienza dei servizi offerti che di credibilità finanziaria, oltre che di capacità a creare reddito ed evitare la dipendenza economica. In altri termini, essere competitivi nel mercato dell'Unione, e integrarsi nel sistema relazionale mediterraneo, diventano i requisiti migliori per collocarsi in termini paritari rispetto ai Paesi che agiscono con le loro vantaggiosità nelle aree economicamente più forti del mondo. Certo i programmi di aiuto regionale possono essere degli strumenti utili in termini di avvio, o se, si vuole, di creazione dello start up sufficiente. Ma il problema resta uno e soltanto uno: disporre di una guida politica credibile non solo nazionale ma, soprattutto, locale. Una guida politica, insomma, capace di centrare le "debolezze economiche", ricercando un superamento con proposte competitive e di promozione del territorio in termini di produzione e di offerta di servizi. L'attenuazione progressiva delle differenze diventa, allora, non soltanto un motivo di riorganizzazione economica quanto un'esigenza di ridefinire delle opportunità di inserimento in un contesto relazionale nuovo dove la dimensione regionale delle comunità locali viene ad essere maggiormente valorizzata nella sua capacità di autoproporsi verso il mercato e di concretizzare una propria immagine con un processo di marketing itinerante, ma progressivo, a cui corrisponda, però, non una virtualità di promozione ma, al contrario, una concreta capacità di organizzazione e di governo

del territorio. Per questo i principali obiettivi da ridefinire in chiave produttiva sono proprio le comunicazioni, l'industria, artigianato e servizi alle imprese, lo sviluppo dell'offerta turistica, la diversificazione delle risorse agricole e dello sviluppo delle località rurali non più marginalizzate ma inserite in una sinergia di promozione di attività artigianali dall'alto contenuto di qualità, la pesca, le infrastrutture di sostegno alle attività economiche e alla qualificazione delle risorse umane.

5. Attrazione fatale

La capacità di attirare capitali sul territorio rappresenta il segnale più significativo del livello di affidabilità raggiunto da uno spazio organizzato non solo in termini sociali ma economici. La realtà del Mezzogiorno è, per questo, estremamente sensibile al deficit di capitali investiti in attività di produzione provenienti dall'estero. La scarsa dote di fattori che favoriscono l'investimento, la possibilità di promuovere un'immagine competitiva diventano, quindi, motivo non di rigidità di pensiero quanto di dinamica concorrenziale. Il problema, insomma, non è tanto subire passivamente il gap di partenza quanto di raggiungere, e se possibile superare, le regioni concorrenti alla ricerca di capitali. Una ricerca di risorse preziose da investire in attività produttive localizzate su territori fortemente riorganizzati in termini di capacità di gestire i capitali attratti con una propria competenza finanziaria. L'eliminazione di qualunque politica assistenzialistica e la riduzione del dirigismo a favore di un decentramento di progetto nell'ambito dell'individuazione delle abilità di iniziativa economica locale, rappresenta il punto di partenza per valutare gli errori del passato e guardare ad un futuro dove la flessibilità e la relatività delle dinamiche occupazionali e produttive interpreta l'incertezza come un fattore competitivo se considerato quale capacità di adattamento alle richieste di un mercato esigente e dai gusti mutevoli.

L'organizzazione spaziale deve essere tale da garantire un aggregazionismo diffuso, idoneo ad esprimere una cooperazione equipartecipativa, nel rispetto delle proprie competitività, fra le imprese locali, tra queste e le organizzazioni sindacali e il governo locale. Ma se nella fase iniziale dello sviluppo lo start up può essere favorito da una riduzione del costo del lavoro ciò non rappresenta uno strumento invariabile nella struttura economico-produttiva di un territorio. La flessibilità salariale è certamente uno strumento importante ma non l'unico e assoluto. Infatti, al di là di teorie sociali di un neoliberismo umanizzato, la competitività di una regione non si determina soltanto in virtù del costo del lavoro quanto dalla qualità delle infrastrutture e dei servizi reali offerti alle imprese, oltre che ad una reale concertazione fra le parti sociali. La partecipazione della parte pubblica gioca un importante ruolo nell'attrarre capitali. L'azione del governo centrale e, soprattutto, locale diventa un fattore di competitività se le decisioni e le scelte conseguenti sono tali da dimostrare un'attitudine a comprendere e guidare gli investimenti verso attività produttive individuate sul territorio. La "qualità" della Pubblica Amministrazione è un fattore critico poiché esso rappresenta uno strumento essenziale la cui efficienza determina l'immagine della regione promuovendone la credibilità quale garanzia di un accesso più semplice alla burocrazia garantendo una rapidità nelle decisioni, e uno snellimento delle procedure. Le regioni meridionali rappresentano, in effetti, una grande opportunità nell'offrire all'espansione produttiva delle condizioni favorevoli di sintesi fra paesi sviluppati e realtà esterne al sistema produttivo nazionale. Non solo. Ma se così fosse, la complementarità fra Nord e Sud diventerebbe un motivo ancor più significativo per dare fiducia all'investitore nel momento in cui il superamento di saldi negativi determinati da una falsa cultura, e da un'altrettanto mistificata rappresentazione della realtà politica del Paese, presenterebbero un non trascurabile "valore organizzativo" caratterizzato da un'auspicabile cooperazione fra le componenti sociali.

Non esistono sviluppi alternativi. Esistono diversità di sviluppo, di opportunità raccolte o di politiche e modelli adottati. Per questo l'interazione fra Nord e Sud

diventa un fattore strategico non trascurabile. Ma come promuovere l'immagine di una regione ?

6. Promozione e marketing. Vendere efficienze

L'obiettivo, in sintesi, è quello di realizzare uno start up credibile, efficace e con buone opportunità di longevità dell'investimento. La possibilità di raggiungere livelli nuovi di solidarietà sociale, e di condivisione fra le parti di obiettivi di sviluppo, rappresenta il vero motivo da porre alla base di una promozione di un territorio dove vi è un'alta efficienza dei servizi e qualità delle risorse messe a disposizione dai programmi di sostegno alle attività produttive. Creare le condizioni di competitività per le imprese locali affinché possano affrontare le sfide internazionali significa dirigere gli sforzi verso una valorizzazione delle professionalità e del territorio e non più nascondersi dietro una facile commiserazione dovuta alle politiche assistenzialistiche. La promozione di un territorio, di uno spazio economicamente interessante, passa per il suo livello di infrastrutturazione e sulla qualità delle comunicazioni e trasporti, ad esempio, oltre che su investimenti concreti e percepibili in capitale umano da poter impiegare nelle attività di impresa. Il rilancio dell'immagine del Mezzogiorno, per questo, non può fare a meno di una ridefinizione delle capacità della politica locale a far sì che le scelte siano più aderenti al territorio e, soprattutto, si dia luogo ad una programmazione efficace, concertata, garantendo un impegno concreto nella realizzazione dei programmi in tempi accettabili. La possibilità di definire una promozione e sostenere, in questo modo, lo sviluppo del territorio richiede, ancora, una sintesi efficace fra interventi pubblici e investimenti. D'altra parte, la dimensione locale diventa il vero centro motore di qualunque processo di sviluppo ed in questo senso, e con altrettanta sensibilità, i governi locali dovrebbero operare. Ciò non toglie che uno strumento importante ed irrinunciabile per dare

luogo ad una promozione efficiente di un territorio sia la comunicazione, ovvero l'abilità di raggiungere un target ben definito. Capacità di comunicare e marketing strategico, capacità di programmare e promuovere commercialmente per obiettivi di medio-lungo termine, diventano aspetti complementari alle politiche ma fondamentali nell'evoluzione di una comunità che vuole proporre le proprie possibilità produttive su un mercato ben definito. D'altra parte, è l'evoluzione del consumatore orientato verso la qualità del bene o del servizio fornito quale utente, che supera il concetto di customerizzazione per ridefinire il rapporto fra cliente e produttore in termini di partnership. Se si comprende questo è intuitivo, allora, concepire lo spazio economico del Mezzogiorno quale area in cui lo sviluppo di nuove produzioni competitive diventa rilevante in termini di crescita. Una crescita controllata dalla necessità di verificare costantemente gli obiettivi di commercializzazione, ad esempio, di qualità e costi del bene/servizio. Ed ecco che si ritorna a sottolineare del come l'evoluzione del Mezzogiorno non potrà che essere il risultato di una ridefinizione culturale del concetto di impresa. Laddove nulla è stato inventato e nulla è da riconvertire nasce la possibilità di realizzare ex novo attività produttive concepite e organizzate secondo le dimensioni di impresa e il volume di risorse umane occupate, adeguate e qualificate a garantire una flessibilità vincente. Dove, ancora, qualità dei prodotti e dei processi diventano aspetti particolari di una stessa questione: garantire un decollo credibile al Mezzogiorno in un contesto internazionale. La possibilità di dare luogo ad un marketing localizzato, il dialogo in rete fra enti locali, la disponibilità di agenzie per lo sviluppo e la promozione economica del territorio, dovranno diventare gli strumenti operativamente integrati di un programma di riorganizzazione delle politiche di sviluppo per il Mezzogiorno. Politiche necessariamente integrate, dove la partecipazione degli attori locali diventa essenzialmente univocità di intenti. La dignità delle comunità locali si trasforma in necessità di promozione delle originalità nel rispetto di una diversità competitiva. Per questo, razionalizzare il territorio con una localizzazione efficiente degli impianti è già un veicolo di credibilità e di garanzia per l'investitore anche se non sufficiente. La

realizzazione di strategie produttive alla cui base vi è il bene/servizio prodotto/offerto, richiede una sensibilità particolare verso un marketing territoriale particolarmente influenzato dall'utilizzazione di tecnologie avanzate ritenute competitive per qualità del bene e costi.