

***“La New Economy e le trasformazioni
dello scenario economico dei servizi locali”***

Dott. Piero Bassetti – Presidente di “Globus et Locus”

***1° conferenza del ciclo
“Le nuove tecnologie al servizio dell’economia”***

4 Aprile 2003

Innanzitutto voglio ringraziare voi che mi avete invitato e soprattutto il presidente Valassi congratulandomi con lui per la crescita della camera di Commercio di Lecco. Complimenti! Mi fa molto piacere constatarlo.

Voglio pure cogliere l'occasione di salutare la dott.ssa Pulsoni, segretario generale. Ho degli ottimi ricordi di una proficua collaborazione con lei.

Ringrazio anche il dott. Fumagalli di Lariodesk che ha contribuito a organizzare l'incontro di stasera, incontro che sia la Camera che Lariodesk potranno sfruttare in vista di iniziative concrete che abbiano un impatto reale.

All'inizio di questo mio intervento vorrei subito sgombrare il campo da un'accusa che mi ha fatto Valassi, quella di essere un sognatore. Non mi offendo per questo, anzi, ne sono orgoglioso. Ritengo che il nostro sia un mondo dove la gente sogna poco, e a torto, perché il nostro è un mondo dove si avverano soprattutto i sogni.

Chi, ad esempio, avrebbe potuto immaginare trenta-quarant'anni fa la Lecco attuale? Forse un sognatore. Naturalmente, se avessimo creduto già allora in una Lecco come quella attuale, e l'avessimo programmata, avremmo potuto rinunciare a qualche brutta costruzione rispettando un po' di più il territorio. Infatti, oggi chiunque si accorge che Lecco è una realtà molto dinamica, e non può che compiacersi di ciò. Tuttavia, uno sviluppo così grande ha intaccato in parte la bellezza di questa contrada. Se avessimo saputo sognare, avremmo anche potuto controllare meglio lo sviluppo. Ma amen!

Non credo che la new economy, ad esempio, sia in grado di assicurarci un mondo senza lavoro, senza fatica; tuttavia, in una società della conoscenza e dell'informatica, il fatto di limitare il lavoro inteso come sudore – è un sogno che si avvera, basta ricordare l'affermazione “lavorerai nel sudore” della Bibbia – è indice di un cambiamento profondissimo della società stessa.

Tutto questo è attinente a ciò di cui parleremo stasera? Io dico di sì. Se si vuol riflettere sulle origini della ricchezza e del successo di Lecco, si scopre che ricchezza e successo sono dovuti innanzitutto allo sviluppo economico manifatturiero, si arriva facilmente alla conclusione che una grande disponibilità di energia ha permesso di sostituire la forza del muscolo con altre forze nella fabbricazione dell'acciaio, delle munizioni, del tondino, insomma, di tutte quelle cose in cui Lecco non teme rivali nel mondo intero.

Oggi voi lecchesi, magari più di altri meno abituati a lavorare e sudare, siete sfidati dalla new economy. Insomma, oggi più che mai pensare al lavoro nella sua forma arcaica del “giù la testa e spingi” è del tutto inattuale. L'idea del lavoro che ha portato alla ricchezza un distretto come il vostro va oggi ripensata. Oggi, infatti, la fatica collegata al lavoro è indirizzata verso un faticare collegato al sapere, alla ricerca insomma di sapere di più. Si è affermata, insomma, un'altra mistica del lavoro: bisogna tenerne conto.

Oggi un'impresa prospera, si arricchisce e aumenta le vendite disponendo di un sapere superiore a quello della concorrenza. Mi riferisco naturalmente al sapere tecnologico ma anche all'accortezza che permette di individuare il luogo dove il prodotto verrà pagato maggiormente perché ne ha più bisogno di un altro luogo. Spesso, infatti, il vantaggio comparato riscontrato nel processo produttivo risulta meno importante del vantaggio comparato ottenuto grazie a un efficace posizionamento della propria attività. Il lavoro compiuto da Lariodesk va proprio in questa direzione ed io oggi vorrei portare un contributo alla comprensione di questo lavoro importantissimo.

Innanzitutto, bisogna chiedersi che cos'è oggi la new economy e come si rapporta alla concreta situazione economica di Lecco, della economie nazionali, di quella europea e di quella globale. Tutti noi abbiamo una vaga idea di cosa sia la new economy, è importante però riuscire a definirla in modo puntuale. Si tratta di una nuova economia caratterizzata da un più alta produttività multi factor ovvero da una più

alta produttività di sistema. Mentre in un'impresa di tipo tradizionale la produttività cresceva in rapporto alla crescita della produttività di pochi fattori – lavoro, energie, macchine utensili, brevetti –, nell'ambito della new economy si ottiene un vantaggio in rapporto alla produttività del sistema multifactor. Questo tipo di analisi non è una novità in una realtà come la nostra, gli italiani, infatti, hanno saputo anticipare l'esperienza della new economy nell'ambito degli ormai celebri distretti.

Il distretto era un insieme di soggetti produttivi in grado di fare sistema meglio di altri soggetti produttivi. L'affermazione di un sistema del genere è stata favorita dal fatto che le imprese facevano parte di un territorio rispetto al quale sviluppavano un senso di appartenenza molto forte. Insomma, l'impresa lecchese si trova a contatto con un'altra impresa lecchese che non le è sconosciuta. Oltre a questa conoscenza favorita dalla contiguità territoriale, nella nostra esperienza hanno giocato un ruolo importante istituzioni fortemente radicate sul territorio come le parrocchie, le casse rurali, le sezioni di partito, gli elementi interaziendali che conoscevano molto bene il sistema delle imprese che costituivano un distretto.

Il fitto radicamento sul territorio di imprese e istituzioni di vario genere è infatti una peculiarità tipicamente italiana. Siamo noi che abbiamo inventato l'idea di stare insieme, fitti nel territorio, fin dal 1100. Ciò che chiamiamo globalizzazione c'era anche nell'anno 1000 ed era il sistema feudale gestito dall'imperatore. Gli italiani, primi in assoluto, si sono rinchiusi dietro un muro facendosi i propri affari alla faccia dell'imperatore. In questo modo nacquero e si affermarono i comuni italiani fornendo alla dimensione locale una ricchezza e, inseguito, una forza che mai prima aveva avuto. La vita sociale all'interno delle mura era ricchissima essendo composta da relazioni strette e intense. Da qui la possibilità di opporsi al Barbarossa anche sul campo di battaglia.

L'industrializzazione affermata in Inghilterra si è basata su un concetto completamente diverso. Infatti, l'idea di operare sul mercato autonomamente ricercandovi e trovandovi gli elementi di conoscenza necessari ha contribuito a creare un territorio virtuale e ideale: il territorio del mercato. In quel contesto vi era l'impresa che si orientava su un mercato piccolo, quella che si rivolgeva a un mercato più grande e infine quella che optava per il mercato globale. La globalizzazione

non è altro se non la crescita dell'importanza di tutte quelle cose e di tutti quei fenomeni che non sono organizzati con riferimento al territorio.

Riflettiamo sulle forze concrete che promuovono la globalizzazione. La scienza, per esempio. Tutti sanno che non vi è una scienza lecchese e neppure una scienza italiana. La scienza, infatti, è autenticamente globale.

Lo stesso discorso vale per la finanza. Non vi è nessuna accumulazione locale. Si accede e si partecipa ad un mercato finanziario sempre più vasto: oggi questo mercato finanziario è un mercato globale.

Anche per quel che riguarda la mobilità, anche se naturalmente continua a sussistere una mobilità personale locale, nell'ambito del lavoro sta sempre di più prendendo piede una mobilità globale. Per fare un esempio, l'Alitalia viene definita la compagnia di bandiera italiana, ma dal punto di vista strutturale una differenza tra l'Alitalia e la American Airlines non c'è: fanno la stessa cosa. Se la mobilità e le strutture di mobilità sono diventate globali, oggi un qualunque uomo può raggiungere qualunque punto nel mondo in meno di 24 ore. Certo, la mobilità di una carriola non è la stessa cosa della mobilità di un aereo: la mobilità locale dunque rimane importante ma quella globale risulta decisiva. Non soltanto il segno o il suono ma anche le persone sono ormai in grado di raggiungere ogni punto del mondo in meno di 24 ore. Riflettendo poi sulla circolazione delle informazioni, è facile rendersi conto che abbiamo creato un mondo dell'informazione effettivamente globale: basta pensare a internet.

Ma allora, qual è il territorio della globalità? È il mondo intero. Chi usa Internet ben sa che a un suo messaggio inviato per posta elettronica a Melbourne si risponde in due minuti. Oggi i muri in grado di dividere un territorio da un altro sono stati abbattuti. È evidente che in questo mondo così grande e senza muri siamo tutti in certo qual mondo persi come lo erano i lecchesi nell'impero prima che si affermassero i legami comunali.

Il desiderio di ciascuno è comunque di ritrovare un luogo di appartenenza e di identità. L'impatto delle forze globali sulle entità locali è infatti la principale questione dell'oggi ed il maggior problema causato dalla globalizzazione. Parlar male della globalizzazione è quindi un non senso. La globalizzazione c'è sempre stata, oggi,

tuttavia, essa ci tocca molto di più che in passato in una dimensione, quella dell'appartenenza, fondamentale per l'essere umano. Il mondo "di fuori" ha sempre più potere su di noi: la concorrenza, il turismo, l'informazione ci portano in casa quotidianamente la realtà globale. Noi di "Globus et Locus" abbiamo appunto deciso di aiutare le Fondazioni, le Regioni, le Camere di Commercio e quindi le imprese a gestire meglio il rapporto fra la dimensione globale e quella locale.

Il discorso appena fatto, se lo si rapporta all'economia, porta a cogliere la fondamentale differenza tra la old e la new economy. Nella old economy erano pure presenti fenomeni di globalizzazione. Faccio l'esempio della Fiocchi: un bossolo di marca Fiocchi lo puoi trovare in tutto il mondo, che sia il bossolo di un proiettile usato per la caccia o che sia il bossolo di un proiettile usato per la guerra. Le imprese globali si sono affermate come tali da almeno cinquant'anni. Tuttavia, anche le imprese locali della mia infanzia come ad esempio la Borotalco erano diffuse e conosciute in tutto il mondo. Quest'ultime, comunque, erano identificate come imprese nazionali e il loro modo di agire e commerciare aveva a che fare con una cultura e un modo di comportarsi nazionali. Oggi, invece, un'impresa globale non è più caratterizzata, per quel che riguarda la sua attività produttiva, dalla sua appartenenza a un luogo di origine. Si tratta di un'impresa che funziona come una rete e che si colloca all'interno di un sistema i cui nodi di contatto hanno una dimensione globale.

Prendiamo l'esempio della Coca Cola, vero e proprio emblema dell'impresa globale. Tutti sanno che la Coca Cola che si beve da queste parti è imbottigliata a Bergamo. Pochi invece sanno che la ricetta della Coca Cola varia a seconda dei luoghi dove viene consumata. È più dolce nei Paesi del sud e più amara in quelli del nord e ciò è dovuto alle differenze locali di gusto. In definitiva, la strategia della diffusione pubblicitaria del prodotto è globale mentre l'attività produttiva rimane locale ed è collegata a rete ma non in modo radiale, non secondo lo schema della rete che ha un centro che irradia. Lo sciroppo per fare la Coca Cola, insomma, non viene da Atlanta, la sede centrale, è possibile invece che arrivi da Hong Kong, un nodo della rete. Questo modo reticolare di fare impresa è esattamente l'opposto dell'impostazione che si era data l'industria ottocentesca.

Riflettendo sul modo di agire delle imprese del distretto di Lecco si arriva alla conclusione che si tratta di imprese la cui logica è quella

della old economy. Esportano acciaio e altri prodotti in tutto il mondo e tuttavia la loro strategia rimane quella di quasi tutte le imprese singole dei nostri distretti, una strategia di tipo locale. Anche a Lecco esistono – anche se sono poche – le mini multinazionali conformate a rete il cui outsourcing non si limita alla produzione di parti di prodotto ma che concerne anche il marketing e la logistica, ovvero tutti i fattori di produzione. Non dimentichiamo il fatto che la new economy ha delle caratteristiche ben precise, essa infatti non premia la produttività di un singolo aspetto dell'attività produttiva ma la sinergia fra tutti questi aspetti. La qualità del prodotto è importante, ma oggi non basta. In un ambito di new economy l'efficienza e la produttività di un'impresa derivano dal suo essere multifattoriale.

Il secondo aspetto tipico della new economy è l'uso sistematico dell'information communication technology, l'ICT. La rete, il web e soprattutto la posta elettronica è un classico esempio di circolazione di informazioni secondo i dettami dell'ICT. Si tratta di una circolazione per certi versi incontrollabile che ha sovvertito i principi dell'informazione. Internet è nato come un sistema di informazione che non potesse essere messo fuori uso in caso di minaccia bellica. Oggi invece è proprio la nostra privacy ad essere messa a dura prova dai messaggi che ci vengono lanciati attraverso Internet. Questi messaggi non sono censurabili come lo era stata la posta durante la guerra e diventano quindi incontrollabili. Oltre ad essere incontrollabile, la rete delle reti è il vero punto d'incontro tra il globale e il locale in cui la globalità dell'informazione si configura come incontro tra le informazioni locali.

Un altro aspetto della questione riguarda l'economia di scala. Ci siamo abituati a pensare alle economie di scala prodotte in fabbrica: il costo di produzione di un singolo pezzo prodotto diminuiva in rapporto al numero crescente dei pezzi prodotti. La correlazione tra il costo di produzione di un pezzo e la quantità di produzione era un affare interno dell'azienda. In un'economia multi factor, invece, la convenienza è in relazione col sistema, la produttività è direttamente proporzionale alla scala del sistema. È la "scala" che agisce direttamente sul sistema e che gli consente di aumentarne la produttività. Faccio un esempio per quel che riguarda la strategia abituale dei distretti turistici: una campagna pubblicitaria fatta da un distratto incide sui costi naturalmente molto meno che la stessa

campagna pubblicitaria fatta da un'azienda singola. Passando dall'azione della singola azienda all'azione dell'insieme delle aziende vengono a crearsi delle economie di scala che concernono sia il marketing che la logistica, insomma, tutti quei fattori che non riguardano un'azienda singola ma che vengono messi in comune. La stessa operazione si può fare per quel che concerne l'abbassamento del costo del denaro. Le casse rurali e i Confidi hanno svolto un ruolo importantissimo in questo campo. È ovvio, infatti, che la globalizzazione, facendo agire le banche con una logica globale, diminuisce la loro interconnessione con le piccole e le medie imprese locali.

Sintetizzando, la new economy ha queste tre caratteristiche fondamentali: è un'economia multi factor in cui anche la produttività è multi factor, è un'economia di relazioni resa possibile da un sistema di informazione ed è un'economia di rendimenti crescenti quanto più crescono le aggregazioni collettive. L'affermarsi di questa economia di tipo nuovo cambia ovviamente lo scenario economico produttivo e dei servizi locali. È pure ovvio che nell'ambito di un'economia di questo tipo il modo di collocarsi di un sistema produttivo come quello di Lecco deve cambiare.

Lariodesk sottolinea che a Lecco l'informatica viene usata soprattutto dalle aziende del settore turistico. Certo, trent'anni fa nessun nostro albergo si preoccupava di far conoscere la sua esistenza in Australia. Oggi, invece, il mercato di riferimento è il mondo. Essendo cambiato il mercato di riferimento, sono pure cambiati i suoi strumenti di informazione. Oggi si prenota all'ultimo momento contando sul fatto che l'albergatore che ha un letto libero preferirà comunque occuparlo anche con un forte sconto. Questo tipo di operazione è possibile, naturalmente, solo in presenza di un adeguato sistema di informazioni. Se lo scenario economico cambia a causa dell'affermazione di un'economia di tipo nuovo, bisogna ora chiederci come deve cambiare in questo contesto la domanda di servizi locali. Il fatto è che l'imprenditore locale, anche l'imprenditore locale lecchese, non è ancora del tutto consapevole che la new economy lo sfida nella sua capacità di mettere in relazione qualità e prezzo dei suoi prodotti più della qualità pura e semplice. Il fatto che un compratore venga apposta a Lecco a cercare il fornitore si presenta ormai come un caso limite, di casi così ce ne sono sempre di meno. È quindi importantissimo che gli

imprenditori di Lecco siano consapevoli che l'efficienza del loro lavoro sarà sempre di meno legata al lavoro in fabbrica e sempre di più alle relazioni col resto del mondo. La consapevolezza di questo stato delle cose da noi c'è ed è più intuitiva che teorizzata. Sarebbe comunque importante prenderne atto anche al livello in cui si elaborano le strategie imprenditoriali comuni.

Ma come migliorano i servizi che fanno crescere la collettività, nel nostro caso la collettività imprenditoriale? Adattando i servizi alla domanda, essi non faranno che migliorare. Certo, se un singolo produttore pensa di poter trarre vantaggio da una tecnologia che possiede solo lui, andrà incontro a parecchie delusioni. La tecnologia evolve rapidamente e se io penso che, possedendo la posta elettronica, potrò avere un vantaggio sulla concorrenza, questa stessa concorrenza si è magari già organizzata con un portale. Insomma, come si fa a spiegare ai produttori che il servirsi dei servizi giusti – che, non dimentichiamolo, sono servizi inseriti in un sistema – li avvantaggerebbe enormemente? Ecco, un modo c'è ed è quello di persuadere i più informati a informare gli altri perché il modo migliore per stare in un distretto non è quello di tenersi le informazioni per sé ma è quello di coinvolgere anche gli altri. La forza dei nostri distretti risiede infatti nell'informazione reciproca. Se Como resiste come centro della seta mondiale nonostante la concorrenza cinese ciò è dovuto al fatto che un certo tipo di mercerizzazione, certi trattamenti del filato e del tessuto i cinesi non sono in grado di farli; questi trattamenti derivano infatti da una tradizione di colloqui informativi tra l'utente e il fornitore.

Nei distretti il successo era dato dal maggiore o minore scambio di informazioni, ma ciò concerneva la old economy, mentre per quel che riguarda la new economy bisogna essere ancora più veloci nel cambiare marcia e fare rete. È una constatazione che non vale solo per noi, essa è ed è stata valida per tutte quelle realtà – vedi Manchester dove è nata l'industrializzazione – che non sono riuscite ad adeguarsi a situazioni nuove. Qui da noi alcuni hanno capito che il mondo – anche il mondo della produzione – era organizzato in modo nuovo. I più intraprendenti imprenditori del Nord-Est hanno impiantato le loro attività a Timisoara, in Romania, avendo capito che lì il lavoro costava meno. Ora, però, questi stessi imprenditori si stanno rendendo conto che il costo del lavoro non è l'unico fattore in grado di tenere a bada la

concorrenza venendo a mancare gli altri vantaggi competitivi generati da un distretto.

In definitiva, oggi è importantissimo il fatto di saper spiegare a coloro che hanno avuto successo come produttori che è in atto una vera e propria rivoluzione culturale. A costoro non bisogna dire di tirarsi indietro, saper produrre in modo qualitativo rimane ancora un fattore decisivo. Tuttavia, accanto a questo fattore fondamentale, oggi è necessario padroneggiarne altri. Faccio un esempio: gli italiani sono giustamente conosciuti per le loro imprese familiari. Oggi l'impresa familiare non serve più, è obsoleta? Per carità, certo che serve! Se il figlio di un proprietario di fonderia, però, è un appassionato di computer, non necessariamente dovrà aprire un'azienda di computer: potrà lavorare nell'azienda familiare portando con sé un know how che nell'azienda prima non c'era. Quindi, oggi è importante garantire il ricambio generazionale nell'ambito dell'azienda familiare italiana. Se nell'ambito della old economy questo ricambio avveniva in un ambiente culturale omogeneo in cui le differenze di formazione tra padri e figli c'erano ma tutto sommato si riferivano a un contesto uniforme, oggi la new economy ha introdotto una frattura dovuta alla diversa conoscenza dell'informatica.

La frattura generazionale che stiamo vivendo nel mondo odierno è il risultato di una vera e propria rivoluzione. Cambiare mentalità e modi operativi non sarà facile anche perché la vera struttura intergenerazionale, la scuola, qui da noi è spesso e volentieri negletta. Inoltre, anche a livello di istituzioni locali non si fa abbastanza sia per gestire la dinamica intergenerazionale che per promuovere investimenti collegati alla mobilità globale come il cablaggio o l'aeroporto piuttosto che quelli necessari per l'acquedotto o la stazione ferroviaria. Il servizio pubblico, insomma, deve acquisire un senso della contemporaneità ben maggiore di quello sviluppato finora non dimenticando il fondamentale elemento formativo.

Ma quali potrebbero essere le realtà trainanti in quest'ottica? A mio parere, le Camere di Commercio e le televisioni. Le Camere di Commercio perché è nel loro interesse, mentre per quel che riguarda le televisioni, anche quelle locali, sarebbe naturale che promuovessero un discorso per colmare il gap intergenerazionale adempiendo così ad una funzione di servizio per la collettività.

Concludendo, vorrei fare un altro paio di considerazioni sulla new economy. Questo nuovo tipo di relazioni economiche presuppone un sistema di rapporti tra il locale e il globale senza necessariamente passare dal livello regionale o nazionale. Sintetizzando, la new economy è l'economia del mondo globalizzato. In un quadro del genere anche i comportamenti degli operatori economici devono cambiare. Naturalmente, quanto maggiore è la consapevolezza del cambiamento e dei suoi meccanismi, tanto maggiore sarà pure l'efficacia delle soluzioni concrete. Solo se le istituzioni collettive sapranno farsi carico del cambiamento, la sfida potrà essere vinta. Un'istituzione particolarmente adatta ad affrontare il nuovo scenario economico è la Camera di Commercio dato che la new economy esige una nuova statualità economica adatta a gestire il rapporto tra le funzioni e il territorio. Un'altra istituzione da coinvolgere in questa sfida è l'università. Un'altra ancora è la fondazione, locale nel reperire i mezzi e globale per quel che concerne gli interessi.

In definitiva, ciò che volevo dirvi oggi è che la new economy è ben reale ed agisce – positivamente o negativamente a seconda della comprensione dei suoi meccanismi – sullo scenario economico globale e su quello locale. Bisogna adeguarsi. Altrimenti si rimane indietro. Uno degli aspetti principali della new economy è l'informazione e la messa in rete di servizi locali in grado di agire su scala globale. Lariodesk è una piattaforma di servizi in grado di raccogliere la sfida. Ora tocca a tutti voi accettarla, questa sfida.