

Appunti di Gianfranco Fabi

Sintesi e insegnamenti dal punto di vista della politica economica.

Lo sviluppo regionale è, praticamente da sempre, uno degli oggetti di studio e di analisi più approfonditi e più dibattuti dagli economisti. Colui che è considerato uno dei fondatori della scienza economica moderna, Adam Smith, è ricordato per il suo saggio su “La ricchezza delle nazioni” (1776) in cui vengono messe a punto le leggi fondamentali che portano ad uno sviluppo economico disuguale le diverse aree del mondo. Smith riteneva il lavoro l'unica fonte della ricchezza e la divisione del lavoro unico fattore di progresso economico, dato che si può considerare l'elemento in grado di spiegare la maggior ricchezza di cui può disporre anche il membro più umile della società civile nei confronti di quanto può conseguire il selvaggio più attivo. La divisione del lavoro è la necessaria conseguenza dell'innata tendenza della natura umana allo scambio.

Sulla scia di Smith pochi anni dopo un altro economista classico, David Ricardo, tracciò le linee guida della teoria del commercio internazionale alla cui base egli pose il principio dei costi comparati: la produzione, secondo Ricardo (ma anche secondo il buon senso) tende a spostarsi nelle regioni dove i costi sono minori.

Si potrebbe proseguire a lungo in un processo di elaborazione delle teorie economiche che ha portato ad affinare sempre di più la conoscenza e considerare un sempre maggior numero di variabili nel valutare i fattori che sono alla base di uno sviluppo economico che continua ad essere non solo differenziato per aree e settori, ma anche fortemente dinamico sia in senso quantitativo, sia in senso territoriale.

Ma il punto di arrivo rischia di essere disarmante: oggi gli economisti alzano sempre più le braccia di fronte a chi chiede loro di mettere in evidenza le ragioni che determinano la crescita di particolari regioni rispetto ad altre. Per esempio basta leggere il recentissimo libro di uno dei maggiori esperti del settore, l'americano Allen J. Scott¹ per rendersi conto che la scienza economica non è in grado, e lo riconosce,

¹ Allen J. Scott, “Le regioni nell'economia mondiale”, Società editrice Il Mulino, pagg. 202, € 16,53

di offrire delle certezze. “Nel ventesimo secolo – scrive Scott – il divario tra distribuzione geografica delle dotazioni naturali e struttura osservabile del territorio economico si è fatto ancora più pronunciato. Praticamente niente di quello che è accaduto nella storia recente o nella geografia di luoghi come Detroit, Silicon Valley o Seattle avrebbe consentito di prevedere la loro successiva affermazione come principali centri mondiali rispettivamente dell’industria automobilistica, dei computer e dell’aeronautica. Perfino nei celebrati casi dell’industria aerospaziale e del settore cinematografico nel sud della California, la cui presenza nella regione è comunemente attribuita alle condizioni climatiche locali, le spiegazioni basate su fattori fisici svaniscono di fronte ad una analisi più approfondita in favore di spiegazioni *sociocostruttivistiche*.” In pratica l’elemento principale che sta alla base della crescita di una regione è l’elemento umano: è la capacità delle persone di organizzare risorse esterne e interne, capitali e valori, rischi e opportunità. La dimensione personale nella sua capacità di diventare aggregazione collettiva può diventare il fattore capace di mobilitare risorse interne ed esterne alla regione superando i limiti teorici dei costi comparati.

E soprattutto nella dimensione economica attuale, una dimensione in cui spicca sempre di più l’importanza dei fattori immateriali e dei beni virtuali (dall’informazione ai programmi informatici, dagli strumenti finanziari alle “fabbriche” di benessere e divertimento), appare ancor più decisivo il ruolo del “capitale umano”, un ruolo che comunque anche in passato è stato sempre centrale.

Un attento osservatore delle strategie competitive sia delle nazioni, sia delle imprese come Michael E. Porter mette in rilievo nel suo ultimo libro² due elementi significativi: il primo riguardo all’innovazione, il secondo alla globalità.

“Gli elementi che definiscono la competitività – scrive Porter – sono la produttività e l’innovazione, non i bassi salari, la bassa tassazione o una moneta svalutata”: questo è un’altra conferma del fatto che i fattori umani, quelli da cui

² Michael E. Porter “Strategia e competizione”, Ed. Il Sole-24 Ore, Milano, 2003, pagg.516, € 30,47

discendono produttività e innovazione, hanno ormai la netta prevalenza sui fattori di contesto, fattori che restano importanti, ma non decisivi.

E sul come la globalità influenzi le logiche di crescita regionale Porter scrive alla conclusione del capitolo su “Competitività e localizzazione”: “Un distretto è un sistema di imprese e istituzioni interconnesse il cui insieme è maggiore della somma delle parti. I distretti svolgono un ruolo importante per la concorrenza e quindi hanno conseguenze rilevanti per le imprese, lo Stato, le università e altre istituzioni dell’economia. I distretti – prosegue Porter – rappresentano un modo nuovo e complementare di capire l’economia, organizzare lo sviluppo economico ed elaborare le rispettive politiche. Capire lo stato dei distretti in un certo luogo fornisce importanti indicazioni sul potenziale produttivo della sua economia e sui vincoli gravanti sul suo sviluppo futuro. Paradossalmente nell’economia globale i vantaggi competitivi più duraturi saranno di natura locale.”

Questo significa che i sistemi locali quanto più saranno capaci di integrare le risorse umane, materiali e politiche, tanto più sapranno creare innovazione e quindi creare un vantaggio competitivo capace di porre il confronto su piani sempre nuovi e diversi.

In questa prospettiva la giornata di oggi ha messo in risalto molto bene e con molte particolarità la dimensione dinamica e il continuo, e in gran parte positivo, processo di adattamento dell’economia ticinese allo scenario esterno. Sono balzate in evidenza le condizioni, spesso esterne, che hanno facilitato la crescita così come è stato messo in rilievo come sia estremamente diversificato il meccanismo che ha guidato lo sviluppo degli ultimi anni.

I dati positivi appaiono indubbiamente non solo nella dimensione polisetoriale, con un ruolo ancora significativo dell’agricoltura, con una dimensione industriale in crescita, con un settore finanziario che resta dominante, ma anche nella dimensione territoriale con la doppia attrazione dell’Italia e di oltre Gottardo. A livello di struttura le carte da giocare sono rilevanti e questo non fa che aumentare il potenziale vantaggio competitivo rispetto alle regioni vicine.

Si tratta però di fare un salto di qualità: affinare gli attrezzi della politica economica va benissimo, accrescere le dotazioni infrastrutturali altrettanto bene, così come va nella direzione giusta creare meccanismi di incentivi territoriali. E' necessario però anche avere la coscienza che solo il fattore umano può trasformare ingredienti diversi in una piatto gradevole e accattivante.

Allora il Ticino si trova di fronte a tre fattori in cui la dimensione umana determinante e in cui la prospettiva sociale è decisiva.

#####

IL FATTORE CRESCITA. Il sistema economico ha bisogno di mantenersi dinamico anche per sviluppare tutte le potenzialità che ha al suo interno. Dal profilo strutturali i meccanismi di crescita sono noti: la riduzione dei costi, l'efficienza, una buon rapporto con l'amministrazione, un regime fiscale non punitivo. Ma il salto di qualità può venire da un elemento quanto mai umano:

L'OTTIMISMO

La fiducia è il principale motore dei consumi e degli investimenti, le aspettative positive sono alla base dell'avvio di quella spirale positiva che lega il reddito alla spesa, la spesa alla produzione, la produzione alla creazione di posti di lavoro. E non deve stupirci il fatto che l'economia possa essere governata più dalle emozioni che dalla razionalità.

#####

IL FATTORE COMPETITIVITÀ. Di fronte al crescere della competizione internazionale e ad una sfida sempre più globale, gli elementi che possono dare competitività alle imprese sono stati analizzati in decine di manuali: il prezzo, la qualità, l'innovazione, la capacità di stare sul mercato sono tutti elementi da tener presente. Ma anche in questo caso il salto di qualità viene ancora dalla persona:

L'INTUIZIONE

I processi che portano a nuove iniziative, a nuovi prodotti o, più spesso, a modificare e adattare i vecchi, nascono molto più dall'intuizione che non dall'applicazione di regole astratte. Ma l'intuizione non cade dall'alto: ha bisogno di un terreno fertile, di uno scenario favorevole, di una libertà di movimento e di

elaborazione intellettuale: tutti elementi che in Ticino ci sono e possono essere adeguatamente valorizzati.

#####

IL FATTORE DI INSEDIAMENTO. Per favorire nuove attività, per entrare a pieno titolo nei flussi di investimento, per intercettare le iniziative che possono creare nuove occasioni imprenditoriali sono importanti tutti i fattori che possono offrire un vantaggio competitivo. E quindi la burocrazia più agile e meno invadente che in altri Paesi (e non è difficile essere più efficienti della Pubblica amministrazione italiana), un livello più basso di tassazione, una struttura finanziaria moderna, una logistica efficiente (e il Ticino ha qualche punto debole su questo fronte). Ma quello che fa scattare la decisione è ancora un elemento emotivo.

LA SIMPATIA

Nella decisione di Ernesto Bertarelli di affidare a Valencia e non a Napoli la sfida di Coppa America hanno certamente contribuito elementi economici, ma sono convinto che quello che ha fatto pendere l'ago della bilancia è stato il fattore simpatia. Si tratta di creare verso l'esterno, e quindi soprattutto all'interno un clima che potremmo definire d'ambiente in cui la cordialità sia il metro dei rapporti sociali.

Tutto questo, ovviamente, non è in alternativa alla dotazione di strutture tecniche, al perfezionamento delle logiche economiche: la dimensione umana è indispensabile per quello scatto di qualità, per quello sprint vincente che non ci solo ci aiuta a dare le risposte giuste, ma fa in modo che i nostri interlocutori ci facciano le domande a cui noi sappiamo rispondere.

Grazie
