

FRANCESCO ADAMO

COMPETIZIONE E VALORI DEL TERRITORIO NEL CAPITALISMO FLESSIBILE E GLOBALISTICO (*)

Agli albori del XXI secolo – nel mondo di *Internet* e dello spazio virtuale delle reti informatiche e di comunicazione, in un mondo in cui la *new economy* va facendo grandi passi in avanti e sta radicalmente cambiando il nostro modo di vivere e di lavorare, in cui la competizione tra le imprese (dell'economia ancora dominante, ufficiale e formale, produttrici di beni materiali di consumo finale) si realizza in un mercato reale che è ormai globale e fortemente integrato – è certo d'uopo porsi la complessa domanda cui in questo convegno cercherò di dare una prima risposta, e cioè quali siano rimasti o siano diventati i principali fattori territoriali dello sviluppo d'impresa e, quindi, quali siano i principali fattori dello sviluppo locale, assumendo che l'investimento d'impresa ne costituisca ancora il motore fondamentale. Si tratta di un quesito che non nega l'importanza o addirittura l'esistenza di condizioni territoriali del progresso economico (a dispetto della diffusione di nuove visioni geografiche, tanto errate quanto alla moda, secondo cui gli Stati-nazione, i confini, le distanze itinerarie o fisiche non avrebbero più senso), ma certo le rimette in discussione, assumendo che le condizioni territoriali sono, come ogni teoria sociale, storicamente e geograficamente relative. Esso, inoltre, riconosce implicitamente che una corretta risposta è necessaria per suggerire tanto proficue strategie localizzative alle aziende, quanto efficaci politiche di progresso locale agli enti pubblici.

Per cercare di apportare un contributo utile in tal senso, ritengo che l'analisi dei rapporti tra impresa e territorio, delle loro tendenze evolutive, debba partire da un lato da una preliminare esplicitazione e riconsiderazione degli stessi paradigmi della geografia – e particolarmente delle concezioni assiomatiche dello spazio terrestre, oggetto della descrizione geografica – e, da un altro lato, dalla esplicitazione della teoria dell'impresa o quantomeno dalle concezioni che si assumono in materia di competizione.

(*) Contributo presentato al 25° Convegno dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale, «Competizione globale e sviluppo locale tra etica e innovazione» (Novara, 4-5 ottobre 2002).

Concezioni e valori del territorio. – Riguardo allo spazio geografico, una prima concezione è quella che lo intende quale *sistema* (o «sintesi», come dicevano i geografi della generazione di D. Gribaudi e di U. Toschi, oppure «organismo» come si diceva ancor prima) ovvero quale combinazione spaziale di elementi di natura diversa, sociale e naturale, materiale e immateriale. In base a questa concezione del proprio oggetto di studio – che caratterizza l'approccio scientifico della migliore tradizione geografica sin dall'Ottocento (in particolare i contributi di A. von Humboldt e di C. Ritter) e che negli ultimi trent'anni, grazie agli importanti sviluppi della teoria generale dei sistemi, si è andato diffondendo anche alle discipline sociali di tipo analitico – l'interdipendenza dei fenomeni diviene un principio di base della geografia e questa è vista essenzialmente come scienza di rapporti.

Una seconda concezione – che da sempre dà ragione dell'utilità della descrizione geografica – è quella di territorio come *condizione* dell'azione umana, oltre che *prodotto* della stessa azione e di quella della natura. Ogni unità regionale e ogni struttura territoriale, come quella di una città o di un sistema di più città, presenta «valori», vincoli e opportunità, che non solo sono differenti a seconda delle attività e degli interessi delle distinte classi sociali e dei differenti soggetti sociali, ma che sono anche storicamente relativi. Questa concezione, già ben evidente per esempio nella geografia di E. Reclus e più tardi di P. Vidal de La Blache, M. Sorre (1951) e altri, si rifà certo in parte al tradizionale «principio d'attività», secondo il quale «i fatti geografici, fisici o umani, sono fatti in continua trasformazione e vanno studiati in quanto tali» (Brunhes, 1925, p. 13), evidenziandone i processi di formazione e di sviluppo. Essa si è però largamente arricchita e consolidata, da un lato grazie agli sviluppi dell'economia spaziale e da un altro lato grazie all'affermarsi anche in geografia di un approccio critico, marxista o strutturalista, che ha recepito i contributi del materialismo storico, nonché di concetti dell'approccio behavioristico che sono fondamentali per una corretta interpretazione dei rapporti tra gruppi umani e territorio.

Una terza concezione, che è presupposta dalle due precedenti e che ritengo meriti una riconsiderazione in relazione alle tematiche dei vantaggi competitivi locali che qui più c'interessano, è quella corologica, di *spazio differenziato*, che come la precedente percorre tutta la storia del nostro pensiero geografico sin dalle sue origini greche. Questa concezione dello spazio terrestre e della geografia ci richiama di nuovo von Humboldt e Ritter, ma anche von Richtofen, e poi soprattutto Hettner e dopo ancora l'opera di Hartshorne, *The Nature of Geography*, e finalmente il saggio di G. De Jong (1962), intitolato appunto *Chorological Differentiation, as the Fundamental Principle of Geography*, il quale, malgrado i tanti successivi scritti sulle basi teoriche della geografia, merita un'attenta rilettura (1). Sulla base di questa concezione, nell'analisi degli attributi o «valori» territoriali di ciascun luogo (villaggio, città, regione ecc.) del geosistema mondiale, siamo soliti distinguere gli essenziali attributi e valori «spaziali» da quelli «ambientali»: i primi, com'è noto, attengono principalmente alla posizione

(1) Le tre concezioni ricordate sono sintetizzate nella figura 1.

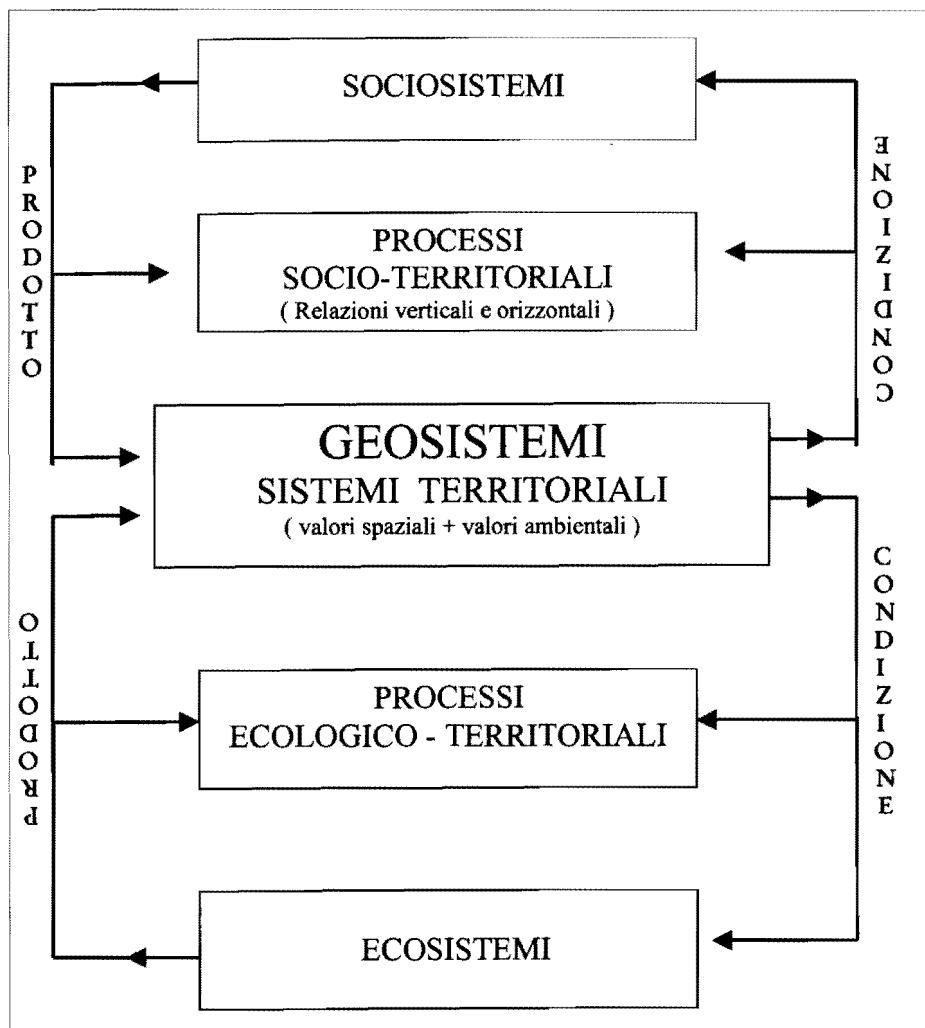


Fig. 1 – Schema delle principali concezioni paradigmatiche dell'oggetto della rappresentazione geografica

relativa del luogo, da cui dipenderebbe la sua integrazione «orizzontale» con altri luoghi e i rispettivi ambienti; mentre i secondi dipendono dalla natura dei fenomeni o elementi (materiali e immateriali, naturali e sociali) coesistenti in quel luogo e dalla loro integrazione «verticale». Pur ritenendo essenziale, nell'individuazione dei caratteri e nella progettazione dello sviluppo di una data località, città o regione o nazione, la considerazione delle relazioni orizzontali, mi sembra utile sottolineare che in questo paradigma non si pone tanto l'accento sulle variabili spaziali di queste relazioni, quanto sulla differenziazione sociale e naturale dello spazio terrestre, cioè sulla variabilità ambientale dei luoghi e dello spazio terrestre. Porre l'accento sui valori dell'ambiente alla scala locale (di una

comunità urbana e/o regionale) è oggi importante perché, malgrado l'ambiente esterno, con la crescente integrazione del geosistema mondiale e dei geosistemi macroregionali e nazionali in cui s'articola il mondo, vada ponendo in generale condizionamenti (vincoli-opportunità) sempre più determinanti, le relazioni orizzontali di una data città (con città e regioni urbane esterne alla propria regione funzionale, intesa come spazio continuo di relazioni) e il suo sviluppo dipendono essenzialmente da quelle verticali: dalla qualità dell'ambiente locale e dalla capacità dei soggetti locali di aprirsi al mondo esterno e di partecipare alla costruzione di un proprio sistema di relazioni sovranazionale e globale. Questo sistema sarà spaziale nella misura in cui le relazioni orizzontali daranno vita a flussi materiali (persone e cose), altrimenti sarà puramente virtuale o fisicamente a-spaziale; nel primo caso, comunque, raramente configurerà uno spazio continuo, ma uno spazio discontinuo. Pur assumendo per comodità d'analisi la richiamata distinzione tra valori spaziali e valori ambientali del territorio e ribadendo che ambedue costituiscono condizioni necessarie ma di per sé insufficienti (in quanto in mancanza degli uni o degli altri, i valori locali che ne sono il prodotto sarebbero nulli), insisterò quindi anch'io soprattutto sui secondi; tanto più che è ben evidente nel caso delle imprese che la valorizzazione di potenziali vantaggi spaziali o il parziale superamento di svantaggi spaziali, quali sono dati soprattutto dalla posizione geografica e valutabili in termini di accessibilità (2) ai mercati geografici di approvvigionamento e soprattutto di sbocco delle merci, è mediata dai rapporti verticali, dipende cioè dalle tradizioni storiche, dai caratteri politico-istituzionali e ideologico-culturali dell'ambiente locale considerato, dalle capacità delle sue forze sociali ed economiche.

L'importanza fondamentale che il principale paradigma geografico attribuisce all'ambiente (naturale e sociale) di ciascun luogo e delle più ampie unità territoriali (meso-regioni, Stati, unioni di Stati) in cui si colloca, per comprenderne lo sviluppo e progettarne il progresso economico e sociale, è riconosciuta negli ultimi anni anche da un crescente numero di contributi teorici provenienti da varie discipline economiche e sociali. Basti menzionare, per esempio, i contributi dell'economista politico Krugman (1991 e 1998) e dell'economista gestionale Porter (1998) e anche di studiosi del progresso tecnico (Dosi, Gianetti e Toninelli, 1992) e di reti sociali (Fukuyama, 1995; Harrison e Weiss, 1998), come ricorda-

(2) Questa, ovviamente, non è data solo dalla distanza ma anche dai mezzi di trasporto impiegati; per cui un efficiente sistema di infrastrutture di trasporti è certo irrinunciabile. Ciò è a tutti ben evidente per l'Italia intera, per rendere competitivo il suo territorio ovvero renderlo attrattivo di investimenti; così com'è ben chiara per la città che ci ospita e per il Novarese, ma anche per il Piemonte e l'intero Nord-ovest italiano, l'importanza strategica, prioritaria, dei collegamenti con la rete europea ad alta velocità, attraverso la costruzione della Torino-Milano, e con l'aeroporto internazionale della Malpensa. Va tuttavia notato che, come altri elementi ambientali, queste infrastrutture indispensabili per la circolazione delle merci e delle persone (e, nel caso del Novarese, per valorizzarne la posizione relativa) sono costruibili in tempi non troppo lunghi e offrono un vantaggio di cui si possono dotare o sono dotati anche altri luoghi. Inoltre, non solo hanno costi non indifferenti, ma i grandi valori spaziali che ne risultano rischiano anche di non dare i benefici attesi, e anzi di essere sprecati, se al tempo stesso l'ambiente sociale locale non è in grado di avvantaggiarsene.

no M. Di Tommaso e R. Rabellotti (1999, pp. 16-17) con i quali concordo (Adamo, 1989): «forse ciò che colpisce di più è il crescente interesse di alcuni economisti *mainstream* verso la geografia economica (3), rivalutandola «al punto da pretendere che essa occupi una posizione centrale nell'ambito delle discipline economiche (politiche ed aziendali), piuttosto che continuare a vivacchiare ai loro margini» (Adamo, 1999, p. 1). Questo radicale cambiamento, se certo può colpire, non stupisce: conferma la consapevolezza dell'importanza, crescente con la globalizzazione, dei valori dei luoghi o valori geografici sia nel successo e nella crescita di una impresa, sia nella specializzazione economica di una data unità territoriale e in particolare nella sua capacità d'attrarre investimenti e, in breve, nello sviluppo economico «locale» o «regionale». (4) (Maskell e altri, 1998).

Fondamenti della competizione nel capitalismo flessibile e globalistico. – La scoperta del territorio da parte di cultori di altre discipline e la crescente consa-

(3) Oppure: «verso quella che oggi molti definiscono la «nuova» geografia economica» come affermano Di Tommaso e Rabellotti (p. 17), rinviandoci per una rassegna in proposito a Fujita, Krugman e Venables (1999). A questo riguardo devo tuttavia precisare che di nuovo c'è certamente la realtà dell'attuale mondo economico, ma la novità della geografia economica come disciplina scientifica consiste soprattutto nel fatto che alcuni economisti l'hanno finalmente scoperta e ne riconoscono la centralità tra le discipline economiche. Essa è in altre parole espressione del dilagante «nuovismo» degli ultimi 15 anni, dovuto probabilmente in parte a certi modi d'intendere la «originalità scientifica» e alla volontà imposta dai concorsi accademici, in parte (come sembra più evidente nel caso in questione) semplicemente alla scarsa conoscenza (anch'essa in parte dovuta, soprattutto in Italia, alla divisione accademica del sapere) degli scritti di studiosi (non solo classici, ma pure contemporanei) non appartenenti al proprio «settore scientifico-disciplinare» o corporazione accademica. Tra coloro che nei loro contributi teorici hanno evidenziato l'importanza economica dell'ambiente locale è d'un certo interesse notare che vengono citati come provenienti da altre discipline anche studiosi che di fatto provengono dalla geografia o lavorano in dipartimenti universitari di geografia e collaborano sistematicamente a riviste geografiche, come Ash Amin, Nigel Thrift, Kuniko Fujita, Ann Markusen, Michael Storper, Allen Scott e altri. Per evitare di ripetere errori che la geografia economica (almeno quella propria dei geografi) ha faticosamente superato, ritengo utile che i cultori della «nuova» geografia economica (almeno quelli che non provengono dalla geografia o non lavorano con geografi) si riferiscano alle opere principali della vecchia geografia e ne considerino il percorso metodologico. Questo è importante, oltre che per evitare ovviamente di «scoprire l'acqua calda», per scongiurare il pericolo di cadere nell'empirismo, di restare prigionieri delle peculiarità dei luoghi e di non cercare di individuare quanto meno delle regole, dei concetti che siano applicabili altrove, pur nei limiti del loro relativismo, e utili a definire politiche e strategie. E' importante, non per ultimo, per evitare, nell'interpretazione dei rapporti tra sviluppo e territorio, di ricadere nel determinismo geografico (spaziale e ambientale) che riaffiora spesso nei neofiti della geografia economica e politica, com'è per esempio abbastanza evidente nell'interpretazione del sottosviluppo dataci da Ricardo Hausmann su «Global», il nuovo mensile de «La Stampa», nel numero di febbraio 2001, specialmente nella prima parte dell'articolo.

(4) Con tali attributi mi riferisco precisamente a un certo geosistema o unità territoriale, comprendente una certa comunità sociale e la base fisico-territoriale che di essa è parte inscindibile, unità territoriale che può variare dal singolo villaggio e città (microregione), alla regione in senso stretto, intesa come unità intermedia (mesoregionale) tra il livello decisionale della singola comunità rurale o urbana e quello dello Stato, a un intero Stato e, nel caso europeo, a un'unità sovrastatale (macroregionale).

pevolezza della sua importanza, in particolare da parte degli economisti, che avevano fatto sperare in un sensibile progresso degli studi tradizionali dei geografi sulla localizzazione delle attività economiche e l'organizzazione territoriale delle imprese, non hanno consentito in verità di fare grandi passi in avanti, utili a rispondere al quesito che mi sono posto: cioè quali siano precisamente oggi i valori locali che più contano per il progresso economico e sociale, in quanto costitutivi di «economie esterne» ossia «vantaggi competitivi» per le imprese – dati, alcuni, da elementi esterni alla singola impresa e, altri, da quegli elementi che sono esterni all'intero sistema produttivo locale in cui l'impresa è integrata e che costituiscono l'ambiente di sviluppo di tal sistema. Salvo alcune eccezioni, rappresentate per lo più dagli studiosi che ho ricordato, si tratta di analisi che ci possono servire a migliorare quelle elencazioni di fattori o vantaggi di localizzazione, e in particolare di vantaggi della concentrazione, che ci fornivano molti nostri manuali – elencazioni che in qualche misura sono pur utili in termini normativi, ma certo inadeguate per individuare le priorità su cui dovrebbero fondarsi le strategie d'impresa e le politiche a sostegno della crescita della competitività e del progresso locale. A questo fine, poiché l'importanza o valore strategico dei singoli attributi del territorio, tanto spaziali quanto ambientali, è relativo storicamente – oltre che diverso secondo il settore di produzione e la scala geografica considerata ovvero il livello dimensionale delle varie unità territoriali in cui l'impresa opera – ogni tentativo di valutare tale importanza non può che muovere da una teoria attuale dell'impresa di capitale (cioè dell'altro soggetto attivo del rapporto d'interazione che è oggetto di queste riflessioni) e in particolare dalla considerazione dei presupposti fondamentali dell'attuale competizione tra le imprese. Riguardo a questo secondo importante punto – che personalmente mi è più difficile sviluppare, poiché non sono un «impresologo» puro e in particolare non padroneggio quelle che sono le «economie interne» o fattori interni, organizzativi, gestionali e amministrativi, della competitività e del successo di una impresa – si dispone, come si può leggere nei manuali di economia aziendale più diffusi e come ben sanno i partecipanti a questo convegno, di varie concezioni dell'impresa, dei suoi caratteri e dei suoi comportamenti, in base alle quali si potrebbero al più identificare alcuni paradigmi, necessariamente pochi, visto che anche tali concezioni sono sensibilmente differenziate geograficamente: tanto da potersi distinguere un capitalismo anglosassone, soprattutto statunitense, e un capitalismo renano o dell'Europa continentale (Albert, 1993 e 1999). Tra le imprese di questi due modelli di società avanzate, e particolarmente tra le imprese di capitale, l'unico fondamento comune è l'obiettivo di soddisfare l'azionista e il risparmiatore, assicurandogli dei profitti adeguati. Gli altri più ampi obiettivi che fanno parte della concezione europea dell'impresa, quali la soddisfazione a lungo termine dei clienti, dei lavoratori e delle forze sociali, in breve di tutti i *partners* dell'azienda, che per lo più sono stati visti, e lo sono ancora, come un fattore di debolezza del modello europeo rispetto a quello statunitense, ritengo al contrario che nel lungo termine potranno essere un fattore di forza, per i presupposti su cui credo vada fondandosi sempre più la competizione, particolarmente nei beni e servizi destinati ai consumatori di alto e medio

reddito e nei beni di produzione destinati ad accrescere la produttività e più in generale la competitività delle aziende.

Dalla definizione di tali presupposti discende quella dei fattori di competitività, e quindi anche la determinazione dei vantaggi offerti dagli attributi spaziali e ambientali dei luoghi e la loro valutazione quali valori per l'azienda. Se, semplificando il mondo in cui viviamo, assumiamo di trovarci in un'economia di mercato aperta e concorrenziale, fondamenti della competizione non possono che essere il prezzo e la qualità, per cui la competitività aziendale dipenderebbe dal rapporto qualità/prezzo dei beni o servizi offerti. Benché il mondo non sia così – né lo sarà mai neppure attraverso una completa globalizzazione dell'economia – nell'ambito di una stessa categoria di beni o servizi obiettivo fondamentale delle aziende che vi operano, per restare competitive o accrescere la loro forza di mercato, è cercare di ridurre tale rapporto attraverso innovazioni di organizzazione, di processo, e di prodotto. Se questo obiettivo resta sempre valido nell'ambito di beni destinati a una stessa categoria di clienti, mi sembra essenziale in generale, per tutte le aziende di capitale operanti in Italia e in genere nei territori di paesi capitalistici più sviluppati, come per tutte le imprese globalizzate, puntare oggi soprattutto sulla «qualità» dei beni o servizi offerti, tanto più quanto più i prodotti sono da considerarsi «maturi» (a dispetto della «crisi» della teoria del ciclo del prodotto evidenziata negli ultimi vent'anni). Questa scelta significa certo, rifacendoci all'importante contributo di Michael Porter (1987), fondare più in generale il vantaggio competitivo del proprio *business* sulla «differenziazione» e quindi puntare sull'innovazione del prodotto, in modo da garantire al prodotto (sinché non è imitato) una certa unicità e all'azienda un temporaneo monopolio, o anche puntare su prodotti tipici la cui unicità è garantita da una consolidata tradizione. Comunque, i fattori critici di successo per le aziende che puntano sulla qualità sono dati dalla disponibilità di risorse rare che certamente non sono ubiquitarie, ma ben radicate negli ambienti di certi luoghi. E', in breve, su questa disponibilità locale che si fonda soprattutto il vantaggio competitivo. Più in generale ancora, questa scelta significa anche che, in paesi a più alti redditi e costi del lavoro, le aziende devono produrre beni e servizi non soltanto collocati nella fascia di prezzi medio-alta, ma anche con più alto valore aggiunto. Questo ovviamente non significa che le aziende di tali paesi (o facenti parte dello stesso gruppo) non possano offrire prodotti a basso valore aggiunto o che presentano un alto grado di maturità. Significa solo che devono localizzare tali produzioni altrove e quindi che i fattori di produzione, anche sotto l'aspetto quantitativo, tradizionale, con cui si guardano di solito in economia, non sono da considerarsi ancora ubiquitari; vuoi perché ubicate restano le materie prime e il costo di trasporto ha ancora un certo rilievo, tanto maggiore quanto minore è il loro valore aggiunto, vuoi soprattutto perché la globalizzazione riguarda l'investimento di capitale e la commercializzazione dei prodotti, ma non il mercato del lavoro. Significa, inoltre, che le produzioni di beni globalizzati, anche se decentrate in paesi a basso reddito, devono fondarsi sostanzialmente sulle stesse tecnologie usate nei paesi avanzati, dovendo fornire merci di qualità competitiva; per cui non è più possibile trasferire tecnologie ar-

retrate ai paesi sottosviluppati e, di conseguenza, viene sostanzialmente meno uno dei cardini dello «scambio ineguale» (Adamo, 2002). La scelta della qualità dei prodotti, sotto tutti gli aspetti, è imposta dai mutamenti intervenuti negli ultimi trent'anni negli assetti geografici dei mercati mondiali, sul piano economico, politico ed ecologico-sociale (Adamo, 1984, 1993 e 2001). Questi mutamenti segnano il passaggio a un capitalismo nuovo, che si può definire «flessibile» riguardo all'organizzazione del lavoro e «globalistico» riguardo al tipo di prodotto e allo spazio geografico della competizione; e comunque segnano la fine di un capitalismo fondato su organizzazione ford-tayloristica della produzione, su mercati nazionali e cioè su una competizione che restava sostanzialmente nazionale (anche se le imprese erano multinazionali straniere), su una gestione keynesiana della domanda e su una relativa stabilità economica e politica internazionale.

Oltre che alle politiche interne e internazionali praticate dagli Stati principali, il nuovo ordine e le nuove condizioni competitive si devono largamente alle stesse risposte via via adottate dalle aziende, a partire soprattutto dai primi anni Settanta, in risposta alla tendenziale saturazione dei mercati reali e alla fine, nei paesi avanzati, dell'abbondanza dei fattori di produzione e delle altre condizioni che avevano consentito la grande espansione del dopoguerra. La *prima risposta*, com'è noto, è stata data da innovazioni gestionali e organizzative: cioè dalla costituzione di *holdings*, dal «decentramento produttivo» ovvero dalla de-verticalizzazione della produzione, dal decentramento geografico verso regioni dello stesso paese e soprattutto verso altri paesi, alla ricerca di lavoro a basso costo e anche, per le attività che più ingombrano e sporcano, di ampi spazi a buon mercato e soprattutto di minori vincoli ecologici, fattore localizzativo divenuto sempre più importante con la crescita da quegli anni (dopo la conferenza di Stoccolma sull'ecosviluppo, del 1972) della legislazione ecologica nei paesi più avanzati. La *seconda risposta*, intensificatasi soprattutto dagli anni Ottanta, è stata quella dell'innovazione dei processi, e in particolare della diffusione dell'elettronica di fabbrica, che ha interessato prima le grandi imprese e i loro sistemi locali polarizzati e successivamente sempre più anche i sistemi locali di tipo distrettuale (Adamo, 1996). La *terza risposta* in ordine di tempo, ovviamente sempre in termini di prevalenza, è data dalla innovazione di prodotto, dalla ricerca di prodotti «nuovi» o rinnovati, ovvero di nuovi valori d'uso, e dalla diversificazione; ma soprattutto dalla ricerca della qualità, reale o comunque riconosciuta tale dai consumatori – una qualità che sempre più deve essere tale anche sul piano ecologico, sia riguardo all'impatto dei processi che dei prodotti. Questa risposta, che per le aziende di maggior successo si combina ed è quasi concomitante con le altre, si generalizza a partire dagli ultimi dieci anni, quando diviene una scelta obbligata, avendo ormai la maggior parte dei concorrenti in un certo *business* adottato le precedenti risposte che, oltre alla riduzione dei costi, hanno garantito una certa «flessibilità» ovvero capacità di adeguarsi e valorizzare la segmentazione della domanda e di rispondere a eventuali cadute della domanda stessa. Benché sotto l'aspetto ecologico non abbia ancora raggiunto livelli soddisfacenti, la risposta della qualità va crescendo rapidamente anche a tal riguardo (come si può notare dalle certificazioni ISO 14001 e delle registrazioni EMAS).

Diviene, nel frattempo, ben evidente la tendenza a una trasformazione dei sistemi locali di imprese – soprattutto di quelli polarizzati entrati in crisi assieme al modello ford-tayloristico sin dagli anni Settanta, ma anche dei tradizionali distretti la cui struttura già si fondava su rapporti di interdipendenza informali – in sistemi a rete, con strutture caratterizzate da rapporti di collaborazione formali (Adamo, 1996 e 2001). Inoltre, il processo d'integrazione economica dello spazio terrestre – avviato quanto meno da metà Quattrocento con le grandi esplorazioni geografico-commerciali europee – assume sempre più nettamente la forma della globalizzazione: all'internazionalizzazione della produzione, intensificatasi nettamente sin dalla fine degli anni Sessanta del XX secolo, alla crescente affermazione di una strategia globale delle grandi imprese dagli anni Ottanta, si aggiungono negli anni Novanta una tendenza alla liberalizzazione dei mercati – imposta dalla politica statunitense e dagli organismi internazionali sotto controllo degli Stati Uniti (come il FMI) ed evidenziata dalla conclusione del lungo Uruguay Round (1994) e dalla nascita dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (1995) – e una tendenziale crescita dell'accessibilità dei mercati stessi, dovuta non solo a grandi progressi nel campo dei trasporti marittimi, ma anche e soprattutto all'enorme crescita delle comunicazioni telefoniche e telematiche e quindi delle informazioni reperibili, nonché un netto allargamento del mercato mondiale con la caduta del Muro di Berlino da un lato e la crescente apertura del mondo cinese da un altro.

Vantaggi strategici e condizioni indispensabili del territorio. – Considerando che la qualità dei prodotti dipende largamente da quella dei processi e dell'organizzazione, è certo evidente che la *strategia della qualità* implica innovazioni anche sotto questi aspetti aziendali – e certo non esclude comunque l'obiettivo della riduzione dei costi, anche se per produzioni tradizionali può trattarsi dell'adozione di strumenti e iniziative atte a salvaguardarne il processo e a conservare e garantire l'identità del prodotto (5). Assumere, però, il presupposto che oggi e in prospettiva la competizione (tanto globale, quanto interna ai mercati regionali di paesi ad alto reddito) e quindi lo sviluppo aziendale e locale si fondino premminentemente sulla qualità dei beni e servizi – o meglio sulla «qualità totale», come da anni ormai vanno ripetendo molti dirigenti d'azienda, pur se in parecchi casi stentano a mettere in pratica le debite conseguenze di tale indispensabile scelta – significa soprattutto assumere pienamente la collaborazione con tutti gli *stakeholders*, a qualsiasi livello o scala geografica si collochino, come la via principe della competitività aziendale, con la consapevolezza che la collaborazione comporta impegno e responsabilità da parte di tutti. La collaborazione deve improntare tanto le relazioni tra i nodi della rete globale o comunque sovratatale, che le principali aziende sono costrette a costruirsi se vogliono svilupparsi o anche solo restare competitive, quanto le relazioni all'interno di ciascun nodo, cioè all'interno di ciascuna delle reti locali e regionali in cui sono inserite

(5) Per una schematizzazione dei fattori competitivi si veda la figura 2.

le loro singole unità aziendali (di produzione, progettazione, ricerca ecc.) e quelle, per lo più uniche, di fornitori e clienti locali, e non per ultimo all'interno di ciascuna azienda. Dalla collaborazione dipende, infatti, l'impegno, la responsabilità e in breve l'«amore» con cui si fanno le cose e quindi non solo lo sviluppo di un'idea innovativa e di nuovi prodotti, ma certo anche la riduzione di scarti e altri costi inutili e in breve la produttività.

A partire da questi presupposti, le *qualità ambientali* che offrono i più alti vantaggi competitivi sono, alle varie scale geografiche in cui opera l'azienda, la *qualità delle risorse umane* presenti in certi luoghi o attraibili in essi e di cui l'azienda può beneficiare, tanto che siano da essa direttamente impiegate quanto che siano valorizzate all'interno dei sistemi (o catene o reti, come si preferisce dire) di produzione in cui essa è inserita. In particolare, l'ambiente locale deve poter offrire o attrarre risorse umane che siano: *a)* capaci (per istruzione e/o per esperienza di mestiere); *b)* creative; *c)* collaborative. Questi valori rari e preziosi rendono innovativo l'ambiente dei luoghi in cui sono ubicati e sono a questo riguardo non meno importanti delle attività di ricerca, le quali sono anch'esse ubicate in certi luoghi e per di più solo in parte minima si possono considerare esternalità delle stesse aziende ovvero economie interne allo stesso sistema produttivo, come gli economisti regionali in genere si sono sinora limitati a vedere le cosiddette «economie esterne» (Adamo, 1999).

La geografia di questi valori ambientali, tanto riguardo alla dotazione di strutture e servizi di ricerca quanto quella di risorse umane di qualità eccellente (sia essa misurata sul sapere o sul saper fare), è indubbiamente un prodotto storico, è il portato d'un certo sviluppo sociale, economico, culturale: dipende in breve da altri elementi che costituiscono l'ambiente geografico sia locale, sia dei più ampi territori di cui una data comunità locale partecipa. Tra questi elementi è da collocarsi innanzitutto il patrimonio di conoscenze radicate in un dato luogo e costituenti la cultura materiale, da cui dipendono le capacità tecniche, nonché il modello di educazione scolastica e familiare, la mentalità e le credenze, in breve la cultura spirituale, da cui dipendono la creatività e l'attitudine alla collaborazione. Tuttavia, tutte queste doti si possono e si debbono anche coltivare, così come da coltivare e possibilmente incrementare sono le risorse locali date dalla presenza di strutture di ricerca o altre utili eredità: esse richiedono specifiche politiche e continui investimenti, altrimenti si esauriscono presto. Pertanto, non meno importanti sono i caratteri dell'ambiente politico-istituzionale, locale e soprattutto statale e sovrastatale, e in particolare le scelte di politica della ricerca, della formazione professionale e non per ultimo dell'educazione. Infatti, occorre, da un lato, promuovere certamente lo sviluppo della ricerca nell'ambito di «sistemi nazionali d'innovazione» (Ludvall, 1992), con investimenti concentrati in centri d'eccellenza scientifico-tecnologica, ubicati preferibilmente nei sistemi produttivi locali, e favorire sia la diffusione delle conoscenze così prodotte (codificate o esplicite), sia un ulteriore sviluppo di tali conoscenze e di quelle (tacite o implicite) prodotte informalmente all'interno degli stessi sistemi locali. Riguardo a quest'ultimo obiettivo, si deve ritenere che anch'esso richieda soprattutto stimoli alla collaborazione tra gli operatori locali, in particolare se si condi-

vide la concezione dei sistemi territoriali come *learning regions* – ovvero come reti di relazioni «formate da agenti economici, istituzioni, centri di ricerca e lavoratori qualificati, attraverso le quali la conoscenza viene generata e radicata localmente» (Conti, 2002, p. 126).

Non meno importanti della ricerca di eccellenza sono, da un altro lato: un'istruzione che promuova l'assunzione della ricerca scientifica come metodo didattico ed educativo e l'apprendimento di solidi contenuti culturali, oltre che tecnici o «professionali», in modo da favorire lo sviluppo quell'elasticità mentale che è alla base della creatività e che è indispensabile anche per far fronte alla crescente mobilità professionale e comunque alle crescenti esigenze di adattamento delle capacità tecniche, delle professioni e dei mestieri, imposte da un mondo in rapido cambiamento; un'educazione, inoltre, basata largamente sul «gioco di squadra» e sul lavoro di gruppo, in modo da educare alla collaborazione, l'altro fondamentale attributo strategico per lo sviluppo dell'azienda e dei sistemi di unità aziendali. Per sviluppare la ricerca scientifica, su cui pongono l'accento tutti gli studiosi dell'economia dell'innovazione, e soprattutto per produrre le risorse umane della qualità indicata, come per conservarle o anche per attrarle da altri luoghi, sono oggi sempre più importanti altri attributi ambientali del territorio: un ambiente innovativo deve essere dotato in particolare di un patrimonio culturale, fatto di beni storici e artistici o anche solo di paesaggi tipici e piacevoli, e caratterizzato anche da iniziative di produzione e diffusione di cultura, e da una buona consistenza e qualità di servizi per il tempo libero, culturali e ricreativi: di valori, in breve, che stimolano la creatività e la socialità e che, assieme ad altri elementi tradizionali, determinano l'*attrattività residenziale* di un luogo. Agli elementi geografici sin qui indicati, che nella fase attuale considero valori ambientali strategici, particolarmente per gli Stati ove più avanzato è lo sviluppo del capitalismo, occorre aggiungere alcuni tradizionali elementi che restano fondamentali fattori di localizzazione delle imprese in qualsiasi paese del mondo e di cui un «ambiente competitivo», capace cioè d'attrarre investimenti, non può fare a meno in quanto non solo costituiscono, alcuni, condizioni generali della produzione (esempio ne sono le infrastrutture di trasporto), ma corrispondono in pratica agli elementi da cui dipendono le «economie di urbanizzazione» delle imprese, come definite da Walter Isard (1960). Com'è noto, si è soliti distinguere questi elementi in infrastrutture di base, servizi alle famiglie e servizi alle imprese, anche se alcuni servizi sono comuni a entrambe le categorie e molti servizi collettivi per le famiglie sono essenziali proprio per la riproduzione di quelle risorse umane di cui si avvalgono le imprese.

La competizione fondata sulla qualità dei prodotti e delle risorse impiegate – come su nuove forme di organizzazione della produzione e di gestione aziendale, che richiedono la possibilità di una precisa programmazione dei tempi – non rende certo meno importante la dotazione di questi elementi, taluni dei quali sono assolutamente indispensabili, ma la esalta soprattutto in termini qualitativi; tanto che è molto difficile poter competere sulla ricerca e lo sviluppo di prodotti ad alta tecnologia, se non si provvede a mantenere e a migliorare tali elementi del territorio, in modo da riprodurre le economie di urbanizzazione e renderlo

competitivo anche per questi aspetti. E' ben difficile che un certo luogo possa attrarre ed essere residenza di lavoratori di qualità, se sono insufficienti e/o poco qualificati (o anche particolarmente cari) gli alloggi e gli altri tradizionali servizi collettivi per le famiglie (oltre ai servizi culturali, educativi e per il tempo libero, che ho già ricordato tra i nuovi elementi ambientali strategici), come sanità, assistenza, trasporti urbani, raccolta rifiuti o anche il commercio al dettaglio e l'artigianato di servizio. Altrettanto vale per alcuni servizi alle imprese e servizi comuni alle imprese e alle famiglie, come credito e assicurazioni, servizi di trasporto, postali e telefonici, amministrativi e soprattutto per le infrastrutture di base necessarie ai servizi, alla produzione e alle famiglie dei consumatori-lavoratori (acquedotti, fogne, installazioni per l'elettricità, gasdotti, oleodotti, strade carrozzabili, ferrovie, porti e aeroporti, infrastrutture per le telecomunicazioni ecc). Queste economie esterne o ambientali – pur restando certo fondamentali, nella misura in cui ciascuna di esse è internalizzata da ciascuna azienda e quindi incide sui suoi costi – non costituiscono un'esigenza nuova specifica di questa fase, che richiede soprattutto un miglioramento qualitativo degli elementi ambientali da cui esse derivano. La loro ripartizione tra i sistemi locali e regionali e soprattutto tra gli Stati riflette sostanzialmente il diverso grado e modello di sviluppo.

Inoltre, a parte l'accennata distinzione tra un modello europeo e uno americano su cui merita ancora riflettere, le disparità geografiche tra gli Stati economicamente più avanzati – che qui c'interessano maggiormente, non potendo questi Stati puntare che sulla qualità e l'innovazione – non sembrano enormi, anche se per qualche Stato sono certamente rilevanti; e, soprattutto, nella maggior parte di Stati e regioni si ha l'esigenza di attuare politiche di mantenimento delle economie di urbanizzazione e quindi di un graduale miglioramento delle infrastrutture e servizi da cui derivano, ai ritmi quanto meno di quelli dei sistemi produttivi locali di altri paesi sviluppati, in modo da mantenere competitivo il territorio. Anche il mantenimento o il miglioramento di queste condizioni di competitività dipendono dalle politiche che si possono e si vogliono fare, e quindi dall'ambiente politico-istituzionale a livello locale, regionale e soprattutto statale e sovrastatale, in particolare a livello di Unione Europea. Comunque sia, un problema grave presentano alcuni paesi, come quelli del Sud d'Europa e in particolare l'Italia, in cui il ritardato e abnorme modello di sviluppo del capitalismo e della sua forma di Stato si è riflesso in un ritardo anche nella produzione di questi valori territoriali, ritardo già presente agli inizi della transizione dal modello di sviluppo nazionale e ford-tayloristico all'attuale modello flessibile e globalistico, e che per certi aspetti è stato accentuato dalle politiche degli anni Settanta e Ottanta (Adamo, 1993).

Vale la pena soffermarsi ancora su queste e altre contraddizioni nostrane, non per fornire ricette, che nelle mie tasche non ci sono – come è difficile trovarne in quelle di altri studiosi e dei nostri politici; ma per invitare a riflettere sulle linee di una politica della competitività del nostro territorio.

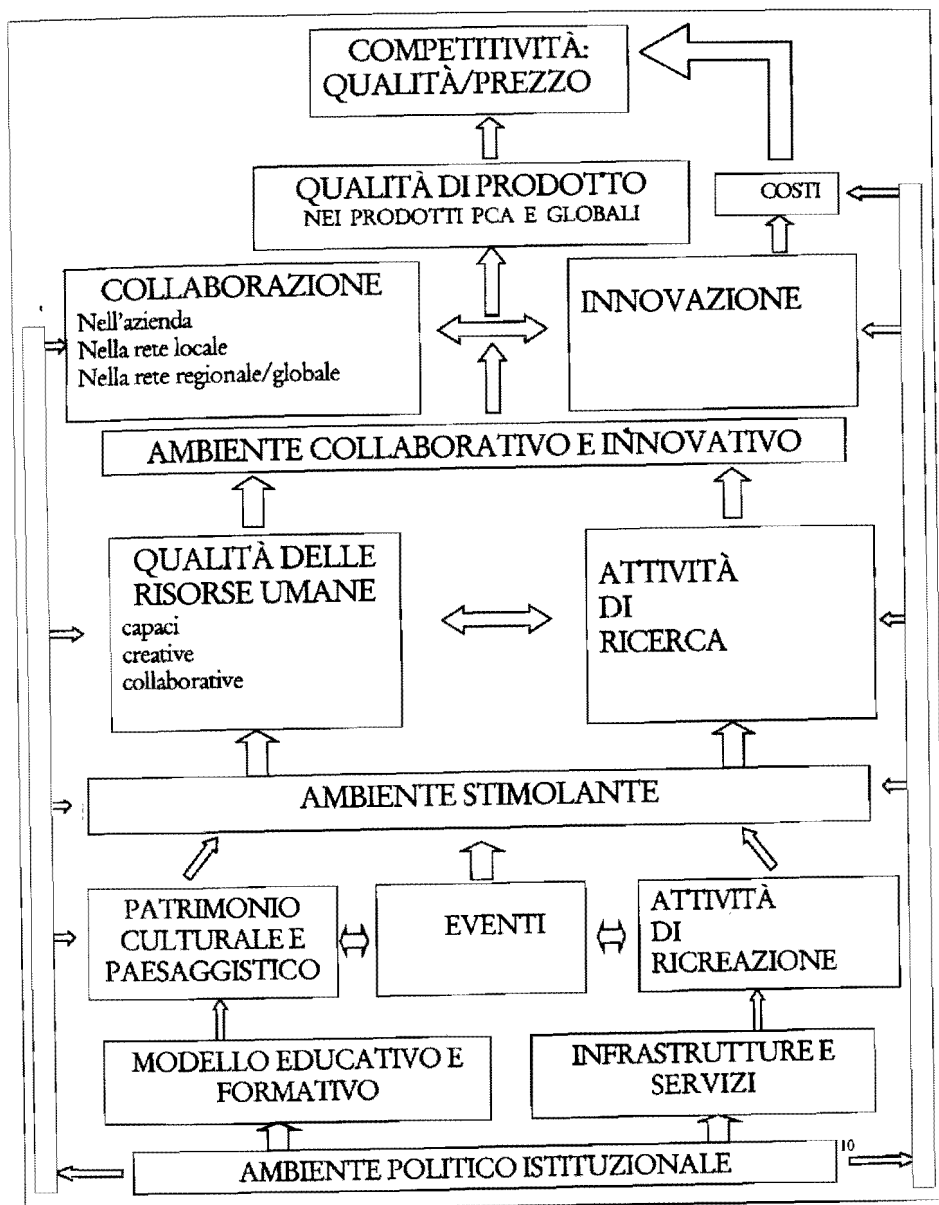


Fig. 2 – Competizione globale e valori dell'ambiente locale

Alcune contraddizioni nostrane. – La scarsa capacità dell'Italia di attrarre investimenti esteri evidenzia, da un lato, che anche le nostre regioni più povere sono per fortuna tanto ricche da non essere in grado di attrarre investimenti in produzioni di massa, ripetitive, di beni standardizzati e di competere quindi per questi beni con la maggior parte dei paesi del mondo; da un altro lato che l'Italia, distinguendosi anche per scarsi investimenti interni in attività innovative, rispetto ad altri paesi sviluppati e soprattutto europei, presenta alcuni problemi propri che rendono il suo territorio (in particolare i valori spaziali e ambientali dei suoi sistemi produttivi locali: urbano-industriali e/o terziari, agro-alimentari, turistici) poco appetibile per questi investimenti. In evidente contrasto con l'ambiente innovativo richiesto a questo scopo sono le politiche di sviluppo del territorio – particolarmente quelle a scala statale dalle quali dipendono largamente quelle locali e regionali, vuoi perché per alcune politiche la scala statale è la più appropriata, vuoi perché per altre politiche che potrebbero attuarsi meglio a livello locale e regionale restano di fatto carenti a tali scale i necessari mezzi (malgrado le disposizioni legislative e soprattutto le tante chiacchiere sul decentramento, la sussidiarietà ecc.).

Enormi sono innanzitutto le contraddizioni politiche nel campo della ricerca scientifica e tecnologica, che ho indicato quale uno dei cardini principali dello sviluppo competitivo. Malgrado tutti, compresi i politici, continuino a ripetere l'importanza, i fondi pubblici destinati alla ricerca restano infimi, ridicoli per un paese che si dice avanzato. Una debolezza ulteriore in questo campo è la distribuzione dei fondi e l'organizzazione delle attività di ricerca, svolta largamente al di fuori delle università: non solo in alcuni importanti istituti nazionali, ma in una miriade di centri minori che, oltre ad essere anch'essi solo parzialmente collegati alle università, sono troppo piccoli per poter raggiungere livelli di produzione apprezzabili; nei campi del territorio, delle discipline economico-sociali, giuridiche e geografiche, ogni ente pubblico (ministeri, regioni, province e grandi comuni, consorzi e aziende pubbliche ecc.), come pure varie associazioni di categoria e altri enti formalmente privati, ma largamente finanziati con denaro pubblico e gestiti politicamente, ha la pretesa di dotarsi di propri «osservatori», centri studi e di ricerca o comunque di affidare incarichi di ricerca a professionisti esterni, con il risultato di disperdere denaro pubblico in attività che potrebbero essere svolte meglio nelle università – se anche queste, come stanno cercando di fare, si sburocratizzassero e incentivassero a fare al proprio interno quanto molti docenti fanno al di fuori, con il gran vantaggio di legare meglio la didattica universitaria alla ricerca e alle attività professionali di consulenza e assistenza tecnica.

Notevoli contraddizioni riguardano anche l'educazione, l'istruzione e la formazione professionale, in breve le attività di qualificazione delle risorse umane che costituiscono l'altro fondamento dell'ambiente innovativo necessario per l'attuale sfida competitiva. Anch'esse evidentemente chiamano largamente in causa l'ambiente politico-istituzionale (statale e in parte anche regionale e locale) che è pure la principale sintesi e riflesso dell'ambiente culturale e ideologico dominante. Esse tuttavia chiamano innanzitutto in causa la responsabilità nostra, quali docenti, la nostra etica professionale e la capacità delle università italiane di va-

lorizzare appieno sia l'autonomia a loro riconosciuta anche in campo didattico da recenti leggi statali sia la riforma dell'ordinamento dei corsi di laurea. Questa dovrebbe essere occasione non solo per svecchiare e aumentare il numero dei laureati, ma anche per consentire loro l'acquisizione: *a*) di elevate conoscenze teoriche e pratiche, seppur più contenute e mirate professionalmente; *b*) di più ampie basi culturali, in modo da favorire lo sviluppo della creatività e dell'elasticità mentale necessarie per essere fattori d'innovazione o anche solo per adeguarsi all'innovazione e ad un mondo in rapido cambiamento; *c*) di un'attitudine e preparazione alla collaborazione, attraverso uno sviluppo maggiore di lavori di gruppo e attraverso più in generale una didattica attiva che impegni e responsabilizzi lo studente. Poiché le università statali italiane sono «aziende» del tutto speciali (dove tra l'altro chi detiene il «pacchetto di maggioranza»... non perde mai), non sembra proprio, purtroppo, che si stia andando in tale direzione. Basti a questo riguardo visitare i siti *web* in cui sono pubblicati i piani di studio e i programmi delle facoltà e particolarmente di quelle di Economia che sono state oggetto di questa mia curiosità. Si tratta per lo più di corsi di laurea che puntano essenzialmente, persino in discipline che si presterebbero maggiormente a più ampie aperture culturali, a dare una formazione tecnica, con l'innocente complicità degli studenti che li considerano un'ancora di salvezza in un mercato del lavoro instabile e squilibrato. Questo atteggiamento degli studenti di economia non è solo di oggi, ma certo è oggi più facile far loro credere che per trovare un buon lavoro occorra sapere pappagallescamente una serie di modelli e modellini, molti dei quali peraltro, se non sono del tutto inutili, vengono ben presto superati nella pratica delle aziende.

Riguardo alle condizioni dell'ambiente geografico (fisico-biologico e sociale, naturale e artificiale) dei luoghi in cui dovrebbero risiedere e ricrearsi le risorse umane di qualità e dovrebbero realizzarsi investimenti in produzioni di qualità, si registrano contraddizioni anche più gravi: in primo luogo nella politica delle infrastrutture di trasporto (ferrovie, porti e aeroporti ecc.), dove si registrano i maggiori ritardi, e in genere nelle tradizionali opere di urbanizzazione primaria (come acquedotti e fognature); ma anche nella politica ecologica, nella lotta all'abusivismo edilizio, alla criminalità mafiosa e alla microcriminalità urbana, nella politica di regolazione dell'uso dei suoli e di tutela attiva dei paesaggi tipici, di regolazione del traffico urbano, di miglioramento dei servizi sociali o per le famiglie, da cui certo pure dipendono l'attrattività residenziale e le economie esterne delle imprese. Difficile in particolare è pensare che certe squallide periferie urbane o aree sottodotate di servizi possano attrarre e ricreare persone d'alta qualità professionale e quindi investimenti d'impresa che richiedano lavoro di qualità. In materia ecologica, i ritardi riguardano sia gli enti locali – come emerge non tanto dallo scarso numero di enti che hanno redatto e adottato un programma ispirato all'*Agenda 21*, quanto dal fatto che in genere tali programmi per uno sviluppo locale sostenibile sono rimasti essenzialmente sulla carta – sia le aziende, nel dotarsi di un efficace sistema di gestione ecologica. Questi ritardi rendono da un lato poco appetibile il nostro territorio per nuovi investimenti qualificati e, da un altro lato, rendono meno competitive le stesse imprese

in esso operanti, aggravandone i costi e nuocendo alla loro immagine di mercato. Sarebbe utile promuovere e realizzare – come per esempio sta facendo da alcuni anni la Spagna che, come altri paesi mediterranei, era pure in ritardo in questo campo – un programma di assistenza e incentivazione che consenta ad un crescente numero d'impresa di ottenere la registrazione EMAS e/o la certificazione ISO 14001 (6).

Infine, non meno importanti delle contraddizioni relative alle condizioni di competitività dell'ambiente geografico sono quelle relative all'organizzazione e alla struttura degli stessi sistemi d'impresa, il cui superamento richiede pure l'attivazione di specifiche politiche. Una prima rilevante anomalia riguarda la composizione dimensionale delle aziende italiane, una seconda anomalia riguarda la struttura settoriale delle loro produzioni. Non possiamo continuare a compiacerci della piccola impresa e dei distretti di produzioni tradizionali, e stare a guardare, fiduciosi che continueranno a superare recessioni e ogni altra difficoltà, e a mantenere i propri spazi di mercato. Occorrono politiche che favoriscano le fusioni tra imprese e le collaborazioni formali, in reti locali e anche globali, nonché il mutamento della struttura economica e dell'industria di trasformazione in particolare. Questo sviluppo richiede certo da un lato il potenziamento dei settori nuovi o più innovativi dell'economia, ma da un altro anche una maggiore proiezione internazionale delle imprese italiane; la quale sia finalizzata a un graduale decentramento delle produzioni che in un mercato aperto non potrebbero permettersi gli attuali livelli di costo italiani, oltre che alla creazione delle reti d'alleanze necessarie a rafforzare le imprese nella competizione globale. Perché questi processi si realizzino – e soprattutto che si realizzino *con la gradualità necessaria* a evitare disoccupazione, emarginazione e malessere, e con ciò a scongiurare pericoli di disordine sociale e anche di instabilità economica – occorrono indubbiamente considerevoli riforme interne, in vari campi e non per ultimo in direzione della creazione di un ambiente istituzionale tale da consentire al territorio italiano un sostanziale recupero di competitività rispetto ad altre parti dell'Europa più avanzata. Mi preme, tuttavia, sottolineare che tali sforzi rischiano seriamente di essere vanificati in mancanza di coerenti azioni nel campo della politica economica estera e della politica estera *tout court*, azioni che la globalizzazione e soprattutto il dilagante globalismo neoliberista rendono prioritarie.

Le questioni di fondo, cui spetta alla politica dare adeguate soluzioni, sono certo quella cui ho accennato all'inizio di quest'intervento, cioè la questione del modello d'azienda che si vuole affermare, e quella ad essa connessa del ruolo dello Stato in rapporto al meccanismo del mercato. Si tratta di grandi questioni alle quali molti hanno fatto riferimento in questo convegno e sulle quali il collega G. Frattini, nella sua relazione introduttiva, invitava a rifarsi ai «fondamentali» del

(6) Si tratta in particolare di un programma a favore delle imprese che sta realizzando il Ministero dell'Industria spagnolo con la Fundación Entorno, istituzioni con cui ho avuto il piacere di collaborare in quanto erano *partners* dell'Università del Piemonte Orientale in un progetto di formazione e ricerca nel campo della gestione ecologica delle imprese, attuato nell'ambito del Programma d'Iniziativa Comunitaria ADAPT.

nostro pensiero economico, sottolineando giustamente sia l'esigenza di chiare regole di comportamento e di controllo e di conseguenza di adeguate infrastrutture istituzionali a scala nazionale, sia l'esigenza di un'etica degli affari e del lavoro sostanzialmente coerente con la concezione «europeo-continentale» dell'azienda di capitale. Oltre a costituire un imperativo morale e politico, questa esigenza è imposta dalle attuali sfide competitive che, richiedendo una più stretta e qualificata collaborazione, esigono evidentemente anche la soddisfazione dei collaboratori e di tutti gli *stakeholders* dell'azienda. Questo modello d'azienda è tuttavia in grandi difficoltà, non soltanto perché come altrove nelle aziende maggiori il capitale tende a non avere più un volto e quindi a non assumersi più pienamente le proprie responsabilità (7) o perché con la riduzione della crescita economica e con l'innovazione dei processi produttivi è mutata profondamente la struttura del mercato del lavoro, rispetto alla fase ford-tayloristica d'espansione economica, e sono mutati i rapporti di forza tra capitale e lavoro; ma anche perché è entrato in crisi, sempre più negli ultimi tre decenni, lo Stato-nazione e quindi anche il tradizionale Stato sociale che consentiva alle imprese sia considerevoli economie esterne sia, soprattutto, di superare le difficoltà di mercato, le fasi recessive, senza doversi necessariamente privare di preziose risorse umane interne.

Di fronte a mercati globali non è possibile garantire una buona stabilità economica e il superamento delle cadute di domanda senza infrastrutture istituzionali globali, gestite veramente internazionalmente, che consentano una regolazione dei mercati coerente con tali obiettivi – cioè gli obiettivi che avrebbe dovuto e dovrebbe perseguire il Fondo Monetario Internazionale (FMI), secondo le intenzioni di John M. Keynes, uno dei principali creatori di questa istituzione. Le risposte, alle crisi dello Stato-nazione, alle difficoltà dello Stato sociale e del modello europeo d'impresa, non sono certo né il ritorno *sic et simpliciter* ad ancor più vecchie ricette – improponibili, in quanto hanno già fatto fallimento – come quelle propugnate dai «fondamentalisti del mercato» che dominano al Ministero del Tesoro degli Stati Uniti e quindi al FMI (Stiglitz, 2002). Prive di senso sarebbero d'altra parte tradizionali chiusure protezionistiche ad opera di Stati nazionali e poco probabili nelle attuali condizioni d'integrazione internazionale (Adamo, 1993) e comunque dannose sarebbero pure eventuali chiusure neo-protezionistiche, cioè da parte di associazioni macroregionali di Stati; ancor più insensato sarebbe rispondere alla crisi dello Stato-nazione con una sua disgregazione in piccoli Stati regionali. Occorre piuttosto riportare, se possibile, il FMI ai suoi originari obiettivi (Stiglitz, 2002) e più in generale creare un ordine economico e politico del geosistema fondato su regole e istituzioni democratiche, se-

(7) Malgrado l'organizzazione fortemente gerarchica del lavoro, nella fase ford-tayloristica e nazionale (o multinazionale) dello sviluppo capitalistico l'impresa europea si caratterizzava in genere per il fatto che il capitale aveva un volto e si assumeva le proprie responsabilità, particolarmente nelle città e regioni più spiccatamente industriali. Era per questo motivo che, per esempio, in una città come Torino si poteva chiaramente percepire un certo rispetto per i propri «padrun», persino in un quartiere operaio come Borgo San Paolo, dove sono nato e cresciuto e dove certo i lavoratori (durante tutto il secolo dal 1880 al 1980) non erano secondi a nessuno nelle lotte sindacali e nell'aiutarsi l'un l'altro in caso di necessità.

condo le istanze avanzate chiaramente sin dal 1974 dall'Assemblea delle Nazioni Unite. In tale direzione un contributo importante può e deve dare la politica europea e quindi anche italiana. A questo proposito, per quel che più direttamente ci riguarda come cittadini italiani ed europei, occorre però che gli Stati nazionali d'Europa, abbandonando ogni tentazione egemonica e la mania da parte di alcuni loro governanti di gareggiare per mostrarsi a Washington come l'alleato più fedele e zelante, facciano tutti ulteriori passi indietro, in particolare nei campi della difesa e della politica estera, per dar vita a quell'unione politica che è indispensabile a consolidare l'unione economica e a dare una maggiore «autonomia», tanto economica quanto politica, all'intera Europa, ai suoi singoli Stati e alle loro autonomie regionali e locali. L'unione politica è prioritaria ed è da realizzarsi anche a costo di un restringimento dell'Unione Europea; piuttosto che di un ulteriore allargamento che, in mancanza dell'unione politica, rischia di fatto di indebolire le capacità e le possibilità dell'Unione di promuovere la necessaria riorganizzazione economica e politica del geosistema mondiale. Solo un consolidamento politico dell'Unione Europea può consentire, infatti, un sostanziale mutamento dell'attuale globalizzazione dei mercati (in primo luogo di quello monetario e finanziario), che non sono certo privi di regole o «caotici», come spesso si legge e si sente dire, ma sono basati su regole che favoriscono essenzialmente le grandi imprese, soprattutto statunitensi, e le maggiori potenze economiche; spingendo a una competizione senza etica, che impedisce quella reciproca assunzione di responsabilità che è alla base di una moderna collaborazione e del modello europeo d'impresa. Solo una Europa unita politicamente è in grado di dare il necessario contributo alla realizzazione di istituzioni globali, democratiche e capaci di realizzare con gradualità la liberalizzazione dei mercati e di regolarli in modo da garantire la concorrenza e la stabilità economica, nonché una crescita economica sostenibile e a vantaggio di un sempre maggior numero di persone, creando in particolare le condizioni per politiche sociali interne volte a rispondere efficacemente agli effetti negativi dello sviluppo stesso e, non per ultimo, favorendo la trasformazione dei crescenti bisogni insoddisfatti di molti paesi sottosviluppati in domanda reale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ADAMO F., *Una periferia industriale nell'Italia di nord-ovest. La provincia di Alessandria*, Alessandria, Edizioni dell'Orso, 1979.
- ADAMO F., *The Urban Crisis in Italy*, in G. HEINRITZ e E. LICHTENBERGER (a cura di), «*The Take-off of Suburbia and the Crisis of the central City*», *Proceedings of the International Symposium (Munich and Vienna, 1984)*, Stoccarda, Steiner V., 1986, pp. 207-227.
- ADAMO F., *Neoprotezionismo e regionalizzazione del mercato mondiale*, in «*Economia Marche*», Bologna, 1992, 2, pp. 177-201.
- ADAMO F., *Neoprotectionism and the Geography of the World Market*, in D. HUFF (a cura

- di), *Globalization of Retail Trade. Proceedings of the Meeting of IGU Commission on Commercial Activities* (Austin, Texas, 1992), University of Austin, 1993.
- ADAMO F., *Collaboration as a Route to SME Competitiveness*, in *Development Models and Experiences of Manufacturing SMEs in Italy*, in «Dipartimento Interateneo Territorio - Politecnico e Università di Torino. Working Papers», Torino, 1996, 9, pp. 1-13 (contributo presentato al *I Workshop of the EU ACE Phare Project on «The Survival, Growth and Support Needs of Manufacturing SMEs in Poland and the Baltic States: Developing a Policy Agenda»*, Łódź, 14/12/1995).
- ADAMO F., *Patrimonio culturale e sviluppo economico locale*, in «BSGI», 1999, pp. 635-652.
- ADAMO F., *Geopolitics and Geoeconomics: From Colonialism to Globalism*, in M. ANTONSICH, V. KOLOSSOV e M.P. PAGNINI (a cura di), *Europe between Political Geography and Geopolitics*, in «MSGI», LXIII, 2001, I, pp. 487-511 (traduzione italiana: *Geopolitica e geoeconomia. Dal colonialismo al globalismo*, in «BSGI», 2001, pp. 599-610).
- ADAMO F., *Globalizzazione e sottosviluppo*, in C. BRUSA (a cura di), *Processi di globalizzazione dell'economia e mobilità geografica*, in «MSGI», LXVII, 2002, pp. 79-115.
- ALBERT M., *L'evoluzione del capitalismo in Europa*, in «Economia Marche», Bologna, 1999, 2, pp. 9-16.
- BECATTINI G., *Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità d'indagine dell'economia industriale*, in «Rivista di Economia e Politica Industriale», Milano, 1979, 1, pp. 2-12.
- BRUSA L., *La competizione strategica*, in *Lezioni di Economia Aziendale* (a cura della Sezione di Ragioneria ed Economia Aziendale «Giovanni Ferrero» del Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università degli Studi di Torino), Torino, Giappichelli, 1996, pp. 56-76.
- BRUSCO S., *Una ricerca della Banca d'Italia sulle caratteristiche dell'industria manifatturiera italiana*, in «Economia e Politica Industriale», Milano, 1994, 83, pp. 2-14.
- CIBIN R. e S. FALLANI, *La rete, quale nuova modalità interorganizzativa nei processi di creazione di imprenditorialità* in «Piccola Impresa/Small Business», Genova, 1988, 2, pp. 16-29.
- CHORLEY R.J. e P. HAGGETT, *Models in Geography*, Londra, Methuen & Co., 1967.
- CONTI S., *Processi di globalizzazione dell'economia, vantaggi competitivi e sviluppo locale*, in C. BRUSA (a cura di), *Processi di globalizzazione dell'economia e mobilità geografica*, in «MSGI», LXVII, 2002, pp. 117-128.
- CRIVELLINI M. e P. PETTENATI, *Modelli locali di sviluppo*, in G. BECATTINI (a cura di), *Modelli locali di sviluppo*, Bologna, Il Mulino, 1989, pp. 21-63.
- DOSI G., R. RIANNETTI e P. TONINELLI, *Technology and Enterprise in Historical Perspective*, Oxford, Oxford University Press, 1992.
- DE JONG G., *Chorological Differentiation as the Fundamental Principle of Geography. An Inquiry into the Chorological Conception of Geography*, Groninga, J.B. Wolters, 1962.
- DI TOMMASO M.R. e R. RABELLOTTI (a cura di), *Efficienza collettiva e sistemi d'impresa*, Bologna, Il Mulino, 1999.

- ESPOSITO E. e M. RAFFA, *Subcontracting: A microanalytical approach*, in *I.C.S.B. 39th World Conference* (Strasburgo, 27-29/6/1994), dattiloscritto.
- FUJITA M., P. KRUGMAN e A. VENABLES, *The Spatial Economy*, Cambridge (Ma.), MIT Press, 1999.
- FUKUYAMA F., *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, New York, Free Press, 1995.
- HARRISON B. e M. WEISS, *Workforce Development Networks*, Thousand Oaks (Ca.), Sage, 1998.
- HARTSHORNE R., *Perspective on the Nature of Geography*, Chicago, The Association of American Geographers - Rand McNally & Co., 1959 (traduzione italiana: *Metodi e prospettive della geografia*, Milano, F. Angeli, 1972).
- ISARD W., *Méthodes d'analyse régionale*, Parigi, Dunod, 1972 (I edizione americana: *Methods of Regional Analysis*, MIT, 1960).
- KRUGMAN P., *Geography and Trade*, Cambridge (Ma.), MIT Press, 1991.
- KRUGMAN P., *Development, Geography and Economic Theory*, Cambridge (Ma.), MIT Press, 1997.
- LUDVALL B.-A. (a cura di), *National Systems of Innovation*, Londra, Pinter, 1992.
- PYKE F., G. BECATTINI e W. SENGENBERGER (a cura di), *Industrial Districts and Inter-firm Co-operation in Italy*, Ginevra, International Institute for Labour Studies, 1990.
- PIORE M.J. e C.F. SABEL, *The Second Industrial Divide. Possibilities for Prosperity*, New York, Basic Book, 1984.
- PORTER M.E., *Il vantaggio competitivo*, Milano, Edizioni di Comunità, 1987.
- PORTER M.E., *On Competition*, Cambridge (Ma.), Harvard Business School, 1998.
- STIGLITZ J.E., *La globalizzazione e i suoi oppositori*, Torino, Einaudi, 2002.
- VARALDO R., *Dall'impresa localizzata all'impresa radicata*, in «Economia Marche», Bologna, 1995, 1, pp. 3-26.
- VACCÀ S., *Sviluppo locale e mercato globale: tra passato e futuro*, comunicazione all'incontro di studi *Sviluppo locale e mercato globale* (Artimino, 12-17/9/1994).

COMPETITION AND TERRITORIAL VALUES IN THE AGE OF THE GLOBALISTIC AND FLEXIBLE CAPITALISM. – This paper points out which are today the strategic geographical values for enterprises, that is the main localised competitive advantages, stressing particularly the importance of the human resources quality (educated and skilled, creative-innovative, collaborative) and, consequently, the importance of the recreation conditions given by the local residential environment. To this purpose, reconsidering the main paradigmes of geographical space, it evaluates the territorial attributes in relation with the new competitive conditions created by the globalistic and flexible capitalism.

Università del Piemonte Orientale «A. Avogadro», Dipartimento di Studi per l'Impresa e il Territorio.