

## Innovazione e delocalizzazione? Solo qualche volta

**Pubblicato:** Sabato 2 Giugno 2007

Innovare, delocalizzare, andare all'estero: sono soluzioni utili, ripetute al mondo delle grandi e piccole imprese italiane. Ma non sempre sono la strada migliore. Lo sostengono e non per andare controcorrente ma per dare spazio ad altri percorsi, le conclusioni di una recente ricerca portata a termine da un gruppo di docenti dell'Università Carlo Cattaneo di Castellanza. In esame quattro settori tradizionali del Made in Italy: alimentare, tessile, meccanica e arredo-design e casi particolari di successo, quelli dove le 24 imprese studiate hanno saputo eccellere, mantenendo o creando la propria *leadership*.

**Un nuovo capitalismo** – «La ricerca è partita nel 2005, quando alcune imprese e i distretti industriali in generale stavano attraversando un duro momento in uno scenario competitivo di feroce transizione – ha spiegato il presidente dell'ateneo **Paolo Lamberti** -. In questo contesto abbiamo visto la presenza di un nuovo capitalismo, tutt'altro che impresentabile come ha invece sostenuto qualcuno, che è stato in grado di reagire creando un nuovo vantaggio competitivo».

**Il capitale umano** – «Gli italiani – ha aggiunto **Giuseppe Guzzetti**, presidente della Fondazione Cariplo che ha finanziato la ricerca – si difendono bene per quanto riguarda la conoscenza. Sono nelle direzioni dei grandi centri di ricerca, anche all'estero, non devono invidiare nessuno in questo e non sono d'accordo con chi sostiene che la nostra università sia da buttare via. Piuttosto impegnamoci per creare le condizioni per rendere attrattiva l'Italia per i ricercatori italiani come lo sono altri stati: la sfida di questi anni si gioca sul capitale umano».

**Nuovi percorsi** – «I dati della ricerca ci fanno ben sperare – ha commentato nella sua introduzione il rettore della Liuc, **Gianfranco Rebora** -, numeri e *case histories* confermano una rinnovata vitalità di alcune medie imprese italiane. Sono quelle che hanno saputo conquistare un mercato di nicchia e che hanno scelto la strada della qualità e dell'innovazione, senza un modello strategico stereotipato».

**Il segreto del successo** – "Innovare e delocalizzare? Solo qualche volta" è il titolo del volume che raccoglie i risultati della ricerca. E proprio sul principio che dà lo spunto al titolo che i suoi curatori insistono: «Il quadro emerso è che in realtà questi percorsi strategici di cui tanto oggi si parla non sono una panacea per tutte le imprese italiane – ha spiegato Alessandro Cortesi, professore straordinario di economia aziendale alla Liuc e docente di strategia e politica aziendale all'Università Bocconi di Milano -. Si tratta di percorsi indispensabili o utili in alcuni contesti ma non in tutti. Nei casi che abbiamo analizzato sono emerse nuove determinanti: la chiarezza della missione, l'efficienza operativa o il presidio del *brand*, per fare degli esempi».

**Innovazione e delocalizzazione? Solo qualche volta**  
a cura di Alessandro Cortesi  
ed. Pearson Education  
euro 25

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it