

**NUOVI PROCESSI.** Non è solo il gruppo Ikea a preferirci all'Asia

# Delocalizzazione Ora le imprese ritornano a casa

La tendenza è quella di riportare le produzioni nel territorio sconfessando la scelta di andare sui mercati d'oltre frontiera per "fare" business

**Matteo Bernardini**

Il caso-Ikea è forse quello più emblematico, ma non è certo isolato. La decisione del colosso svedese del mobile low-cost di spostare alcune produzioni dall'Asia all'Italia solca un percorso che molti nostri imprenditori, specialmente nell'ultimo periodo, hanno già intrapreso: la strada della "delocalizzazione di ritorno". Il motivo? Semplice, proprio come la multinazionale del mobile fai-da-te, si sono accorti che la manodopera a basso costo non è sufficiente per essere competitivi sul mercato e quindi restarci combattendo ad armi

**«Molte società che sono andate in Romania adesso sono in fase di rientro in Italia»**

pari con i propri concorrenti. E allora l'unica soluzione è fare marcia indietro e tornare a casa.

«È così. Tante società che sono andate in Romania ora sono in fase di rientro», conferma Roberto Ditri, amministratore delegato del gruppo Marelle di Arzignano (133 milioni di euro di fatturato nel 2011), presidente della Fiera di Vicenza e delegato di Confindustria Veneto per l'Internazionalizzazione.

«Anche noi, in Marelle - riprende Ditri - abbiamo deciso di potenziare la presenza in Italia facendo spazio nei nostri stabilimenti ai macchinari di ultima generazione e spostando in Malesia solo la strumentazione più vecchia. Per mantenere la qualità nella produzione servono infatti supporti tecnici adeguati, forniture ad alto livello specialistico, studi e ricerche realizzati da personale qualificato. Fattori che non si possono trovare all'estero, specialmente in Estremo oriente o nell'Europa del-

l'est». Insomma la delocalizzazione alla fine non ha pagato. Anzi, per molti imprenditori (veneti e nordestini) si sta rivelando un vero e proprio boomerang.

«Quel tipo di business non si è rivelato una scelta vincente - sottolinea il delegato di Confindustria Veneto per l'Internazionalizzazione - e la delocalizzazione, intesa come speculazione di manodopera a basso costo, è diventata penalizzante. Per confezionare un prodotto competitivo sul mercato non basta la lavorazione; servono la catena di fornitura, i servizi, una manodopera specializzata. E adesso più di qualcuno sta capendo l'importanza di tutti questi elementi cominciando a riportare la produzione in Italia».

Una sorta di ritorno al futuro dopo essersi resi conto che per continuare a sopravvivere in una crisi sempre più globale, resta a galla solo chi sa distinguersi dagli altri portando la propria diversità a fattore vincente.



Molti imprenditori decidono di riportare le produzioni a casa



Roberto Ditri



Daniele Marini

«Rispetto alla prima ondata di prodotti realizzati dai cinesi il mercato è cambiato - spiega Daniele Marini, direttore della Fondazione Nordest - tanto che nonostante la crisi, da noi, e non solo, si guarda alla qualità. Il prezzo al ribasso non è l'unico metro di giudizio da parte dei consumatori che accolgono al mercato low cost si rivolgono a quello del lusso "riflessivo", magari spendendo qualcosa in più, ma stando attenti alla componente qualitativa. Detto questo non si può parlare di "fenomeno", però è vero che diversi imprenditori del nostro territorio stanno rientrando». Tendenza ribadita anche da Domenico Corà, presidente della Sezione-Logo di Confindustria Vicenza: «Ci sono molti gruppi, dal nome meno altisonante rispetto all'Ikea che stanno facendo retromarcia rispetto alle delocalizzazioni. Per rimanere competitivi sul mercato occorrono servizi e strutture che in determinati paesi non ci sono».

**UNIONCAMERE. Obiettivo logistica**

Regione, Eurospartello Veneto e Camera di commercio di Verona domani, nel capoluogo scaligero, si confronteranno in un convegno sulla logistica quale settore, economico, strategico.

**IMPRESA.** Come gestire il vantaggio aziendale

## Nasce l'Ip manager l'esperto che tutela le idee innovative

Concluso il corso voluto dal Cuaa e dallo Studio Bonini per proteggere i nuovi brevetti d'impresa

**Cinzia Zuccon Morgani**

Il primo, fondamentale, passo è rimuovere i luoghi comuni del tipo: "Ma a cosa vuoi che serva un brevetto, fanno un paio di modifiche di minima al tuo prodotto e già non ti puoi più tutelare". In Italia questo è ancora troppo spesso un pretesto, un convincersi che "non vale la pena investire" per tutelare la proprietà industriale. Eppure è anche per questo se altri Paesi sono più competitivi di noi. La Cina, solo per fare un esempio, ci crede talmente tanto che assegna persino sconti fiscali di almeno il 15% alle imprese innovative.

È una cultura che ha bisogno di essere sostenuta ed è anche per questo se Studio Bonini - nato a Vicenza negli anni '80 per assistere clienti su brevetti, marchi e design - ha promosso con il Cuaa il corso su "Proprietà industriale e innovazione: creare e gestire il vantaggio competitivo dell'azienda". Alla prima edizione, già conclusa, hanno aderito 15 partecipanti di dieci aziende fra le più innovative del territorio e interessate a proteggere il loro lavoro creando in azienda la figura dell'Ip manager, un esperto della proprietà in-

dustriale in grado di orientare l'innovazione tenendo sotto controllo la tecnologia sviluppata dai concorrenti e sviluppando strategie per sfruttare al meglio ciò che di nuovo l'impresa riesce a creare.

Conoscere la proprietà industriale, sviluppare capacità di ricerca, comprendere i meccanismi dei brevetti e come sfruttarli al meglio: questi i temi affrontati nei tre mesi di lezioni in cui si sono alternati dieci esperti tra cui Ercole Bonini, fondatore dello studio, e Luca Redaelli, che ha illustrato il rivoluzionario metodo Triz per risolvere problemi inventivi superando le tecnologie dei competitors. Tra i partecipanti al corso c'era anche Maurizio Costabeber, responsabile innovazione della Dws, azienda di Zanè che si occupa di prototipazione 3D e annovera tra i suoi clienti anche Siemens. «Investiamo il 5% del nostro utile in proprietà industriale - ha spiegato Costabeber - per noi è fondamentale proteggere le nostre innovazioni e l'unico modo è brevettarle. Durante il corso ho potuto approfondire aspetti strategici e capire come ottenere il massimo da qualsiasi proprietà intellettuale. Un aspetto che non conoscevo è la possibilità di sfruttare le nostre invenzioni in maniera indiretta attraverso la cessione licenze di produzione su nostri brevetti. E lo sfrutteremo».

Dal 12 al 25 aprile 2012

# PRIMI nel RISPARMIO

## SCONTO 50%

1+1  
UNO LO PAGHI  
L'ALTRO È GRATIS!

... e tante altre offerte!

SCOPRI CONOSCI IMPARAI  
LA NATURA IN 144 CARTE CON I  
**GIOVANI esploratori**

RISERVATO AI TITOLARI DI CARTA FEDELTA' FINO AL 23 MAGGIO 2012

**famila**  
Con noi sei in famiglia.

## VINO. In Veneto prodotti 11,2 quintali di uva: 8,2 ettolitri imbottigliati Crescono le aree a vite ma calano le aziende

Veneto Agricoltura: i dati parlano di una crescita dell'export. Il prosecco è il re delle vendite

Secondo i dati elaborati da Veneto Agricoltura, la vendemmia 2011 nella nostra Regione ha confermato i livelli produttivi degli ultimi anni con una produzione dichiarata di 11,2 milioni di quintali di uva (8,2 milioni di ettolitri di vino circa). Considerando anche l'uva importata da altre regioni italiane, il Veneto ha raggiunto una produzione di vino pari a 9,5 milioni di ettolitri per il 41,8% marchiato con la denominazione di origine, mentre il 41,1% con l'Indicazione geografica. Dal confronto tra febbraio 2008 e lo stesso mese 2012, la superficie a vigneto rilevata in Veneto è aumentata del 4,3%, salendo da 71.361 a 74.398 ettari.

Escludendo la provincia di Belluno, l'incremento più consistente è avvenuto nella Marca (+9,3). Stabile Vicenza, mentre Verona e Venezia registrano aumenti contenuti (rispettivamente +3,8% e +3,6%), e Padova subisce una



Una coltivazione vinicola

contrazione piuttosto significativa (-9%). Anche il numero delle aziende viticole, dal 2008 al 2012, registra una sensibile contrazione passando da 42.150 a 36.779 (-12,7%). Cali notevoli, intorno al 20%, nelle province di Padova, Venezia e Rovigo, più contenuti a Verona (-4,6%), Treviso (-9,7%) e Vicenza (-11,3%). Il fenomeno-Prosecco, dopo la revisione della denominazione avvenuta nel 2009, incide significativamente sulle caratteristiche strutturali della vitivinicoltura veneta. La varietà Glera (dalle cui uve si ottiene il vino prosecco) è il primo vitigno

del Veneto con una quota del 25,7%, seguito a notevole distanza da Garganega (13,4%), Merlot (10,1%), Pinot grigio (9,8%) e Corvina (8,3%). I dati relativi alla produzione dichiarata di uve a denominazione di origine confermano il primato del Prosecco doc con una quota del 34,5%, seguita dal Valpolicella con un share del 14,6%. Al terzo posto ancora Prosecco: la doc Conegliano-Valdobbiadene con il 13,6%. Commercialmente il 2011 è stata un'annata positiva, e questo dopo la crisi del 2009 e i segnali di ripresa osservati nel 2010.

Sono in aumento anche le esportazioni di vino italiano, delle quali il Veneto detiene la "quota di maggioranza" con il 29,6%. I dati Coeweb-Istat indicano infatti un incremento pari al 9,3% in quantità e del 12,4% in valore rispetto all'anno precedente. A tali risultati ha senza dubbio contribuito il Prosecco, considerando che gli spumanti dop italiani hanno registrato nel 2011 un incremento delle vendite all'estero del +39% in valore, con punte di +63% negli Stati Uniti e +51% nel Regno Unito.