Aspenia

65
2014

L'ultima occasione

Il malessere anglofrancese

Cambiare Europa

Italia e Germania: le grandi coalizioni

GRUPPO 24 ORE

Aspenia
L'ultima occasione
Aspenia 65 2014
Trimestrale - Sped. in abb.to postale 45% - Art. 2 - Comma 20/b legge 662/96 - Fil. M
P009C000140003

Rivista di Aspen Institute Italia
Anno 19 – n. 65 – 2014
€ 12

0 100698 614029

14S1226_Copertina_65_Italiano.indd 1
09/06/14 11:05

Marco Magnani

Italia: sette anni di vacche sobrie

L'Italia del 2020 sarà in gran parte il risultato delle decisioni di oggi. E, per superare la crisi, diverse sono le sfide e opportunità che il paese ha di fronte a sé: dalla riscoperta dello sviluppo locale, agli incentivi per imprenditorialità e innovazione, passando per un adeguato sfruttamento dell'immenso patrimonio culturale. Solo così l'Italia può liberare il potenziale dell'integrazione culturale e aumentare la mobilità sociale, mettendo le basi per iniziare un nuovo ciclo di crescita.

Fino al 2020 non saranno anni di vacche grasse, forse in nessun angolo dell'Occidente. Per l'Italia, poi, potrebbero essere ancora anni di vacche magre, come quelli trascorsi dalla bolla dei mutui *subprime*. Possiamo evitarlo? Possiamo invertire la tendenza e iniziare un nuovo ciclo di crescita? Sì, è possibile, ma non succederà per caso o per fortuna: l'Italia di fine decennio sarà in gran parte il risultato delle decisioni di oggi, non solo della capacità di affrontare e superare – ancora una volta, e come più volte è accaduto negli ultimi

Marco Magnani, membro degli Amici di Aspen, è senior research fellow alla Harvard Kennedy School of Government e visiting fellow presso la SAIS di John Hopkins. È autore dei recenti libri *Sette anni di vacche sobrie* e *Creating economic growth: lessons for Europe*.

082-090-Magnani 65.indd 82 05/06/14 18.03

decenni – le emergenze economiche e sociali di breve periodo. L'Italia del 2020 sarà anche la conseguenza delle sfide di lungo termine che saremo capaci e avremo il coraggio di lanciare oggi. La strategia "difensiva" non basta: tappare le falle della nave che imbarca acqua senza al contempo tenerne il timone dritto può forse rimandare, ma non evitare, l'affondamento. Intuito e buona volontà, se anche fossero presenti in dosi massicce, non basterebbero più per indicare la giusta rotta, perché il mondo è profondamente cambiato, e così le vie della crescita economica.

Quali sono, allora, le sfide da lanciare, a partire da subito? Rilanciare lo sviluppo locale, attraverso le eccellenze territoriali produttive e della conoscenza; valorizzare la cultura dell'innovazione e la creatività imprenditoriale; investire finalmente in ricerca, anche creando le condizioni per attrarre in Italia quella "delocalizzata" delle multinazionali; coltivare il "giacimento petrolifero" rappresentato da arte, ambiente e cultura; favorire l'integrazione culturale e valorizzare la diversità, per cogliere le opportunità che si offrono a un paese divenuto multietnico; far ripartire la mobilità sociale e restituire fiducia nel futuro ai giovani, promuovendo il merito fin dai primi cicli scolastici. Il catalogo delle sfide e delle opportunità è vasto: percorrendolo, si scoprono i nuovi sentieri di crescita.

Sette anni di vacche sobrie è un'agenda di proposte concrete fondate sulla riscoperta, il potenziamento e il rilancio di ciò che l'Italia già possiede: il patrimonio culturale, del quale imprenditorialità, eccellenza dei ricercatori e idee innovative sono parte essenziale e spesso ignota. La parola d'ordine è dunque riscoprire e valorizzare i tradizionali punti di forza e trarre insegnamento da esperienze di successo, in Italia e all'estero.

RIPARTIRE DALL'ITALIA DELLE CENTO CITTÀ. Recuperare la dimensione locale dello sviluppo significa riscoprire le eccellenze dei nostri

082-090-Magnani 65.indd 83 05/06/14 18.03

territori, ricchi di capitale civico e culla di produzioni complesse, quindi difficili da replicare. Grazie alla globalizzazione – che allarga in modo esponenziale i mercati – i nostri territori hanno uno straordinario "vantaggio competitivo".

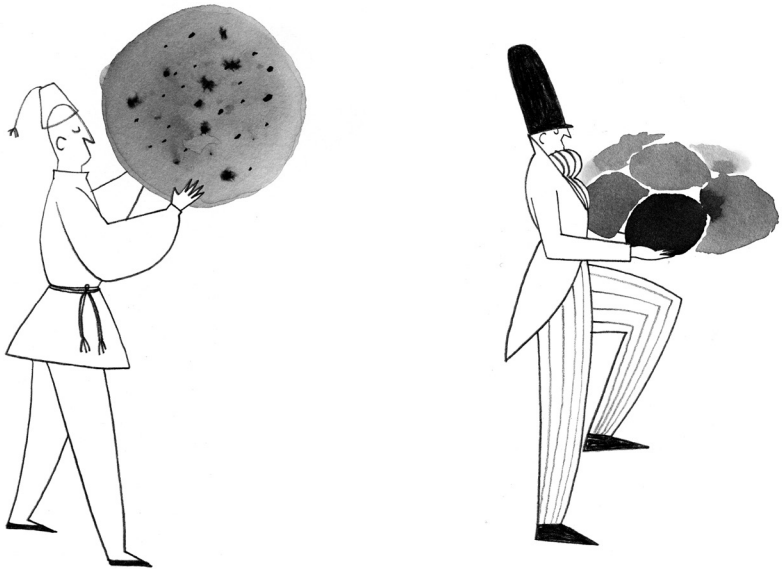
Se sul piano dei costi non possiamo competere con i nuovi attori globali, dobbiamo puntare sulla varietà e qualità delle creazioni, oltre che sulla capacità di affermarle sui mercati internazionali: i "saper fare" diffusi nell'Italia delle "cento città" possono fare la differenza. Pensiamo alla vitalità di tanti distretti produttivi, dei cosiddetti *cluster*, pur provati dalla crisi economica; pensiamo alla complessità delle produzioni, garanzia di valore aggiunto e scarsa replicabilità nonché – come dimostra Ricardo Hausmann di Harvard nel suo *Atlas of economic complexity* – fonte di crescita e prosperità.

Il sociologo Albert Hirschman e il politologo Robert Putnam vennero proprio in Italia a studiare il capitale civico, indicandolo come ingrediente essenziale per una comunità prospera. Altri fattori fondamentali sono le città, il capitale umano e la *governance* locale. Anche in questo caso gli esempi di successo sono, oltre che all'estero (le città di Pittsburgh, il distretto floreale olandese) anche in Italia; tra questi la città di Torino, con la sua diversificazione economica, urbanistica e produttiva negli ultimi vent'anni, e la provincia di Ragusa, il cui sviluppo è confermato dalle statistiche economiche che la pongono al vertice della classifica del Mezzogiorno. La riscoperta e valorizzazione dell'Italia delle "cento città", se si mettono da parte campanili e campanilismi, può diventare un motore di crescita.

SPRIGIONARE IMPRENDITORIALITÀ E INNOVAZIONE. Gli italiani sono dotati di grande creatività e forte spirito imprenditoriale, ma troppi vincoli impediscono loro di esprimerli e mortificano i loro sforzi: dall'eccessiva pressione fiscale alla burocrazia della pubblica amministrazione, dalle

082-090-Magnani 65.indd 84 05/06/14 18.03

disfunzioni della giustizia civile alla difficoltà di ottenere credito. Questo scenario scoraggia gli imprenditori, fa "fuggire" gli investimenti italiani all'estero e non attrae quelli stranieri nel nostro paese.



Attività imprenditoriale e idee (nuove o rivisitate), invece, sono fondamentali per la crescita economica, l'occupazione e l'innovazione di un paese. Istruzione e formazione professionale infatti sono importanti, ma lo è ancora di più l'"educazione imprenditoriale".

La creatività imprenditoriale è spesso sinonimo di start-up, giovani aziende il cui numero è certamente indice di vitalità e dinamicità di un'economia. Tuttavia, in un paese come l'Italia si possono avere maggiori aumenti di produttività grazie all'innovazione e alla creatività applicate ai settori tradizionali, anche a quelli considerati maturi.

L'innovazione, infatti, è il driver fondamentale per aumentare la produttività e tornare alla crescita. Moses Abramovitz di Stanford dimostra che l'85% dell'aumento di produttività negli Stati Uniti tra il 1870 e il 1950 è dovuto all'innovazione e solo il 15% è riconducibile all'incremento dei tradizionali fattori della produzione, capitale e lavoro. E l'innovazione, soprattutto quel-

la sostenibile nel lungo termine, è strettamente legata agli investimenti in ricerca. L'Italia, con l'1,25% del PIL speso in ricerca, è indietro rispetto ad altri paesi (2,25% in Francia, 2,84% in Germania, 3,78% in Finlandia) e questo è dovuto a diversi motivi: dimensione delle aziende, scarso coordinamento tra imprese, università e centri di ricerca, retaggi culturali.

Insomma bisogna investire di più, e meglio; e bisogna puntare sulla ricerca anche – anzi soprattutto – nei momenti di crisi economica: gli Stati Uniti dal 2007 al 2011, quindi in piena crisi, hanno registrato un incremento medio anno negli investimenti in ricerca e sviluppo del 9,6%.

In un momento, poi, in cui è oggettivamente difficile trovare fondi, pubblici e privati, non va sottovalutata l'innovazione *low cost*, importante strumento di crescita economica soprattutto nei settori tradizionali: non si tratta solo di innovazione tecnologica, ma di cambiamenti nel modo di produrre, nella logistica, nell'organizzazione e nella *governance* delle imprese. Alle medie imprese, infatti, farebbe bene una maggiore distinzione di ruoli tra management e proprietà, visto che per molte aziende famigliari il passaggio generazionale è fatale, mentre il coinvolgimento dei lavoratori nella gestione, sul modello tedesco, potrebbe ridurre le tensioni sindacali.

CULTURA, CREATIVITÀ E CRESCITA ECONOMICA. Se la cultura è lo *shale gas* italiano, dobbiamo imparare a "estrarre" questa risorsa in modo più efficiente! Il giacimento turistico può diventare un settore fondamentale per il paese, mentre oggi non è adeguatamente valorizzato: con la metà dell'intero patrimonio artistico e culturale mondiale, l'Italia ha la metà dei turisti che visitano la Francia e una decina di milioni in meno della Spagna. Il totale dei visitatori dei musei statali italiani, poi, è pari a quelli dei musei della sola città di Londra, mentre tra i venti musei più visitati al mondo nessuno è italiano (musei vaticani esclusi): gli Uffizi sono al ventunesimo posto!

082-090-Magnani 65.indd 86 05/06/14 18.03

Non è solo un problema di quantità, ma anche di qualità: la spesa pro capite giornaliera del turista straniero in Italia, infatti, è inferiore a 100 euro, quasi interamente esaurita da vitto e alloggio.

Non basta valorizzare e riqualificare il turismo, dobbiamo creare "nuovi mestieri" e sperimentare nuove tecnologie. È necessario riscoprire antiche professioni o lanciare nuove specializzazioni nei settori delle opere d'arte e della tutela ambientale: dal classico restauratore, ai curatori di mostre, non dimenticando assicuratori e spedizionieri, esperti legali e fiscali. Professioni di nicchia, certo, ma ad alto valore aggiunto, che se messe insieme, avrebbero un peso considerevole sull'economia. Attorno a ogni "mestiere", poi, si potrebbe creare un centro di eccellenza, con una relativa scuola di formazione: investire in cultura, infatti, significa investire in un capitale umano. Basta pensare alle tecnologie digitali, alle opportunità economiche che offrono, e ai rischi da prevenire: senza una tempestiva gestione e protezione, i beni culturali subiranno la pirateria e le contraffazioni, proprio come i prodotti agroalimentari e i grandi marchi.

Se poi, oltre al patrimonio artistico e paesaggistico, includiamo nella cultura il settore creativo, dei contenuti (cinema, tv, radio, editoria) e dei manufatti (moda, design, gusto), le opportunità di crescita economica si moltiplicano. Peraltro, nella percezione internazionale, cultura e settore creativo potenziano il *soft power*, e cioè l'immagine, la reputazione, la capacità di influenza del paese: tutti aspetti con importanti ricadute economiche.

INTEGRAZIONE CULTURALE E DIVERSITÀ: LA GRANDE OCCASIONE. Il valore, anche economico, della diversità – e in particolare degli immigrati – è un aspetto spesso trascurato: gli studi in materia in effetti non sono concordi ma, nel lungo termine e con politiche di integrazione efficaci, i vantaggi per la crescita sono evidenti.

082-090-Magnani 65.indd 87 05/06/14 18.03

Negli Stati Uniti l'importanza degli immigrati nell'economia, soprattutto nell'attività imprenditoriale, è evidente: il 42% delle società Fortune 500 sono state fondate da immigrati di prima o seconda generazione; nel settore tecnologico si arriva al 60% delle maggiori 25 società, tra cui anche Apple, Google, IBM, Oracle, Amazon, eBay, Facebook, Yahoo! e LinkedIn. Anche in Italia la propensione al rischio – una componente fondamentale dello spirito imprenditoriale – è normalmente più elevata tra gli immigrati che tra gli "indigeni", anche se le attività principali cui si dedicano gli imprenditori immigrati in Italia (per oltre il 70% riconducibili a costruzione e commercio) rappresentano settori che richiedono bassi livelli di istruzione e formazione.

In ogni caso, il peso degli immigrati sul tasso d'imprenditorialità e sul mercato del lavoro è notevole: gli immigrati generano quasi il 12% del PIL italiano (era il 7,1% nel 2005) e rappresentano oltre 230.000 titolari d'impresa, con una crescita del 39,2% dal 2007, nonostante la crisi economica. Nel periodo 2007-2012, i lavoratori stranieri in Italia sono aumentati di 580.000 unità con un progresso del 33%, il maggiore tra i grandi paesi europei (Germania +13%, Francia +5%, Spagna -25%); nello stesso periodo gli "italiani" hanno perso oltre un milione di posti di lavoro. Sottovalutare questi dati è irresponsabile; saper valorizzare la diversità della società italiana e favorire l'integrazione culturale, invece, è una necessità, anche economica.

AUMENTARE MOBILITÀ SOCIALE E MERITO, PARTENDO DALLE SCUOLE. Solo riscoprendo il merito (tra gli studenti, ma anche tra gli insegnanti) la scuola italiana può essere strumento di mobilità sociale e, attraverso riconoscimenti per i capaci e i meritevoli, può offrire uguaglianza di opportunità ai giovani. E solo con una scuola d'infanzia di qualità, disponibile per tutti i bambini a prescindere da origine e reddito familiare,

si possono scoprire talenti e passioni, e farli emergere, nell'interesse di ciascun ragazzo e dell'intera società.

Le due leve strategiche per aumentare la mobilità sociale sono gli asili e le scuole medie e superiori: l'offerta di scuole di infanzia (da 0 a 6 anni) di qualità, è un aspetto fondamentale per consentire che emerga fin dall'inizio il talento dei giovanissimi, indipendentemente dalla famiglia di origine, permettendo quindi di aumentare la mobilità sociale dei bambini e delle madri. In questo caso la *best practice* non è all'estero, ma nel cuore dell'Italia, a Reggio Emilia, con la straordinaria esperienza di Reggio Children, un network di oltre 80 asili considerati i migliori del mondo[1].

I percorsi d'istruzione secondaria, in Italia molto diversi tra loro, condizionano invece le successive scelte universitarie e professionali: solo il 10% dei figli di non diplomati si laurea; in Francia sono il 35%, nel Regno Unito il 40%. Molte professioni sono quasi "ereditarie": il 44% degli architetti è figlio di architetti e percentuali simili ricorrono tra avvocati, farmacisti, medici e ingegneri. La "correlazione intergenerazionale" è molto elevata, sia nell'istruzione che nei redditi, l'esatto contrario della mobilità sociale.

Dobbiamo guardare ai modelli opposti inglese e tedesco – il primo con una forte impronta generalista, il secondo con maggiore enfasi sulla specializzazione – per migliorare il nostro modello (comunque buono) attraverso idee già sperimentate. La scelta fondamentale del percorso educativo, per esempio, potrebbe essere posticipata a 16 anni (come in Finlandia, con conseguenze molto positive sulla mobilità sociale[2]), un'età in cui è maggiore la consapevolezza delle proprie potenzialità, e così la loro percezione da parte delle famiglie e degli insegnanti. Le rigide barriere tra i diversi percorsi scolastici dovrebbero essere ridotte, rendendo più semplice la mobilità fra istituti per gli studenti che avessero intrapreso una strada inadatta. L'investimento in istruzione, però, deve dare un ritorno visibile: alle famiglie deve

082-090-Magnani 65.indd 89 05/06/14 18.03

essere chiaro che l'educazione dei figli rende più dei titoli di Stato o degli investimenti immobiliari!

Investire nella formazione, dalle scuole materne a quelle superiori, insomma, è fondamentale; farlo bene minimizza costi futuri, privati e sociali, altrimenti ben superiori al "risparmio" apparente, oltre a dare un futuro ai giovani e a spingere l'economia.

GUARDARE DALLA "GIUSTA DISTANZA". Tante sono le sfide importanti da affrontare e lunghi sono i tempi per ottenere un ritorno in campi come la scuola e la ricerca. Tuttavia, è fondamentale iniziare a seminare da qui al 2020. Come scrive Luca Parmitano, l'astronauta italiano rimasto per settimane a bordo della Stazione spaziale internazionale, l'Italia si vede (e si ama) meglio da lontano. Dalla "giusta distanza" – che sia lo spazio, o l'Harvard Kennedy School a Cambridge, Massachusetts – si vedono con maggiore chiarezza i problemi e le criticità, ma anche le opportunità e il potenziale del paese; dalla "giusta distanza", insomma, si può pensare con maggiore lucidità ed equilibrio alle strategie di lungo termine, necessarie affinché le vacche possano diventare, se non grasse, almeno sobrie.

[1] Il Reggio Emilia Approach è stato sviluppato nel dopoguerra da un insegnante, Loris Malaguzzi, e dai genitori di bambini della provincia di Reggio Emilia. Nel 1991, la "Diana" viene definita da *Newsweek* come la più avanzata scuola di infanzia del mondo. Negli anni Novanta una partnership pubblico-privato tra la Fondazione Malaguzzi e gli enti locali ha dato vita al Reggio Children, un network di oltre 80 scuole.

[2] Anche grazie alle riforme della scuola la Finlandia ha ridotto drasticamente negli ultimi decenni l'*income elasticity* (da 0,30 a 0,18). A titolo di confronto, l'Italia è a 0,48, gli Stati Uniti a 0,47, la Gran Bretagna a 0,50; Danimarca e Norvegia, invece, sono rispettivamente a 0,15 e 0,10.

082-090-Magnani 65.indd 90 05/06/14 18.03