



Ministero dello Sviluppo Economico

**PROGETTI A FAVORE DEI DISTRETTI INDUSTRIALI
(DECRETO 28 DICEMBRE 2007)**

REGIONE CAMPANIA

**AZIONE DI SISTEMA PER L'ACCOMPAGNAMENTO ED IL
SOSTEGNO DELLE IMPRESE DEI DISTRETTI PRODUTTIVI
CAMPANI NEL PROCESSO DI SVILUPPO DI "RETI DI
IMPRESE", ANCHE AL FINE DI POTENZIARNE LA PRESENZA
E LA COMPETITIVITÀ SUI MERCATI INTERNAZIONALI**

RELAZIONE DESCRITTIVA

PREMESSA

Il difficile momento congiunturale dovuto alla crisi economica globale e la mancata crescita nel corso dell'ultimo decennio del sistema manifatturiero campano, associato al calo dell'immagine del nostro territorio a causa della forte esposizione mediatica del problema dell'immondizia e della sempre viva questione della legalità, mettono il sistema delle imprese campane in una difficile condizione rispetto alla possibilità di competere adeguatamente sui mercati nazionali ed internazionali.

Il presente progetto intende contribuire alla crescita del sistema produttivo, attraverso la valorizzazione delle numerose eccellenze presenti nel territorio e soprattutto attraverso la facilitazione e l'accompagnamento nel processo di creazione di reti di imprese e di distretti. In particolare, il progetto *de quo* intende intervenire su due fronti: da un lato attraverso azioni per favorire la promozione e la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e dall'altro attraverso forme di collaborazione tra distretti appartenenti a regioni diverse, anche al fine di rafforzarne la presenza sui mercati internazionali.

Come vedremo più dettagliatamente nel Piano di Intervento, il sistema dei distretti – per come era stato definito negli anni Novanta – appare in forte difficoltà e non solo per quanto riguarda la Campania. Il concetto di distretto ha dunque la necessità di essere rivisto e appare di fondamentale importanza che vengano individuati e realizzati gli strumenti in grado di rivitalizzare le economie territoriali, soprattutto attraverso la costituzione di Reti e Filiere d'impresa e di distretto. In tal senso, l'obiettivo primario del presente progetto è proprio quello di attivare un intervento a favore dei sistemi produttivi che ne innovi e rafforzi il sistema organizzativo, anche attraverso nuovi modelli di integrazione della filiera che portino allo sviluppo di reti di imprese.

L'economia italiana, e quella della Campania in particolare, si è finora caratterizzata per lo sviluppo di forme organizzative peculiari della produzione. Il nostro non è solo un capitalismo di piccola impresa, è anche un capitalismo di territorio. E' sul territorio infatti, e nell'ambito delle società locali in esso insediate, che si sono radicati sistemi produttivi che, grazie alla mediazione di fitte reti locali di prossimità, hanno favorito la diffusione delle conoscenze e delle competenze, incubato la crescita di molte neoimprese, organizzato filiere di produzione specializzate, alimentato lo sviluppo della professionalità del lavoro e dell'indotto, favorito la formazione di servizi e di politiche istituzionali coerenti con le esigenze delle attività produttive locali.

La maggior parte delle microimprese presenti e attive nel circuito produttivo non potrebbe sopravvivere in assenza di legami forti con il territorio e le reti di relazioni in esso presenti. Sono

queste reti infatti che rendono accessibili alle PMI locali le economie di specializzazione e di scala che consentono loro di organizzare processi produttivi moderni, dotati di competenze di qualità e di un mercato di sbocco più ampio.

La chiave che rende possibile l'esistenza di moltissime PMI è rappresentata dalla loro appartenenza a filiere localizzate, a distretti produttivi, che rendono possibile l'accesso delle imprese a risorse che eccedono l'ambito strettamente individuale. E' la filiera, il distretto produttivo o reti di imprese che dando stabilità ai rapporti verticali tra i fornitori e i clienti, consente a decine o centinaia di imprese di sommare le idee, le capacità, i capitali, i progetti, i volumi produttivi, le specializzazioni che fanno parte della stessa catena produttiva.

Pur se in modo spontaneo e poco organizzato, il nostro territorio ha finora fornito alla nostra economia quelle esternalità materiali ed immateriali, di cui le imprese, in particolare se piccole o piccolissime, hanno bisogno per entrare nel circuito della produzione moderna.

Come si è rilevato in questi ultimi anni, questa architettura dei distretti produttivi locali deve oggi fronteggiare sfide competitive di grande impegno, che rimettono in discussione l'efficacia del modello organizzativo che si è sviluppato. Una prima sfida è rappresentata dalla globalizzazione, che da una parte assegna importanti vantaggi di costo ai paesi emergenti e che spinge i paesi più ricchi a valorizzare i vantaggi di cui dispongono nell'ambito della innovazione o della qualità per sottrarsi alla morsa della concorrenza dei bassi costi del lavoro; dall'altra parte induce ad aprire le filiere locali, sia a monte (fornitori esterni di conoscenze, componenti, materiali, lavorazioni, servizi, ecc.), sia a valle (rete commerciale e presidio in numero crescente di mercati esteri), in modo da poter competere sul mercato globale.

Un'altra sfida è rappresentata dalla smaterializzazione del valore, in quanto, nelle filiere che diventano globali, le fasi che sono in grado di catturare la maggior parte del valore spesso non sono quelle della trasformazione materiale, ma piuttosto quelle dell'ideazione, dell'innovazione, del *design*, della progettazione, della qualità, dei marchi, dei servizi ecc.

Le imprese e i distretti produttivi campani devono muoversi in direzioni prodotti e servizi che si appoggiano alla qualità, al *fashion*, alla creazione di significati, di esperienze e di servizi personalizzati che i clienti siano disposti a pagare, riacquistando competitività, presentando e facendo conoscere le loro competenze, prodotti e proposte nel grande circuito del mercato globale.

L'ambito territoriale che conteneva una volta al suo interno le reti locali delle relazioni tra gli attori si dimostra ora insufficiente da due punti di vista:

- lo scambio di competenze e di relazioni tra imprese e territorio trova ormai nel “locale” un bacino troppo stretto, insufficiente per reperire le risorse localizzate in altre regioni o nazioni di cui le imprese hanno bisogno per competere; si tratta infatti di risorse che, per svilupparsi, hanno bisogno di bacini ampi;
- i distretti produttivi locali sono punti di arrivo di reti locali che rappresentano allo stesso tempo punti di partenza per reti che si protendono verso il globale, assumendo la funzione di legare l’economia dei luoghi, del territorio, all’economia dei flussi che invece cambia e si sviluppa in termini ampi, transterritoriali e transnazionali; pertanto la vita delle imprese, e delle PMI, evolve da ambiti di saperi e servizi locali verso reti di rapporti che distribuiscono servizi e saperi nel mondo.

Le imprese, e i distretti produttivi, devono affiancare alla valorizzazione delle proprie radici l’esigenza di avere rapporti ed esperienze a scala più estesa del locale, spostando una parte delle proprie energie ai rapporti con altri distretti e altre imprese in altre regioni e nel mercato internazionale. Affinché non ci sia una chiusura solo difensiva, occorre dunque aiutare le imprese e i distretti produttivi a riposizionare le attività svolte su scala locale nella competizione con quelle che possono essere svolte in bacini più estesi e più ampi, cioè a sviluppare reti di imprese.

Nei distretti produttivi, man mano che le imprese presenti spostano la loro competenza dal prodotto alle idee retrostanti – quali competenze tecniche, reputazione di mercato, qualità, servizi ecc. – le stesse si rendono conto, o devono essere aiutate a rendersi conto, che nel mercato globale esistono molti altri potenziali clienti e molti altri potenziali usi per quello che le imprese hanno imparato a fare. Le competenze e le innovazioni diventano pertanto transnazionali e transettoriali, alimentando produzioni, relazioni e vendite in settori collegati, talvolta merceologicamente o geograficamente lontani, sul terreno della tecnologia, delle macchine, degli stili di vita, dei marchi ecc.

Lo sviluppo di reti transterritoriali e transettoriali che incrementano la domanda di competenze, servizi, collaborazioni rivolta ai territori di insediamento è il motore di questo cambiamento.

La crescita dei rapporti e delle reti di produzione che vanno oltre l’orizzonte locale e monosettoriale valorizzano i collegamenti trasversali e le competenze in campo ideativo, progettuale, tecnologico, informatico, comunicativo, commerciale, ecc.

E’ importante favorire la doppia evoluzione dei distretti produttivi locali e delle reti, perché i due processi si sostengono a vicenda. Se le lavorazioni maggiormente standardizzate e codificate slittano inevitabilmente verso i paesi *low-cost*, le innovazioni di eccellenze, le competenze di nicchia e di qualità, i servizi personalizzati che rimangono nei paesi ad alto reddito hanno bisogno,

per far rendere gli investimenti fatti in questo campo, di bacini di uso ampio delle conoscenze possedute e impiegate: bacini che solo rapporti e reti globali possono assicurare.

La Regione deve appoggiare ed accompagnare i distretti produttivi e le imprese nell'affrontare una concorrenza da parte di *competitors* sempre più agguerriti e le imprese devono appoggiare i distretti produttivi locali in cui operano per affermarsi nella concorrenza globale tra territori (in cui le collaborazioni tra i vari distretti italiani può potenziare lo sforzo per affermare *il Made in Italy* nel mondo), che costituisce una sfida di grande portata di cui c'è ancora scarsa consapevolezza.

L'idea tradizionale di distretto produttivo come un sistema "chiuso", che contiene filiere locali autosufficienti o quasi, e aperte solo dal lato della vendita del prodotto finito, è oggi sempre meno adeguata a fornire soluzioni efficaci in termini di innovazione ed evoluzione competitiva, sia per le imprese che per i territori interessati.

Per questa ragione risultano necessarie politiche regionali volte a far evolvere verso modelli più adeguati alla concorrenza globale, evitando di definire il distretto produttivo come una mera realtà burocratico-amministrativa, attraverso cui si deve passare per avere accesso ad incentivi e contributi pubblici.

IL CONTESTO

La recessione economica che dalla fine del 2008 ha interessato l'economia nazionale con crescente intensità, si sta riflettendo in maniera particolare nelle regioni meridionali. Il calo degli ordini, della produzione industriale, degli investimenti e dell'occupazione configurano una recessione pesante con impatti significativi che tenderanno a trasferirsi dal sistema economico al tessuto sociale. Il tutto in un contesto che vede le Regioni del Sud crescere meno del resto del paese: nel periodo 2001-2008 l'incremento annuo del prodotto del mezzogiorno (0,6%) è risultato pari a circa la metà di quello del Centro-Nord (1,0%). Era dal dopoguerra che non si registrava un periodo di sette anni in cui lo sviluppo del Sud fosse costantemente inferiore a quello del Centro-Nord.

I dati relativi al 2009 segnano un calo del PIL relativamente maggiore nel Nord Italia (Nord Ovest - 6,1 %, Nord Est -5,6%) rispetto al Mezzogiorno (-4,1%), in un contesto comunque pesantemente negativo. La differenza di performance è dovuta essenzialmente al maggior peso dell'industria in senso stretto nel Nord rispetto al Sud, ancora molto legato al settore e agli investimenti pubblici.

Gli indicatori economici regionali della Campania risultano purtroppo negativi anche in relazione alle altre aree europee in ritardo di sviluppo. Tra le regioni europee che a metà degli anni Novanta risultavano beneficiarie dei Fondi strutturali destinati all'obiettivo 1, dal 1995 al 2005 la Campania è infatti scesa dal 38° al 52° nella graduatoria riferita al PIL pro capite nominale (valutato a parità del potere d'acquisto).

L'industria meridionale, incontra oggi numerose difficoltà e in particolar modo il sistema delle piccole e medie imprese che rappresentano la prevalenza delle imprese nel Mezzogiorno. Tali problematiche hanno spinto a privilegiare strategie difensive incentrate sulle convenienze derivanti da un utilizzo più che flessibile del lavoro e, per le micro-imprese, dalla prossimità con l'economia informale.

Nell'attuale contesto, l'insufficiente dotazione di capitale fisso sociale e produttivo – oltre a lasciare senza lavoro una persona su dieci – spinge circa 300 mila persone ogni anno ad abbandonare il Sud per realizzare le proprie aspettative personali all'estero o in altre zone del Paese.

Appare evidente che la crescita delle regioni meridionali, e della Campania in particolare, dipenderà da più fattori: tra questi sicuramente il sostegno che una rinnovata azione pubblica sarà in grado di fornire al sistema delle imprese, l'attivazione di politiche anticongiunturali, gli investimenti in innovazione e ricerca per lo sviluppo dei sistemi produttivi locali.

In numerosi comparti, dall'agroalimentare all'alta moda, dall'aeronautica all'elettronica ai servizi logistici, non sono mancate in Campania realtà produttive capaci di affermarsi nei mercati

internazionali ed esperienze di successo basate su innovative tipologie di organizzazione della produzione. Tali performance hanno però riguardato un insieme numericamente limitato di attività e sono state perciò più che compensate dall'andamento negativo del resto dell'economia.

Lo scorso anno, l'indebolimento del ciclo economico in Campania ha riguardato la maggior parte dei sistemi produttivi. In particolare, nella prima metà del decennio il volume di investimenti per addetto è stato inferiore rispetto alle altre regioni meridionali; le agevolazioni pubbliche agli investimenti, misurate dai trasferimenti in conto capitale alle imprese private, sono state invece di entità simile al resto del Mezzogiorno. Risulta ancora marginale il contributo all'ampliamento della base produttiva fornito da iniziative di investimento provenienti da altre regioni italiane o dall'estero.

Se, nonostante un'articolata politica degli incentivi, le condizioni dell'industria meridionale mostrano alla fine del 2005 i segni di una certa difficoltà, è opportuno segnalare come, nel corso del triennio 2007-2009, siano stati dismessi una serie di importanti strumenti di politica industriale. In tale ottica è opportuno che venga definita al più presto una nuova strategia di politica economica che incida profondamente sul percorso di crescita del sistema industriale meridionale.

Nel periodo 2001-2008 sono essenzialmente due i macro-settori in cui si evidenzia una crescita nel volume percentuale delle esportazioni (e ciò avviene sia nel Sud che nelle regioni centro settentrionali), ovvero in quelle produzioni caratterizzate dalla presenza di forti economie di scala ed in quelle ad elevata intensità tecnologica. Di contro il raggruppamento costituito dalle produzioni tradizionali (in cui sono essenzialmente comprese le attività legate al *made in Italy*) perde, nello stesso periodo, quasi 10 punti percentuali al Sud e quasi 5 nel Centro-Nord.

A questo quadro di forte difficoltà congiunturale, bisogna peraltro aggiungere una percezione mediatica negativa data all'estero (e non solo) dell'immagine delle principali città campane a causa dell'emergenza rifiuti e dalle cronache giudiziarie che troppo spesso associano il territorio alle azioni della criminalità organizzata. In tal senso un'operazione di "riabilitazione" dell'immagine pulita della realtà campana, realizzata attraverso la valorizzazione delle numerose eccellenze imprenditoriali e culturali sarebbe senza dubbio necessaria per restituire al tessuto imprenditoriale della regione la giusta considerazione nei mercati interni ed esteri.

I SLL DELLA CAMPANIA

Grazie all'attivazione dell'Osservatorio sui distretti produttivi Campani abbiamo potuto verificare l'andamento economico e produttivo dei sistemi locali del lavoro censiti dall'Istat nella nostra regione.

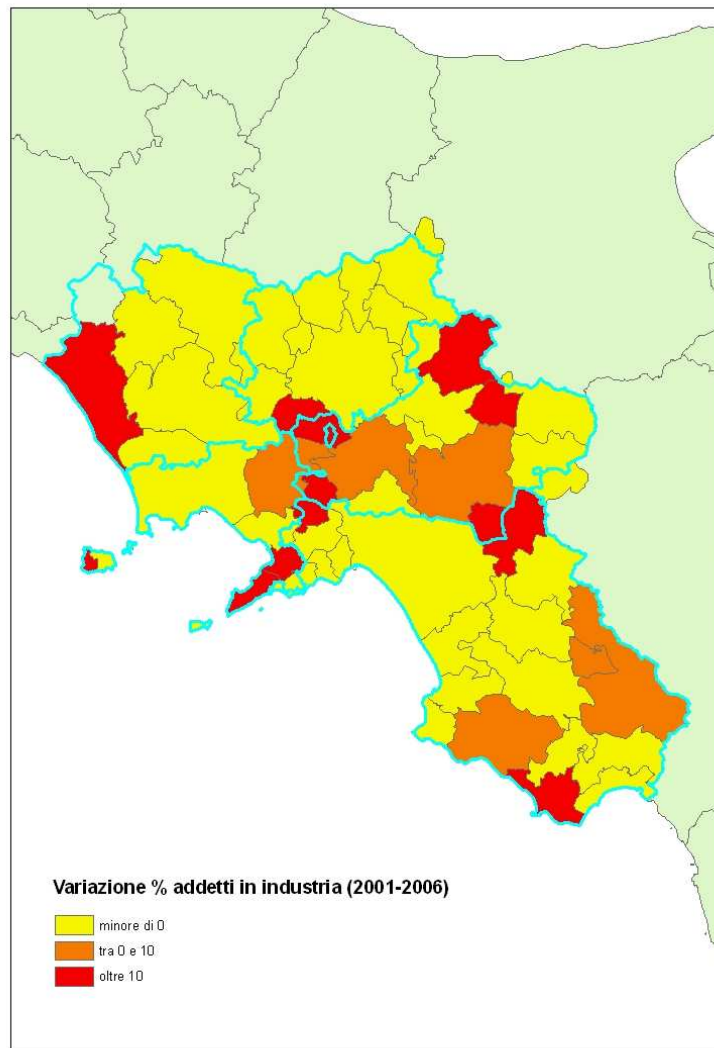
Dalla figura 1 appare evidente come, a parte qualche sporadico caso, la percentuale degli addetti occupati nel comparto industriale sia in forte calo in quasi tutta la regione. Solo 17 SLL su 54 registrano, infatti, un segno positivo ed in particolare vanno segnalate le *performances* di Oliveto Citra (SA), Vallata (AV), Ariano Irpino (AV), Montesarchio (BN) e Sessa Aurunca (CE) che hanno registrato una crescita percentuale superiore al 20%.

Per meglio valutare l'importanza di questo dato vale pena soffermarci sull'incidenza degli addetti manifatturieri sul totale degli addetti (figura 2).

Anche in questo caso il dato complessivo della regione è significativamente al di sotto della media italiana (26,9%), le aree maggiormente inclini all'attività manifatturiera (colorate in rosso nella figura) ricadono essenzialmente nelle province di Avellino e Benevento ed in particolare nei SLL anche distretti industriali. Da questo punto di vista va peraltro sottolineato, come siano proprio i distretti industriali (individuati dall'Istat) i SLL che nel corso dei primi cinque anni del decennio hanno perso più occupati tra gli addetti in industria: San Marco de' Cavoti (BN) - 27,4% Solofra (AV) -27,2%, Sant'Agata dei Goti (BN) -21,1%, Paternopoli (AV) -15,5%, Calitri (AV) -11,5%, Apice -5,1% (BN) e Buccino (SA)-1,4%.

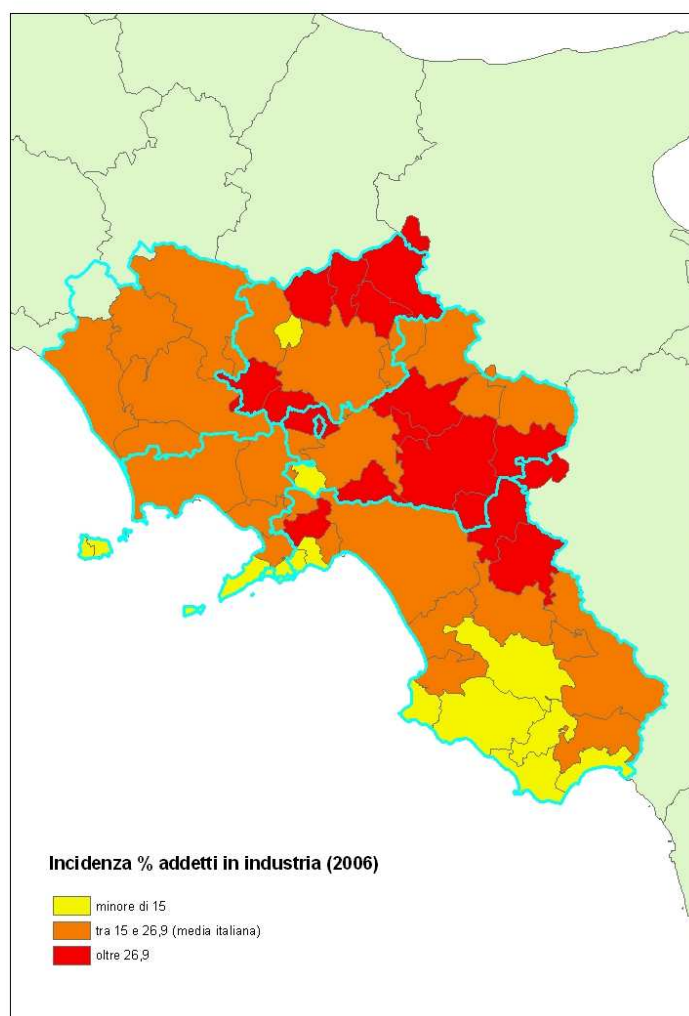
Dati, questi, che evidenziano inequivocabilmente come la crisi produttiva del manifatturiero campano sia iniziata ben prima della crisi globale della finanza internazionale e di come le cause siano molto profonde e radicate. In tal senso le principali sembrano essere due: la mancata propensione all'innovazione e la dimensione d'impresa troppo piccola, fattori strutturali che possono essere affrontati solo attraverso la capacità di creare e/o valorizzare economie di scala, sinergie e Reti.

Fig. 1 Variazione % addetti nell'industria in senso stretto nei SLL campani



Fonte: elaborazioni Ires su dati Istat

Fig. 2 Incidenza % addetti nell'industria in senso stretto nei SLL campani



Fonte: elaborazioni Ires su dati Istat

SISTEMI PRODUTTIVI E ORGANIZZAZIONE IN RETE

Il concetto di distretto industriale è difficilmente riconducibile ad una definizione univoca in quanto presenta numerosissime sfaccettature, che discendono dalla casistica osservata e dalla continua evoluzione dell'economia.

In questo senso l'approccio utilizzato per l'implementazione di politiche industriali rivolte alle realtà produttive locali "allarga" il concetto di distretto a quello di sistema produttivo territoriale (SPT), inteso come l'insieme delle forme di organizzazione spaziale della produzione in cui giocano un ruolo positivo e significativo effetti di sinergia e di prossimità.

Gli elementi che consentono di interpretare e spiegare le *performances* di uno SPT sono:

- la struttura localizzativa, che origina gli effetti di sinergia e il radicamento sociale tra gli attori;
- le connessioni tra gli attori;
- i processi di apprendimento che si esplicano e si riproducono tra i differenti attori.

Tale difficoltà a definire e utilizzare il concetto di distretto risulta palese anche nell'ambito della normativa nazionale dove negli anni anche il legislatore è evoluto verso il concetto di "reti di impresa".

L'introduzione del concetto di distretto nella normativa nazionale risale alla L. 5 ottobre 1991 n. 317 "Interventi per l'innovazione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese", che all'art. 36 indicava i distretti industriali come "le aree territoriali locali caratterizzate da elevata concentrazione di piccole imprese, con particolare riferimento al rapporto tra la presenza delle imprese e la popolazione residente nonché alla specializzazione produttiva dell'insieme delle imprese".

Tale individuazione dei distretti, operata d'imperio dalla PA sulla base di criteri statistici e qualitativi (approccio gerarchico "*top-down*"), non corrispondeva alla realtà concreta del fenomeno distrettuale e difficilmente ha potuto essere applicata. Ciò non è mutato neanche quando, successivamente, la legge n. 140 dell'11 maggio 1999, relativa alle "Norme in materia di attività produttiva", ha semplificato i parametri di individuazione dei distretti industriali.

la Finanziaria 2006 del Governo Prodi (L. 266/05, commi da 366 a 372) prevedeva che un decreto ministeriale avrebbe dovuto stabilire "le caratteristiche e le modalità di individuazione dei distretti produttivi, quali libere aggregazioni di imprese articolate sul piano territoriale e sul piano funzionale".

Anche nella Legge Finanziaria 2007 (L. 296/2006, commi da 889 a 891), il Governo Prodi si è occupato nuovamente dei distretti, novellando la Legge Finanziaria precedente nelle parti ad essi relative.

In attesa del decreto attuativo della Finanziaria 2006 che avrebbe dovuto stabilire i criteri e le procedure per l'individuazione dei distretti (mai intervenuto), la novella dispone un cofinanziamento statale "a progetti in favore dei distretti produttivi adottati dalle regioni, per un ammontare massimo del 50 per cento delle risorse pubbliche complessivamente impiegate in ciascun progetto".

Successivamente, il Disegno di legge "Bersani" sulle liberalizzazioni "Misure per il cittadino consumatore e per agevolare le attività produttive e commerciali, nonché interventi in settori di rilevanza nazionale" (Atto Senato S. 1664, Atto Camera C. 2272 bis), all'art. 24 delegava il governo ad adottare uno o più decreti legislativi che avrebbero dovuto:

- a) definire le forme di coordinamento stabile di natura contrattuale tra imprese aventi distinti centri di imputazione soggettiva, idonee a costituire in forma di gruppo paritetico o gerarchico una rete di imprese;
- b) definire i requisiti di stabilità, di coordinamento e di direzione necessari al fine di riconoscere la rete di imprese;
- c) definire le condizioni, le modalità, i limiti e le tutele che assistono l'adozione dei vincoli contrattuali di cui alla lettera a);

Con la caduta del Governo Prodi il DDL non ha avuto seguito. Tuttavia è interessante rilevare che ormai non si parla più di distretti produttivi, ma di reti d'impresa .

Infatti nel D.L. 25 giugno 2008, n. 112 "Disposizioni urgenti per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività, la stabilizzazione della finanza pubblica e la perequazione tributaria", convertito in legge con la L. 6 agosto 2008, n. 133, l'art. 6 bis dispone che *"al fine di promuovere lo sviluppo del sistema delle imprese (...) con decreto del Ministro dello sviluppo economico (...) sono definite le caratteristiche e le modalità di individuazione delle reti delle imprese e delle catene di fornitura"*, intese *"quali libere aggregazioni di singoli centri produttivi coesi nello sviluppo unitario di politiche industriali"*.

La norma prosegue sancendo che alle reti di imprese e alla catene di fornitura così individuate, *"anche al fine di migliorare la presenza nei mercati internazionali, si applicano le disposizioni"*

concernenti i distretti produttivi” che erano state previste (ma mai applicate) dalla Legge Finanziaria 2006.

Perché fare rete

La recente crisi economico-finanziaria, e la conseguente fase congiunturale negativa che ne è derivata, ha amplificato la necessità, in particolare per le imprese di piccola e media dimensione, di sostenere la competizione anche per mezzo di alleanze, accordi e, in un’accezione più generale, mediante la creazione di reti tra imprese. Affrontare la creazione di reti solo nella dimensione territoriale, nei termini quindi dei classici distretti, risulta alquanto limitativo, mentre appare necessario porre attenzione ad una serie di elementi che caratterizzano lo sviluppo delle reti d’impresa come “veicolo” alternativo e più complesso per la trasmissione dei saperi e delle competenze e per la ricerca di una rinnovata competitività dell’intero sistema.

Ancora oggi molte imprese italiane non operano in una rete formalizzata, pur avendo sviluppato concretamente un’organizzazione che fa perno su stabili rapporti intersocietari nello stesso o in altri settori, esternalizzando funzioni aziendali che si pongono a monte o a valle del processo di produzione di beni e servizi. Oltre a queste si registra nel nostro tessuto di PMI una vasta fascia di imprese che non operano in rete in quanto non ne colgono i vantaggi, reputando la rete stessa non necessaria per la propria crescita competitiva.

In un contesto quale quello sopra delineato, appare indispensabile l’attivazione, attraverso opportune azioni “maieutiche”, di un processo di “presa di coscienza” dei vantaggi dell’operare in rete. A tal proposito, va segnalato come, in linea con questo principio ispiratore, seguendo un approccio di politica economica teso a sviluppare, con opportuni strumenti divulgativi e formativi, una strategia di promozione dei sistemi di impresa tesi al recupero competitivo delle PMI ed a una più efficiente gestione delle attività economiche realizzate attraverso lo strumento delle reti d’impresa, è stato introdotto un innovativo ed importante strumento che agevola la creazione di *network* aziendali, denominato Contratto di rete (introdotto in Italia dall’art. 3, comma 4-ter, del decreto "Incentivi" – D.L. 10.02.2009 n. 5, convertito nella Legge 09.04.2009 n. 33).

Il Contratto di rete rappresenta nel nostro panorama normativo una significativa novità e può costituire uno strumento importante di crescita ed innovazione delle imprese, soprattutto piccole e medie, posto che può consentire, in particolare alle filiere di subfornitura, lunghe e spesso collocate in diversi Paesi, di realizzare forme di coordinamento migliori di quelle conseguibili attraverso contratti bilaterali che uniscono a due a due gli anelli della filiera. Tale frammentazione accresce

infatti i rischi di dispersione della conoscenza e quelli di opportunismo, moltiplicando i costi di controllo. Il contratto rappresenta quindi un'opportunità specialmente per le imprese che, non disponendo di forte potere di mercato, non riescono a conseguire sufficiente protezione rispetto ai vertici della filiera.

I SISTEMI PRODUTTIVI INDIVIDUATI

Nell'ambito dell'attività individuate per la "Ideazione, realizzazione e gestione dell'Osservatorio e del Portale dei Distretti Produttivi campani e costituzione di una rete di Distretti", è stato effettuato uno studio delle realtà territoriali locali attraverso un duplice ambito di analisi: da un lato quello di carattere esclusivamente "quantitativo", realizzato con i dati statistici in grado di fornire una "mappatura" omogenea del territorio regionale sulla base di una serie di criteri oggettivi, dall'altro attraverso indagini di tipo "quali-quantitativo" realizzate con la strategia di ricerca degli studi di caso.

Lo studio di caso si avvale infatti di fonti di informazioni diverse. Nel progetto *de quo* gli strumenti utilizzati si sono basati sulla "triangolazione" delle fonti dati e degli strumenti di rilevazione: i) l'analisi documentale; ii) l'osservazione diretta; iii) la conduzione di interviste in profondità dirette a "testimoni privilegiati".

Grazie a queste tecniche, sono stati individuati quei territori e quei settori che sono risultati essere i più significativi per il complesso del sistema produttivo campano. E' proprio con riferimento ai quattro comparti selezionati – agroindustria, sistema moda, aerospazio e nautica – storicamente strategici per la regione, con un forte impatto in termini occupazionali, di fatturato e di *export*, che è oggi più necessario spingere verso la creazione di reti.

L'AGROINDUSTRIA

I 215 miliardi di euro di spesa alimentare domestica ed extradomestica costituiscono il mercato finale che sta a valle della filiera agroalimentare italiana. In questa filiera operano, in fasi diverse (agricoltura, industria di trasformazione e i diversi canali della fase distributiva e commerciale), una pluralità di attori economici, che consentono al prodotto agricolo di arrivare, dopo diversi processi di trasformazione, al consumatore finale. Tuttavia, la formazione dei prezzi alimentari è strettamente correlata non solo all'attività degli attori della filiera agroalimentare, ma anche alle relazioni economiche tra questi e attori appartenenti ad altri settori che completano la domanda di beni e servizi delle imprese della filiera (fornitura di mezzi tecnici per l'agricoltura, promozione e pubblicità, trasporti e logistica, fornitura di beni accessori e strumentali, ecc.). Inoltre svolge un ruolo attivo anche la pubblica amministrazione con la relativa componente fiscale.

La filiera agroalimentare italiana si caratterizza non solo per la numerosità degli operatori, ma anche per alcune altre caratteristiche strutturali che ne determinano il livello di efficienza e competitività (con effetti diretti sul livello dei prezzi), tra cui:

- Estrema polverizzazione della fase produttiva;
- Un grado di concentrazione nella fase distributiva/commerciale non ancora allineato ai principali paesi europei;
- La dipendenza dall'estero per molte produzioni agroalimentari (anzitutto materie prime agricole).

Nella filiera italiana, e viepiù in quella regionale, emerge dunque una spiccata polverizzazione, che impedisce, di fatto, il ricorso ad economie di scala. Tutto ciò si ripercuote in una maggiore incidenza dei costi di lavoro, capitale e finanziamento. Attraverso la costruzione di reti distrettuali e d'impresa si potrebbe raggiungere una maggiore efficienza sul piano dei costi interni ed esterni delle imprese della filiera agroalimentare, nonché dell'ambiente competitivo in cui operano e si libererebbero risorse in grado sia di ridurre i prezzi al consumo che di sostenere i ridotti utili dei vari operatori.

Nocera Inferiore - Gragnano

Il distretto agroalimentare campano si estende in un'area compresa tra il cono vulcanico del Vesuvio e le montagne di Sarno a Nord ed i Monti Lattari a Sud. La superficie del polo è di 293 kmq e ricomprende al suo interno 20 comuni, dei quali 16 sono collocati in provincia di Salerno, mentre i rimanenti 4 fanno parte della provincia di Napoli. Dal punto di vista della dimensione demografica, i comuni più importanti sono Nocera Inferiore e Scafati nel salernitano con circa 50.000 abitanti a testa; il centro più popoloso della provincia di Napoli è Gragnano, che conta invece 30000 abitanti all'attivo. L'area del *cluster* risulta ben collegata con le principali tratte stradali del Centro-Sud, grazie alla prossimità alle autostrade campane. Considerando la natura del territorio, si può infine notare come quest'area sia tradizionalmente favorevole all'attività agroalimentare per via di 3 fattori: disponibilità di acqua, fertilità del suolo e tradizione di proprietà terriera.

Per quanto riguarda le specializzazioni, l'area è ricca di diversi tipi di attività: si passa dalla trasformazione del pomodoro, alla realizzazione di conserve, alla produzione della pasta (Gragnano è nota come città della pasta) e del vino. Il prodotto più noto ai consumatori è certamente il pomodoro di San Marzano, l'"oro rosso" che ha ricevuto la denominazione di origine protetta DOP. La maggior parte delle unità produttive presenta la connotazione della piccola impresa a carattere familiare ed utilizza la forma giuridica dell'impresa individuale.

Tabella 1

N. Imprese (2009)	606	Var.% Imprese (2009/2007)	+89,97
N. Imprese fino a 49 addetti (2008)	306 (91,62%)	Var.% Imprese fino a 49 addetti (2008/2007)	+4,44
N. Addetti (2008)	7.522	Var.% Addetti (2008/2007)	+5,62
Export 2009 (Ml Euro)	1.167	Var.% Export 2009/2008	+6,48

La nascita e lo sviluppo di questo distretto hanno avuto una denotazione decisamente spontanea, dovuta soprattutto alla grande tradizione agroalimentare del salernitano e alla fertilità dei suoli di quest'area. Con il tempo, le imprese si sono concentrate intorno a Nocera Inferiore e Gragnano, in modo da poter sfruttare la presenza di sinergie tra imprese operanti nello stesso settore.

L'importanza della "Rete" per il distretto agroalimentare

Negli ultimi anni i distretti agroalimentari italiani hanno subito molto soprattutto la concorrenza proveniente dai paesi in via di sviluppo, i quali però, basando la propria strategia su produzioni a basso costo, vengono meno nel carattere della qualità, offrendo, di contro, prodotti a prezzi molto più bassi, insostenibili da parte delle imprese italiane. Nel contesto attuale, l'unica strada per l'economia agroalimentare italiana, e per il distretto agroalimentare campano in particolare, è quella di puntare sulla qualità dei propri prodotti, valorizzandoli e veicolando quel ventaglio di peculiarità, come la tradizione e il collegamento con il territorio e con l'esperienza produttiva radicata nella zona, inimitabili da parte dei *competitors*.

Qualità, sicurezza e tradizione diventano così tre parole chiave nell'attuale scenario competitivo del settore agroalimentare. I consumatori rivolgono infatti sempre di più le loro attenzioni verso prodotti con caratteristiche di qualità, di sicurezza e di quel giusto collegamento con la tradizione alimentare del territorio che garantisce esperienza nella produzione di un alimento.

Le imprese devono dunque gradualmente adattarsi a questo nuovo scenario, anche perché l'unico modo per poter competere a livello globale è attuando una politica imprenditoriale basata non più sulla produttività degli stabilimenti e degli impianti, ma veicolando quella maggiore qualità e, di conseguenza, salubrità dei prodotti alimentari italiani.

In questo contesto, l'imperativo per le imprese dei distretti agroalimentari italiani, e di quello campano in particolare, deve divenire "fare rete per competere", con l'obiettivo di mantenere "alta" la qualità dei prodotti alimentari del nostro Paese. Il processo di costituzione della rete appare tuttavia reso più difficile se si volge lo sguardo agli attori del sistema agroindustriale, composto in prevalenza da PMI, che, in un contesto in cui oltre il 60% del fatturato dell'industria proviene da imprese multinazionali e da grandi gruppi industriali, hanno puntato sull'offerta di prodotti tipici e

di elevata qualità, spesso a denominazione di origine, riuscendo così a conquistare nicchie di mercato, al riparo della concorrenza dei grandi gruppi industriali, nelle fasce alte del mercato, sia interno che estero. Orbene, in un contesto in cui per essere competitive le imprese devono puntare più che sulla riduzione dei costi di produzione, sulla qualità dei prodotti e sull'ottimizzazione dei processi, e quindi investendo in ricerca e innovazione, fare rete diventa assolutamente indispensabile.

Altrettanto evidente appare la necessità di reti di imprese – di imprese appartenenti anche a distretti diversi – mirate ad accordi sulla qualità, al fine di valorizzare il prodotto, il processo e l'origine territoriale. Il tutto mediante la definizione, ad esempio, di procedure e norme condivise per la tracciabilità e la rintracciabilità di filiera, l'individuazione di procedure condivise di riduzione dell'impatto ambientale delle filiere produttive, l'individuazione concertata di strumenti e messaggi di comunicazione della qualità al consumatore (marchi collettivi, valorizzazione delle tradizioni, garanzie sanitarie ed ambientali ecc.), nonché *partnership* per la valorizzazione del territorio.

E' di tutta evidenza inoltre che la costituzione di reti di imprese operanti in distretti diversi ma nella medesima fase produttiva consentirebbe di acquisire un maggior potere di mercato nella fase di reperimento e acquisto dei fattori della produzione ed un maggior potere contrattuale nella fase di commercializzazione; la costituzione di reti fra imprese che, pur operando in differenti distretti e, eventualmente anche in diverse fasi del processo produttivo, intendono realizzare obiettivi comuni, consentirebbe infine la circolazione di informazioni, il trasferimento di buone pratiche e la realizzazione di progetti di formazione e riqualificazione comuni.

In considerazione infine della carenza strutturale delle imprese del comparto agroalimentare in ambito tecnologico, si evince la necessità di promuovere la costituzione di reti transnazionali e transettoriali, volte a favorire l'applicazione delle tecnologie alla produzione agroalimentare.

In definitiva, la costituzione di reti di imprese, come sopra delineata, consentirebbe da un lato una crescita dell'impresa agroalimentare campana, dall'altro di garantirle il rispetto di quel trionomio qualità, sicurezza, tradizione, indispensabile anche per consentirle la conquista di nuovi mercati e/o il consolidamento della presenza sui mercati internazionali.

IL SISTEMA MODA

Il settore del tessile/abbigliamento rappresenta uno dei punti di forza dell'industria campana. La Campania rappresenta circa il 31% delle imprese del Sud ed è *leader* meridionale assoluta nel comparto del confezionamento degli articoli di vestiario. Il settore vanta nella regione complessivamente 21 mila per 126 mila addetti, un fatturato di 8.8 miliardi di euro ed un valore aggiunto di 2.4 miliardi di euro. Non mancano peraltro i problemi. Quello più evidente consiste nella ridotta dimensione media delle imprese che, fino al passato recente, è andata di pari passo con il terzismo, determinando una dipendenza e subordinazione di vaste fasce produttive da logiche d'impresa esterne all'area e quindi non direttamente interessate al suo sviluppo. Una autentica svolta, al riguardo, si è verificata negli ultimi anni, relativamente alla capacità di mobilitazione ed aggregazione e alla intraprendenza di un gruppo di imprenditori locali che, riuniti nel Consorzio Napoli 2001 e nella Sezione Tessili e Abbigliamento dell'Unione Industriali di Napoli, hanno dato vita a molte meritorie iniziative.

Il filo conduttore che li ispira è la ferma determinazione di superare l'atavico, penalizzante individualismo, accomunando idee e progetti e affidandone la gestione a strutture coese, in grado di portarne avanti le istanze con ben altro potere contrattuale nei confronti dei vari interlocutori istituzionali. La Regione Campania ha individuato, su sette distretti industriali, ben cinque aree dedicate al tessile e abbigliamento: San Giuseppe Vesuviano, Grumo Nevano-Aversa, Calitri, San Marco dei Cavoti, Sant'Agata dei Goti. Il problema è che, al di là delle preesistenze in termini di imprese e aree di localizzazione, ancora non sussistono infrastrutture e servizi alle imprese in misura tale da assicurare quegli standard minimi per consentire una agevole produzione "di filiera" (dalla tessitura allo stampaggio e alla tintura dei filati, agli accessori e al *design*, al marchio, all'internazionalizzazione, ecc.). L'importanza di manifestazioni e di progetti nel comparto *fashion driven*, già sta fornendo brillanti risultati assicurati nel settore in termini di visibilità, ampliamento dei mercati, acquisizione di una rete di relazioni e contatti diretti con i grandi *buyers*. Il successo di iniziative nel Tessile e Abbigliamento, accrescendone sempre più la rappresentatività di pari passo con il consolidamento di un polo napoletano della moda di livello ultranazionale, pone le premesse, quanto meno di "rete", per riuscire a superare ostacoli politico-burocratici. Come quelli che ancora ritardano la concreta messa a disposizione di un 'area di sbocco dove allocare tante imprese napoletane impossibilitate a espandere e qualificare ulteriormente le proprie produzioni per l'angustia degli ambienti in cui sono ancora costrette ad operare.

Grumo Nevano - Aversa

Il Distretto Industriale di Grumo Nevano - Aversa insiste su una superficie territoriale pari a 158,24 Km², comprendente 23 comuni, di cui 16 appartenenti alla provincia di Caserta, nei quali prevalgono i settori tessile, abbigliamento e conciario, (Aversa, Cesa, Frignano, Lusciano, Orta di Atella, Parete, San Marcellino, San Tammaro, Sant'Arpino, Succivo, Teverola, Trentola, Ducenta, Villa di Briano, Carinaro, Gricignano) e 8 comuni della provincia di Napoli nei quali c'è una maggiore differenziazione di attività e un forte tasso di concentrazione di imprese (Arzano, Casandrino, Casavatore, Casoria, Frattamaggiore, Grumo Nevano, Melito di Napoli, Sant'Antimo). La popolazione residente sul territorio interessato è pari a circa 450.000 abitanti.

Nell'ambito del distretto esistono due vocazioni industriali che corrispondono ad altrettanti sub-distretti: il primo è quello collocato nell'Aversano e si contraddistingue per la produzione di calzature, mentre il secondo fa capo all'area del Grumese e produce beni relativi al comparto tessile-abbigliamento; il polo di Aversa è quello che raccoglie la maggioranza delle unità produttive con circa 1000 imprese.

Le sono di diverse dimensioni e incorporano al loro interno tutte le fasi della produzione o solo alcune di esse. Esse lavorano soprattutto per conto terzi, ma alcune riescono ad esportare all'estero anche con un proprio marchio e si riscontra anche la presenza di medio-grandi imprese come, ad esempio, Kiton, Blasi, Attolini, Isaia e altri. Per quanto riguarda i mercati di sbocco della produzione, le imprese lavorano soprattutto per conto terzi, ma alcune esportano all'estero con il proprio marchio, principalmente verso gli Stati Uniti ed Estremo Oriente.

Tabella 2

N. Imprese (2009)	2.066	Var.% Imprese (2009/2007)	+144,50
N. Imprese fino a 49 addetti (2008)	790 (98,01%)	Var.% Imprese fino a 49 addetti (2008/2007)	-4,93
N. Addetti (2008)	6.805	Var.% Addetti (2008/2007)	-1,37
Export 2009 (Ml Euro)	159	Var.% Export 2009/2008	-19,29

Il distretto della calzatura si concentra maggiormente nella cosiddetta 'cittadella aversana'. La lavorazione di calzature è recente: risale agli anni fra le due guerre. Intorno agli anni sessanta a un sistema di già collaudato nel settore tessile/abbigliamento si affiancarono i primi calzaturifici a conduzione familiare. Oggi nel Distretto si producono calzature da uomo e da donna di qualità media e medio-fine. Le imprese lavorano soprattutto per conto terzi, ma alcune esportano anche all'estero con un proprio marchio.

Solofra

Il polo conciario di Solofra rappresenta una delle realtà industriali più interessanti del mezzogiorno d'Italia. È collocato a metà strada tra le città di Salerno e Avellino, rispettivamente a 25 e 12 km dai due capoluoghi di provincia e interessa un'area di circa 115 kmq che comprende i comuni di Solofra, Montoro Inferiore, Montoro Superiore e Serino. Come si evince dalla denominazione del distretto, il punto di riferimento della produzione è il comune di Solofra che viene definito, di conseguenza, "Città della Pelle" per la sua storia recente ed antica. La buona collocazione del cluster è evidente anche grazie alla relativa vicinanza al raccordo autostradale Avellino-Salerno che permette un collegamento rapido per Roma, Bari, Napoli oltre che al porto di Salerno.

Solofra è certamente una delle realtà conciarie più importanti del nostro paese assieme ad Arzignano e Santa Croce sull'Arno. In quest'area operano circa 400 , 160 delle quali sono concerie mentre le altre rappresentano imprese di confezionamento, di prodotti chimici e di servizi. Per quanto riguarda la dimensione delle unità produttive si riscontra una prevalenza di piccole e piccolissime imprese, dal momento che le medie imprese superano di poco il centinaio. Le attività svolte all'interno del *cluster* campano appaiono piuttosto omogenee, infatti si stima che il 90% delle concerie si occupa esclusivamente della lavorazione delle nappe per il settore abbigliamento, il restante 10%, invece, è destinato ai processi che riguardano il nabuk per le calzature.

Tabella 3

N. Imprese (2009)	750	Var.% Imprese (2009/2007)	+65,93
N. Imprese fino a 49 addetti (2008)	432 (98,63%)	Var.% Imprese fino a 49 addetti (2008/2007)	-2,92
N. Addetti (2008)	3.464	Var.% Addetti (2008/2007)	-5,39
Export 2009 (Ml Euro)	115	Var.% Export 2009/2008	-8,73

Il distretto di Solofra punta su una forte tradizione artigiana, non a caso già a metà del XIX secolo il comprensorio contava su circa 40 manifatturieri. La crescita evidente del cluster campano si è avuta solo dopo la Seconda Guerra Mondiale inizialmente grazie alla imponente domanda di guanti di pelle e alla progressiva apertura alla diversificazione della gamma prodotti offerti e alla esportazione dei capi in pelle. Dopo qualche decennio di sviluppo e prosperità, il distretto di Solofra patisce un periodo di crisi dovuto in particolar modo alla concorrenza asiatica e alle crescenti difficoltà di approvvigionamento presso i canali tradizionali.

San Giuseppe Vesuviano

L'area territoriale del polo tessile di San Giuseppe Vesuviano si estende su di una superficie di 109 kmq per un totale complessivo di 120.000 abitanti. Si tratta di otto Comuni in Provincia di Napoli

(Carbonara di Nola, Ottaviano, Palma Campania, Poggiomarino, San Gennaro Vesuviano, San Giuseppe Vesuviano, Striano e Terzino) su cui si sviluppa il più grande Distretto tessile del Mezzogiorno.

Sul territorio vesuviano si è sviluppata una organizzazione produttiva basata su una filiera di Pmi in grado di attuare tutte le fasi del processo produttivo (a monte e a valle) con collegamenti di tipo organizzativo intersettoriali e infrasettoriali. Le principali tipologie di impresa presenti in zona sono classificabili in: diffusore/converter/produttore di tessuto; impresa di produzione di abbigliamento; impresa di ingrosso abbigliamento e biancheria per la persona; *façonier*; impresa sub-fornitrice; imprese che si occupano di commercio ambulante; diffusore e produttore di accessori; impresa di servizi alle come autotrasporti, pubblicità, packaging, spedizione, ecc.

Tabella 4

N. Imprese (2009)	3.493	Var.% Imprese (2009/2007)	+74,82
N. Imprese fino a 49 addetti (2008)	1.959 (99,44%)	Var.% Imprese fino a 49 addetti (2008/2007)	-1,36
N. Addetti (2008)	8.510	Var.% Addetti (2008/2007)	+0,80
Export 2009 (Ml Euro)	254	Var.% Export 2009/2008	-16,99

La nascita della tradizione tessile nell'area del vesuviano risale agli anni '30 quando si sviluppò un'attività commerciale basata su attività di vendita ambulante e di porta a porta di abbigliamento, prodotti tessili, biancheria per la casa e per la persona e di accessori per abbigliamento che venivano acquistati nel nord Italia. A questa attività, che tuttora esiste in zona, si sono affiancati negli anni '50 i primi insediamenti di punti vendita all'ingrosso e al dettaglio, mentre per la creazione dei primi insediamenti industriali risulta necessario aspettare la prima parte degli anni '70.

Sant'Agata dei Goti-Casapulla

Il distretto industriale di Sant'Agata dei Goti – Casapulla è uno dei 5 *cluster* campani ad operare nel settore tessile, si trova nella parte centrale della Campania e ricomprende al suo interno circa 20 comuni, 6 della provincia di Benevento e 14 della provincia di Caserta.

Il centro che è più coinvolto dall'iniziativa industriale è di certo Sant'Agata dei Goti che è un comune dove vivono circa 12000 persone. L'area del distretto si colloca in una zona collinare prossima al Parco Regionale del Taburno e quindi molto apprezzata anche in chiave turistica.

Il distretto conta circa 192 unità produttive che concentrano la loro attività non solo nel settore tessile-abbigliamento, ma anche nel comparto del confezionamento di abbigliamento per conto di imprese terze o attraverso il sistema del *façon* (produzione legata a importanti griffe della moda

italiana) e, in misura più contenuta, nella fabbricazione di macchine tessili. In quest'ambito va rilevata però una differenza sostanziale tra le attività condotte in provincia di Caserta e quelle realizzate nel beneventano. Nel primo caso, infatti, le lavorazioni sono concentrate sulla seta e si caratterizzano per un'alta qualità che permette la penetrazione nei mercati esteri. Nel beneventano invece, la produzione trova maggiore spazio nel campo della produzione meccanica e metalmeccanica.

Il sistema locale si configura comunque come non competitivo e in gran parte contoterzista, con pochi isolati casi di produzione con marchio proprio. Riguardo i prodotti realizzati, questi sono in prevalenza capispalla e pantaloni, seguiti da maglieria, camiceria e confezioni in pelle a completamento della filiera tessile di specializzazione.

Tabella 5

N. Imprese (2009)	749	Var.% Imprese (2009/2007)	+102,43
N. Imprese fino a 49 addetti (2008)	362 (99,45%)	Var.% Imprese fino a 49 addetti (2008/2007)	-1,90
N. Addetti (2008)	2.314	Var.% Addetti (2008/2007)	+7,92
Export 2009 (Ml Euro)	11	Var.% Export 2009/2008	+22,22

La storia del Distretto è collegata all'attività storica della cittadella di Sant'Agata dei Goti; la pregiata fabbricazione dei tessili proveniva infatti da questa città. Inoltre si possono anche trovare alcune tracce di stabilimento relativi al Settecento e presenti nell'area di San Leucio.

Il Polo Orafo

Il settore orafa campano è incentrato su tre Sistemi Locali di Sviluppo autonomi: Napoli (cosiddetta "Piazza degli Orefici"), Torre del Greco (NA), e Marcianise (CE):

- il Sistema Locale di Napoli è caratterizzato dalla presenza di imprese di piccolissime dimensioni, attive, in particolare, nella lavorazione artigianale e nel commercio al dettaglio di prodotti di oreficeria e gioielleria;
- il Sistema Locale di Torre del Greco è caratterizzato dalla presenza di imprese attive, in particolare, nella lavorazione artigianale del corallo e del cammeo, con prodotti caratterizzati dalla presenza di elementi artistici;
- il Sistema Locale di Marcianise è caratterizzato dalla presenza di imprese attive, in particolare, nella lavorazione e distribuzione all'ingrosso di prodotti di oreficeria e di gioielleria, con una diffusa utilizzazione di tecnologie e processi innovativi.

Le caratterizzazioni “produttive” dei tre Sistemi Locali costituiscono un fattore di competitività e sono pertanto da salvaguardare, anche attraverso azioni di sviluppo delle reti di imprese finalizzate a favorire nuovi contatti e nuovi mercati .

L'importanza della “Rete” per i distretti del “sistema moda” campano

I distretti del “sistema moda” sono tra quelli che hanno maggiormente subito la concorrenza delle imprese operanti in aree a basso costo dei fattori della produzione. Di conseguenza, al fine di consentire il rilancio competitivo delle imprese dei distretti in parola, sarebbe auspicabile lo sviluppo di reti che, seguendo un approccio mirato alla dislocazione delle operazioni a più basso valore aggiunto, più facilmente imitabili e realizzabili dai *competitors* esteri a costi inferiori, consentissero di concentrare le risorse su quelle attività – ad esempio, lo sviluppo del *design*, dello stile, sulla preparazione dei cartamodelli, sul taglio ecc. – che richiedono lo sfruttamento di conoscenze radicate sul territorio e, in quanto tali, di difficile trasferibilità.

Nel contempo, al fine di fornire una risposta più celere agli ordinativi, soprattutto a quelli del “Pronto moda” e al fine soprattutto di rendere più percepibili le caratteristiche di qualità dei prodotti, sarebbe necessario lo sviluppo di reti volte a diffondere la cultura dell’innovazione e ad incrementare l’attività di ricerca.

Parimenti, al fine di far fronte ai continui cambiamenti degli scenari del mercato globale, appare necessario, anche per il “Polo Orafo” sviluppare un concetto di rete che porti al superamento della tradizionale figura del maestro orafo racchiuso in un laboratorio, dove la materia prima, come per miracolo, prende forma e vita.

A tal fine, appare determinante favorire lo sviluppo di sinergie anche tra le imprese dell’Alta Moda e le imprese orafe, posto che trattasi di due mondi che, per quanto diversi, insieme dimostrano, e in maniera egregia, quella creatività che da sempre contraddistingue l’immagine del *made in Italy*.

IL POLO AEROSPAZIALE

La Campania rappresenta un polo di primo livello per il comparto aeronautico nazionale, uno dei cinque presenti in Italia (oltre a Piemonte, Lombardia, Lazio e Puglia), caratterizzato da un forte radicamento storico degli operatori industriali del settore. La sua prevalente specializzazione è rappresentata dalla progettazione e costruzione di aerostutture per il comparto dell'ala fissa civile. Il sistema industriale è composto sia da importanti imprese di costruzione nel campo aeronautico e aerospaziale sia da aziende attive nella manutenzione aerospaziale, con una forte concentrazione nella zona metropolitana di Napoli, ma presenti in tutte le altre province.

La filiera produttiva del comparto aerospaziale riveste un ruolo di primo piano nel sistema economico della Regione Campania, rappresenta un elemento di sviluppo del territorio sia per il numero di insediamenti industriali sia per l'elevato contenuto di innovazione tecnologica richiesta dai processi produttivi.

Con un fatturato che ha raggiunto quasi i 2.000 milioni di euro, la Campania rappresenta da sola circa il 25% del comparto aerospaziale nazionale, che a sua volta rappresenta più dell'8% del settore aerospaziale europeo.

Rispetto alla media nazionale, l'industria campana presenta livelli significativi anche in termini di numero di imprese, e numero di occupati, nonostante la forte crisi del settore che si è registrata dagli anni ottanta in poi. Dati recenti parlano di un numero di addetti pari a 10.000, di una presenza di circa 30 aziende con core-business nell'aerospazio e di un indotto di oltre un centocinquanta imprese di tutte le dimensioni. Ai grandi operatori si affianca, dunque, un tessuto di piccole e medie imprese subfornitrici capaci di operare con le tecnologie, i processi produttivi, gli standard tecnici di qualità e precisione tipici dell'industria aerospaziale. Imprese specializzate essenzialmente nella fabbricazione di pezzi su commessa o nell'esecuzione di specifiche lavorazioni.

La Campania si inserisce nello scenario globale del settore aeronautico con una serie di fattori di grandi potenzialità che la caratterizzano:

- formazione specializzata ed elevato numero di laureati in ingegneria;
- competenze nella ricerca di base ed applicata, grazie ad una serie di laboratori, centri di ricerca e distretti tecnologici dislocati sul territorio;
- insediamento di leader;
- buona rete di fornitori e *subcontractors*;

- impulso alle nuove tecnologie;
- programmi del Governo Centrale e Locale per la crescita del settore aeronautico come leva dello sviluppo socioeconomico;
- vicinanza agli standard di servizi delle aree industriali più avanzate;
- presenza di un sistema organico terziario, scientifico ed avanzato, in costante sviluppo
- adeguate disponibilità di risorse idriche ed energetiche, ed un sistema di scarichi industriali e di depurazione delle acque;
- accessibilità ai mercati nazionali ed esteri, con una completa rete di viabilità e trasporti dalle autostrade alla ferrovia, dal porto all'aeroporto;
- vicinanza di un notevole mercato di sbocco costituito dalle concentrazioni urbane della fascia costiera;
- tessuto produttivo con un crescente grado di integrazione tra i diversi settori produttivi: dall'agricoltura, all'industria, al terziario;
- possibilità di accedere agli incentivi governativi, regionali ed europei previsti per le aree del Mezzogiorno.

Perché incentivare lo sviluppo della Rete nel polo aerospaziale

Per effetto di processi di concentrazione che si sono registrati negli ultimi decenni, la filiera aerospaziale è caratterizzata, soprattutto in ambito civile, da una struttura piramidale: molto concentrata a monte, con un oligopolio di aziende che curano la progettazione e l'assemblaggio di prodotti finiti (*system integrator*) e molto concorrenziale a valle, con potere contrattuale decrescente verso la base della piramide ed un livello di competitività ormai globale.

L'evoluzione del modello di business aeronautico implica, quindi, la necessità di un adeguamento della *supply chain* mirata all'affermazione di *prime partner* competitivi a livello internazionale ma che, a loro volta, siano in grado di sviluppare una *supply chain* con fornitori partner di 1° livello locale disposti e capaci a investire nella logica della condivisione dei rischi.

Il mercato mondiale dei più grandi aerei destinati al mercato civile è stato negli ultimi anni caratterizzato da un duopolio costituito dalla statunitense Boeing e dal consorzio europeo Airbus, che attualmente si dividono, in misura quasi paritetica, il mercato dei cosiddetti *liners*.

I *system integrator* detengono il cuore del know-how necessario alla progettazione e alla realizzazione di un aeromobile, mentre, la gestione dei processi produttivi avviene attraverso il coinvolgimento di fornitori (*prime partner*) che, con un diverso grado di capacità tecnico-produttive e distribuiti in gran parte dei Paesi ad economia avanzata, sono chiamati a realizzare sub-sistemi, componenti o gruppi funzionali incorporati nei sistemi/sottosistemi. A questi si aggiungono i subfornitori di parti, lavorazioni e attrezzature specializzate e di terziario tecnologico in senso ampio (fornitori di primo e secondo livello).

La filiera è percorsa da un intenso flusso di materiali e informazioni ma, a differenza di altre industrie, le reti di fornitura non necessitano di particolare prossimità fisico-geografica.

Una tale condizione ha fatto sì che, sempre più, il prodotto finale si configuri come l'integrazione di parti o sub-sistemi la cui realizzazione richiede un'elevata specializzazione produttiva, l'inclusione di know-how e competenze di attori diversi e, quindi, un momento di progettazione a monte condiviso, sia in termini di processo che di rischi.

Appare evidente che il prodotto aeronautico necessita di competenze diversificate e specializzate. È impossibile pensare ad un'impresa che sia in grado di portare a termine tutte le fasi della filiera. In questa prospettiva il settore si caratterizza per una *supply chain* di tipo internazionale. Tuttavia le relazioni all'interno di questa filiera diventano sempre più importanti tanto è vero che essa sta subendo un processo di riduzione nel numero di relazioni nel senso che le al vertice della piramide produttiva (i *system integrators*) così come i *prime contractors* e così via via discendendo, preferiscono sempre di più affidarsi su pochi fornitori in grado di produrre prodotti sempre più complessi e strutturati.

Il mercato, così come i produttori finali, richiede ai fornitori una sempre maggiore qualità e un sempre maggiore spirito innovativo. Se a questo si aggiunge che il settore richiede importanti investimenti e la stessa fase di ricerca richiede risorse finanziarie ed umane che trascendono dalle capacità della singola impresa (specie se di piccole dimensioni), allora, emerge chiaramente che il successo di un prodotto aeronautico dipende sempre più dalla capacità delle imprese di fare rete transnazionale e internazionale. Non va dimenticato, inoltre, che le politiche europee e nazionali stanno puntando allo strumento della rete per incentivare innovazione e competitività nelle PMI.

L'obiettivo, ambizioso, dovrebbe essere quello di realizzare un sistema nazionale integrato dell'aeronautica di tutte le regioni ad alta vocazione aeronautica: quelle del Sud, dotate di eccellenti risorse produttive e tecnologiche, quelle del Nord dotate di sistemi più strutturati.

IL POLO NAUTICO

La cantieristica italiana è particolarmente apprezzata in tutto il mondo e certamente molto è merito delle costruttrici di grandi *yacht* destinati ai mercati più esclusivi.

In realtà, oltre a tale immagine di grande prestigio, esiste una realtà produttiva, forse meno esclusiva e conosciuta, che vanta tuttavia i medesimi livelli di eccellenza, pur operando in una fascia più bassa per dimensione e prezzi, ma egualmente apprezzata in tutto il mondo. Si tratta della cosiddetta “nautica da diporto” in cui la Campania in particolare, per antiche tradizioni tradotte in una straordinaria esperienza cantieristica, ha sempre eccelso per qualità dei prodotti, per il design sofisticato e per la ricerca tecnica.

L'antichissima arte marinara della costruzione a mano di imbarcazioni in legno è ancora viva ed estremamente feconda lungo l'intera costa campana.

Da Torre del Greco a Baia, gli storici cantieri nautici eccellono nella produzione di barche da diporto, a motore o a vela, da pesca e del tradizionale “gozzo”, la cui principale caratteristica, lo scafo a doppia punta con linee simili a prua e a poppa è rimasta pressochè inalterata dall'epoca degli antichi romani. Dai gozzi in legno della penisola sorrentina sono stati ricavati gli stampi per la costruzione degli scafi in vetroresina rinforzata, interamente laminati a mano.

Moltissime sono le PMI campane che producono barche da diporto, prevalentemente in fibra di vetro. In generale, il settore della nautica campana si caratterizza per l'elevato livello di qualità, di ricerca tecnologica e di design che assicurano una produzione molto apprezzata dagli appassionati .

In generale la cantieristica navale campana vanta antiche tradizioni ed importanti primati. Fin dalla fine del 1500 nella zona di Castellammare di Stabia erano presenti numerosi cantieri navali artigianali, già dotati di forme organizzative del lavoro ed in grado di realizzare imbarcazioni più complesse delle semplici barche da pescatori. Nel 1783 iniziò l'attività il cantiere navale di Stabia che diventò la più antica fabbrica di navi intesa in senso moderno. Nell'ottocento il cantiere navale di Castellammare era il più grande in Italia, dava lavoro a 1.800 operai e in esso furono costruiti le più grandi navi in legno e in ferro d'Italia, compresa l'Amerigo Vespucci nel 1931. Il cantiere ha generato un importante indotto navale che lavora unicamente per Fincantieri. Oggi cantiere e indotto soffrono un grave crisi economica .

Tornando alla nautica da diporto, dall'analisi di mercato sul settore nautico italiano curato dall'UCINA – Unione Nazionale Cantieri e Industrie Nautiche ed Affini- risulta che con un fatturato globale di 4,25 miliardi di euro la nautica da diporto rappresenta un importante settore produttivo caratterizzato da innovazione, stile e qualità. In Italia, essa rappresenta un settore strategico per

l'economia, contribuendo al PIL per un valore di 3,65 miliardi di euro e impiegando oltre 100 mila persone.

Secondo i dati forniti dall'ANRC (Associazione Nautica Regionale Campana), la Campania rappresenta l'8% del totale nazionale con circa 230 milioni di euro di fatturato, l'ANRC stima che l'indotto complessivo in Campania superi i 5 mila addetti.

Nonostante si tratti di un settore rilevante per il Made in Italy, negli ultimi anni si è registrata una forte crisi che ha portato a un calo del fatturato del 35% con una CIG al 35%”.

L'importanza della “Rete” per il polo nautico

Attraverso lo strumento delle reti di imprese è possibile rafforzare la cooperazione tra le imprese del settore nautico da diporto, promuovere la valenza occupazionale del settore, integrare le politiche industriali sulla nautica con quelle del turismo, dell'ambiente e dell'innovazione tecnologica. Favorire la creazione di reti d'impresa e mettersi in rete è la strada giusta per affrontare la crisi. Le aziende che si alleano possono condividere il know how, aumentare la capacità dimensionale, superando il localismo e mantenendo la propria identità, accrescere la competitività, anche in una logica di internazionalizzazione per un settore che si colloca al quinto posto nella graduatoria dei prodotti esportati, rappresentando uno dei comparti simbolo del made in Italy.

Le aziende campane stanno soffrendo in modo particolare la crisi poiché spesso operano in maniera molto individualista, in competizione tra loro abbassando i prezzi e tagliando sulla manodopera specializzata, riferendosi prevalentemente al mercato locale che non riesce ad assorbire tutta la produzione locale.

I mercati esteri rappresentano per la **nautica** uno sbocco fondamentale per i prodotti italiani, in alcuni settori della nautica l'export verso i paesi esteri pesa oltre il 75% del totale della produzione. Per questo è necessario favorire le reti tra le imprese per incentivare la presenza delle aziende del settore sui mercati esteri, con particolare attenzione ai mercati più ricchi e per quelli emergenti dove il *made in Italy* è molto apprezzato e ricercato da potenziali acquirenti che desiderano acquistare barche di qualità e di design che distingue.

OBIETTIVO GENERALE DEL PROGETTO

I settori delle eccellenze campane, nei quali si sono sviluppati distretti formali e di fatto sono caratterizzati da estrema rilevanza e sicura potenzialità a livello regionale, e al tempo stesso sono inseriti in un contesto internazionale fortemente competitivo, che porta in se' forti rischi di riduzione a ruoli di marginalità. Tale situazione di difficoltà risulta peraltro, allo stato, aggravata dal “danno di immagine” subito dalla regione Campania e dunque dalle imprese campane e dai loro prodotti negli ultimi tempi a causa dei problemi dei rifiuti, che vanno ad aggiungersi a quelli, già gravi, che da sempre caratterizzano questa regione, connessi soprattutto alla criminalità e dunque alla sicurezza ed all'ordine pubblico.

In quest'ottica si inserisce l'obiettivo generale del progetto, che mira a:

- superare il concetto tradizionale di distretto quale sistema “chiuso”, garantendo la creazione di reti stabili di relazioni tra le imprese dei distretti campani e quelle appartenenti ad altri ambiti territoriali e/o settoriali;
- sviluppare *partnership* e trasferimenti di *know-how*;
- creare e veicolare, in Italia e all'estero, un'immagine della Campania e dei distretti campani riconoscibile e positiva;
- sostenere le imprese dei distretti produttivi campani nella conquista di nuovi mercati e nel rafforzamento della propria presenza sui mercati internazionali;
- attrarre gli investitori esteri sul territorio regionale.

OBIETTIVI SPECIFICI E AZIONI

Il lavoro portato avanti dall'Osservatorio sui Distretti Produttivi campani, ha condotto ad una serie di considerazioni:

- in generale, il sistema delle imprese appartenenti ai distretti è troppo parcellizzato per riuscire a fare rete già a livello territoriale, a maggior ragione a livello nazionale ed internazionale;
- la maggioranza delle imprese appartenenti ai distretti campani non ha l'attitudine e la "cultura" di rete; in tal senso, appaiono necessarie azioni tese a "spronarle";
- è assolutamente necessario un robusto accompagnamento da parte delle istituzioni locali per la creazione di reti;
- il sistema delle reti è indispensabile per permettere al tessuto imprenditoriale distrettuale di superare il momento di crisi e crescere in competitività sui mercati interni ed esteri.

L'azione di sistema *de qua* prende le mosse proprio dalle suddette risultanze e dalla considerazione, consequenziale, che, in un contesto connotato da una evidente difficoltà e diffidenza a "fare rete", da un talora eccessivo radicamento al territorio e da una scarsa capacità di identificare, in maniera immediata e corretta, i costi/benefici della rete, l'azione tra i diversi gruppi di attori necessita di una *third party*, che, per le ragioni di seguito evidenziate, non può che essere rappresentata dall'Amministrazione regionale.

L'obiettivo, fortemente ambizioso, che ci si propone è quello di sviluppare reti che vadano oltre il distretto e che mirino alla costruzione di rapporti duraturi tra sistemi che, pur se localizzati in contesti territoriali differenti, abbiano caratteri simili o complementari dal punto di vista produttivo e dei processi innovativi.

A tal fine, l'azione prevede, in una fase preliminare, l'avvio, da parte della Regione, di un'attività di esplorazione delle opportunità di collaborazione, su scala nazionale ed internazionale, e l'individuazione dei principali eventi di settore a rilevanza internazionale, che, attirando un ingente numero di operatori italiani e stranieri del settore e della filiera, risultano idonei a consentire di gettare le basi per lo sviluppo di reti di imprese.

L'attività esplorativa di cui sopra sarà accompagnata da una massiccia azione tesa ad avviare le imprese dei distretti campani alla "cultura della rete"; tanto mediante l'organizzazione, nell'ambito del territorio regionale, di convegni e seminari tematici, destinati alle imprese dei distretti e volti anche ad illustrare lo strumento del "contratto di rete" e le agevolazioni fiscali allo stesso inerenti,

introdotte dall'art. 42 comma 2 del Decreto Legge 31 maggio 2010, n. 78, convertito con modificazioni dalla Legge 30 luglio 2010, n. 122. Al fine di favorire la partecipazione ai suddetti convegni e/o seminari tematici da parte del maggior numero possibile di imprese appartenenti ai distretti e alle filiere produttive, sarà garantita la realizzazione di un adeguato servizio informativo; tanto sia attraverso il *web* sia attraverso un servizio di *direct mailing* rivolto alle imprese medesime.

Una volta selezionati gli eventi di settore, per ciascuno di essi la Regione provvederà all'emanazione di un apposito Avviso pubblico, per la presentazione, da parte delle imprese appartenenti al/ai distretto/i produttivo/i, di progetti tesi a travalicare i limiti territoriali del distretto e finalizzati alla individuazione, attraverso la partecipazione all'evento in parola, di *partner*. Il tutto al fine di creare reti che possano coinvolgere imprese, che, seppur allocate in regioni e/o nazioni diverse, abbiano interessi comuni.

Le proposte progettuali potranno, in particolare, essere finalizzate alla creazione di reti:

- volte allo sviluppo di funzioni avanzate condivise (ricerca e sviluppo, progettazione, *marketing*, ecc.);
- di subfornitura;
- finalizzate all'aumento dell'efficienza e della produttività ovvero all'ampliamento della capacità produttiva;
- volte al miglioramento ed alla qualificazione delle *performance* ambientali delle imprese;
- tese alla realizzazione di nuovi prodotti/servizi o di nuovi processi produttivi;
- volte allo sviluppo commerciale verso nuovi mercati e nuovi canali distributivi, anche attraverso la creazione e promozione di un marchio di rete, con particolare attenzione ai mercati internazionali.

La Regione, valutate la completezza e la regolarità delle domande presentate ai fini della partecipazione alla procedura, la qualità dei progetti di rete proposti, nonché le motivazioni addotte in merito alla necessità/opportunità della partecipazione agli eventi selezionati rispetto allo sviluppo della rete, provvederà a stilare l'elenco delle domande approvate e a concedere, sulla base della regola *de minimis*, contributi per il cofinanziamento delle spese relative alle consulenze specialistiche necessarie ai fini della predisposizione dei "progetti di rete", nonché delle spese inerenti alla partecipazione agli eventi; la liquidazione dei contributi sarà subordinata alla presentazione di un *report* sui risultati conseguiti, ai fini del processo di creazione della rete,

attraverso la partecipazione agli eventi, oltre che alla presentazione di idonea documentazione di spesa.

Una volta stilato l'elenco delle domande approvate e concessi i contributi consequenziali, gli uffici regionali provvederanno in primo luogo all'organizzazione di "incontri preparatori" all'evento – tesi a fornire, anche mediante l'intervento di esperti, maggiori informazioni in merito al "fare rete", oltre che a stimolare la conoscenza reciproca tra le imprese e lo scambio di informazioni sulle proprie competenze – per poi "accompagnare" le imprese beneficiarie nel muovere i primi passi verso la creazione della rete. A tal fine, sarà garantita la presenza di una delegazione regionale all'evento, anche, se del caso, con un eventuale *stand* istituzionale dedicato al distretto.

La partecipazione all'evento da parte dell'istituzione regionale, interfaccia fondamentale per l'accreditamento dei nostri sistemi di produzione locale, sarà tesa, oltre che a diffondere la conoscenza dei distretti, delle loro imprese e dei loro prodotti – a tale scopo, si provvederà anche alla realizzazione ed alla diffusione di materiale informativo e divulgativo (opuscoli, *depliant*, *brochure*, cd-rom, cd-card, dvd ecc.), redatto in varie lingue, relativo sia alla Campania ed alla sua realtà economica sia specificamente ai singoli distretti – a ridurre la distanza cognitiva che normalmente caratterizza gli attori di sistemi differenti e, quindi, a favorire la creazione di relazioni di fiducia. A tal fine, nell'ambito dei singoli eventi, saranno organizzati *workshop* e momenti di incontro in cui saranno coinvolte sia le imprese degli altri distretti e *cluster* italiani sia gli operatori esteri; il tutto sulla base della scelta di uno specifico *target* settoriale/territoriale, così da orientare la scelta verso *partner* aventi caratteristiche di specializzazione settoriale e di tecnologia organizzativa coerenti con le specifiche realtà settoriali/territoriali dei distretti campani.

Nel corso degli eventi selezionati, saranno inoltre organizzate iniziative tese a diffondere la conoscenza anche delle imprese e dei prodotti degli altri distretti campani, sia tra gli operatori delle altre realtà distrettuali italiane sia tra gli operatori ed i *buyer* stranieri. Tanto nell'ottica di una strategia di sviluppo complessiva che, non limitandosi ai progetti di creazione di rete selezionati, miri anche alla creazione di ulteriori rapporti e dunque *partnership* e dunque reti transterritoriali e/o transettoriali.

La partecipazione agli eventi di cui sopra potrà essere poi il punto di partenza per una serie di azioni di *incoming* e di *outgoing*, volte a favorire ulteriori incontri e scambi. Nel corso delle azioni di *incoming*, potranno essere coinvolti anche gli altri distretti, così da consentire anche a questi l'ampliamento della rete di contatti e l'eventuale creazione di nuove reti di imprese.

Accanto alle azioni di cui sopra, la Regione organizzerà inoltre missioni istituzionali, volte ad effettuare verifiche preliminari e ad organizzare prime manifestazioni, al fine di creare contatti con operatori locali, a scopo di approvvigionamento di materiali, al fine di creare rapporti produttivi più articolati o ancora a fini di commercializzazione dei prodotti ecc.

Per verificare l'andamento e l'efficacia delle azioni individuate, sarà infine svolta un'attività di studio e monitoraggio, attraverso la raccolta e l'analisi dei dati inerenti a ciascun evento, nonché la predisposizione di *report* specifici e la divulgazione dei dati.

Nello specifico, l'attività di monitoraggio sarà realizzata utilizzando due distinte metodologie:

- Analisi quantitativa: consiste nel verificare il raggiungimento degli obiettivi strategici previsti attraverso la “misurazione” di indicatori quantitativi. Questo tipo di monitoraggio, oltre a poter misurare l'efficacia di ogni singola azione, consente di comparare tra loro le iniziative e, soprattutto, di mettere a sistema l'intero percorso delle attività per realizzare un'attività di *reporting*;
- Analisi qualitativa: consiste nel verificare il raggiungimento degli obiettivi strategici previsti attraverso la “valutazione” da parte dei soggetti che partecipano agli eventi previsti. Questo tipo di monitoraggio verrà realizzato mediante la somministrazione di un questionario strutturato, che dovrà essere auto-compilato da tutti i soggetti coinvolti nelle diverse iniziative. I dati raccolti attraverso i questionari saranno imputati in una matrice costruita *ad hoc* ed elaborati, così da consentire la costruzione di un *database* in grado di realizzare incroci rispetto alla presenza, le opinioni ed il grado di soddisfazione ed efficacia delle diverse iniziative.

Complessivamente, l'utilizzo dei due strumenti di monitoraggio – quantitativo e qualitativo – permetterà di avere una misurazione e valutazione costante delle azioni individuate. Attraverso la realizzazione dell'attività di monitoraggio sarà inoltre possibile avere uno strumento valutativo in grado di:

1. determinare l'efficacia delle singole azioni;
2. valutare punti di forza e di debolezza di ogni singola iniziativa e dell'intero sistema di azioni di *benchmarking*;
3. raccogliere proposte, esperienze e suggerimenti per la realizzazione di programmi di attività futuri.

BENEFICIARI

Il progetto, così come strutturato, ha una vasta platea di potenziali beneficiari che possono essere distinti in due diverse tipologie: beneficiari diretti e beneficiari indiretti.

I beneficiari diretti sono le numerose imprese ricadenti nei distretti industriali e nei sistemi produttivi individuati, *in primis* le imprese che in Campania sono impegnate nel sistema Moda, nel settore dell'Aerospazio, nel settore della Nautica e nell'Agroindustria.

I beneficiari indiretti, sia in termini occupazionali che di crescita professionale e di reddito, sono innanzitutto gli addetti che lavorano in tali imprese.

Un peso notevole delle ricadute positive del progetto riguarda inoltre il notevole bacino dell'indotto legato a questi settori. In primo luogo quello turistico (basti, in proposito, pensare al ruolo della *Blue Economy*), ma anche quello dei servizi alle imprese (logistica, trasporti, ICT, ecc...) e delle imprese di filiera fino a quelle del commercio e della distribuzione. Infine, altri beneficiari indiretti sono le stesse popolazioni dei distretti individuati che in caso di rilancio delle economie locali beneficerebbero della spirale positiva in termini di servizi e complessiva crescita occupazionale.

In sintesi, se, grazie alla realizzazione di reti di imprese saranno sviluppate *partnership* e trasferimenti di *know-how* con l'aumento quindi della capacità di investire in ricerca e innovazione (e quindi di crescere in competitività), nonché di attirare investimenti esteri, i benefici potranno avere una forte ricaduta sull'intero territorio regionale.

REFERENTI DELLA REGIONE

Il presente progetto sarà gestito dall'A.G.C. 12 "Sviluppo Economico".

Referente regionale per l'attuazione del progetto è il Coordinatore dell'A.G.C. 12 "Sviluppo Economico", Dr. Luciano Califano, i cui recapiti sono qui di seguito indicati:

*Regione Campania
AGC 12 "Sviluppo Economico"
Centro Direzionale Isola A/6
80143 Napoli*

Tel. 081.7966902

l.califano@regione.campania.it

distretti.industriali@pec.regione.campania.it