

## **IL TERRITORIO PRODUTTIVO DEL QUADRILATERO CENTRALE**

di Giuseppe Roma, direttore Generale Fondazione Censis

### **Le caratteristiche dei territori di ULMA**

#### **LAZIO**

Il Lazio risulta la prima fra le regioni italiane per crescita sia del valore aggiunto che dell'occupazione. A partire dal 2000 il valore dei beni e servizi prodotti è aumentato, in termini reali del 9,2%, quasi tre volte la media nazionale che si è fermata al 3,4%. Del tutto straordinaria la creazione di posti di lavoro: 331mila occupati in più negli ultimi sei anni (+18,5% rispetto al pur notevole risultato raggiunto dall'Italia in complesso con +8,4%). In valore assoluto il Lazio scavalca Veneto ed Emilia Romagna, portandosi al secondo posto assoluto dopo la Lombardia come numero totale di addetti. Risultati tanto positivi sono da attribuirsi ad una pluralità di fattori. Innanzitutto un ritrovato spirito di intrapresa che ha determinato un'ulteriore espansione del sistema aziendale, magari di piccole o micro dimensioni, tuttavia inserito non solo nei comparti tradizionali, come le costruzioni, ma soprattutto in aree di nuovo sviluppo come l'*high-tech*, i servizi finanziari e di intermediazione, le consulenze e attività professionali, la grande distribuzione organizzata, un'ampia gamma di servizi per il benessere della persona, il turismo e le diverse forme di ristorazione. Si capisce che dietro questo vero e proprio boom della regione c'è il ruolo leader di Roma, con il suo mix di innovazione e solidarietà, con il primato di iniziative e la sua proiezione d'immagine internazionale. Tutti elementi da manuale per rendere attrattivo un territorio e competitiva un'economia metropolitana. Si pensi solo al turismo che segna ormai una costante curva ascendente, e che nei prossimi anni vedrà aggiungersi anche il segmento fieristico - congressuale, grazie al completamento delle strutture ad esso dedicate. Il turismo fa inoltre da traino alla logistica sia negli aeroporti romani, giunti ormai ai 35 milioni di passeggeri, che nel porto di Civitavecchia, primo approdo crocieristico italiano. Il panorama non sarebbe completo senza segnalare lo scatto in avanti di Latina nell'export, cresciuto di un terzo nell'ultimo quinquennio. Ed egualmente l'identità sempre meglio definita del viterbese come territorio, capace di valorizzare le risorse storico - ambientali di cui è dotato, ma anche i prodotti tipici agro alimentari, agganciandosi al successo montante della Maremma toscana.

## **UMBRIA**

L'Umbria è, con le Marche, la regione che meglio rappresenta i sistemi locali di piccole e medie imprese, quei distretti industriali ormai completamente trasformati rispetto alle logiche di specializzazione per singolo prodotto – le scarpe, le piastrelle, il mobilio- con cui erano nati. Le strategie si vanno diversificando. Sulla via del cachemire fra Perugia e il Trasimeno ,è emerso un brand come Cucinelli che, dal borgo restaurato di Solomeo ,ha trovato le strade per una commercializzazione a scala planetaria.

Il distretto storico di Città di Castello, specializzato in cartotecnica, dopo anni bui, ha ripreso vigore cambiando gamma di prodotti e aggredendo nuovi mercati. Attorno a Foligno, da Montefalco a Spello, a Bevagna, si va configurando un vero e proprio distretto poligamico dove le tecnologie si sposano con l'enogastronomia o con le produzioni olearie, il commercio con la piattaforma logistica. Aziende come Umbra Cuscinetti o Oma Tonti, fornitori della Boeing o di Alenia, concorrono a configurare un polo avanzato della componentistica per l'industria aerospaziale.

Ma l'innovazione riguarda anche le produzioni agricole con il lancio a livello internazionale di un vino di alta gamma come il Sagrantino. E si potrebbe continuare con Todi dove si concentra una ricettività rurale da segmento lusso, Orvieto polo della filosofia slow, importata dalle Langhe, ma ora applicata al territorio, all'energia e all'idrogeno o Terni dove resiste l'industria più dura dell'acciaio, nella versione dei materiali speciali, o l'area perugina con i suoi primati nell'industria dolciaria e nell'invenzione del parquet tecnologico. La lista delle eccellenze produttive, generate da un tessuto di imprese più piccole che medie, potrebbe addirittura continuare. Ma forse è sufficiente a descrivere l'ottimo stato di salute per l' economia di una regione di neanche 900mila abitanti.

## **MARCHE**

E' stata definita la piccola Irlanda, perché corre davvero come un treno. E' certamente la regione dove il manifatturiero pesa di più in Italia, assorbendo il 31% dell'occupazione, dieci punti in più della media italiana. Dove la capacità di occupare nicchie di mercato all'estero ha voluto significare un incremento delle esportazioni solo nell'ultimo anno di ben il 19% ( quasi tre volte la media nazionale), e il trend continua anche nei primi mesi del 2007. Dove le imprese, anche piccole, hanno capito che per fare il surf sulle onde della globalizzazione bisogna puntare diritto verso l'insediamento nei mercati esteri per vendere e produrre, collaborare o fare joint venture con i locali, creare legami stabili. Anche grazie a una tale strategia, perseguita da anni, Francesco Merloni fornirà tutti i pannelli solari per il villaggio Olimpico di Pechino 2008. L'espansione è segnalata dalle 436 imprese possedute all'estero da gruppi marchigiani che hanno visto crescere il loro fatturato, dal 2000, del 26%. Eppure da Fermo, da Fabriano, dal

maceratese, da Pesaro e così via, si continua a produrre per l'estero. Le Marche realizzano il 24% dell'export nazionale di calzature, il 29% degli elettrodomestici, il 16% dei prodotti in cuoio, il 12% della nautica da diporto. I benefici sociali sono evidenti. Il tasso d'occupazione è elevato tanto da prevedere che nel 2010 la regione potrà centrare e superare l'obiettivo europeo del 70% di occupati. La chiave del successo marchigiano sta nella consapevolezza diffusa nella comunità regionale di essere un territorio vitale, con una classe imprenditoriale vivace e trainante, molto radicata nel locale, da cui però si è svincolata per proiettarsi alla scala internazionale.

## **ABRUZZO**

Non è possibile valutare la rilevanza delle piccole e medie imprese abruzzesi senza includere nel valore economico regionale lo straordinario patrimonio montano, boschivo e ambientale che occupa una parte consistente del suo territorio. Sebbene la componente del turismo ambientale non produca eccezionali performance quantitative, i modelli concreti di intervento costituiscono ormai un riferimento internazionale. Per tutti valga il noto esempio di Santo Stefano di Sessanio, borgo di 116 abitanti nel parco del Gran Sasso, recuperato per realizzare un piccolo albergo diffuso, ma secondo i canoni dell'antica ruralità. Più in generale la regione presenta i segnali premonitori di un cambiamento che deve venire, e che allo stato lancia segnali interessanti. Ad esempio la crescita degli impieghi (l'Abruzzo è al terzo posto in Italia) rivela una certa propensione delle imprese ad investire, anche col rischio che possano crescere le sofferenze. Si sente un certo traino nell'internazionalizzazione, ma i settori industriali dove sono più presenti le PMI, dal tessile all'abbigliamento alla meccanica, non riescono a uscire dal cono d'ombra.

Di maggiore interesse è l'andamento dell'economia urbana che a L'Aquila si limita ad esaltare qualità architettoniche senza attrarre flussi aggiuntivi, ma che a Pescara sta già disegnando un nuovo modello insediativo. Pescara inizia a evocare una piccola Miami, con un litorale metropolitano attrezzato, un nucleo storico divenuto centro commerciale naturale e luogo d'incontro di elevata qualità. Pescara sta ricercando un profilo più elevato e potrà essere il traino dell'intera regione.