



## Scambio di opinioni sui Distretti e sul Made in Italy.

Un'idea . Da dove parte e dove vuole arrivare .

### Presentazione

L'importanza dei Distretti e del Made in Italy e' ampiamente riconosciuta da tutti e peraltro da diverso tempo si sviluppano iniziative e studi. Chi gira i magazzini per ragioni di lavoro ha una visuale particolare di questa realtà che spesso e' talmente variegata e complessa e quindi di difficile univoca decifrazione. In Italia non disponendo di materie prime ( salvo nel settore alimentare )difficilmente possiamo identificare un prodotto come interamente "made in". Daltra parte avendo grandi capacità di trasformazione dobbiamo trovare degli equilibri che permettano di rendere evidenti questi meriti . Meriti che devono essere veramente percepiti da chi acquista , riconosciuti dai concorrenti e pretesi dai consumatori ( che spesso sono anzi dovrebbero essere parte fondamentale in questo gioco . Gioco di squadra come fanno i cugini francesi sul vino , che guarda caso spesso il nostro lo batte in qualità , ma loro lo vendono ancora ( con successo ) al doppio del prezzo .

### Premessa

Proprio di gioco deve trattarsi inizialmente Le Regioni italiane potrebbero applicare a livello sperimentale un' idea di gradazione di "made in" partendo da un **autocertificazione** . Testata e modificata ,questa autocertificazione potrebbe essere poi utilizzata per definire un Made in "" Regione" graduato da proporre come esempio di utilizzo ottimale dei fattori . Se funzionante il sistema potrebbe essere regolamentato e migliorato e poi magari utilizzato in altre Regioni anche prive di Distretti.

Una volta valutata come utile vengono a consolidarsi quelle regole accettate dal gioco e diventa modo acquisto di "fare in Italia" Due imprenditori italiani infatti che lavorino entrambi con partner cinesi , possono avere opinioni molto differenti su come proporre un marchio di made in Italy , a seconda che importino sub lavorazioni , materie prime o prodotto finito ) entra quindi nelle esigenze di marketing aziendale e puo' essere funzionale alla promozione del prodotto, all'ecosostenibilità , alla garanzie post vendita , quindi sotto molti i punti di vista .

Siamo tutti convinti che "Made in" opportunamente curato sia la chiave che permetterà di aprire a piena occupazione ( perchè il lavoro locale se e' qualificato occorre che qualcuno lo riconosca ) e all'emersione del lavoro in nero ( perchè la parte in nero non puo' entrare nelle quote di made in ).

### Il gioco della certificazione

Come autocertificazione quest'idea e' un sistema di comunicare informazioni dall'impresa al mercato .

Vediamo come quest'autocertificazione potrebbe dare una gradazione al "made in" simile a quella del risparmio energetico ovvero classi di merito dalla G alla A.

Importante e' impostare una gradazione facilmente decifrabile , non troppo complessa e possibilmente legata al bilancio aziendale . Questo per facilitare la reperibilità dei dati nelle aziende che lavorano alla luce del sole ( che vanno premiate ) e la sottoclassificazione delle aziende che lavorano in nero ( non puo' essere vero made in Italy chi non paga le tasse o da lavoro non regolare ) .

**Non e' importante in questa presentazione valutare nei dettagli gli aspetti matematici qui riportati come esempio, che probabilmente possono essere affinati. E' importante il concetto di gradazione** ,basato su semplicità nella formulazione della gradazione e su un ritorno economico sia per le aziende che per lo stato .

Per fare quindi un breve esempio si e' segmentato una filiera produttiva prendendo spunto da un paio di tipologie di settori diversi tra loro . E' molto importante distinguere le filiere di sub lavorazione , dalle filiere che arrivano ad un prodotto finito. Quindi come settori di analisi uno tipicamente Made in Italy quale la produzione del Parmigiano Reggiano ( dove tutta la filiera e' interamente italiana compresa la reperibilità della materia prima ) e un settore dei piu' tartassati , il settore tessile , dove la materia prima inevitabilmente e' tutta estera . Questo per far notare che la segmentazione puo' essere ampliata o ristretta a seconda dei casi e che il made in puo' essere registrato partendo da una distinzione di finalità di prodotto..

Quindi si tratta di **suddividere la filiera produttiva in alcuni segmenti importanti al fine della localizzazione** omettendone altri non rilevanti ( quali costi di riparazione ad esempio , costo veicoli , costi neutri ai fini della localizzazione ) e raffrontarli per l'imponibile o per il fatturato .

Dato un fatturato di 2 milioni di euro facciamo un esempio di come potrebbe essere calcolato.

### L'applicazione

Si potrebbe sviluppare una valutazione basata sulla distinzione del tipo di destinazione del prodotto sviluppato , tenendo presente che nel caso dei prodotti finiti l'utile derivante dal livello dei prezzi legati al marchio, possono rientrare nella zona segmenti . Nel caso della sub lavorazione il maggior utile e' una capacità dell'impresa che lo ottiene di raffrontarsi con maggiori migliorie tecnologiche difficilmente determinabili . Queste migliorie sono soggette al controllo di esperti di settore che giudicano sull'ottimo rapporto qualità prezzo.

Spesa annua		Alimentare	Tessile
-------------	--	------------	---------



Materie prime spesa totale 500 25 % di spesa	Fatturato acquisti materia prima italiana sul totale fatturato aziendale	300 15% di spesa sul totale e 60 % di made in Italy sulla spesa specifica <b>Peso 9</b>	10 0,5 % di spesa sul totale e 0,2 % di made in Italy sulla spesa specifica <b>Peso 0,1</b>
Semilavorati spesa totale 70 3,5 % di spesa	Fatturato acquisti semilavorati Italia sul totale fatturato aziendale	70 3,5% di spesa sul totale e 100 % sulla spesa specifica <b>Peso 3,5</b>	60 3,5 % sulla spesa totale e 100% sulla spesa specifica <b>Peso 3,5</b>
Accessori di lavorazione spesa totale 100 5% di spesa totale	Fatturato acquisti accessori Italia sul totale fatturato aziendale	50 2,5 % di spesa sul totale e 50 % sulla spesa specifica <b>Peso 1,25</b>	100 2,5% sulla spesa totale e 100% sulla spesa specifica <b>Peso 2,5</b>
Macchinari spesa totale 400 20 % di spesa totale	Fatturato acquisti macchinari italiani sul totale fatturato aziendale	400 20 % di spesa sul totale e 100 % sulla spesa specifica <b>peso 20</b>	200 10 per cento sul fatturato e 50% sulla spesa specifica <b>Peso 5</b>
Dipendenti anzianità spesa totale 200 10 % di spesa totale	Fatturato spesa totale dipendenti con oltre 5 anni di anzianità sul totale spesa aziendale dipendenti	200 10 per cento sul fatturato totale e 100 % sulla spesa specifica <b>peso 10</b>	100 5% sul fatturato totale e 50 % sulla spesa specifica <b>Peso 2,5</b>
Spese di istruzione spesa totale 10 1% di spesa totale	Fatturato acquisti sul totale fatturato aziendale	10 01 % sul fatturato totale e 100% sulla spesa specifica peso 0,1 <b>0,1 per cento di peso</b>	10 0,1 % sul fatturato totale e 100 % della spesa specifica <b>0,1 Peso</b>
Dipendenti qualificati (ingegneri o periti specialistici) 100 5% di spesa totale	Fatturato spesa sul totale fatturato aziendale	100 5% sul fatturato e 100 % sulla spesa specifica <b>peso 5%</b>	0 0 % <b>Peso =0</b>
Spese di ingegno software spesa totale 10 1% di spesa totale	Fatturato acquisti italiani sul totale fatturato aziendale	10 1 % <b>Peso 1</b>	0 0%
	Il totale dei segmenti di spesa rilevati al fine del made in Italy e' circa il 76 %	Il peso totale della spesa di made in Italy sul totale segmenti di spesa e' circa al 60 %	
<b>Imponibile su prodotto finito</b>	<b>Fatturato produzione per semilavorato di filiera</b>	<b>400 di imponibile totale 20 % di utile 300 di prodotto finito 15 peso</b>	<b>400 imponibile totale 20% di utile tutto di sub lavorato  20 % di Peso</b>
<b>Peso dei segmenti considerati sul totale fatturato 76 % nel caso di prodotti mirato al pubblico finale . Il peso dei segmenti nel caso di sub lavorazione non vede l'inserimento dell'utile ( 56 % circa )</b>		<b>La quota made in Italy totale del 60 % se l'utile e' di 300 di prodotto finito Il peso sarebbe del 45% se fosse sub lavorazione</b>	<b>Il made in Italy pesa per il 14,5 su un peso segmenti di 56 ( 25%). Nella sub lavorazione occorre aumentare con il peso del " made in " ( non dei segmenti) ma nella sola quota made in Alla quota del 14,5 % di made in Italy per sub lavorazione. Va aggiunto il peso del 20 che porta ad un valore di 34 con una quota made in del 64 % rispetto al peso di 56 . Se fosse tutto prodotto finito il peso del made sarebbe 42 . P</b>

Classe G	Classe F	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Esempio : un'azienda che si trovasse ad avere la seguente composizione dei segmenti

	Settore alimentare	Altro settore
Made in Italy prodotto finito	Con peso totale 60% sul 76 % dei segmenti considerati a bilancio . Il made in Italy copre il 79 % delle possibilità	Con un peso segmenti del 56% avremmo una quota di made in del 14,5 per sub fornitura e
Made in Italy semilavorato	Con peso totale pari al 45% sul 56 % dei segmenti considerati . Nella sub lavorazione e' stato tolto l'utile d'impresa . Il made in Italy sale al 81 %	Se l'utile sale al 20 di peso per prodotto finito

Un prodotto viene considerato diversamente a seconda sia diretto al pubblico finale che legge il prezzo anche in base al marchio, rispetto ad un prodotto di sub lavorazione che spesso vede nel servizio , nel prezzo basso , oltre alla qualità i parametri di valutazione



	79 % di made in Italy con vendita al pubblico
Produzione al 75% sul finito settore A	

Produzione interamente per sublaborazione settore A	81 % di made in Italy tutta sub lavorazione
-----------------------------------------------------	---------------------------------------------

Produzione settore B	64% con sub lavorazione
----------------------	-------------------------

Produzione B	45 % con vendita al pubblico
--------------	------------------------------

**Risultati** .Il settore dove c'e' scarsa forza nel made in Italy per l'apporto di materie prime italiane e semilavorate , per arrivare ad un peso di "made in " elevato deve apportare un alto contenuto tecnologico di progettazione , riconosciuto da pubblico che permetta un prezzo piu' elevato .

**Conclusioni** Riporto un esempio per concludere. L'altro giorno acquisto un paio di scarpe di un noto marchio Made in , ma la cui produzione per quanto dichiarato nelle interviste dal produttore stesso ,e' fatta in Cina . Per il noto concetto che quello che conta e' l'idea , il made in quindi starebbe gran parte in astratto. L'idea in questo caso , oltre che la traspirazione dell'aria stava anche nel ripetere il modello delle note scarpe da tennis torinesi . Bene posso dire questo . Quelle scarpe da tennis " torinesi" avevano tutti i difetti possibili ,erano infatti poco traspiranti , scivolavano sul bagnato, ma non si rompevano mai se non per usura . La guarnizione tra suola e tomaia teneva perchè il particolare era curato. Queste nuove invece , riprese genialmete ma prodotte in Cina si sono aperte sui lati dopo tre giorni . Riportate per sotituirle , scopro che sono state ritirate tutte dal mercato. Garantite comunque dal prioduttore , potevo sostituirle con un altro paio di altro modello. Supponiamo fossero acquistate da un consumatore cinese e avessero subito la stessa sorte . Bene a questo punto mi chiedo se sarebbe stato utile ,al fine quantomeno di una valorizzazione del made in Italy , far sapere al consumaore cinese che questa qualità di basso livello e' in gran parte dovuta ad un lavorazione fatta a casa sua . In caso contrario lo stesso consumatore cinese potrebbe anche pensare , non conoscendo il precedente modello anni 80 ch l bassa qualità sia dovuta ad errori di progettazione . Credo che all'imprenditore italiano dobbiamo far percepire la necessità di questa chiarezza tramite un gioco, nell'interesse collettivo , ma anche nell'interesse dell'impresa , che spesso e' per l'imprenditore essa stessa un grosso giocattolo .

Guido Giovanni . Biella