

UN MESE DI SOCIALE:
GLI SNODI DI UN
ANNO SPECIALE

3.

L'ascesa dei segmenti vitali

Roma, 19 giugno 2008



INDICE

1. La doppia faccia del declino	Pag. 1
2. L'impresa delle minoranze trainanti	“ 3
2.1. I numeri della crescita: <i>piccoli ma buoni</i>	“ 3
2.2. Si espande la rete globale dell'Italia multinazionale	“ 7
2.3. L'innovazione che fa crescere l'impresa	“ 12
3. Il sociale vitale	“ 16
3.1. Le minoranze <i>cross border</i>	“ 16
3.2. Scelte controcorrente	“ 19
3.3. L'eccellenza dei piccoli numeri	“ 24
3.4. Il <i>lifestyle</i> comunitario del sociale che condensa	“ 26
3.5. La cultura di nicchia che fa mercato	“ 29
3.6. La minoranza che fa “coscienza critica”	“ 31

1. LA DOPPIA FACCIA DEL DECLINO

Per anni abbiamo vissuto sotto il segno del declino; eppure a dispetto delle più tetre profezie non ci siamo abbandonati al pessimismo.

Non lo abbiamo fatto quando, all'indomani dell'introduzione dell'euro, forse proprio in risposta alla paura dell'impoverimento, imboccammo la strada della patrimonializzazione di massa, mostrando come l'economia delle famiglie godeva di migliore salute di quella pubblica.

E ancora, quando nel 2005, in piena crisi, le imprese furono in grado di reagire, mostrando spiragli di vitalità, schegge di ripresa che avrebbero gettato le basi per l'avvio di un nuovo piccolo silenzioso boom.

Poi è arrivata la cattiva congiuntura internazionale a ridare fiato ai pessimismi, a rigettarci in un clima di attesa di un tracollo che sembra dietro l'angolo, ma che stenta a palesarsi.

E alla preoccupazione per la bassa crescita del sistema Italia si è accompagnata quella per i possibili effetti dirompenti che potrebbero derivare dalle turbolenze oltre confine.

E tuttavia, a quasi un anno di distanza dalla crisi che ai più attenti osservatori ricordava l'incubo del 1929 o il crollo di Wall Street del 1987, l'Italia appare, a dire il vero, più fiaccata dalle accuse di scarsa competitività e dall'inaffidabilità della politica che non dagli effetti di un declino che pure non ha risparmiato anche economie a noi più vicine.

Mentre in molti si affannano a ricordarci rischi e pericoli che da un momento all'altro potrebbero incombere sui nostri destini, in troppi non si rendono conto di come il Paese si trovi forse per la prima volta da anni, a fare i conti con un declino ben più profondo di quello temuto, che ha a che fare con il senso di smarrimento e di impotenza che permea ormai il tessuto sociale di fronte ad una società di cui si sono persi i riferimenti ed in cui sono sempre più numerosi a non riconoscersi.

Un declino psichico, che si traduce nell'exasperazione della soggettività individuale, nell'incapacità di fare connessione tra i singoli, di rimettere insieme pezzi di sociale che ormai viaggiano per conto proprio, nel deserto relazionale che deriva dallo sfilacciamento dei rapporti interpersonali.

In una società mucillaggine, impastata di pulsioni ed emozioni, ripiegata su se stessa, che inclina verso una progressiva esperienza del peggio, e che



finisce inevitabilmente per comprimere le energie più dinamiche, inibire le potenzialità di crescita, bloccare i fermenti di vitalità.

Eppure non possiamo rinunciare a quel vitale che è parte integrante della nostra evoluzione storica la cui perdita significherebbe irrimediabilmente il completamento della nostra corsa verso il peggio.

Il testo che segue vuole pertanto cercare di individuare quelli che sono oggi i segmenti più dinamici del nostro Paese e che, dall'economia al sociale, mostrano capacità reattiva rispetto ad un contesto sempre più depresso, e apparentemente incapace di trovare al proprio interno la spinta per reagire.

Partendo innanzitutto dall'individuazione di quei flussi psichici, emotivi, comportamentali che sottotraccia stanno definendo nuovi modi di essere, delle imprese come dei giovani e dei professionisti, rifacendo connessione tra soggettualità in forme e modalità diverse da quelle che eravamo abituati a vedere, dando in definitiva forma a quello spirito di *avventura della vita*, unico vero motore di sviluppo della persona.

E fotografando gli snodi di vitalità attorno cui si vanno coagulando nuove minoranze, in grado di creare una base solida da cui ripartire per fare innesco di nuovi processi sociali e trainare il sistema paese fuori da suo "vero" declino.



2. L'IMPRESA DELLE MINORANZE TRAINANTI

2.1. I numeri della crescita: *piccoli ma buoni*

L'Italia cresce, ormai da parecchi anni, poco; meno delle altre grandi economie mondiali, tra le quali vanta ancora di essere annoverata. E comunque cresce.

E' questo un dato ormai incontrovertibile, una tendenza sempre più strutturale del nostro tessuto economico che ormai dal 2000 vede il tasso di incremento annuo del Pil attestarsi costantemente al di sotto della media europea di circa un punto percentuale; tanto che, tra le prime 10 economie mondiali, la nostra è stata quella che è cresciuta di meno, segnando un misero +5,5% tra 2002 e 2007 (tab. 1).

Eppure, se sul fronte interno l'economia sembra arrancare, non si può trascurare come sul fronte internazionale l'Italia abbia mostrato in questi ultimi anni un'incredibile vitalità riuscendo, come pochi altri paesi, a difendere i propri margini di competitività in un mercato sempre più aggressivo e dinamico: sfruttando i positivi effetti derivanti dall'apprezzamento dell'euro rispetto alle principali monete e controbilanciando al tempo stesso le perdite sul mercato statunitense, da sempre uno dei principali partner commerciali.

Confrontando infatti l'andamento dell'*export* tra 2002 e 2007 delle principali economie internazionali l'Italia ha registrato, dopo Cina e Germania, il principale incremento in termini di valore delle esportazioni (+93,2% in termini nominali), riuscendo a mantenere pressoché saldo il proprio contributo all'interscambio mondiale (passato dal 3,9% del 2002 al 3,5% del 2007) e il proprio posizionamento (settimo posto) nella graduatoria dei principali paesi esportatori (fig. 1).

Se si esclude infatti il caso della Germania, l'unica ad aver saldamente difeso la propria quota di mercato (rimasta ferma al 9,5%), tutte le principali economie mondiali hanno visto ridurre sensibilmente il proprio peso nel commercio internazionale, a vantaggio della Cina (la cui quota di mercato è passata in cinque anni dal 5% all'8,8%) e dei paesi emergenti: è il caso degli Stati Uniti, il cui contributo *all'export* mondiale è passato dal 10,7% del 2002 all'8,4% del 2007, del Regno Unito (dal 4,3% al 3,1%), della Francia (dal 5,1% al 4%), del Canada (dal 3,9% al 3%).



Tab. 1 - Performance delle prime 10 potenze economiche (per Pil), 2002-2007 (var. %)

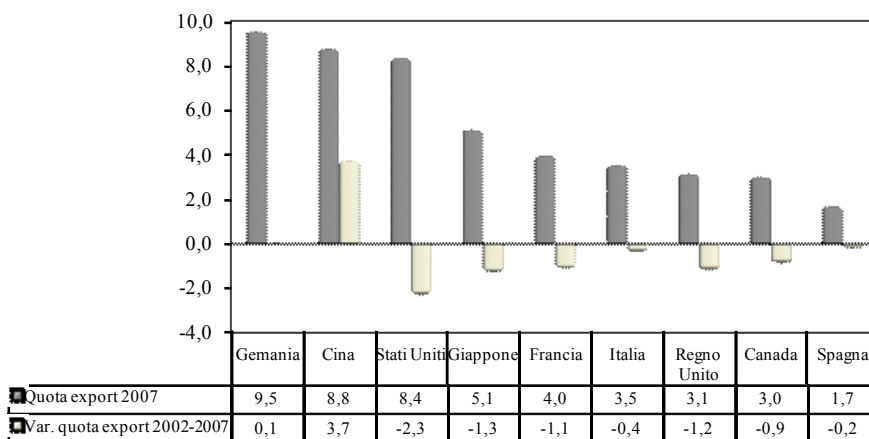
	Pil (var.% reale)	Occupazione (var.%)	Esportazioni (var. % nominale)
Stati Uniti	15,1	7,0	67,8
Giappone	11,1	1,3	71,1
Germania	7,1	0,2	115,4
Cina	65,5	2,8	274,1
Regno Unito	14,7	4,6	55,5
Francia	9,5	2,7	66,5
Italia	5,5	7,5	93,2
Spagna	19,0	15,4	92,5
Canada	14,2	10,2	65,8
Brasile	20,6	-	

(*) Per Brasile e Cina il dato è di fonte Ocse, per gli altri paesi e FMI

(**) Per la Cina il dato è al 2005

Fonte: elaborazione Censis su dati Ocse, Fondo Monetario Internazionale, WTO

Fig. 1 - Quote di mercato mondiale delle prime 10 potenze economiche e variazione delle quote tra 2002 e 2007 (val. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati WTO

A ciò si aggiunga che l'Italia, malgrado la bassa crescita, ha continuato a presentare livelli di crescita dell'occupazione costantemente positivi, segnando, dopo Canada e Spagna, il migliore risultato in termini di creazione di posti di lavoro (+7,5% contro il 2,7% della Francia, l'1,3% del Giappone, lo 0,2% della Germania).

Un aspetto spesso trascurato, che aggiunge un ulteriore elemento di soddisfazione per la capacità che la nostra economia ha avuto rispetto ad altre di procedere su un percorso di crescita più inclusivo, sia in termini di partecipazione alla produzione di ricchezza che di estensione della platea dei soggetti percettori di reddito.

Se l'analisi dei fondamentali di medio periodo consente pertanto di guardare con maggiore lucidità alle *performance* di un sistema che non ha certo brillato per dinamicità, ma ha reagito ai contraccolpi dell'accresciuta concorrenza su scala mondiale con vigore e risolutezza, occorre capire se e quali margini l'attuale scenario ancora offra per rinfocolare quella vena di ottimismo che ancora anima molti.

E' indubbio che la crisi internazionale, rimasta fortunatamente oltre i confini nostrani, sia fonte di ansie e paure, forse più per le famiglie, terrorizzate dall'imprevedibilità di quello che potrebbe accadere, che non per gli imprenditori, da tempo abituati a convivere con le intemperanze di un mercato mutevole e isterico.

Preoccupano in particolare gli effetti che potrebbero derivare:

- dalle tempeste che hanno sconvolto i mercati finanziari e creditizi statunitensi e che hanno determinato il rallentamento dell'economia americana, l'indebolimento del dollaro, con riflessi significativi su tutta l'area euro;
- dalle spinte inflazionistiche derivanti dal rialzo dei prezzi dei prodotti alimentari e soprattutto di quelli energetici, che comportano evidente aggravio per la nostra bilancia commerciale;
- dall'accresciuta competitività delle economie emergenti, che hanno continuato anche nel 2007 a segnare ritmi di crescita estremamente alti contribuendo a produrre, ma anche "mangiare", quote sempre più significative di ricchezza globale.

Fenomeni già in corso da tempo e che, a parte il penalizzare ulteriormente la crescita di un Pil da anni fiacco, non sembrano avere prodotto gli effetti temuti.

Malgrado infatti la cattiva congiuntura e le difficoltà proprie di un sistema che non riesce a liberarsi dei propri fardelli strutturali - il basso livello di



produttività, i redditi stagnanti, l'appesantimento burocratico, i costi energetici, la bassa dotazione infrastrutturale, il contenuto livello di investimento in ricerca formalizzata e sviluppo tecnologico - i segnali che provengono dal mercato lascerebbero intendere che il bilancio Italia 2007 si potrebbe chiudere meglio del previsto.

A fronte di una crescita dell'1,5% in termini reali del Pil sono aumentati, più dell'anno precedente, sia i consumi finali nazionali (+1,4%) che quelli delle famiglie (+1,5%). Anche l'occupazione segna un ulteriore passo in avanti (+1%), portando peraltro il tasso di disoccupazione ai minimi storici (6%), così come non accenna a frenare la corsa *dell'export* italiano che anche nel 2007 ha incassato l'ennesimo risultato positivo, con un incremento del 4,5% del valore complessivo delle esportazioni e, dopo anni, una crescita, seppur lieve (0,1%) comunque indicativa, della quota di mercato mondiale (tab. 2).

Tab. 2 - Andamento economico dell'Italia, 2005-2007 (var. %)

	Var.% reali	
	2005-2006	2006-2007
Pil	1,9	1,5
Consumi finali nazionali	1,0	1,4
Potere d'acquisto del reddito disponibile	0,2	1,0
Spesa delle famiglie residenti	1,1	1,5
Esportazioni di beni e servizi	6,5	4,5
<i>Quota delle esportazioni italiane su totale Mondo</i>	<i>-0,1</i>	<i>0,1</i>
Occupati (migliaia)	1,9	1,0
Fatturato (indice, base 2000=100)	1,08	1,06
Ordinativi (indice, base 2000=100)	1,11	1,06

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat



2.2. Si espande la rete globale dell'Italia multinazionale

L'energia e il coraggio con cui le imprese italiane si sono imposte nello scenario internazionale, rimodulando la propria presenza in funzione delle esigenze di presidio dei nuovi mercati, rende bene l'idea di come una minoranza vitale possa giocare un ruolo traino per tutto il sistema Paese.

Dai *big player* globali alle piccole medie imprese sono numerose le realtà imprenditoriali che hanno espanso negli ultimi anni la propria rete d'impresa oltre confine, non solo in una logica di ampliamento delle attività d'origine (dalla realizzazione di stabilimenti alla creazione di punti vendita all'estero) ma anche con l'adozione di nuove strategie di investimento commerciale e produttivo, tramite l'acquisizione di marchi, catene commerciali, filiere distributive.

Si pensi da questo punto di vista alla politica espansiva dei grandi gruppi *leader* all'estero, alle acquisizioni di Autogrill in Inghilterra e Spagna, di Brembo in Cina, di Luxottica su Oakley, la più grande catena di vendita al dettaglio americana, di Enel su Endesa e di Eni che, dal Golfo del Messico alla Russia, ha concluso nel 2007 acquisizioni per un controvalore di quasi 10 miliardi di euro.

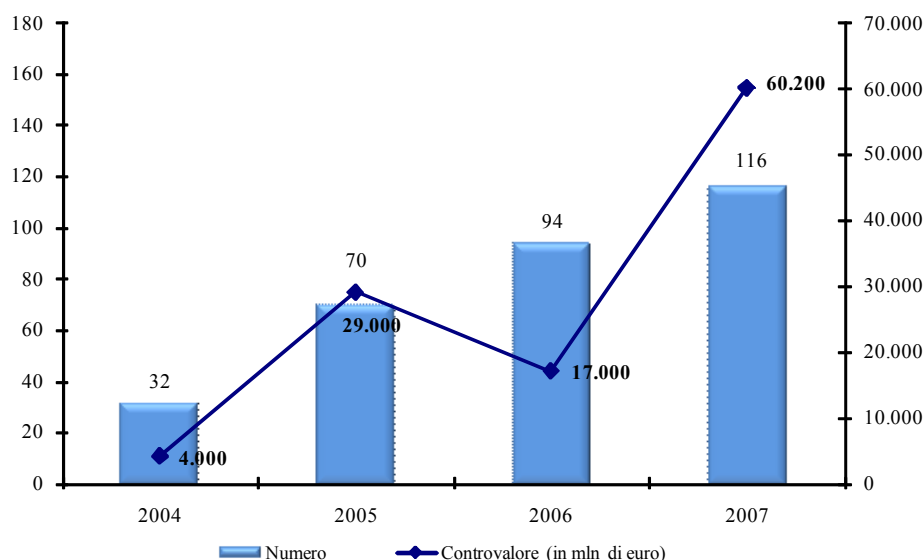
Per avere un'idea della portata del fenomeno basti pensare che il numero delle fusioni e acquisizioni di aziende italiane su estere è passato, nel giro soli quattro anni, da 32 a 116, e il controvalore delle operazioni, da 4 a 60,2 miliardi di euro. Ed anche per il 2008 sembra confermato il trend positivo, considerato che a marzo sono state già 25 le operazioni concluse, per un valore di circa 8,3 miliardi di euro (fig. 2).

Nel 2007, anno record per le operazioni di *merger & acquisition* gli Stati Uniti sono stati il Paese dove le aziende italiane hanno comprato di più (21 acquisizioni), seguiti da Germania (13), Inghilterra (10) e Francia (9).

Sfruttando il "minidollaro" e le potenzialità dell'economia nordamericana come mercato di sbocco, le aziende leader italiane hanno mostrato grande dinamismo, sicuramente maggiore di quello dei partner stranieri nei confronti dei marchi italiani, considerato che a fronte delle 116 operazioni Italia su estero, quelle di imprese straniere su aziende italiane sono state solo 82, per un controvalore di soli 27,4 miliardi di euro.



Fig. 2 - Andamento del mercato *merger&acquisition* Italia su estero, 2004-2007 (v.a.)



Fonte: Kpmg Corporate Finance

Ma al di là dei comportamenti dei grandi gruppi, tutto il tessuto delle imprese italiane è stato in questi ultimi anni profondamente scosso dalle dinamiche sviluppate a livello globale che hanno costretto le aziende a ridefinire le proprie strategie rispetto alle nuove esigenze di competitività richieste da un mercato sempre più vasto e difficile da controllare.

La gran parte sono riuscite a star dietro alla corsa, sfruttando le opportunità offerte dal moltiplicarsi degli scambi commerciali su scala mondiale e tentando di essere presenti all'estero almeno con le proprie merci: sono il 52,1% le aziende con oltre 50 addetti che esportano i propri prodotti oltre confine (tab. 3).

Ma una buona parte di imprenditori ha imboccato la strada dell'*internazionalizzazione attiva*, cercando di presidiare sempre più da vicino i nuovi mercati di sbocco e diventando, nel piccolo, protagonista di una logica espansiva che dalle imprese leader, fino alle più piccole, ormai è entrata a far parte del *dna* di molte aziende.



Tab. 3 - Le modalità di internazionalizzazione delle imprese italiane con più di 50 addetti, 2001-2006 (val. %)

	val. %
Imprese italiane che esportano (1)	52,1
Imprese italiane con più di 50 addetti internazionalizzate	13,4
- <i>Industria</i>	17,9
- <i>Servizi</i>	6,8
- <i>Imprese con 50-249 addetti</i>	11,0
- <i>Imprese con 250 addetti e più</i>	29,3
Imprese italiane che hanno in programma trasferimenti all'estero entro 2009	6,0
CARATTERISTICHE DELLE IMPRESE INTERNAZIONALIZZATE (% sul totale delle imprese internazionalizzate)	
Modalità di internazionalizzazione	
Hanno trasferito all'estero alcune attività già svolte in Italia e avviato nuove attività	28,4
Hanno esclusivamente trasferito all'estero alcune attività già svolte in Italia	45,5
Hanno esclusivamente avviato all'estero nuove attività	26,0
Principali attività trasferite all'estero (2) (3)	
Attività principale	44,4
Funzioni di supporto all'attività principale:	
- <i>distribuzione e logistica</i>	17,2
- <i>marketing e servizi post vendita, inclusi centri di assistenza</i>	17,8
- <i>servizi informatici e di telecomunicazione</i>	12,0
- <i>servizi amministrativi, contabili e gestionali</i>	16,6
- <i>ricerca e sviluppo</i>	9,3
Tipologia di nuove attività sviluppate all'estero (2)	
Nuovi prodotti	48,6
Nuovi processi	29,8
Produzioni per nuovi mercati	67,6
Tipologia di impresa estera verso cui è stata trasferita l'attività (3)	
Imprese controllate	69,8
- <i>imprese già presenti nel gruppo</i>	32,4
- <i>nuove imprese acquisite</i>	6,9
- <i>imprese costituite ex novo</i>	30,6
Imprese non controllate	30,2
- <i>partecipate o con accordi o licenze</i>	6,4
- <i>altre imprese</i>	23,8

(1) Dati al 2005

(2) Il totale non è uguale a 100 in quanto sono possibili più risposte

(3) Il dato si riferisce alle imprese che tra le modalità di internazionalizzazione hanno trasferito all'estero attività precedentemente svolte in Italia

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, "Dinamiche e modalità di internazionalizzazione attiva delle imprese italiane"



Secondo una recente indagine dell'Istat sono circa 3mila, vale a dire il 13,4% del totale, le aziende italiane con almeno 50 addetti che possono a tutti gli effetti essere definite internazionali, perché hanno trasferito all'estero parte delle funzioni svolte in Italia (complessivamente l'8,3% delle imprese italiane) o avviato nuove attività (7,3%).

A queste si aggiunge un ulteriore 6% che dichiara di avere già programmato, per il periodo 2007-2009, il trasferimento di alcune attività aziendali all'estero: cifra che porta la quota delle "multinazionali", in essere o *in pectore*, al 19,4%.

Le modalità del percorso di internazionalizzazione seguito dalle aziende mostra chiaramente come non ci si trovi in presenza di fenomeni di mera delocalizzazione di segmenti di produzione (finalizzata magari ad un miglioramento dell'efficienza produttiva, tramite la compressione dei costi), ma prevalga una logica di carattere espansivo che, dal trasferimento di funzioni più propriamente commerciali, all'avvio di nuove attività, è finalizzata a meglio presidiare i mercati di sbocco finali.

A ben vedere infatti, nelle modalità plurime di internazionalizzazione delle imprese italiane prevalgono dei *driver* strategici:

- *la stabilizzazione della presenza all'estero*: tra le imprese che si sono internazionalizzate, più della metà (54,5%) ha infatti avviato nuove attività produttive mentre il 45,5% ha trasferito solo alcune funzioni svolte dall'azienda: il che significa che la maggioranza intende comunque stabilire oltre confine un presidio stabile e tendenzialmente autonomo. Peraltro, tra quante hanno trasferito solo alcune attività precedentemente svolte in Italia, il 69,8% controlla direttamente le imprese presenti all'estero, o perché erano imprese già presenti nel gruppo (32,4%), costituite ex novo (30,6%) o nuove imprese acquisite (6,9%), mentre "solo" nel 30,2% dei casi il rapporto con l'impresa estera è meno strutturato, trattandosi di imprese partecipate (in quota minoritaria, per il 6,4%) o di aziende con cui sussistono semplicemente accordi produttivi o commerciali (23,8%);
- *la finalizzazione delle produzioni alle esigenze dei mercati di sbocco*: le imprese che hanno avviato nuove attività all'estero lo hanno fatto principalmente (67,6%) per realizzare produzioni specifiche per i mercati che sono andati a presidiare (nell'industria la percentuale è del 71,5%) o per creare nuovi prodotti (48,6%);



- *il migliore presidio delle reti distributive e commerciali all'estero*: laddove le imprese hanno trasferito all'estero funzioni precedentemente svolte in Italia, se si esclude la maggioranza (44,4%) che ha spostato la funzione produttiva principale, chi ha "delocalizzato" solo alcune funzioni di supporto indica, in prima battuta, i servizi *marketing e post vendita* (17,8%), seguiti da quelli distributivi e logistici (17,2%), da quelli amministrativi, contabili e gestionali (16,6%).

Che il *driver* della spinta sia stata l'esigenza di andare sempre più in prossimità dei mercati di consumo, lo conferma anche l'evoluzione in atto nelle stesse logiche con cui gli imprenditori italiani guardano ai processi di internazionalizzazione.

Se tra quanti sono oggi attivamente presenti all'estero la motivazione più importante era stata l'esigenza di abbattere il costo del lavoro e la riduzione degli oneri complessivi dell'impresa, prima ancora che la possibilità di accedere ai nuovi mercati, le imprese che si apprestano a cimentarsi nella nuova avventura d'impresa oltre confine mettono al primo posto l'accesso ai nuovi mercati (53,9%), e solo in seconda battuta la riduzione del costo del lavoro (49,5%) o di altri costi rilevanti per l'impresa (39,2%) (tab. 4).

Tab. 4 - Le motivazioni considerate molto importanti nella scelta di internazionalizzarsi, per le imprese che hanno avviato/trasferito attività all'estero o hanno in programma di farlo entro il 2009, 2001-2006 (val. %)

	Imprese che hanno avviato/trasferito attività all'estero	Imprese che hanno programmato trasferimento attività all'estero entro 2009	Diff.
Accesso a nuovi mercati	39,6	53,9	14,3
Riduzione costo del lavoro	41,8	49,5	7,7
Riduzione altri costi dell'impresa	23,1	39,2	16,1
Trasferimento deciso da vertice del gruppo	21,6	21,5	-0,1
Tassazione favorevole	9,2	19,0	9,8
Adeguamento alle scelte di altre imprese	10,7	16,9	6,2
Aumento della qualità/sviluppo nuovi prodotti	12,1	15,2	3,1
Accesso a nuove conoscenze, competenze tecniche	9,3	9,2	-0,1
Trasferimento per concentrare attività strategiche in Italia	9,5	9,1	-0,4

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, "Dinamiche e modalità di internazionalizzazione attiva delle imprese italiane"



2.3. L'innovazione che fa crescere l'impresa

Se il 2007 non si chiude poi così male, ma sembra dare ancora credito alle potenzialità di un sistema che è lontano dall'aver esaurito la spinta vitale, un contributo importante lo si deve all'abilità che alcune imprese hanno avuto nel fare dell'innovazione il motore trainante del proprio sviluppo.

Non solo continuando a presidiare quei settori ad alta capacità di innovazione, su cui l'Italia detiene a livello europeo il primato della più alta presenza di imprese operanti nell'industria *high tech* (quasi 33.500 imprese, pari al 24% delle imprese europee) e, seconda solo a Gran Bretagna, nei servizi ad alto contenuto tecnologico (con quasi 97mila aziende, pari al 17,7% del totale Europa): un primato non adeguatamente valorizzato considerato che, in termini di produzione di valore aggiunto, l'Italia slitta poi al quarto posto.

O eccellendo in alcune specifiche nicchie dove oggi si concentra l'innovazione a tutto tondo, dell'impresa e della ricerca. E' il caso delle biotecnologie, dove l'Italia riveste ormai una posizione di tutto rispetto a livello internazionale essendo il quinto mercato mondiale per fatturato nel settore delle scienze della vita, e quarta in Europa per numero di imprese (228 di cui 10 quotate in borsa).

Ma soprattutto nella capacità che molti imprenditori hanno avuto di sapere innovarsi, ripensando a 360gradi il proprio modo di essere e fare impresa, adattandosi ad un contesto che li ha voluti più competitivi e "creativi".

Un processo che, dalle piccolissime alle grandi, ha investito l'intera piramide produttiva, senza escludere segmenti di piccole e piccolissime imprese che, malgrado le ridotte dimensioni, sono riuscite ad innescare dal di dentro processi virtuosi di crescita e innovazione.

Secondo una recentissima indagine Censis sono infatti il 25,3% del totale le aziende manifatturiere ed informatiche con meno di 20 addetti che fanno innovazione: un universo di circa 145mila imprese che hanno capito le nuove regole del gioco e imparato a destreggiarsi nel mutato scenario mondiale, puntando su strategie di nicchia, sulla qualità soprattutto, diversificando le produzioni, investendo nelle reti distributive, estendendo le proprie reti commerciali (tab. 5).



Tab. 5 - Il profilo delle imprese manifatturiere e informatiche con meno di 20 addetti che fanno innovazione, 2007 (val. %)

% di imprese presenti sul mercato con marchio registrato	34,8
Modalità di produzione	
Ha linee produzione standard ma non fa prodotti su misura	18,8
Ha linee di produzione standard ma è in grado di realizzare prodotti diversificati a seconda delle richieste del cliente	37,4
Ha linee standard ma realizza prevalentemente prodotti su misura	18,8
Produce esclusivamente prodotti su misura	25,0
<i>Totale</i>	<i>100,0</i>
Presenza all'estero	
Vende direttamente sul mercato estero	18,2
Vende sul mercato estero ed è presente con stabilimenti o punti vendita	1,7
E' presente indirettamente attraverso le imprese capofila	11,8
<i>Totale imprese presenti all'estero con propri prodotti</i>	<i>31,7</i>
Principali aspetti di orientamento all'innovazione	
Utilizza processi e le tecniche di produzione innovative	73,3
Realizza prodotti innovativi	63,5
Utilizza materiali innovativi	61,5
Cura <i>design</i> e/o la ricerca stilistica	56,1
Tempo dedicato all'attività di ricerca e sperimentazione (% su monte ore lavorate)	13,0

Fonte: indagine Censis-Confartigianato, 2007

In un mix combinato di comportamenti, il cui filo conduttore è stata l'esigenza di sintonizzarsi sempre più sul consumatore finale:

- *avvicinandosi ai mercati di sbocco finali*, e puntando su una presenza autonoma, tramite il rafforzamento del marchio, l'apertura di punti vendita, l'ampliamento delle reti distributive. E' indicativo da questo punto di vista che il 34,8% delle aziende considerate sta sul mercato con proprio marchio e che il 31,7% è presente all'estero con propri prodotti: il 19,9% direttamente, esportando o con stabilimenti/punti vendita; l'11,8% fa invece arrivare la propria produzione sui mercati internazionali indirettamente, attraverso le imprese capofila e committenti;



- *rispondendo alle esigenze di un consumo sempre più personalizzato, diversificando i prodotti o sviluppando produzioni “su misura”*: l’81,9% delle piccole aziende innovative italiane è in grado di effettuare prodotti su misura, e ben il 25% si è specializzato su questa modalità, dal momento che effettua esclusivamente produzioni “personalizzate”;
- *puntando sulla qualità del prodotto, sull’innovazione tecnica, del design e soprattutto dei materiali*: il 73,3% delle imprese dichiara infatti di utilizzare processi e tecniche di produzione che consentono la realizzazione di prodotti innovativi (63,5% delle aziende), nella gran parte dei casi con materiali di produzione nuovi (61,5%);
- *iniziando a sviluppare nuove modalità distributive, servizi post vendita di accompagnamento al consumatore*.

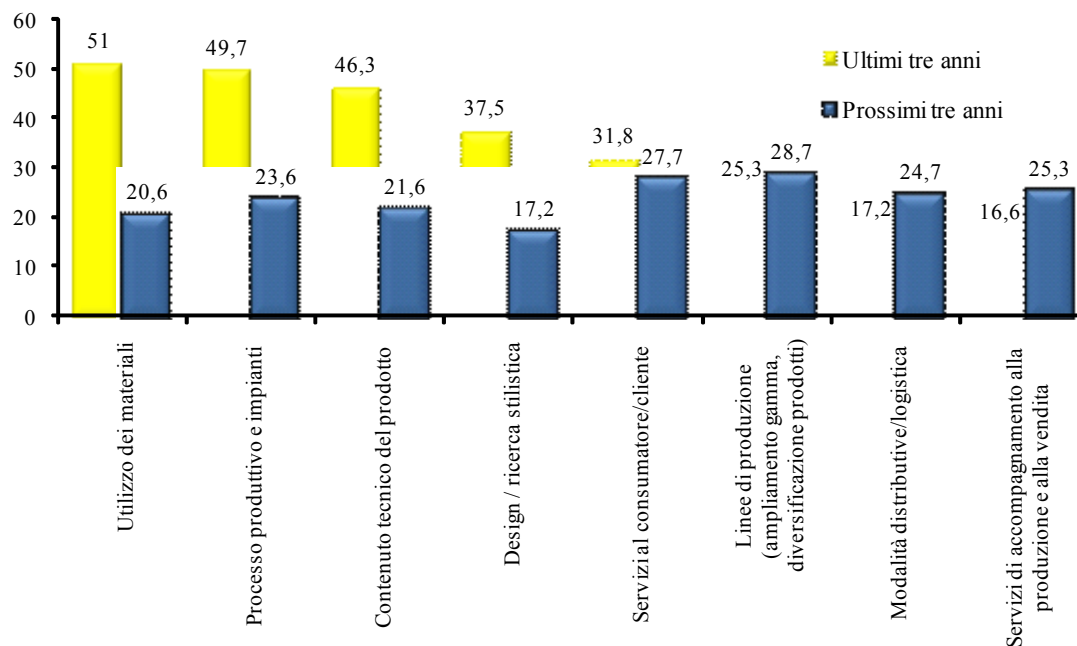
Un’innovazione quella in atto che, più che legata all’esigenza congiunturale di recuperare un gap competitivo rispetto ad un mercato in corsa, va imponendosi come *driver* sempre più importante nell’informare le strategie aziendali, evidenziando in questo modo il ruolo determinante che anche le piccole imprese vanno ormai giocando ai fini dell’innalzamento dei livelli di competitività dei mercati in cui operano.

E’ indicativo da questo punto di vista lo slittamento in atto presso queste piccole aziende dell’investimento in innovazione dalla componente *hard*, di prodotto e di processo, a quella che potremmo definire terziaria, legata al rafforzamento dei servizi finalizzati a far crescere *l’appeal* di mercato delle produzioni e destinata ad assorbire, in prospettiva, il grosso delle risorse aziendali.

Mentre infatti negli ultimi tre anni, la capacità innovativa delle piccole imprese si è concentrata prevalentemente nell’utilizzo dei materiali (il 51% delle aziende dichiara di avere innovato in questo ambito), nel processo produttivo (49,7%) e nel contenuto tecnico del prodotto (46,3%), per i prossimi tre anni, lo sforzo andrà concentrandosi soprattutto sull’ampliamento della gamma dei prodotti, sull’ampliamento delle modalità distributive e sulla realizzazione di servizi post vendita (fig. 3).



Fig. 3 - Aspetti di attività in cui le imprese hanno introdotto innovazioni negli ultimi tre anni e intendono farlo nei prossimi tre (val. %)



Fonte: indagine Censis-Confartigianato, 2007

A ciò si accompagna l'emergere di una logica di governo dei processi di innovazione che si concretizza in un legame sempre più stretto con l'attività di ricerca svolta internamente (per il 50% delle imprese l'innovazione più importante realizzata negli ultimi anni è nata dall'attività di ricerca e sperimentazione svolta in azienda), nella sua lenta e progressiva organizzazione (le aziende dedicano alla ricerca, sperimentazione e prototipazione il 13% del lavoro annuale), ma soprattutto in una sua maggiore finalizzazione agli obiettivi di crescita e sviluppo dell'azienda, considerato che per il 70% l'innovazione introdotta si traduce nell'acquisizione di un vantaggio di mercato.



3. IL SOCIALE VITALE

3.1. Le minoranze *cross border*

Al pari della minoranza imprenditoriale rampante, impegnata a sviluppare le proprie attività economiche all'estero, anche nel tessuto sociale vanno emergendo sotto traccia i segnali di una cultura sempre più globale che, al passo con i tempi, non ha paura di confrontarsi fuori dei confini nazionali, sfruttando le maggiori opportunità offerte dall'aprirsi di uno scenario internazionale del tutto nuovo.

Se la capacità di sviluppare relazioni sempre più al di fuori della propria dimensione culturale e territoriale, di acquisire esperienza in contesti di vita diversi da quelli noti, di sapere vivere in modo globale, rappresentano un capitale personale sempre più prezioso, sono molteplici le modalità con cui gli italiani vanno ormai cercando di sviluppare la propria personale avventura nel mondo che cambia.

I più dinamici su questo fronte sono i giovani, tra cui ormai si va consolidando una minoranza, potenzialmente in crescita, che inizia a pensare, e in alcuni casi progettare, fin da presto il proprio percorso formativo e talvolta professionale, fuori dall'Italia.

Basti da questo punto di vista considerare che nel 2006 ben il 14,2% dei giovani italiani tra i 15 e 29 anni poteva vantare un'esperienza di studio o di lavoro all'estero; il 9% inferiore ai tre mesi, il 5,1% più lunga (tav. 1).

E ancora, nello stesso anno almeno 38.690 studenti risultavano iscritti in facoltà universitarie straniere, e 16.389 impegnati nel programma Erasmus, per un totale di oltre 52mila studenti.

Studiare all'estero rappresenta poi in alcuni casi, l'occasione per gettare le basi oltre confine, considerato che il 3,9% dei laureati italiani, ad un anno dal conseguimento del diploma, ha trovato un lavoro fuori dall'Italia.



Tav. 1 - I numeri degli italiani all'estero

L'esperienza oltre confine	il 14,1% dei giovani italiani tra i 15 e 29 anni vanta un'esperienza di studio o di lavoro all'estero, il 9% inferiore ai tre mesi, il 5,1% più lunga. Tra i laureati la percentuale sale al 29,8%, risultando alta (14,6%) quella di quanti hanno vissuto all'estero per più di 3 mesi
Studiare all'estero	<ul style="list-style-type: none">- nel 2006 sono 38.690 gli italiani iscritti in università straniere- sono 16.389 gli studenti italiani che nell'a.a. 2005-2006 hanno partecipato ai programmi di scambio internazionale Socrates ed Erasmus
La ricerca del primo lavoro	nel 2006 sono stati più di 11mila700 (il 3,9% del totale) i laureati che ad un anno dal conseguimento del diploma di laurea hanno trovato lavoro all'estero
Fare carriera all'estero	nel 2006 sono "emigrati" negli Stati Uniti: <ul style="list-style-type: none">- 2.983 ricercatori e borsisti (+47,9% tra 1998 e 2006)- 24.445 lavoratori con visto di ingresso temporaneo (+62,1% tra 1998 e 2006), di cui più di 13.368 lavoratori con elevata professionalità

Fonte: elaborazione Censis su dati, Almalaurea, Indire, Isfol e US Immigration and Naturalization Service

E tuttavia, se per i giovani l'esperienza fuori dall'Italia assume più propriamente il carattere dell'avventura di vita vera e propria, della sfida personale ad abbandonare le securizzanti mura domestiche, ma anche al sapere cogliere altrove opportunità e occasioni, soprattutto lavorative, da noi sempre più scarse e meno soddisfacenti, anche per quanti hanno superato la soglia dell'età adulta l'effetto attrattivo dell'esperienza oltre confine inizia a stimolare nuovi comportamenti e scelte di vita.

A fenomeni considerati di nicchia, quale poteva essere fino a qualche anno fa la fuga dei cervelli, si vanno infatti sostituendo tendenze sempre più trasversali al tessuto professionale, che vedono ormai nella capacità di sapersi relazionare a livello internazionale, e sempre più di esservi riconosciuti, un ingrediente fondamentale nello sviluppo di percorsi di carriera di successo.



E' indicativo da questo punto di vista la crescita che negli ultimi anni vi è stata dei flussi di professionisti italiani che si sono trasferiti anche temporaneamente, negli Stati Uniti, da sempre destinazione prediletta dai migranti ad alta qualificazione. Tra il 1998 e 2006, infatti, a fronte dell'incremento del 47,9% dei borsisti e ricercatori (in tutto nel 2006 ve ne erano quasi 3.000 negli Usa) quello degli occupati è aumentato del 62,1% portando complessivamente a 24.445 il numero dei lavoratori italiani in possesso di visto temporaneo per gli Usa. Di questi, 13.368 sono lavoratori altamente specializzati, quadri o dirigenti di imprese internazionali e lavoratori il cui visto viene concesso per le "straordinarie capacità o risultati".

Quella di trasferirsi, anche se per brevi intervalli di tempo, non è tuttavia che l'avventura più estrema di quanti hanno desiderio di cimentarsi in un'esperienza totalizzante di confronto e scambio con culture, idee e situazioni diverse da quelle d'origine.

Ma a fianco a questa *élite* esuberante che "prende e parte", non può essere trascurata quella silente e invisibile minoranza di frontiera che, nei ristretti confini delle mura domestiche *fa quotidianamente esperienza del diverso*, vivendo il rapporto con lo straniero come un rapporto capace di evolvere in termini di integrazione e di coesione sociale.

Oltre a quanti, sempre più numerosi, svolgono un'attività di impegno diretto, come volontari, mediatori culturali, maestri di strada, e il cui percorso professionale ha fatto della capacità di dialogo con la diversità il fattore principale di sviluppo vi è un numero non trascurabile di italiani – sono il 16,7% – che vive ogni giorno a contatto stretto con gli stranieri e che, stando almeno alla maggioranza (59,4%), ha con questi un rapporto positivo o, mal che vada, indifferente (36,9%) (tab. 6).

Sono soprattutto i laureati ad avere il maggior numero di frequentazioni (dichiara di frequentare spesso cittadini stranieri il 23,5% dei laureati, contro il 19,7% dei diplomati e il 15,5% di quanti hanno il diploma di scuola media): anche perché, presumibilmente, sono quelli più costretti a delegare proprio agli stranieri la gestione dell'organizzazione familiare e la cura dei figli o degli anziani in casa.

A ben vedere, infatti, se il 51,3% degli italiani che intrattiene spesso rapporti con stranieri dichiara di farlo per motivi di lavoro, il 30,1% per amicizia e il 22,1% perché vicino di casa, tra i laureati la quota di quanti lo fanno per motivi di lavoro sale al 61,9%, mentre si riduce la percentuale di chi indica nell'amicizia e nel vicinato le motivazioni principali. Tra quanti invece



possiedono un titolo di studio più basso, cresce la percentuale di chi intrattiene con gli stranieri sia rapporti di buon vicinato – 30,5% - che di amicizia vera e propria (31,9%).

Tab. 6 - Gli italiani e gli immigrati (val. %)

	Nessun titolo o elementare	Media inferiore	Media superiore	Laurea	Totale
Percentuale di italiani che frequentano spesso immigrati	12,7	15,5	19,7	23,5	16,7
<i>Definizione del rapporto</i>					
buono	54,9	56,6	63,3	70,6	59,4
cattivo	4,8	3,8	3,6	0,6	3,8
indifferente	40,3	39,6	33,1	28,8	36,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Motivo del rapporto (*)</i>					
motivi di lavoro	44,1	50,9	52,4	61,9	51,3
amicizia	31,9	29,7	30,4	26,5	30,1
vicini di casa	30,5	20,1	19,6	19,5	22,1
altro	7,2	6,8	6,3	6,3	6,4

(*) Il totale non è uguale a 100 in quanto erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis

3.2. Scelte controcorrente

Giovani che scelgono, che hanno le idee ben chiare sul futuro e che all'immagine stereotipata di quanti stanno a casa con i genitori, non si sposano, non lavorano, si iscrivono all'università spesso senza troppa convinzione e la finiscono tardi per poi dover trovare un lavoro che non era quello desiderato, all'imperativo del *ci penserò domani*, hanno sostituito quello del *lo faccio oggi*.

Sono quasi 650mila i giovani dai 18 ai 24 anni che hanno fatto coincidere il tempo delle scelte con quello delle responsabilità, assumendo intanto la decisione di andarsene via di casa. Una quota minoritaria se comparata al



totale dell'universo (14,2%) ma che esprime quella componente di vitalità, certo non la sola, che caratterizza alcuni giovani nell'assumesi oggi scelte coraggiose di vita e di crescita, anche in controtendenza con l'orientamento dei più (tab. 7).

Tab. 7 - Giovani dai 18 ai 24 anni che non vivono più con i genitori, per motivo dell'uscita da casa, condizione professionale e sesso (val. %)

	Uomini	Donne	Totale
Giovani che non vivono più in casa con i genitori	11,3	17,2	14,2
<i>Motivi</i>			
Convivenza	7,0	15,2	11,9
Matrimonio	4,9	27,1	18,2
Lavoro	26,5	9,5	16,3
Studio	33,6	26,9	29,5
Per esigenze di autonomia/indipendenza	14,0	15,0	14,6
Altro	14,5	6,5	9,4
Totale	100,0	100,0	100,0
<i>Condizione professionale</i>			
Occupati	52,6	36,3	42,8
In cerca lavoro	10,5	10,3	10,4
Altro	36,9	53,4	46,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, "Famiglie e soggetti sociali"

L'andare via di casa rappresenta una scelta dettata in molti casi (30,1%) dalla volontà di realizzare un progetto affettivo che si concretizza per il 18,2% nel matrimonio, per l'11,9% in una convivenza. Ma deriva anche dalla voglia di intraprendere un percorso di studi o professionale che dia al tempo stesso autonomia: sono il 29,5% quelli che lasciano il tetto materno per studiare, trasferendosi in un'altra città, regione, o magari all'estero, e il 16,3%, chi invece lo fa per motivi di lavoro. Vi è infine una minoranza ancora più ristretta (14,6%) per cui l'unico e solo movente ad andare via di casa è la voglia di indipendenza.

E comunque, una buona fetta di questo virtuoso universo che non si riconosce nell'accusa del bamboccione, il suo percorso di crescita già l'ha

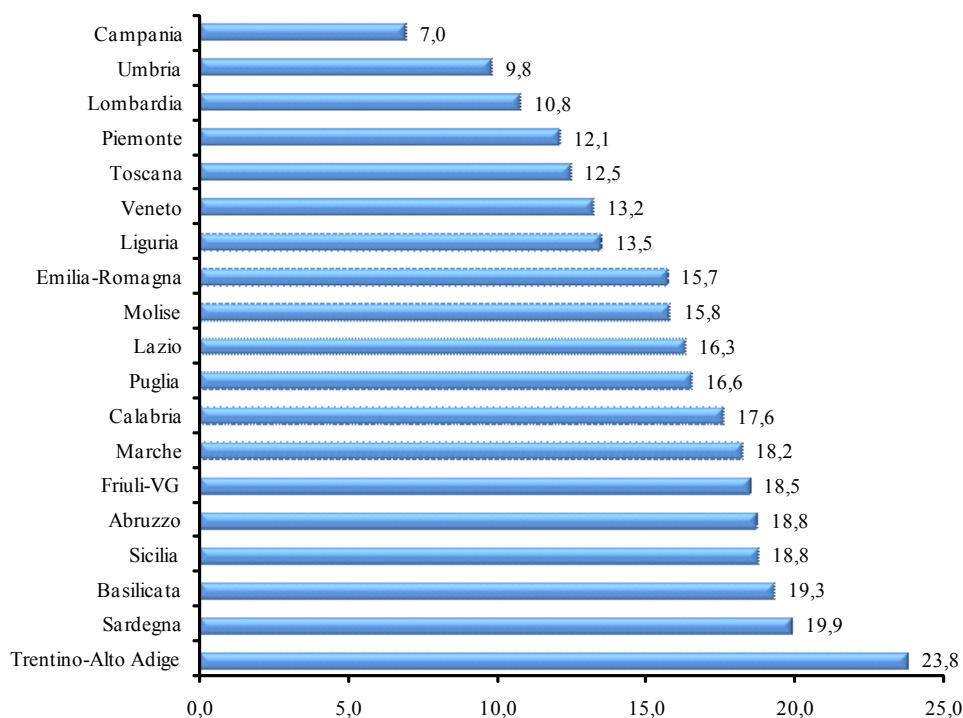


intrapreso da tempo, considerato che oltre il 42% già lavora e un altro 10% sta cercando un'occupazione.

Le donne appaiono le più “coraggiose”, non solo perché tendenzialmente si sposano o iniziano a convivere mediamente prima dei loro coetanei, ma anche perché, rispetto ai colleghi maschi, sono probabilmente più pronte a staccare il cordone ombelicale, approfittando magari dell'opportunità di andare a studiare in un altro luogo da quello in cui vive la famiglia d'origine. Sono infatti il 17,2% (contro l'11,3% degli uomini) le donne che entro i 24 anni lasciano la propria famiglia: quasi la metà (42,3%) perché va a convivere o si sposa, il 26,9% per motivi di studio, il 15% per voglia di rendersi indipendenti.

Mentre a livello territoriale non si evince alcuna indicazione particolare, se non il fatto che è nelle regioni più ricche di opportunità, come Veneto, Toscana, Piemonte, Lombardia e Umbria, che la quota di giovani che si avvia presto sulla strada dell'indipendenza risulta più bassa (fig. 4).

Fig. 4 - Giovani tra i 18 e i 24 anni che non vivono più con i genitori per regione (v.a. e val. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, “Famiglie e soggetti sociali”



Se l'andare via presto di casa rappresenta oggi una decisione in controtendenza rispetto a quella sempre più diffusa di protrarre la propria permanenza in famiglia ben oltre la soglia dei 30 anni, ancora di più lo è quella, che pochi giovani compiono, di avviare un percorso lavorativo al completamento del ciclo di studi superiori: scelta che peraltro, condiziona fortemente la prima, essendone quasi sempre un presupposto imprescindibile.

Anche in questo caso i numeri parlano chiaro: è solo una minoranza degli *under 18*, pari a circa il 18,5% ad avere *le idee chiare sul proprio futuro* e che, consapevole presumibilmente dei propri limiti e responsabilità, o desideroso di avviarsi al più presto verso l'età adulta, matura la ferma decisione di iniziare a lavorare al completamento del proprio ciclo di studi secondari (tab. 8).

Tab. 8 - Scelte future dei giovani al termine della scuola superiore, 2007 (val. %)

	Giovani che andranno a lavorare	Totale giovani in istruzione secondaria
% su totale giovani che frequentano la scuola superiore	18,5	
<i>Sesso</i>		
Maschio	62,2	51,9
Femmina	37,8	48,1
<i>Formazione</i>		
Liceo	8,9	57,5
Istituto professionale	28,9	13,0
Istituto tecnico	50,0	26,1
Corso formazione professionale	12,2	3,4
<i>Ripartizione geografica</i>		
Nord Ovest	26,1	21,9
Nord Est	17,2	13,6
Centro	11,1	18,6
Sud e Isole	45,6	45,8
<i>Ampiezza</i>		
Fino a 10 mila abitanti	44,4	33,9
10-30mila abitanti	21,7	24,0
30-100mila abitanti	14,4	24,2
100-250mila abitanti	6,7	5,6
Oltre 250mila abitanti	12,8	12,2

Fonte: indagine Censis, 2007



Contraddicendo la convinzione diffusa presso la gran parte dei coetanei che al conseguimento di livelli di istruzione superiori corrisponda il moltiplicarsi delle *chances* occupazionali, evitano il rischio, o la minaccia, di disperdersi nei meandri di un sistema, quello universitario, che risulta sempre meno adeguato a soddisfare le attese per chi ambisce ad un futuro migliore: perché solo una minima parte di quanti lo intraprenderanno riuscirà a portarlo a termine, e di questi solo il 38,3% nei tempi previsti, utili per entrare con successo nel mercato del lavoro. E ancora, perché al completamento, solo il 56,3% troverà entro tre anni un'occupazione stabile, e solo nel 20,2% dei casi rispondente alle proprie aspettative.

Dall'analisi del profilo emerge che sono soprattutto i maschi a cimentarsi presto nell'esperienza lavorativa (62,2% del totale), chi vive nelle regioni del nord e soprattutto nei piccoli comuni (il 44,4% risiede in comuni con meno di 10.000 abitanti); e, naturalmente, chi da subito ha scelto una formazione professionalizzante (78,9%). E comunque è certo che la stragrande maggioranza decide di lavorare più mosso dalla volontà di rendersi indipendente e guadagnare (70%) che non, o meglio non solo, da quella di smettere di studiare.

Certo, il rimorso di avere rinunciato forse precocemente ai propri sogni di carriera potrà essere il tormento di tutta una vita. Soprattutto quando al momento della scelta la stragrande maggioranza dei propri coetanei saranno indirizzati su percorsi di vita diversi, socialmente più apprezzati.

Ma è indubbio che altrettanti saranno i rimorsi di quanti al completamento del corso di studi universitario si ritroveranno a svolgere lavori che avrebbero potuto iniziare qualche anno prima, senza bisogno di laurearsi.

Se si osserva infatti la distribuzione professionale dei giovani italiani tra i 20 e 29 anni emerge come il grosso del corpaceo professionale giovanile si concentri nelle professionalità intermedie, a prescindere dal titolo di studio conseguito.

Escludendo infatti una fetta del 30,4% di laureati che riesce ad accedere ad occupazioni ad elevata specializzazione, e il 25,1% di diplomati che svolge una professione non qualificata o che lavora come artigiano o operaio specializzato – attività peraltro sempre meglio remunerate – la stragrande maggioranza sia dei diplomati che dei laureati svolge professioni tecniche intermedie (il 27,1% dei diplomati e il 41% dei laureati), impiegatizie (18,3% dei diplomati e 14,9% dei laureati) o lavori qualificati nelle attività commerciali e nei servizi (il 23,4% del totale contro l'8,8% dei laureati) (tab. 9).



Tab. 9 - Giovani 20-29 anni per posizione nella professione e titolo di studio, 2007 (val. %)

	Diplomati	Laureati
Legislatori, dirigenti e imprenditori	2,1	1,3
Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	2,0	30,4
Professioni tecniche	27,1	41,0
<i>Professioni tecniche nell'amministrazione e nelle attività finanziarie e commerciali (assicuratori, amministrativi, contabili, ecc)</i>	12,1	13,9
<i>Professioni tecniche nelle scienze fisiche, naturali, nell'ingegneria ed assimilate (tecnici della sicurezza, degli impianti, ecc.)</i>	9,2	7,3
<i>Professioni tecniche nei servizi pubblici e alle persone (istruttori, addetti ai servizi sociali e di pubblica sicurezza, ecc)</i>	4,7	11,7
Impiegati	18,3	14,9
<i>Impiegati di ufficio (personale di segreteria, amministrativo, ecc)</i>	13,7	9,4
<i>Impiegati a contatto diretto con il pubblico (operatori di call center, ecc)</i>	4,5	5,5
Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	23,4	8,8
<i>Professioni qualificate in attività commerciali (esercenti e addetti alle vendite)</i>	12,9	4,3
<i>Professioni qualificate nelle attività turistiche ed alberghiere</i>	6,7	2,2
Artigiani, operai specializzati e agricoltori	13,0	1,2
Conduttori di impianti e operai semiqualeficati addetti a macchinari fissi e mobili	6,9	0,6
Professioni non qualificate	5,1	1,3
Forze armate	2,1	0,5
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, "Rilevazione continua delle forze di lavoro"

3.3. L'eccellenza dei piccoli numeri

Fanalino di coda in Europa e nel mondo, la ricerca italiana continua da anni a stupire per la capacità di incassare record negativi: che la si guardi dal punto di vista delle risorse destinate, della qualità del sistema formativo che dovrebbe alimentare, della capacità di produrre risultati, in termini di brevettazioni e diffusione internazionale, o di fare sinergia con il sistema delle imprese, il solo dato che emerge è l'inadeguatezza rispetto alle esigenze di un Paese che, per quanto a rischio declino, è comunque la settima potenza economica del mondo.

E mentre il sistema non fa che moltiplicare poli, sedi, cattedre e corsi, e frammentare ancora di più il già ristretto pacchetto di risorse destinato a far



crescere cultura e sapere, la capacità di generare idee e innovazione, scienza e progresso, sembra concentrarsi sempre più in poche e ristrette punte di eccellenza.

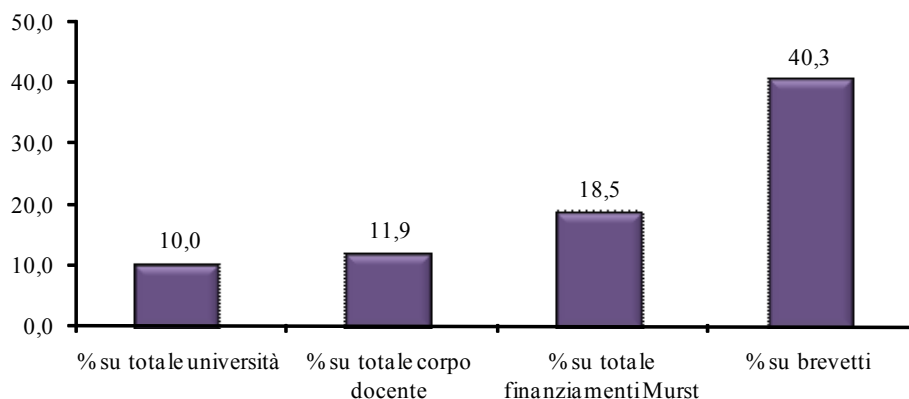
Basti solo pensare che il 40,3% dei nuovi brevetti registrati in Italia nel 2007 nel campo medico scientifico, settore su cui a livello internazionale deteniamo una posizione di tutto rispetto, provenga “solo” da quattro poli universitari, su cui sono confluiti, nel 2006, “solo” il 18,5% dei finanziamenti in ricerca del Ministero dell’Università risultava occupato l’11,9% del corpo docente di settore (fig. 5).

E se la mappa delle eccellenze internazionali ci consola, mostrando come siano diversi gli ambiti su cui l’Italia riesce ancora ad esprimere vitalità in campo scientifico, dando contributi rilevanti in settori che, oltre la già citata medicina, sono destinati a disegnare il futuro del nostro progresso – si pensi alla biologia, ingegneria chimica, fisica, chimica nucleare, tutti settori in cui vantiamo *impact factor* di molto superiori alla media internazionale – è indubbio che oggi la ricerca che “produce e fa sviluppo” va sempre più legandosi alla capacità di alcune minoritarie reti d’eccellenza:

- di fare accumulazione e massa critica su specifici percorsi di ricerca, in cui la dimensione stretta dei piccoli numeri favorisce scambio e confronto,
- di fluidificare i meccanismi decisionali, e in particolare quelli di accesso alle risorse, favorendo la partecipazione di soggetti privati, sponsor e aziende, e chiunque abbia, rispetto agli obiettivi di ricerca, un interesse in gioco,
- di finalizzare i risultati della ricerca ad una domanda che, dalle imprese ai pazienti, è oggi sempre più coinvolta nell’attivazione e nella sponsorizzazione dei progetti stessi di ricerca.



Fig. 5 - Il peso delle prime quattro Università italiane per produzione di brevetti nel campo della ricerca medico-sanitaria, 2007 (val. % su totale università)



Fonte: elaborazione Censis su dati Censis Servizi-Repubblica

3.4. Il *lifestyle* comunitario del sociale che condensa

Nello sfilacciamento dei rapporti interpersonali che ormai connota la deriva individualistica del sociale italiano, vanno emergendo nuove esperienze di coesione e condensazione, nuovi meccanismi connettivi che, sviluppatasi per lo più dal basso, stanno innervando nel tessuto sociale nuovi modelli organizzativi del vivere in comunità.

Dai gruppi di acquisto solidale, ai bilanci di giustizia, fino alle mutue autogestione sono ormai sempre più numerose le esperienze che a livello soprattutto locale, vedono il proliferare di nuove reti sociali che si impongono ormai come *driver* di una nuova responsabilità sociale diffusa,

- svolgendo da un lato, un ruolo di supplenza rispetto a bisogni che un *welfare* sempre più disattento lascia scoperti,
- ponendosi come minoranza attiva in grado di innescare nuovi orientamenti “responsabili” nei comportamenti di consumo, di risparmio e di vita di chi vi aderisce.

Si pensi ad esempio al successo dei gruppi di acquisto solidale, comunità di persone che si ritrovano, almeno una volta al mese per fare acquisti



collettivi, usando più internet che il telefono come mezzo di comunicazione. Nel 2005 erano 208; nel 2008 quelli ufficiali sono 438, ma si stima che il loro numero effettivo possa essere di circa un migliaio, con una rete di almeno 30.000 famiglie, ipotizzando che ad ogni *gas* ne facciano riferimento almeno 30.

Gruppi nati sotto l'onda di un *neoruralismo* che riscopre l'autenticità dei rapporti con la natura, con la comunità d'appartenenza, sfugge agli imperativi dell'iperconsumo e riscopre il valore del tempo, della gestione del proprio e del rispetto di quello altrui, ma il cui impatto sta andando ben oltre quell'impronta un po' *rétro* da *élite* critica che li connotava in fase nascente.

Non solo perché è attorno alla crescita di tali realtà che si stanno sempre più innescando meccanismi relazionali virtuosi tra cittadini consumatori e piccole aziende, che spingono verso forme di produzione sostenibile, l'innalzamento della qualità delle produzioni, la creazione di filiere corte a livello locale, anche attraverso la riscoperta dell'autoproduzione. Ma anche perché molti *gas* ripropongono quella vecchia idea di mutualità, di reciprocità, che si concreta nel sostegno alle piccole realtà produttive locali, soprattutto agricole, in cui sono attivi.

Tendenze simili connotano molte delle nuove forme di condensazione sociale che, dal consumo al risparmio, stanno dando vita dal basso a nuove modalità di organizzazione comunitaria e che, soprattutto a livello territoriale, rappresentano ormai la risposta ad un'economia che tende al contrario a frammentare e nella quale è sempre più difficile difendersi da soli.

E' il caso delle "famiglie bilanciste", che hanno scelto di rivedere spese e consumi allo scopo di ridurli e riorientarli secondo i criteri di giustizia e responsabilità, delle *mag*, le mutue di autogestione che prestano denaro a società, associazioni o individui soci, esclusi dal sistema creditizio che svolgono attività con finalità etiche, e delle tante piccole realtà partecipative, appena nate o in embrione, che stanno moltiplicando e cambiando le modalità di fare sociale.

Una minoranza attiva che, dietro la proposta del cambiamento "radicale" delle forme di consumo, di produzione, di risparmio, di intendere in definitiva l'economia, sta tracciando il solco all'emergere di uno *stile di vita neocomunitario* improntato alla riscoperta dei valori genuini del territorio, della qualità della vita, in tutte le sue forme, della reciprocità nelle relazioni e nei rapporti.



Una tendenza sempre più condivisa, considerato che il 17,9% gli italiani dichiara di organizzarsi frequentemente con altri per risolvere un problema comune, e che risulta peraltro prescindere dalle dimensioni della comunità di appartenenza dal momento che, con l'eccezione dei comuni di media grandezza, che registrano una percentuale particolarmente alta (26,1%), il valore si mantiene pressoché omogeneo in tutte le realtà del territorio (tab. 10).

Segno di come attorno a poche minoranze si vada consolidando un orientamento potenzialmente di massa, che va sempre più imponendosi trasversalmente a prescindere dalla facilità o meno di praticare vita di comunità.

Tab. 10 - Frequenza con cui gli italiani si organizzano con altre persone per risolvere un problema comune, per ampiezza demografica del comune di residenza, 2007 (val. %)

	Ampiezza demografica del comune di residenza					Totale
	Fino a 4.000 abitanti	4.001- 10.000 abitanti	10.001- 50.000 abitanti	50.001- 250.000 abitanti	Oltre 250.000 abitanti	
Spesso	15,9	14,0	26,1	14,2	11,3	17,9
Poco	41,6	28,1	25,8	36,5	39,8	32,8
Mai	42,4	57,9	48,1	49,3	48,9	49,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2007



3.5. La cultura di nicchia che fa mercato

L'attenzione per il benessere fisico, la tendenza a sperimentare soluzioni alternative anche nella cura del proprio corpo, la ricerca di nuove forme di terapia dell'anima in grado di liberare il potenziale di energia compresso dagli affanni e dalle ansie del quotidiano, rappresentano gli ingredienti di un approccio olistico alla salute sempre più diffuso anche presso gli italiani, orientato a guardare al benessere dell'individuo nella sua integrità psico-fisica.

Una tendenza ancora minoritaria, considerato che in definitiva il numero degli italiani che almeno una volta negli ultimi cinque anni è ricorso a forme di medicina non convenzionale si ferma al 13,5%, ma che può iniziare a vantare, almeno rispetto ad alcune tipologie di discipline una massa "critica" di adepti, considerato che:

- il 7% gli italiani si rivolge all'omeopata, percentuale che risulta più alta (10,3%) tra i 35-44enni; il 6,4% ricorre a trattamenti manuali, e rispettivamente il 3,7% e l'1,8% ha fatto utilizzo di fitoterapie e di agopuntura a fini terapeutici,
- ben il 17% di quanti sono ricorsi alla medicina alternativa fa uso esclusivamente di prodotti omeopatici o fitoterapici e il 29,3%, pur ricorrendo anche a farmaci convenzionali, tende comunque a preferire i primi,
- il 95,4% di quanti hanno fatto uso di terapie non convenzionali ne da un giudizio estremamente positivo, ritenendole utili (tab. 11).



Tab. 11 - Persone che sono ricorse negli ultimi tre anni alla medicina non convenzionale, 2005 (val. %)

	Persone che sono incorse negli ultimi 3 anni a:				
	Almeno un tipo di medicina non convenzionale	Agopuntura	Omeopatia	Fitoterapia	Trattamenti manuali
<i>Titolo di studio</i>					
Laurea e diploma di scuola media superiore	18,7	2,4	10,3	5,5	9,3
Licenza di scuola media inferiore	13,5	1,9	6,5	3,7	7,0
Licenza scuola elementare, nessun titolo	9,2	1,4	4,0	2,3	4,1
<i>Condizione professionale</i>					
Dirigenti, imprenditori, liberi professionisti	23,3	3,4	11,3	6,0	13,6
Quadri, impiegati	21,6	2,6	12,9	6,3	10,8
Operai	12,5	1,5	5,3	3,5	6,8
Lavoratori in proprio, artigiani, commercianti	15,5	2,4	7,5	3,9	8,2
Casalinghe	12,1	2,0	5,6	3,5	5,9
Studenti	10,2	0,6	6,1	3,2	3,8
Pensionati	11,4	2,4	3,7	3,0	6,3
Totale	13,8	1,9	6,9	3,8	6,8

Fonte: Istat, "Condizione di salute e ricorso ai servizi sanitari"

Pochi ma selezionati. Il profilo di chi ricorre all'omeopatia piuttosto che al pranoterapeuta, delinea infatti una domanda socialmente evoluta, considerato che i più assidui frequentatori sono laureati e diplomati (18,7%), ma soprattutto dirigenti, imprenditori e liberi professionisti, il 23,3% dei quali ha fatto ricorso almeno una volta negli ultimi tre anni ad agopuntura, omeopatia, trattamenti manuali o altre forme di paramedicina, seguiti in seconda battuta, da quadri e impiegati (21,6%).

Si tratta di dati che esprimono tendenze sicuramente di nicchia, ma attorno alle quali è andata negli ultimi anni organizzandosi un'offerta sempre più articolata, sempre più sofisticata e soprattutto crescente di professionisti e servizi, che si è proposta sul mercato con tratti di rottura rispetto alla



tradizionale offerta sanitaria: perché fuori dagli schemi tradizionali, e soprattutto perché vitale e dinamica.

Nel 2006, il mondo delle associazioni non regolamentate, afferenti all'area della medicina "non convenzionale" contava infatti quasi 78mila operatori iscritti, cui andava a sommarsi quello dei professionisti non iscritti ad alcuna associazione, per un totale, secondo il Cnel, di circa 100mila operatori, per il 65% composti di pranoterapeuti: un numero significativo che, per quanto indicativo (è possibile che molte degli iscritti svolgessero l'attività in via secondaria, e non come occupazione principale) rappresentava un universo di tutto rispetto, se comparato ai 338mila medici chirurghi iscritti nello stesso anno all'Ordine nazionale.

Un esempio di come il diffondersi sotterraneo, di culture e atteggiamenti, anche minoritari, di "rottura" con la tradizione possa rappresentare un vettore importante di sviluppo per nuove minoranze, in questo caso professionali, ansiose di crescere e moltiplicarsi.

3.6. La minoranza che fa "coscienza critica"

Mai come in questi ultimi tre anni l'opinione pubblica si è trovata a confrontarsi sui i grandi temi della vita. Dall'aborto alla procreazione assistita, dal testamento biologico ai diritti delle coppie omosessuali, sono pochi gli italiani riusciti a sottrarsi dal riflettere, anche se nello spazio di una conversazione informale o a pochi secondi dall'ingresso nella cabina elettorale, sul valore della vita, sui confini della scienza e del suo progresso, sui diritti dei diversi.

Attorno alla riscoperta dei grandi temi etici, il Paese si è frammentato e ricomposto in nuove geometrie, al di fuori degli schematismi dell'appartenenza ideologica, culturale e sociale. Mosso dall'esigenza di capire, di farsi un'idea, anche di "dire la propria".

Fosse anche solo per questo, non si può non riconoscere alle tante minoranze che da anni sono impegnate nella difesa delle proprie battaglie culturali la capacità di fare coscienza critica, stimolando pensiero e confronto, talvolta anche in modo ardito, ma sempre pronto a puntellare di interrogativi un sociale sopito nel pensiero. E dare risposta a quella ricerca di senso della vita, a quella domanda di appartenenza, che sempre meno trova sostegno nelle vecchie forme della rappresentanza, anche perché ne disconosce le logiche.



Dietro le minoranze che fanno coscienza critica prende forma la nuova partecipazione che fa connessione e tessuto sociale, che si riconosce più che attorno alle ambiziose piattaforme programmatiche dei vecchi partiti o dei sindacati, intorno alla forza dirompente delle *single issue*, siano queste battaglie su temi etici, interessi territoriali, interessi di corpo e di categoria.

La capacità di focalizzazione e concentrazione sull'obiettivo si traduce nella stessa condensazione della partecipazione in pochi e significativi momenti, che aggregano in forme più estemporanee e flessibili: sulla rete, nei cortei, per la raccolta di firme.

Sono le minoranze dei 135mila che hanno sostenuto la lista per la moratoria contro l'aborto, dei 20mila (500mila per gli organizzatori) partecipanti al Gay Pride, dei 40mila volontari del Movimento per la vita, delle 35mila firme raccolte dall'associazione Luca Coscioni per richiedere al parlamento italiano un'indagine sull'eutanasia clandestina, dei 65mila italiani che hanno versato il 5% alla Fondazione Veronesi per il progresso delle scienze, ecc.

Piccoli numeri, testimonianza di un tessuto di Italia vitale, alla ricerca di nuove forme impegno e testimonianza.

