

'In veel ontwikkelingslanden doen ze er goed aan het Italiaanse model te kopiëren'

Marcel de Boer
Amsterdam

Met de economische structuur van Italië is niets mis, stelt Antonio Ricciardi. Sterker, voor grote delen van de wereld kan het als voorbeeld dienen.

Het Duitse sportartikelenmerk Puma laat een substantieel deel van zijn producten fabriceren in Vietnam. Dat gebeurt niet in grote fabrieken met duizenden goedkope arbeidskrachten, maar volgens een systeem dat Puma heeft afgekeken in Italië, stelt professor Antonio Ricciardi van de Universiteit van Calabrië.

Er wordt gebruik gemaakt van lokale clusters van kleinere bedrijven die zich voor Puma gespecialiseerd hebben in bepaalde onderdelen van het productieproces. De bedrijven werken nauw samen, waarbij kennisoverdracht, innovatie, technische en financiële ondersteuning vooropstaat, net zoals dat in de Italiaanse 'distretti' soms al eeuwen het geval is.

Italië heeft honderden van deze distretti. In vele sectoren, waaronder houtbewerking, textiel, kranen, kookpannen, meubels en auto-onderdelen, zijn ze te vinden. Ze vormen het hart van de Italiaanse economie. Ze zijn goed voor een kwart van het bbp en bieden aan 20% van de beroepsbevolking emplooi, aldus Ricciardi, die afgelopen vrijdag in Amsterdam was als spreker op het jaarlijkse congres van de Italiaans-Nederlandse Kamers van Koophandel.

'Sinds kort exporteert Italië dus zelfs haar eigen vorm van kapitalisme, zo laat het voorbeeld van Puma zien', zegt Ricciardi. 'In veel ontwikkelingslanden doen ze er goed aan ons model goed te bestuderen en te kopiëren.' De economie, die naast zijn academische werk namens de overheid optreedt als coördinator van de distretti, is het dan ook niet eens met de vele economen die stellen dat juist de distretti de reden zijn



Professor Antonio Ricciardi verwacht dat het vertrouwen in Italië spoedig weerkeert

Foto: Peter Strelitski

waarom Italië al jaren nauwelijks groei laat zien.

De kritiek luidt dat met de globalisering de grotere klanten van de distretti met de fabriek naar het oosten zijn vertrokken. De bedrijven met vaak nog geen tien werknemers blijven verweesd achter. Vanwege gebrek aan talenkennis en internationale oriëntatie lukt het ze niet om zelf te internationaliseren en vervolgens neemt de buitenlandse concurrentie hun plaats, vaak ook met gekopieerde producten, over.

'Onzin', zegt Ricciardi. 'De distretti liggen aan de basis van de tal van unieke Italiaanse kwaliteits-

Industriële distretti Motor economie

- Italië heeft veel kleine en middelgrote ondernemingen
- Ze zijn vaak georganiseerd in zogeheten 'distretti'
- Dit zijn lokale, gespecialiseerde productiesystemen
- Ze liggen aan de basis van 'Made in Italy'
- Unieke producten die overal in de wereld gewild zijn

producten. Die vinden overal in de wereld gretig aftrek. Neem de stad Treviso nabij Venetië. Alleen deze stad exporteert al meer producten dan heel Griekenland bij elkaar.'

Maar Ricciardi is realist genoeg om te beseffen dat er wel wat moet gebeuren om de economie op een hoger groeipad te krijgen. Er moet werk worden gemaakt van structurele hervormingen. Zo dient er stevig gesnoeid te worden in het woud aan regelgeving, met name op de arbeidsmarkt. 'Het belangrijkste probleem van het land is dat Italië niet alleen een mondiale exportkampioen is van unieke producten, maar ook van hoog

opgeleide jonge mensen.' Door de verstarring op de arbeidsmarkt verdwijnt geweldig veel know-how naar het buitenland. De distretti willen die talenten graag aan zich binden, maar vanwege allerlei regels lukt dat niet. 'Juist hierdoor verliest Italië veel concurrentiekracht.' Volgens Ricciardi is de huidige crisis voor Italië een goede zaak. 'Het zit in de aard van mijn landgenoten om te handelen als dat echt nodig is. Die hervormingen komen er. Dan keert het vertrouwen weer terug. De rente zal weer snel terugzakken tot niveaus die vijf maanden geleden normaal waren.'

