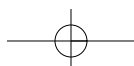
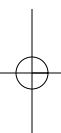
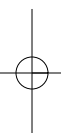


5. Evoluzione del capitalismo milanese





1989-2009: fotografie di imprese

di Valeria Flore e Lidia Mezza*

1989, 1999 e 2009: tre immagini del tessuto economico milanese; tre fotografie che ritraggono gli attori principali del capitalismo nella provincia di Milano.

Se le cifre riportate nei precedenti capitoli ci raccontano i “numeri dell’economia milanese”, la domanda che ci siamo posti al termine di questa sezione e a cui abbiamo provato a dare una risposta è la seguente: come si è trasformato il capitalismo milanese?

L’intento è stato dunque quello di cogliere quali siano stati i cambiamenti che hanno modificato il volto economico di Milano nei vent’anni trascorsi.

A partire dai dati pubblicati da Mediobanca relativi alle principali società italiane¹ (classificate sulla base del fatturato realizzato) si è focalizzata l’attenzione sulle prime 70 imprese che negli anni 1989, 1999 e 2009 avevano sede legale nella provincia di Milano. Le informazioni relative all’attività svolta da ciascuna impresa, al fatturato e al valore aggiunto delle stesse consentono di tracciare un quadro dell’economia locale nei tre momenti considerati.

L’immagine che emerge, sebbene parziale, consente di leggere alcune delle trasformazioni intervenute nel tessuto industriale in questo ventennio, per esempio l’evoluzione nel settore chimico, come pure l’ingresso sul mercato delle cosiddette *multiutilities*.

Nella disamina dei risultati occorre tener conto delle vicende economiche che si sono susseguite nell’arco dei dieci anni che intercorrono tra una rilevazione e l’altra. In particolare, i dati relativi al 2009 risentono della crisi economica che negli ultimi tre anni ha colpito, con effetti e intensità differenziate, i diversi settori dell’economia.

Osservando lo scenario nel 1989 (tabella 1) emerge in maniera evidente l’importanza che il gruppo Montedison ha ricoperto in passato. Selm, Montedipe, Montefibre, Himont sono solo alcune delle imprese che appartenevano al gruppo nato nel 1966 dalla fusione di Montecatini ed Edison. La crisi del gruppo nei primi anni novanta ha fatto sì che molte sue società perdessero posizione in classifica o venissero cedute ad altre società.

Accostando le tre diapositive è possibile riconoscere un gruppo di aziende italiane che ha mantenuto, nell’arco di tempo considerato, i primi posti nella graduatoria, come Publitalia ’80, Arnoldo Mondadori, Lucchini, Egidio Galbani, Magneti Marelli. Alcune imprese si sono fuse, come per esempio Cogefar, Impresit, Girola e Lodigiani che hanno dato vita a Impregilo, leader nel 1999 e nel 2009 nel settore delle costruzioni e dell’*engineering*; altre sono uscite dalle top 70 come Rinascente, RCS; altre ancora, come Dolce&Gabbana o Prada, società rappresentative del *made in Italy* in tutto il mondo, sono

* Valeria Flore e Lidia Mezza – Servizio Studi Camera di Commercio di Milano.

1. Mediobanca, *Le principali società italiane (1990)*; Mediobanca, *Le principali società italiane (2000)*; Mediobanca, *Le principali società italiane (2010)*.

Tabella 1 – Elenco delle prime 70 imprese, in ordine di fatturato, con sede legale in provincia di Milano (anno 1989)

Posizione	Denominazione	Settore	Posizione	Denominazione	Settore
1	SNAM	Servizi	36	FARMITALIA CARLO ERBA	Industria
2	IBM ITALIA	Servizi	37	DOW ITALIA	Industria
3	LA RINASCENTE	Commercio	38	HIMONT ITALIA	Industria
4	STANDA	Commercio	39	MONTEFIBRE	Industria
5	PUBLITALIA '80	Servizi	40	SNIA FIBRE	Industria
6	PHILIPS	Industria	41	EUROMERCATO	Commercio
7	SELM	Energia	42	SUPERAL	Commercio
8	ITALTEL SIT	Industria	43	METROPOLITANA MILANESE	Servizi
9	TAMOIL ITALIA	Energia	44	CANALE 5	Servizi
10	MONTEDIPE	Industria	45	INDUSTRIE MAGNETI MARELLI	Industria
11	ESSELUNGA	Commercio	46	SIEMENS TELECOMUNICAZIONI	Industria
12	UNIL-IT	Industria	47	RCS RIZZOLI PERIODICI	Servizi
13	FINA ITALIANA	Energia	48	RCS PUBBLICITÀ	Servizi
14	GALBANI	Industria	49	DIGITAL EQUIPMENT	Industria
15	COMPART	Industria	50	BEPI KOELLIKER IMPORTAZIONI	Commercio
16	SUPERMARKETS ITALIANI	Commercio	51	ENICHEM ELASTOMERI	Industria
17	PEUGEOT TALBOT AUTOMOBILI ITALIA	Industria	52	ITALSTRADE	Industria
18	ARNOLDO MONDADORI EDITORE	Servizi	53	DU PONT DE NEMOURS ITALIANA	Industria
19	SIEMENS	Industria	54	RCS EDITORIALE QUOTIDIANI	Servizi
20	PNEUMATICI PIRELLI	Industria	55	MONTEFLUOS	Industria
21	SNAMPROGETTI	Industria	56	INDUSTRIE FACE STANDARD	Industria
22	BAYER ITALIA	Commercio	57	SHELL ITALIA	Energia
23	SIRTI	Industria	58	LOCATELLI	Industria
24	MONTESHELL	Energia	59	EXXON CHEMICAL MEDITERRANEA	Industria
25	3M ITALIA	Industria	60	CENTROPRODUCT	Commercio
26	COGEFAR-IMPRESIT COSTRUZIONI GENERALI	Industria	61	LUCCHINI SIDERURGICA	Industria
27	CAVI PIRELLI	Industria	62	KODAK	Servizi
28	ACCIAIERIE FERRIERE LOMBARDE FALCK	Industria	63	SONY ITALIA	Commercio
29	MANIFATTURE LANE GAETANO MARZOTTO E FIGLI	Industria	64	ROBERT BOSCH	Industria
30	CITROËN ITALIA	Industria	65	IMPRESIT-GIROLA-LODIGIANI	Industria
31	AGRIMONT	Industria	66	ALCAN ALLUMINIO	Industria
32	BMW ITALIA	Industria	67	HEWLETT-PACKARD ITALIANA	Commercio
33	KRAFT	Industria	68	SAE SADELMI	Industria
34	SAIPEM	Industria	69	PANTA COMMERCIALE	Energia
35	SIDERCOMIT	Industria	70	FABBRICA TURBINE E CALDAIE	Industria

Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

comparse tre le top 70 solo negli ultimi anni. Aziende a partecipazione estera come IBM, BMW e Siemens conservano la loro posizione; alcune, infine, come Sanofi-Aventis e Manpower, sono presenti solo nella tabella relativa al 2009.

Il trend settoriale: composizione e performance

Scorrendo l'elenco delle imprese emerge chiaramente come il settore chimico abbia ridotto la sua importanza: colossi, come Exxon Chemical Mediterranea, Montefluos o Agrimont,

Tabella 2 – Elenco delle prime 70 imprese, in ordine di fatturato, con sede legale in provincia di Milano (anno 1999)

Posizione	Denominazione	Settore	Posizione	Denominazione	Settore
1	TELECOM ITALIA	Servizi	36	PHARMACIA & UPJOHN	Industria
2	SNAM	Servizi	37	BAYER	Commercio
3	TIM – TELECOM ITALIA MOBILE	Servizi	38	COMIFAR DISTRIBUZIONE	Commercio
4	IBM ITALIA	Servizi	39	RCS EDITORI	Servizi
5	GS	Commercio	40	LUCCHINI	Industria
6	ENICHEM	Industria	41	PIRELLI CAVI E SISTEMI	Industria
7	ILVA	Industria	42	MOTOROLA	Commercio
8	ESSELUNGA	Commercio	43	INFOSTRADA	Servizi
9	SHELL ITALIA	Energia	44	HENKEL	Industria
10	LA RINASCENTE	Commercio	45	KRAFT JACOBS SUCHARD	Industria
11	PUBLITALIA '80	Servizi	46	CITROËN ITALIA	Industria
12	NESTLÈ ITALIANA	Industria	47	PIRELLI PNEUMATICI	Industria
13	ITALTEL	Industria	48	ROCHE	Industria
14	ALCATEL ITALIA	Industria	49	SANPELLEGRINO	Industria
15	MAGNETI MARELLI	Industria	50	GEMEZ CUSIN	Servizi
16	TOTALFINA ITALIA	Energia	51	SONY ITALIA	Commercio
17	SNAMPROGETTI	Industria	52	DOW ITALIA	Industria
18	UNILEVER ITALIA	Commercio	53	SAIPEM	Industria
19	IMPREGILO	Industria	54	COCA-COLA BEVANDE ITALIA	Industria
20	SUPERMARKETS ITALIANI	Commercio	55	GETRONICS SOLUTIONS ITALIA	Servizi
21	BMW ITALIA	Industria	56	MANIFATTURE LANE GAETANO MARZOTTO E FIGLI	Industria
22	HEWLETT-PACKARD ITALIANA	Commercio	57	DANZAS	Servizi
23	TAMOIL PETROLI	Energia	58	AEM	Servizi
24	EGIDIO GALBANI	Industria	59	A. MANZONI & C.	Servizi
25	SMAFIN	Commercio	60	SISTEMI SOSPENSIONI	Industria
26	PEUGEOT AUTOMOBILI ITALIA	Industria	61	I PELLETTIERI D'ITALIA	Industria
27	PHILIPS	Industria	62	MEDIASET	Servizi
28	SEAT PAGINE GIALLE	Servizi	63	BTICINO	Industria
29	STANDA COMMERCIALE	Commercio	64	ECOFUEL	Industria
30	SIEMENS	Industria	65	ABB SADELMI	Industria
31	TAMOIL ITALIA	Energia	66	PANASONIC ITALIA	Commercio
32	ARNOLDO MONDADORI EDITORE	Servizi	67	ISE – INIZIATIVE SVILUPPO ENERGIE	Energia
33	COMPAQ COMPUTER	Commercio	68	SEA – SOCIETA' ESERCIZI AEROPORTUALI	Servizi
34	POLIMERI EUROPA	Industria	69	SIRTI	Industria
35	MONTELL ITALIA	Industria	70	BENCKISER ITALIA	Industria

Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

leader nel 1989, si sono fusi in altre società; altre imprese, come Dow Italia, hanno perso la rilevanza del passato. È questo un primo segnale del cambiamento: dagli anni ottanta fino a oggi si è assistito a una profonda evoluzione del business del settore chimico. La grande chimica di base italiana è scomparsa, mentre si è affermato un reticolo di medie imprese operanti nel settore della chimica fine, all'avanguardia e capaci di produrre profitti importanti.²

2. Di Vico D., *La chimica scopre la seconda vita. Addio colossi, crescono le nicchie*, in "Corriere della Sera", 15 febbraio 2011.

Tabella 3 – Elenco delle prime 70 imprese, in ordine di fatturato, con sede legale in provincia di Milano (anno 2009)

Posizione	Denominazione	Settore	Posizione	Denominazione	Settore
1	TELECOM ITALIA	Servizi	36	ROCHE	Industria
2	EDISON	Energia	37	BIG	Commercio
3	EDISON TRADING	Energia	38	CARLO COLOMBO	Commercio
4	SAIPEM	Industria	39	COCA-COLA HBC ITALIA	Industria
5	POLIMERI EUROPA	Industria	40	HENKEL ITALIA	Industria
6	ILVA	Industria	41	PRADA	Industria
7	EDISON ENERGIA	Energia	42	MAGNETI MARELLI	Industria
8	A2A TRADING	Commercio	43	SEAT PAGINE GIALLE	Servizi
9	TOTAL ITALIA	Energia	44	ALPIQ ENERGIA ITALIA	Energia
10	AUCHAN	Commercio	45	BT ITALIA	Servizi
11	SHELL ITALIA	Energia	46	ALCATEL-LUCENT ITALIA	Industria
12	BMW ITALIA	Industria	47	COOP LOMBARDIA	Commercio
13	IBM ITALIA	Servizi	48	BAYER	Commercio
14	TAMOIL ITALIA	Energia	49	PHILIPS	Industria
15	SMA	Commercio	50	BARTOLINI	Servizi
16	PUBLITALIA '80	Servizi	51	ACCOR PARTECIPAZIONI ITALIA	Servizi
17	SORGENIA	Energia	52	BTICINO	Industria
18	COMIFAR DISTRIBUZIONE	Commercio	53	SASOL ITALY	Industria
19	ABB	Industria	54	ENIPOWER	Energia
20	UNILEVER ITALIA MKT. OPERATIONS	Commercio	55	BASELL POLIOLEFINE ITALIA	Industria
21	SNAM RETE GAS	Servizi	56	ARNOLDO MONDADORI EDITORE	Servizi
22	FASTWEB	Servizi	57	SANPELLEGRINO	Industria
23	A2A ENERGIA	Commercio	58	EGIDIO GALBANI	Industria
24	HEWLETT-PACKARD ITALIANA	Commercio	59	RECKITT BENCKISER ITALIA	Industria
25	IMPREGILO	Industria	60	LUCCHINI	Industria
26	PIRELLI TYRE	Industria	61	DECATHLON ITALIA	Commercio
27	SIEMENS	Industria	62	DHL EXPRESS (ITALY)	Servizi
28	PEUGEOT AUTOMOBILI ITALIA	Industria	63	DOLCE & GABBANA INDUSTRIA	Industria
29	NESTLÉ ITALIANA	Industria	64	ATM – AZIENDA TRASPORTI MILANESI	Servizi
30	CITROËN ITALIA	Industria	65	ASTRAZENECA	Commercio
31	IKEA ITALIA RETAIL	Commercio	66	LG ELECTRONICS ITALIA	Industria
32	SANOFI-AVENTIS	Industria	67	KRAFT FOODS ITALIA	Industria
33	TECNIMONT	Industria	68	SO.FARMA.MORRA	Commercio
34	EDIPOWER	Energia	69	MANPOWER	Servizi
35	ACCENTURE	Servizi	70	ADECCO ITALIA	Servizi

Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

Per le imprese operanti nel settore energetico la tendenza è opposta: aumenta il numero delle aziende di questo comparto tra le prime 70; accanto a imprese come Edison, Tamoil o Shell si pongono infatti società come Alpiq Energia Italia, Sorgenia o Enipower.

Avendo eseguito delle macroaggregazioni settoriali, è possibile notare come l'incidenza del comparto manifatturiero, in questa analisi parziale, sia diminuita passando da 43 imprese su 70 nel 1989 a 30 imprese nel 2009 (tabella 4).

Approfondendo l'indagine di settore in base all'attività prevalentemente svolta, secondo la classificazione suggerita da Mediobanca, è possibile osservare la situazione riportata nella tabella 5.

Tabella 4 – Classificazione imprese per macro-settore³
(anni 1989, 1999 e 2009 – valori assoluti)

Settori	1989	1999	2009
Commercio	11	14	15
Energia	6	5	10
Industria	43	35	30
Servizi	10	16	15
Totale	70	70	70

Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

Tabella 5 – Classificazione delle imprese per attività prevalentemente svolta
(anni 1989, 1999 e 2009 – valori assoluti)

Settori	Anni		
	1989	1999	2009
Abbigliamento	0	0	1
Alimentare	3	4	5
Chimico	11	7	5
Distribuzione	6	6	5
Altre industrie	1	2	2
Edilizia	4	1	1
Editoria	3	3	1
Elettronica	10	9	3
Elettrodomestici	1	1	2
Energia	6	5	9
Farmaceutico	2	4	6
Fibre artificiali e sintetiche	2	0	0
Bevande	0	2	2
Gomma, cavi	3	2	1
Impianti	4	4	2
Informatica	0	0	2
Meccanica	1	3	3
Metallurgico	4	2	3
Fabb. mezzi di trasporto	4	3	3
Pelle e cuoio, calzature	0	1	1
Pubblicità e spettacolo	3	3	2
Ristorazione	0	0	1
Serv. pubbl., tlc., distr. acqua e gas	1	6	7
Tessile	1	1	0
Trasporti	0	1	3
Totale	70	70	70

Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

Una lettura numerica conferma le considerazioni precedentemente espresse: le imprese che svolgono attività legate al settore chimico risultano più che dimezzate nel corso dei vent'anni; tra le prime 70, nel comparto dell'elettronica, erano presenti dieci imprese,

3. Il macrosettore dell'energia raggruppa al suo interno il settore petrolifero, quello dei carburanti e dell'energia elettrica.

mentre nel 2009 solo tre rappresentano tale settore. Alcuni rami non compaiono più, come quello delle fibre sintetiche o del tessile, altri come quello dei trasporti o dell'informatica sono entrati nella classifica solo successivamente; altri ancora, come il comparto farmaceutico o quello dei servizi pubblici hanno acquisito posizioni nel tempo.

Le imprese operanti nel settore metalmeccanico mantengono la loro importanza: industrie come Magneti Marelli, Lucchini, Citroën e Peugeot dominano la scena dal 1989; a esse nel 2009 si affiancano nuovi protagonisti, come Carlo Colombo, che migliora nettamente la sua posizione rispetto a vent'anni prima.

Il mercato editoriale ha subito cambiamenti nel corso degli anni: nel 1989 e nel 1999 è possibile trovare tre imprese su 70 appartenenti al settore, mentre nel 2009 solo una. Arnoldo Mondadori Editore è presente nelle classifiche di ciascun anno pur collocandosi, nel 2009, in una posizione più bassa rispetto a vent'anni prima; RCS Quotidiani e RCS Periodici, un tempo rientranti nell'elenco delle top 70, escono dalla stessa graduatoria nel 2009.

L'editoria si trova oggi ad affrontare nuove sfide, come l'avvento di internet e l'innovazione digitale.

L'analisi del fatturato medio⁴ evidenzia una crescita maggiore tra il 1989 e il 1999, rispetto al confronto 1999-2009. Per il settore dell'energia e quello industriale le variazioni sono positive anche tra il 1999 e il 2009.

Tabella 6 – Fatturato medio⁵ per macrosettore
(anni 1989, 1999 e 2009 – valori assoluti in euro e valori percentuali)

Settori	Valori assoluti			Variazioni percentuali		
	1989	1999	2009	1999/1989	2009/1999	2009/1989
Commercio	1.128.067.290	1.643.065.837	1.543.400.933	45,7	-6,1	36,8
Energia	1.167.788.079	1.591.052.903	2.590.637.100	36,3	62,8	121,8
Industria	840.659.753	1.209.492.619	1.382.982.633	43,9	14,3	64,5
Servizi	2.095.249.879	3.611.168.843	2.462.323.333	72,4	-31,8	17,5
Totale	1.093.090.526	1.872.416.134	1.821.167.343	71,3	-2,7	66,6

Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

Il settore che presenta le performance migliori in termini di risultato e di variazioni tra il 1989 e il 2009 è quello energetico: nell'arco di vent'anni il fatturato medio delle imprese è aumentato del 122% circa, con un incremento medio annuo superiore al 6%.

Tabella 7 – Valore aggiunto medio⁶ per macrosettore
(anni 1989, 1999 e 2009 – valori assoluti in euro e valori percentuali)

Settori	Valori assoluti			Variazioni percentuali		
	1989	1999	2009	1999/1989	2009/1999	2009/1989
Commercio	177.888.917	241.936.613	175.387.400	36,0	-27,5	-1,4
Energia	100.520.527	132.351.825	220.470.600	31,7	66,6	119,3
Industria	217.210.642	236.699.208	193.361.233	9,0	-18,3	-11,0
Servizi	554.404.546	1.612.257.093	1.294.235.000	190,8	-19,7	133,5
Totale	249.200.062	544.706.535	429.283.986	118,6	-21,2	72,3

Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

4. Per rendere confrontabili i valori monetari del 1989 e del 1999 con quelli del 2009 sono stati impiegati i coefficienti di rivalutazione monetaria pubblicati dall'ISTAT (www.istat.it).

5. I valori medi di fatturato sono stati ottenuti dividendo il fatturato complessivo, osservato per ogni macrosettore, per il numero di imprese classificate all'interno degli stessi.

6. I valori medi del valore aggiunto sono stati ottenuti dividendo il valore aggiunto complessivo, osservato per ogni macrosettore, per il numero di imprese classificate all'interno degli stessi.

Tabella 8 – Valore aggiunto medio delle imprese classificate sulla base dell'attività prevalentemente svolta
(anni 1989, 1999 e 2009 – valori assoluti in euro)

Settori	Anni		
	1989	1999	2009
Abbigliamento	0	0	106.331.000
Alimentare	279.213.486	303.222.718	158.683.200
Chimico	210.220.729	190.856.023	49.959.000
Distribuzione	249.492.401	379.518.610	268.966.600
Altre industrie ⁷	14.559.201	126.790.026	605.106.000
Edilizia	98.769.286	286.918.439	279.354.000
Editoria	265.414.038	387.860.113	187.437.000
Elettronica	473.646.678	308.075.812	220.766.667
Elettrodomestici	322.506.789	110.409.672	59.357.000
Energia	100.520.527	132.351.825	238.114.333
Farmaceutico	311.717.753	254.085.057	202.351.333
Fibre artificiali e sintetiche	199.775.168	0	0
Bevande	0	175.666.370	217.257.000
Gomma, cavi	223.699.657	204.648.043	113.996.000
Impianti	259.538.670	190.788.695	561.631.000
Informatica	0	0	778.572.500
Meccanica	172.064.237	285.399.403	381.029.000
Metallurgico	126.537.815	501.986.352	140.123.000
Fabb. mezzi di trasporto	55.488.467	43.313.555	10.230.667
Pelle e cuoio, calzature	0	93.487.512	284.817.000
Pubblicità e spettacolo	49.668.721	118.690.562	361.324.500
Ristorazione	0	0	34.412.000
Serv. pubb., tlc., distr. acqua e gas	1.839.103.221	3.798.290.142	2.181.078.714
Tessile	308.488.011	230.479.077	0
Trasporti	0	54.518.301	202.618.667
Totale	249.200.062	544.706.535	429.283.986

Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

Analizzando il fatturato totale delle 70 imprese emerge inoltre come, nel 2009, le dieci aziende del settore in questione siano state in grado di contribuire al 20% dei ricavi complessivi.

Il comparto dei servizi, invece, ha mostrato una forte crescita nel primo decennio considerato, legato in particolare all'ingresso di Telecom Italia tra le top 70 nel 1999.

L'analisi del valore aggiunto medio realizzato da ciascuna impresa dei quattro settori mostra una crescita maggiore nel decennio 1989-1999 rispetto a quella successiva.

Il tasso di incremento più elevato è stato raggiunto dai servizi, grazie all'ingresso di Telecom Italia; tale indice, anche quando depurato dal peso di quest'ultima, risulta positivo e prossimo al 50%. La crescita minore nel decennio è stata registrata dal comparto industriale (9%), mentre il settore del commercio e quello dell'energia hanno realizzato un incremento superiore al 30%. Positivo tra il 1999 e il 2009 è il risultato del distretto energetico, le cui imprese hanno aumentato, in media, il proprio valore aggiunto di due terzi.

Un'analisi più specifica del valore aggiunto medio conferma ulteriormente le eviden-

7. In riferimento all'anno 2009, al comparto "altre industrie" appartengono Adecco e Manpower, non presenti nelle graduatorie del 1989 e del 1999.

ze rilevate negli anni: comparti come la chimica, l'elettronica o elettrodomestici, in passato ad alto valore aggiunto, hanno subito un calo nel corso dei vent'anni considerati; settori come quello dell'energia o della pubblicità e spettacolo hanno incrementato il plusvalore realizzato.

L'indicatore valore aggiunto su fatturato, infine, consente di comprendere più chiaramente come ciascun settore sia stato in grado di "incrementare il valore generato" nella produzione di beni e servizi rispetto ai ricavi realizzati.

Gli indicatori medi ottenuti su ciascun settore mostrano un andamento sempre crescente per il settore dei servizi (dal 25,2% del 1989 al 43,5% del 2009), mentre il comparto industriale, pur posizionandosi su valori superiori a quelli osservati per l'ambito energetico e il commercio, evidenzia un trend decrescente, passando dal 24,2% del 1989 al 15,4% del 2009, a causa dell'incremento del costo delle materie prime e forse anche in relazione a possibili fenomeni di decentramento produttivo.

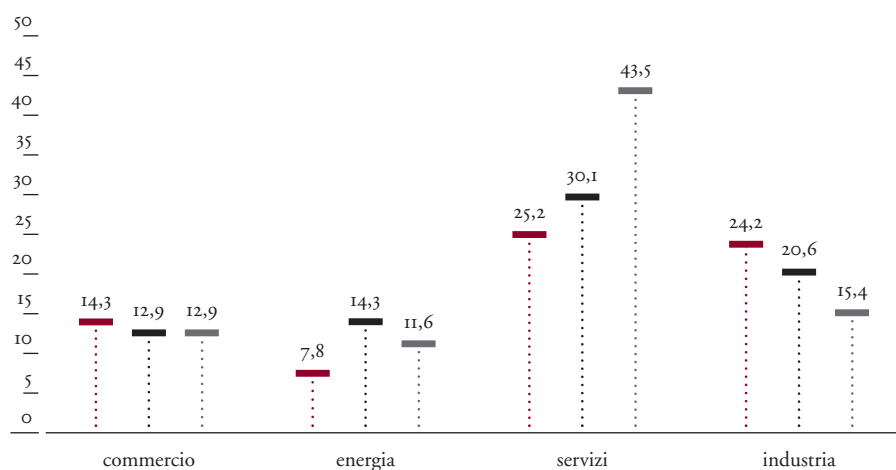


Grafico 1 – Indice medio valore aggiunto/fatturato per macro-settore (anni 1989, 1999 e 2009 – valori percentuali)
 Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Mediobanca.

■ 1989
 ■ 1999
 ■ 2009

Il ruolo della Borsa e l'internazionalizzazione di Milano

Analizzando i listini azionari delle società quotate alla Borsa Italiana emergono delle differenze nei tre anni considerati. Rispetto al 1989, dopo vent'anni il numero delle imprese quotate nel mercato azionario tra le prime 70 è diminuito.

Tabella 9 – Imprese quotate
 (anni 1989, 1999 e 2009 – valori assoluti)

	1989	1999	2009		1989	1999	2009
Non quotata	58	57	62	di cui			
				Assolut. non quotata	51	48	50
				Quotato gruppo di appartenenza	7	9	12
Quotata	12	13	8				
Totale	70	70	70				

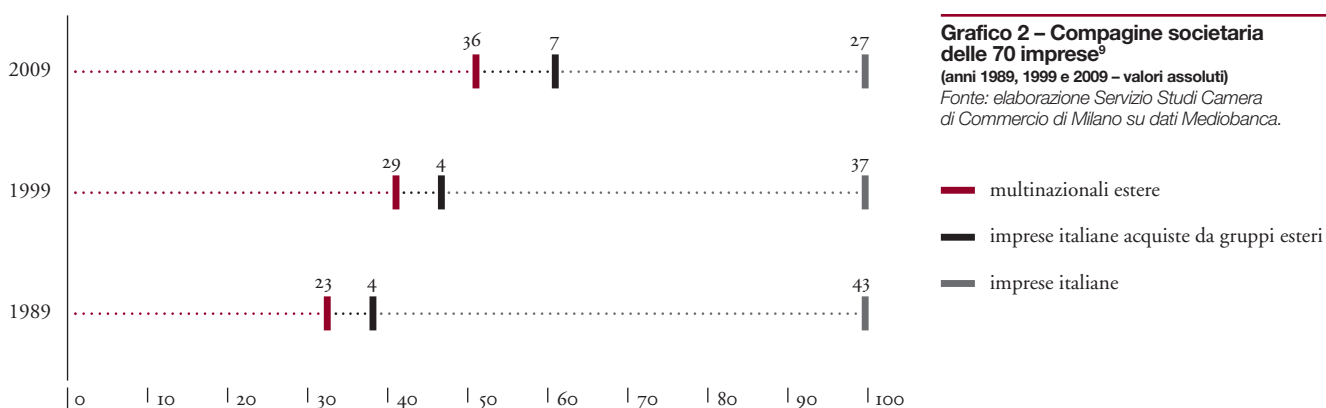
Fonte: elaborazione Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Il Sole 24 Ore (listini mercati azionari).

La lettura del dato deve esser fatta tenendo anche conto della maggiore rappresentatività della componente estera tra le top 70. Laddove si consideri, infatti, il segmento MTA International⁸ nel 2009 è possibile trovare imprese, come Siemens, Sanofi-Aven-

8. MTA International è il nuovo segmento del Mercato telematico azionario, operativo dal 24 giugno del 2006, dedicato ad azioni di emittenti di diritto estero già negoziate in altri mercati regolamentari comunitari.

tis, BMW, Total, Alcatel-Lucent, che hanno deciso di negoziare le proprie azioni, già quotate su un altro mercato, anche su questo segmento della Borsa Italiana.

Quest'ultima osservazione è confermata dall'analisi dell'incidenza delle multinazionali estere tra le top 70. Nel 1989, 43 imprese su 70 erano italiane; nel 2009, la situazione si è capovolta: 43 imprese su 70 sono multinazionali estere, di cui 7 sono aziende italiane acquisite da gruppi esteri. Vicino a imprese come Shell Italia SPA, Bayer e IBM si sono accostati nuovi protagonisti, quali i colossi farmaceutici Sanofi-Aventis e Roche, Nestlé Italia o Ikea Italia Retail.

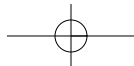
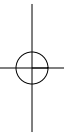
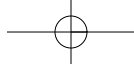


Accanto al lato “tradizionale” della città, costituito da imprese di matrice milanese, si consolida l’immagine di una Milano internazionale,¹⁰ una metropoli che si presenta sempre più la porta principale degli investimenti esteri del paese, come dimostrano anche i dati presentati nel contributo di questo rapporto dedicato all’attrattività di Milano.¹¹ L’internazionalizzazione della città rappresenta un punto di forza dell’area locale non solo per il contributo economico apportato in termini di fatturato, ma anche per gli investimenti effettuati in Ricerca & Sviluppo. Siemens, ABB o Alcatel-Lucent sono solo alcuni tra gli esempi di società straniere che svolgono un ruolo rilevante nel tessuto economico locale.

9. Nel 1989 Himont e Monteshell, partecipate al 50% da Montedison e al 50% da gruppi esteri, sono considerate italiane. Nel 2009, il gruppo Edison, che vedeva una partecipazione italo-francese sostanzialmente paritetica, è stato considerato italiano.

10. Onida F., (a cura di), *Le multinazionali estere in Lombardia e in Italia*, Egea, Milano 2007, p. XI.

11. Mutinelli M., *L'internazionalizzazione tramite investimenti diretti esteri*, p. 50-52 del presente Rapporto.



Sul patrimonio economico milanese e oltre

di Giulio Sapelli*

Finalmente una bella indagine, chiara e distinta sulle imprese della provincia di Milano¹ che consente di svolgere un ragionamento che va oltre gli aggregati d'impresa e le loro industrie. Per la metodologia adottata permette di riflettere, con un vero e proprio salto di qualità conoscitivo, sullo stato di ciò che io definisco il "patrimonio economico" milanese. Uso l'espressione "patrimonio economico" in forma precipuamente ermeneutica per identificare un fenomeno complesso e variegato che le indagini statistiche consentono di comprendere attraverso un'elaborazione concettuale non immediata. Il patrimonio economico della provincia di Milano, così com'è in questo caso oggetto di analisi (ma sarebbe lo stesso in indagini su qualsivoglia parte del mondo), non è definito solo dagli *stock* di capitale fisso e dalla composizione organica del capitale nelle sue varie forme. Ossia non solo dalla sua produzione pasinetianamente intesa e dalla sua circolazione monetaria e simbolica del rischio finanziario, che può raggiungere livelli mai visti prima nella storia mondiale, così come oggi ci ha insegnato la crisi in corso che, sul piano finanziario, è crisi da eccesso di rischio.

Il "patrimonio economico" è certo costituito dagli *asset* immateriali, cognitivi certamente, così come oggi ci si convince sempre più, con risultati analitici rilevanti, ma altresì da un insieme di valori intangibili, che sono costituiti dal capitale di relazioni istituzionali e sociali che la collocazione spaziale consente di accumulare. Milano, terra di mezzo per eccellenza tra Europa continentale e Mediterraneo, ha accumulato nella sua storia multidentaria l'istituzione preposta all'allocatione del mercato dei diritti di proprietà: la Borsa che, pur nella sua innegabile modificazione e nella sua bancarizzazione crescente dopo la riforma di alcuni anni orsono, continua tuttavia a essere il punto aggregatore delle competenze direttive e dei "santuari" di conservazione e concentrazione dei diritti di proprietà delle imprese, avvocatura d'affari e centri professionali di mediazione tra politica e mercato. Tale addensamento ha influito potentemente, per il trascinarsi di competenze e di poteri situazionali di fatto che ne derivano anche sulle imprese non quotate: Milano si conferma sempre come il cuore pulsante del capitalismo italiano. Questo ne costituisce l'unicità nel panorama nazionale ed europeo. Gli indicatori statistici, del resto, avvalorano questa tesi: il numero delle non quotate spicca nel 1989, così come nel 1999 e nel 2009. Sono sempre la maggioranza e prevalgono in modo chiaro e distinto rispetto alle quotate. Un dato che la dice lunga sulla lotta durissima che si è condotta in questi

* Giulio Sapelli – Professore di Storia economica ed Economia politica presso l'Università degli Studi di Milano.
1. Il contributo fa riferimento all'indagine contenuta nel contributo "1989-2009: fotografie di imprese", pp. 75-89 del presente Rapporto.

trent'anni tra due forme di capitalismo: quello anglosassone, fondato sullo scambio di mercato delle proprietà, e quello europeo e asiatico, impostato sull'allocazione per consanguineità oppure per mano gerarchica dello "Stato partitico". Quest'ultimo capitalismo, che taluni chiamano "renano", dimenticandone la straordinaria diffusione pluricontinentale, ha ricacciato gli assalti, ha assorbito le innovazioni giuridiche del primo, le ha emasculate e ha impedito che esse divenissero principio di organizzazione sociale. La rivoluzione passiva si conferma la via italiana all'inserzione nella globalizzazione e in ogni forma di cambiamento epocale. Perché questo sia avvenuto è ben evidente.

Bisogna ritornare al tempo delle privatizzazioni. È esattamente quello il momento in cui la storia narrata da queste intelligentissime statistiche ha inizio. Le privatizzazioni sono giunte in Italia non come disegno di apertura al mercato, ma come unica via di uscita per iniziare una strategia di ripianamento del debito pubblico: il compito è privatizzare – senza liberalizzare, per aver così mano libera nell'allocazione clientelare delle risorse privatizzate – per fare cassa, ossia aumentare le entrate dello Stato e diminuire in tal modo il debito paurosamente accumulato. La spinta alle privatizzazioni proviene dalle energie globalizzanti del capitalismo anglosassone, del Regno Unito in primo luogo, che per il brevissimo periodo iniziale del trattato di Maastricht governò il Commissariato europeo con una politica liberista di una tale incisività che non si ritroverà più in futuro.

Se esaminiamo i dati statistici relativi alle privatizzazioni rimaniamo sorpresi. In base ai valori borsistici, abbiamo realizzato una massa imponente di privatizzazioni. Osservando la distribuzione dei ricavi che si sono tratti dalle privatizzazioni in Europa dal 1977 al 2006, per esempio, rimaniamo stupiti. L'Italia ha privatizzato per 140 bilioni di euro circa ed è alla testa di una classifica che vede al secondo posto la Francia, con 113 bilioni, e subito dopo il Regno Unito, con 96 bilioni, seguiti dalla Germania con 95 bilioni. Molto distaccata è la Spagna, con 45 bilioni, che precede l'Olanda, con circa 37 bilioni. L'Italia guida il gruppo di testa dei paesi investiti dalle privatizzazioni: il periodo *core* di tale processo (iniziato nel 1985 con la privatizzazione parziale, di piccole quote, della Stet e di Alitalia) ha investito, dal 1996 al 2000, le grandi banche, i grandi gruppi produttori di beni strumentali, alcune imprese municipalizzate, per un valore totale di 70 milioni di euro circa. A esso è seguito un periodo chiamato di "consolidamento", nel corso del quale si è proseguito con alcune municipalizzate, si sono vendute altre quote dei due grandi gruppi energetici (Eni ed Enel), investiti sin da subito dal processo di privatizzazione già ben prima del periodo di consolidamento (unitamente a Finmeccanica e Telecom Italia, privatizzata integralmente come la Società Autostrade), il tutto per un valore di circa 18 miliardi di euro. Tutto questo, però, è avvenuto dimenticando gli insegnamenti di Guido Carli, Paolo Baffi e Donato Menichella, i quali esortavano a mantenere pubblico il cuore del capitalismo italiano per sfiducia in quello privato, che non ritenevano in grado di svolgere di per sé un ruolo dirigente dell'economia nazionale: non si era visto sorgere un fascio di forze private che potessero ereditare la potenza economica di ciò che s'era privatizzato, confermando le tesi sulle tare di gracilità del capitalismo privato italiano. Il complesso privatistico familiare alto-borghese non si è rivelato in grado di ereditare la compagine imprenditoriale che era propria e tipica del capitalismo monopolistico di Stato. La presenza di quello straniero, oppure di quello oligopolistico-privato straniero, è, invece, cresciuta in modo significativo ed è destinata ad aumentare in futuro. In questo lavoro ciò trova la sua plastica dimostrazione. Non vi è nulla di male in questo, purché non significhi distruzione di capacità e di competenze che non possono più riprodursi nelle nostre comunità, nelle nostre società intermedie, nelle nostre autonomie funzionali, che formano la nazione. Se ciò continuasse ad accadere, come oggi succede, assisteremmo alla disgregazione del tessuto sociale e relazionale-culturale che è stato la forza della nostra crescita nell'interdipendenza internazionale a partire dal XVIII secolo, ben prima dell'unificazione nazionale.

Il dato positivo, tuttavia, che le statistiche presentate enunciano con grande e benefica evidenza – lo dimostrano le analisi comparate sul valore aggiunto e soprattutto quelle fon-

date sull'intelligente utilizzo delle ricerche di Mediobanca –, è il fatto che sia emerso un nuovo protagonista della crescita. Accanto alla società dei servizi, che dilaga (se confrontata ai dati storici), e alla presenza del capitale straniero, che si fa sempre più spiccata, emerge il patrimonio straordinario costituito dal complesso economico che io ho definito del “capitalismo manchesteriano”, ossia *export-lead*: quello delle piccolissime, piccole e medie imprese, che ha avuto un balzo in avanti a partire dagli anni settanta del Novecento per via della mobilitazione sociale, che ne è alla base, e dell'apertura crescente dei mercati mondiali, che ne costituisce la condizione necessaria. Questo complesso imprenditoriale non è solo un mutamento economico. *In primis* è mutamento sul piano sociale: è la creazione, e la conseguenza insieme, di una mobilitazione verso l'alto di classi basse e medie che hanno dato e danno vita a iniziative rivolte alla crescita continua dell'impresa.

Emerge, inoltre, dalle statistiche l'importanza del complesso bancario assai variegato di cui abbiamo potuto disporre nella crescita più che secolare e che ora va ridefinendosi profondamente.

I risultati raggiunti nella riclassificazione e rigerarchizzazione delle popolazioni d'impresa presenti nella provincia di Milano sono, dunque, eloquenti.

Milano conserva il suo ruolo di laboratorio strategico del cambiamento e di interconnessione della nazione nella globalizzazione. Certo, si è ripiegata su se stessa nei comparti più dinamici in senso classico (penso per tutti alla chimica etilenica), ma conserva un ruolo essenziale nel comparto meccanico-metallurgico, come dimostrano le analisi presentate, ma soprattutto ospita e raccoglie i centri direzionali essenziali del capitalismo internazionale presenti in Italia, anche se non ne possiede, insediati sul territorio, i siti produttivi.

Ecco, allora, il valore euristico del concetto di “patrimonio economico” in quel senso plurifattoriale che mi sono sforzato di indicare all'inizio di questa riflessione. Un tempo il cuore pulsante del modello milanese-italiano era il nucleo privato e pubblico di imprese oligopolistiche “campioni nazionali” che si interconnetteva con un complesso di imprese manchesteriane, oppure fornitrici di fattori essenziali per il suo funzionamento. Un intreccio di dimensioni, segmenti merceologici e sentieri tecnologici che si è mostrato efficace per affrontare l'apertura dei mercati dispiegati. La scommessa era di aprirsi al mercato globale: finanziario, di beni e servizi, “spacchettando” il cuore oligopolistico nella sua struttura pubblicistica per aprirlo alla privatizzazione. La liberalizzazione avrebbe dovuto garantire afflussi di capitali tali da non disperdere il potenziale aggregativo, mentre la crescita delle imprese piccolissime, piccole e medie doveva trovare sia un'espansione nelle esistenti dimensioni di scala sia una sorta di consolidamento che non perseguisse ottimalità inesistenti, ma che aumentasse la produttività del lavoro e allocasse efficientemente fuori dalla rendita fattori per lungo tempo soffocati da questa.

Il complesso regolatorio messo in atto negli anni dell'ultimo decennio del Novecento doveva servire proprio a questo, unitamente alle trasformazioni intercorse nel sistema bancario.

Ora, se questa strategia non ha avuto il successo sperato, non per questo è stata inefficace. Ha creato, infatti, una spinta potente a un nuovo tipo di crescita: quella dell'apertura dei mercati esteri, della nascita di un nuovo capitalismo di imprese che originano dalla società economica e civile, senza che si perda – lo sottolineo fortemente – la centralità dell'antico meccanismo che ha continuato e continua a fornire, sul piano professionale delle competenze, il fluido creatore del nuovo capitalismo milanese e internazionale. Senza centro non si fa nulla e le reti esistono solo se hanno i nodi e un forte pescatore che le trascina a riva.

Forse dobbiamo finirla veramente con la retorica che ha disgregato troppe sinapsi in questi ultimi anni. È la metafora del pescatore che tira la rete a spiegare perché da Milano il declino sia meno efficace come immagine interpretativa e perché la trasformazione “passiva”, che conserva ciò che è utile del passato, sia invece così efficace. Il problema è quello di sempre. Traduco in italiano perché in tal modo la citazione classica si possa meglio riaggiornare: «l'essenziale è che ciò che è stato non soffochi ciò che è nato e che può ancora nascere».

Si pensi, come esempio paradigmatico di questo, alla discussione in corso in Italia oggi, nel centocinquantesimo anno della fondazione nazionale. Si discute molto, infatti, di patriottismo economico, di italianità, in economia e oltre. Si dibatte del rapporto, insomma, tra agire del mercato e agire della società, dove quest'ultima appare come un'entità che possa essere separata dal mercato medesimo e, intatta, conservare tradizioni, pulsioni emotive, secolari patrimoni culturali. Il mercato viene visto come una potenza estranea alla società destinata a frantumarsi dinanzi all'erompere dei rapporti monetari dispiegati e della forza incontenibile del più importante e decisivo dei mercati: quello dei diritti di proprietà. È questa visione delle trasformazioni in corso tra economia e società che sembra prevalere tra i più, anche se si tratta di osservatori attenti e consapevoli delle cose di un mondo che sta cambiando dinanzi a noi. L'angoscia li pervade e con l'angoscia la visione dell'essere è sempre meno limpida e precisa di quanto non sia in una personalità assertiva, serena, pur nei dubbi e nelle incertezze.

Naturalmente costoro sono incoraggiati a perseguire nella loro angoscia dalla concezione di un liberismo primitivo altrettanto dilagante, per il quale la società non esiste e tutto si può ridurre a mercato. Si dimentica in tal modo il secolare lavoro di costruzione sociale del mercato medesimo e di come esso sia soprattutto il frutto di una serie di decisioni sociali e istituzionali, la cui catena costituisce il percorso infinito e impervio della vita associata.

Pensiamo all'Italia. Nella seconda metà dell'Ottocento una nazione giovanissima inizia a costruire, e Milano è il cuore del processo, un mercato interno grazie all'apertura di quelli mondiali, che allora era potente, così come lo è divenuta oggi, dopo il crollo del muro di Berlino e l'avvento dell'interdipendenza economica che chiamiamo, per amor di semplificazione, globalizzazione. Quella formazione di un mercato transnazionale a base locale avvenne simultaneamente alla creazione di una nazione, debole e divisa sin che si vuole, ma che, tramite i suoi gruppi dominanti e dirigenti, voleva affermare la propria identità nel mondo. Il nazionalismo intellettuale, il patriottismo, non si separava dall'apertura ai capitali stranieri, al loro giungere in Italia con forza imponente, cosicché gran parte del sistema bancario non localistico e dell'industria medio-grande furono in grande misura costruiti, fondati e rifondati, perfino nei pubblici servizi, grazie all'intervento del più avanzato capitale straniero.

Si può dire che quell'avvento delle forze del mercato distrusse l'italianità? Allo stato nascente in cui era allora, sarebbe stato assai facile distruggerla. Accadde l'opposto, invece. Quell'intervento pose le basi della crescita economica, dello sviluppo sociale, della trasformazione delle relazioni tra gruppi, strati e ceti della società dell'Italia moderna.

Potremmo fare lo stesso ragionamento per la Spagna, per l'India alcuni decenni dopo, per la Cina costiera sin dal Settecento, per l'Oceania e naturalmente per il Giappone più o meno negli stessi anni in cui si costruiva l'Italia nuova.

Ci siamo dimenticati di tutto questo perché, nonostante il gran parlare di globalizzazione, abbiamo ancora le abitudini mentali e gli stereotipi psicologici che sono stati costruiti nella lunghissima stagione del nazionalismo economico mondiale, che durò dalla fine della prima guerra mondiale alla caduta, appunto, del muro di Berlino. Un processo che non investì, tuttavia, le due grandi potenze che sono sempre state internazionali nelle loro vocazione liberista in economia, gli USA e il Regno Unito, e che per questo hanno per così lungo tempo dominato e dominano il mondo.

Anche nel nazionalismo economico che ci siamo lentamente lasciati dietro le spalle su scala mondiale vigeva un rapporto tra società e mercato, ma questo era subordinato al rapporto tra economia e nazione, nel quale la seconda condizionava potentemente la prima e su questa base definiva tutti i rapporti sociali. Ne scaturisce una società chiusa, incrostata di corporazioni, fondata sullo status, incapace di produrre eguaglianza nelle opportunità e dominata dal clientelismo e dalla corruzione, pur negli innegabili progressi che si raggiungevano nelle condizioni materiali di vita. Esse erano rese possibili dalla debole, ma attiva, inserzione nei cicli dell'economia mondiale. Eravamo italiani a quel

tempo? “Ma certamente!”, diranno gli angosciati fautori dell’italianità perduta. Lo eravamo tra la seconda metà dell’Ottocento e la prima guerra mondiale, quando il capitalismo straniero, il mercato straniero, erano così attivi e presenti sul suolo patrio? Come è possibile dire di no? Tutto lo documenta: una letteratura molto fiorente, un risveglio delle arti plastiche con pittori italiani noti in tutto il mondo, con il progresso delle scienze che fu rapidissimo e glorioso...

Ecco confrontarsi, dunque, due diversi paradigmi di italianità e di rapporto tra economia e società. Quello che si sta ora delineando, culturalmente prima che economicamente, è per molti versi simile a quello che consentì la nascita dell’Italia come nazione e che ci portò nel novero delle grandi potenze, da cui, sino a oggi, non ci siamo più allontanati. Il segreto del *made in Italy*, del resto, del cui successo le statistiche qui raccolte raccontano la storia, è una dimostrazione di ciò. Ed è una dimostrazione di come l’impresa sia figlia della cultura e non viceversa e che più cultura, intesa come sapere e raffinatezza, produca più impresa e non il contrario.

Si ha la conferma di ciò nello sviluppo straordinario – con un indotto formidabile – della moda milanese e delle arti applicate, che sono il condensato storico di un patrimonio secolare che da italiano si fa universale e che raggiunge ormai sul piano della comunicazione le *business* e *art community* di tutto il mondo,² con tutto ciò che dovrebbe conseguirne sul piano istituzionale.

Come si può vedere, il concetto di italianità in economia non vuol dire assolutamente nulla se lo si intende in una forma polemica e contrastante con l’internazionalizzazione della società. Si può essere italianissimi ed esprimere una diversità culturale, una radicata tradizionalità rinnovatrice cosmopolita nel più diligente dei mercati e proprio per questo trovare motivi di crescita, sviluppo e creazione di gobettiane “energie nove”, di cui tanto abbiamo bisogno per rimanere, appunto, nel novero di quelle grandi potenze mondiali.

Milano continua a essere la stella polare di riferimento per comprendere questo processo. Ben vengano, dunque, gli attori stranieri bancari e industriali a trasformare il volto del mercato e della società italiana, perché il primo non è mai separato dalla seconda. In tal modo si rafforzano i legami dell’Italia e di Milano con il mondo.

2. Si veda, per esempio, Broker N., *In festival spirits. The Milan Design Fair is part-designers’ trade gathering and part-carnival: Nathan Brooker joins the party* in “Financial Times – House & Home”, 2 aprile 2011, p. 6.