



3

Dati su

Distretto BARI – MATERA

“ Il Triangolo del Salotto ”

VIII. BARI-MATERA: "IL TRIANGOLO DEL SALOTTO"



I comuni appartenenti al distretto:

Provincia di Matera:
Matera

Provincia di Bari:
Altamura, Bari, Bitonto, Santeramo in Colle

Tab. 1 Triangolo del salotto. Dati di sintesi, 2002

Fatturato	Milioni di euro	2.200
Esportazioni	Milioni di euro	1.272
Imprese	Unità	204
Addetti	Unità	4.914

Fonte: elaborazioni CSIL

1. Breve storia del distretto

Il distretto, noto con il nome di "Triangolo del salotto", si concentra nel territorio formato dai Comuni di Matera, Altamura e Santeramo in Colle. Lo sviluppo dell'area è legato ad un'impresa leader, la Natuzzi, che negli anni '50 nasce supportata da una notevole tradizione artigianale di tappezzeria e falegnameria. La produzione iniziale è assai modesta e solo verso la fine degli anni '60 vi sono le prime novità legate a due principali avvenimenti: la costruzione, da parte di Pasquale Natuzzi di un nuovo stabilimento a Santeramo e la collaborazione tra Liborio Calia e Giuseppe Nicoletti, che danno vita ad una nuova attività artigiana insieme.¹⁴ Negli anni '70 si evidenziano importanti cambiamenti caratterizzati dall'introduzione di innovazioni sia di processo che di prodotto, ma è con gli anni '80 che si assiste ad una crescita repentina e del tutto inaspettata, legata al successo che Natuzzi ottiene negli Stati Uniti e che determina un aumento vertiginoso delle esportazioni e quindi anche del fatturato dell'azienda che passa dai 57 miliardi del 1986 ai 335 del 1992.

¹⁴ Pasquale Natuzzi (figlio di un ebanista) avvia nel 1967 a Matera una piccola attività produttiva che trasferisce poi nel 1973 a Santeramo, dove viene costruito un nuovo stabilimento. Nello stesso 1967 Liborio Calia e Giuseppe Nicoletti (falegnami) danno vita insieme a una piccola attività artigiana: la Calia & Nicoletti lavora per circa dieci anni, poi i due imprenditori si separano.

Dalla Natuzzi si staccano progressivamente diversi operai, quadri e dirigenti che avviano imprese in proprio rendendo vivace il contesto produttivo soprattutto nella zona di Altamura; sono imprese che crescono sia in dimensioni che in numero d'addetti, con una positiva ripercussione sul fatturato di tutto il distretto.

Attualmente il "Triangolo del salotto" si caratterizza per processi di crescita, che interessano sia le grandi che le piccole imprese, per lo sviluppo di nuove produzioni e per fenomeni di diversificazioni commerciali sia per paesi che per fasce di mercato. I recenti investimenti degli imprenditori locali nel distretto hanno permesso l'avvio di un processo di razionalizzazione della produzione in grado di ridurre i tempi e costi di produzione e aumentare le quantità.

La produzione, destinata ad una fascia media del mercato, è rappresentata dall'80% da divani e poltrone in pelle, mentre per il restante 20% da prodotti rivestiti in tessuto e alcantara.

L'avvio di nuove imprese nell'area è agevolato dall'esistenza di poche barriere all'entrata; infatti, la produzione di divani richiede modesti investimenti per l'acquisto sia dei macchinari che degli appezzamenti di terreno. La facilità di creare nuovi insediamenti industriali insieme alla grande disponibilità di forza lavoro (a costi inferiori rispetto ad altre regioni italiane) costituiscono importanti punti di forza a favore dello sviluppo del distretto. La presenza di imprenditori locali con più esperienza, consapevoli dei vantaggi legati alla circolazione delle informazioni, contribuisce alla diffusione delle migliori tecniche di lavorazione ed è di stimolo per i giovani: nelle aziende di piccole e medie dimensioni si tende infatti a decentrare responsabilità gestionali a manager di età relativamente giovane.

Gli imprenditori locali effettuano costantemente nuovi e frequenti investimenti a livello tecnologico pur senza perdere di vista gli aspetti sostanziali della tradizione: le capacità manuali a livello artigianale che vengono tramandate da generazione si combinano con la più recente tecnologia. Questo abbinamento permette di conservare il sapere e l'arte locale e nello stesso tempo di usufruire della nuova tecnologia in modo da tenere il passo con la rapida evoluzione nei sistemi produttivi.

La consapevolezza da parte dell'imprenditorialità locale dell'importanza della creazione di un marchio per difendere il prodotto ed evidenziarne l'alta qualità e il design italiano è una buona base di partenza per convogliare investimenti nello sviluppo di possibili strategie in questi ambiti.

Il distretto concentra gran parte delle proprie esportazioni verso il mercato americano che sin dagli inizi del proprio sviluppo ha costituito un motore trainante per tutte le aziende. La scarsa diversificazione geografica delle esportazioni, pur essendo la possibilità di entrare nel mercato mondiale un traguardo oggi raggiungibile anche da aziende giovani e medio-grandi, è un punto di debolezza che, combinato con il fragile ruolo della domanda locale, potrebbe rappresentare un fattore di rischio per il futuro.

Il diffondersi di nuove aziende avviate da giovani imprenditori (ex lavoratori delle grandi imprese leader del distretto) e il successo nello sviluppo, portano ad un fenomeno di emulazione a livello imprenditoriale per l'inizio di nuove attività in proprio.

Come è avvenuto per l'azienda leader del distretto (la Natuzzi) che ha colto i vantaggi di delocalizzare in Cina e in Brasile una parte della propria produzione, anche altri imprenditori del distretto hanno avviato in tempi piuttosto rapidi una propria produzione di salotti imbottiti in Cina, trasferendo tecnologie e sapere artigianale. Questa tendenza potrebbe rappresentare una minaccia per diverse imprese e produzioni del distretto di Bari-Matera, soprattutto perché potrebbe indebolire la capacità di penetrazione del loro mercato principale, quello statunitense, a cui la produzione del nuovo complesso produttivo cinese è principalmente rivolta.

Non è inoltre da sottovalutare la possibilità che col trasferimento di tecnologie e know how aziendale in Cina si possano creare nuovi competitors locali.

Fig. 1 Triangolo del salotto. Analisi SWOT

Punti di forza <ul style="list-style-type: none"> • Compresenza di tecnologia e capacità manuali a livello artigianale. • Decentramento delle responsabilità gestionali a manager giovani. • Diffusione delle migliori pratiche da parte delle imprese leader. • Consapevolezza dell'importanza di un marchio. 	Punti di Debolezza <ul style="list-style-type: none"> • Scarsa diversificazione dei mercati di sbocco. • Domanda locale fragile.
Opportunità <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilità di forza lavoro a costi inferiori. • Delocalizzazioni in Cina e in Brasile con un aumento di competitività di cui beneficiano anche diverse imprese del distretto. • Fenomeno emulativo per l'inizio di nuove attività in proprio. 	Minacce <ul style="list-style-type: none"> • Nuove aziende dislocate in Cina nate su iniziativa di imprenditori italiani rivolte principalmente al mercato americano con conseguente passaggio di know how al mercato cinese. • Scarse infrastrutture di trasporto.

2. I numeri del distretto

2.1 Fatturato

Il fatturato complessivo del distretto è stimabile in circa 2200 milioni di euro nel 2002 ed è realizzato in larga misura dalle prime dieci imprese del distretto e con vendite all'estero. Concorrono a determinare questi risultati circa 500 imprese che occupano 14000 addetti.

Tab. 2 Triangolo del salotto. Le dimensioni del distretto, 2002

	Unità di misura	Totale distretto	% su totale Italia
Fatturato	Milioni di euro	2.200	11,3%
Esportazioni	Milioni di euro	1.272	13,7%
% export su fatturato	%	78%	
Imprese	Unità	534	0,5%
Addetti	Unità	14.000	2,3%
Addetti per impresa	Unità	26,2	
Fatturato per impresa	Milioni di euro	4,1	
Fatturato per addetto	Migliaia di euro	157,1	
Quota delle prime 10 imprese	%	71%	

Fonte: elaborazioni Csil su dati ISTAT e dati aziendali

2.2 Il tessuto produttivo

Gli ultimi dati ufficiali disponibili per i comuni del distretto di Bari e Matera sono quelli del Censimento intermedio Istat del 1996. Rispetto alla data della rilevazione il distretto ha avuto un'ulteriore crescita che ha portato il numero di imprese a 534 e il numero degli addetti a 14000. Si è comunque scelto di riportare lo stesso i dati del Censimento perché sono gli unici che ci consentono una disaggregazione comunale e per classi di addetti e che hanno la caratteristica appunto di riguardare l'intero universo di riferimento.

Il numero delle imprese del distretto specializzate nella produzione di poltrone e divani (cod. ISTAT 36.11.2) secondo i dati del censimento intermedio ISTAT del 1996 è di 204 unità, di cui 116 a carattere artigiano. La prevalenza, a livello distrettuale, di questa tipologia di aziende è però il risultato di situazioni differenti a livello comunale; mentre infatti a Matera, Altamura e Santeramo, predominano le imprese a carattere non artigiano, a Bari e a Bitonto, le imprese a carattere artigiano sono in netta prevalenza. Il quadro cambia quando si passa ad analizzare gli addetti: in questo caso infatti, c'è una netta prevalenza di occupati in imprese a carattere non artigiano sia a livello di distretto che a livello di comuni, con l'unica eccezione di Bitonto, in cui gli addetti delle imprese a carattere non artigiano, sono quasi 10 volte quelle a carattere artigiano. La dimensione media delle aziende è di 24 addetti, ma anche questo dato è la sintesi di realtà totalmente differenti; mentre, infatti, le imprese di Santeramo hanno in media quasi 130 addetti, quelle di Bari, superano di poco i 2 addetti per azienda.

Tab. 3 Triangolo del salotto. Imprese artigiane e industriali

Comune	Artigianato	Industria	Totale
Matera	5	17	22
Altamura	26	48	74
Bari	70	5	75
Bitonto	10	5	15
Santeramo in Colle	5	13	18
Totale distretto	116	88	204
Totale province di Bari e Matera	273	119	392

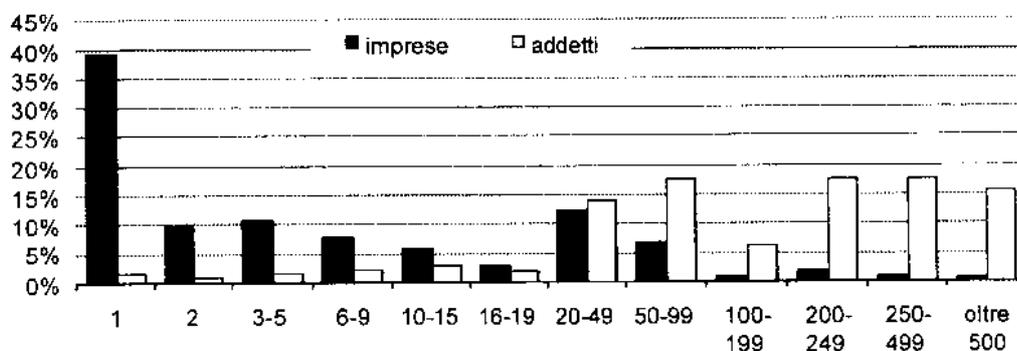
Fonte: elaborazioni Csil su dati ISTAT, Censimento Intermedio 1996

Tab. 4 Triangolo del salotto. Addetti delle imprese artigiane e industriali

Comune	Artigianato	Industria	Totale
Matera	10	671	681
Altamura	196	1.131	1.327
Bari	133	36	169
Bitonto	40	377	417
Santeramo in Colle	15	2.305	2.320
Totale distretto	394	4.520	4.914
Totale province di Bari e Matera	713	5.239	5.952

Fonte: elaborazioni Csil su dati ISTAT, Censimento Intermedio 1996

Graf. 1 Triangolo del salotto. Imprese e addetti per classi di addetti



Fonte: elaborazioni Csil su dati ISTAT, Censimento Intermedio 1996

2.3 Le esportazioni

Motore trainante della crescita del distretto di Bari e Matera sono state e sono le esportazioni¹⁵. Nel 2002 le esportazioni di mobili delle province di Bari e Matera hanno registrato un valore pari a 1272 milioni di euro con un aumento dell'1,2% rispetto all'anno precedente. Più dell'80% delle esportazioni proviene da imprese della provincia di Bari, ma negli ultimi anni le aziende della provincia di Matera stanno mostrando tassi di crescita molto più vivaci ed è infatti grazie alla loro performance che anche il 2002 si è chiuso con un segno positivo.

È interessante notare che durante lo stesso anno, il distretto è riuscito a riportare un risultato positivo quando a livello nazionale invece il comparto dei mobili imbottiti ha registrato una lieve perdita (-1% in valore rispetto al 2001).

Nel corso degli ultimi dodici anni il peso delle esportazioni del distretto sul totale nazionale è più che raddoppiato: mentre nel 1991, le esportazioni di mobili del distretto rappresentavano il 25% delle esportazioni di mobili imbottiti dell'Italia, nel 2002 tale percentuale ha superato il 60%.

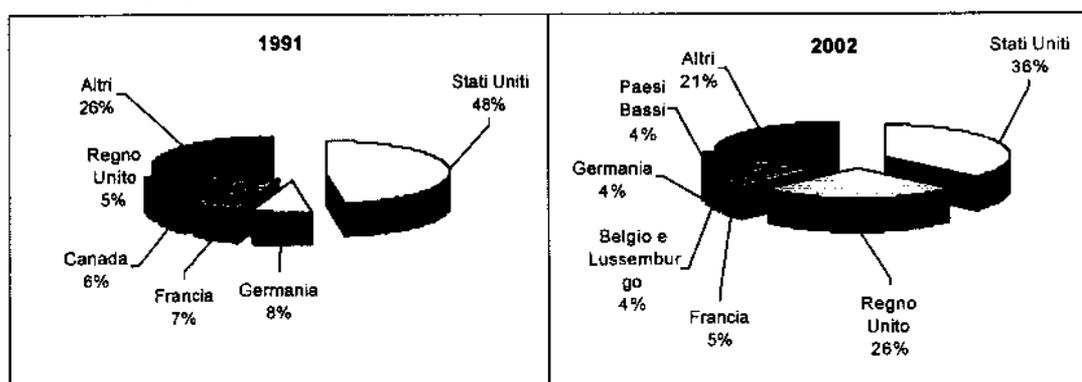
¹⁵ dati relativi alle province di Bari e di Matera di fonte ISTAT (codice ATECO: DN36.1)

Tab. 5 Export di mobili delle province di Bari e Matera e dell'Italia a confronto. Dati in migliaia di euro e quote percentuali

	1991	1995	2001	2002	var. %2001-2002
Provincia di Bari	159.138	582.613	1.057.948	1.029.142	-2,7
Provincia di Matera	16.675	42.742	198.719	242.947	22,3
Totale distretto	175.813	625.355	1.256.667	1.272.089	1,2
Puglia	162.951	594.774	1.074.947	1.044.147	-2,9
Basilicata	16.845	43.395	199.200	243.941	22,5
Italia mobili	3.498.357	6.919.672	9.439.839	9.265.905	-1,8
Italia imbottiti	701.799	1.500.823	2.111.867	2.090.460	-1,0
% Bari/Puglia	97,7%	98,0%	98,4%	98,6%	
% Matera/Basilicata	99,0%	98,5%	99,8%	99,6%	
% Bari/Italia imbottiti	22,7%	38,8%	50,1%	49,2%	
% Matera/Italia imbottiti	2,4%	2,8%	9,4%	11,6%	
% distretto/Italia imbottiti	25,1%	41,7%	59,5%	60,9%	
% distretto/Italia	5,0%	9,0%	13,3%	13,7%	

Fonte: elaborazioni Csil su dati ISTAT

Graf. 2 Le province di Bari e Matera: destinazione dell'export di mobili. Quote % su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati ISTAT

Tab. 6 Destinazione delle esportazioni di mobili delle province di Bari e Matera

	Migliaia di euro					Quota %		Var. % annua	
	1991	1995	2000	2001	2002	1991	2002	2002-01	Media 91-02
Stati Uniti	83.296	300.227	509.170	518.053	468.224	47,4	36,8	-9,6	17,0
Regno Unito	9.567	44.917	224.957	254.352	325.691	5,4	25,6	28,0	37,8
Francia	12.413	32.571	41.820	51.603	58.767	7,1	4,6	13,9	15,2
Belgio e Lussemburgo	6.691	31.066	54.361	54.065	55.505	3,8	4,4	2,7	21,2
Germania	13.940	33.501	51.560	50.219	47.158	7,9	3,7	-6,1	11,7
Paesi Bassi	5.650	32.905	51.694	53.881	46.940	3,2	3,7	-12,9	21,2
Israele	3.305	7.358	17.938	27.690	27.745	1,9	2,2	0,2	21,3
Svezia	5.195	9.968	21.927	19.977	24.280	3,0	1,9	21,5	15,0
Canada	11.161	18.465	21.060	31.988	21.723	6,3	1,7	-32,1	6,2
Giappone	2.404	19.026	20.373	21.686	19.116	1,4	1,5	-11,9	20,7
Altri	22.193	95.352	144.227	173.154	176.941	12,6	13,9	2,2	20,8
Europa	70.406	246.209	546.832	608.303	688.077	40,0	54,1	13,1	23,0
Unione Europea	61.822	217.189	505.062	557.942	634.895	35,2	49,9	13,8	23,6
Europa centro orientale	450	6.994	12.489	32.509	31.161	0,3	2,4	-4,1	47,0
Altri paesi europei	8.135	22.026	29.281	17.852	22.021	4,6	1,7	23,4	9,5
Africa	114	577	1.133	1.212	1.227	0,1	0,1	1,2	24,1
America	94.748	321.982	534.297	554.669	494.449	53,9	38,9	-10,9	16,2
America settentrionale	94.456	318.692	530.230	550.041	489.947	53,7	38,5	-10,9	16,1
America centro meridionale	292	3.290	4.066	4.627	4.502	0,2	0,4	-2,7	28,2
Asia	9.463	44.688	57.377	70.580	68.490	5,4	5,4	-3,0	19,7
Medio Oriente	3.982	8.457	20.111	31.336	33.605	2,3	2,6	7,2	21,4
Asia centrale	n.d.	31	226	128	55	n.p.	0,0	-56,7	n.p.
Asia orientale	5.482	36.199	37.040	39.115	34.830	3,1	2,7	-11,0	18,3
Oceania	1.081	11.900	19.364	21.904	19.847	0,6	1,6	-9,4	30,3
Mondo	175.813	625.355	1.159.088	1.256.667	1.272.089	100,0	100,0	1,2	19,7

Nota: n.d.: non disponibile; n.c.: non calcolabile

Fonte: elaborazioni Csil su dati ISTAT per il codice ATECO DN 36.1 Fabbricazione di mobili

Nel 2002 i principali mercati di sbocco delle esportazioni di mobili di Bari e Matera sono stati gli Stati Uniti e il Regno Unito. Questi due paesi rappresentano da soli il 62,4% del totale, mentre il restante 38% può essere equamente ripartito tra gli altri paesi europei e non. Rispetto al 1991 il Regno Unito assorbe una quantità quasi cinque volte più grande delle esportazioni del distretto, mentre la quota degli Stati Uniti passa dal 47% del 1991 al 37% del 2002.

Rispetto al 2001, emerge una anche una diminuzione in valore oltre che di quota delle esportazioni di mobili delle province di Bari e Matera verso gli Stati Uniti (-9,6%) a cui si affiancano i cali delle vendite in Germania e nei Paesi Bassi. Si presentano invece nuovamente in aumento le vendite in Francia (+14% circa), nel Regno Unito (+28% circa) e in Belgio (+2,7% circa).

3. Politiche di sviluppo del distretto

3.1 Normativa di riferimento

La Regione Basilicata, accogliendo la ratio della legge 140/99, ha approvato la normativa per gli interventi nei distretti con legge n.1 del 23 gennaio 2001 e, cinque mesi più tardi (25 giugno), ha riconosciuto quattro distretti e otto Sistemi Produttivi Locali (SPL), attribuendo loro anche la funzione di referenti a livello locale dei programmi di sviluppo economico. La regione Puglia non ha ancora riconosciuto alla zona di Bari e Santeramo in Colle la qualifica di distretto.

3.1.1 Obiettivi generali

Le priorità di intervento individuate sono volte a:

- Incentivare l'innovazione tecnologica e in modo particolare la diffusione delle nuove applicazioni informatiche e telematiche;
- Promuovere il risparmio energetico;
- Potenziare la struttura delle imprese anche attraverso interventi a favore delle associazioni, dei consorzi e delle agenzie economiche operanti nel territorio;
- Promuovere lo sviluppo dell'organizzazione dei mercati locali del lavoro e della subfornitura;
- Adeguare la dotazione infrastrutturale alle specifiche esigenze delle attività economiche locali;
- Promuovere l'immagine del territorio nelle sue valenze economiche, architettoniche, naturalistiche e culturali;
- Sostenere i livelli occupazionali e la formazione delle risorse umane locali;
- Tutelare gli equilibri ambientali dei singoli sistemi territoriali;
- Sostenere le imprese nelle loro iniziative di internazionalizzazione e penetrazione in nuovi mercati.

3.1.2 Composizione e ruolo del Comitato di distretto

Il Comitato di distretto dura in carica tre anni ed è composto da:

- Nove rappresentanti del mondo imprenditoriale del settore di specializzazione per i Distretti Industriali e di quelli più importanti in termini di occupati per i SPL;
- Tre rappresentanti designati unitariamente dalle organizzazioni sindacali dei lavoratori,
- Un rappresentante dei Comuni del territorio compreso nel distretto Industriale o SPL;
- Un rappresentante della Provincia o delle Province comprese nel distretto Industriale o nel SPL;
- Un rappresentante della Camera di Commercio o delle Camere di Commercio comprese nel distretto Industriale o nel SPL.

Il Comitato di distretto elegge il proprio Presidente fra i rappresentanti del mondo imprenditoriale a maggioranza assoluta dei componenti.

Il Comitato di distretto svolge i seguenti compiti:

- Stabilisce la denominazione e il logo grafico del proprio distretto Industriale o SPL;
- Redige e adotta il Programma di Sviluppo del distretto Industriale o SPL e ne promuove l'attuazione;
- Promuove l'utilizzo delle risorse che la Regione e gli Enti Locali assegnano allo sviluppo dei Distretti Industriali e dei SPL;
- Esprime proposte e pareri alla Giunta regionale in materia di politica industriale di interesse locale;
- Promuove la migliore utilizzazione, a livello locale, degli strumenti di politica industriale presenti nella legislazione regionale, nazionale e comunitaria;

- Convoca, ogni dodici mesi, ovvero ogni qual volta lo ritenga necessario, i rappresentanti di tutti i Comuni del SPL o del distretto Industriale della Provincia e della Camera di Commercio, Industria, Artigianato, Agricoltura competenti per territorio, delle Associazioni imprenditoriali e delle Organizzazioni sindacali, nonché delle altre realtà economico-associative al fine di assicurare la più ampia partecipazione delle realtà sociali ed economiche operanti nello stesso distretto Industriale nella definizione dei Programmi di Sviluppo.

3.1.3 Soggetti presentatori dei progetti

Il Programma di Sviluppo del distretto è redatto e adottato dal Comitato, che ne promuove anche l'attuazione.

3.2 Azioni intraprese

A livello locale non risultano strumenti di intervento specificamente rivolti al distretto nel suo complesso.

Esistono invece interventi mirati sulle singole province.

- Dicembre 2003: l'Ice ha organizzato un seminario informativo e rassegna espositiva del mobile imbottito lucano. L'evento fa parte di una serie di iniziative promozionali a favore del distretto del mobile imbottito lucano, inserite nella Convenzione 2002 attuativa dell'Accordo di Programma siglato dal Ministero delle Attività Produttive e dalla Regione Basilicata.
- Luglio 2003: il comitato del distretto industriale del mobile imbottito di Matera e Montescaglioso ha commissionato uno studio al laboratorio di ingegneria economico-gestionale dell'Università della Basilicata. I risultati dello studio sono alla base del piano triennale di intervento per il settore.
- 2002: il ministero del Welfare ha finanziato il progetto Edotto con 500mila euro. Il progetto punta allo sviluppo della competitività nell'indotto del salotto concentrato nell'area geografica compresa tra le province di Matera, Bari e Taranto. Il progetto è gestito dalla società barese Harold in associazione con il Consorzio alta formazione di Matera, la Software design, la Sud Sistemi, i centri di ricerche Tecnopolis e Basentech e la Pragma.