

Come già si era detto per gli iniziali modelli di diffusione generali, anche questi modelli di diffusione spaziale furono ideati per un concetto di innovazione molto più ampio di quello di innovazione industriale, e quindi mostrano limiti notevoli quando applicati alle innovazioni di processo. Anche in ambito geografico, come in quello più prettamente economico, è stata richiamata (Brown) la necessità di tener conto della diversità delle imprese e di aggiungere ai modelli che sottolineano di più i comportamenti delle imprese che devono adottare la nuova tecnologia, altri che richiamino invece il ruolo delle strategie portate avanti dall'offerta. Fra queste un ruolo importante hanno le strategie delle istituzioni di diffusione della tecnologia (pubbliche o private) e le politiche di *marketing* delle imprese produttrici di beni strumentali. Esiste in sostanza un'infrastruttura che sostiene la diffusione dell'innovazione, e le cui caratteristiche spaziali (centralizzazione/decentramento, vincoli logistici) determinano la geografia della diffusione di innovazioni.

4. La creazione e la diffusione dell'innovazione nei distretti industriali.

L'innovazione di per sé è un concetto che non rientra nella definizione del distretto industriale. Eppure la sua struttura e la sua organizzazione interaziendale non sono estranee ai meccanismi dell'innovazione, perché entrano in gioco ogni volta che fra le variabili rilevanti per il fenomeno vi siano fattori cognitivi e di comunicazione.

Osservando la realtà non ci stupiremmo di trovare un distretto industriale che si sia sviluppato e abbia raggiunto il successo a prescindere da qualsiasi attività innovativa, ma la domanda rilevante è se la competitività e i livelli di attività possano essere mantenuti in modo duraturo a prescindere da un controllo strategico della variabile tecnologica. È nella natura del distretto industriale, che il suo sviluppo avvenga in momenti di rapida espansione della domanda del bene in cui è specializzato. In tale contesto si sono sviluppati negli Anni Sessanta e Settanta la maggior parte dei distretti italiani¹⁵, godendo di un clima di ridotta incertezza e di assenza di vincoli alla crescita che favorivano l'investimento industriale. La loro storia è però ancora troppo breve per giudicare con chiarezza la capacità del modello distrettuale di reimpostare le proprie strategie adattandole al mutato clima di domanda stagnante e cresciuta competizione. Quando i tempi non consentono più di attendere i clienti sulla porta della propria fabbrica, occorre riuscire ad arricchire il patrimonio di "saper fare" con un'eccellenza tecnologica che garantisca la superiorità qualitativa delle produzioni e livelli di produttività più elevati di quelli dei concorrenti, visto che, data la provenienza della competizione da paesi emergenti o in via di sviluppo che godono di bassi prezzi dei fattori produttivi, i punti di forza non potranno puntare principalmente sul contenimento dei prezzi di vendita.

Prima di avviare lo studio del patrimonio tecnologico e della capacità di iniziative innovative che emerge dal panorama dei distretti italiani, è importante chiarire quali siano le potenzialità del loro modello di funzionamento. Questa rassegna teorica si chiude dunque con un approfondimento sulle caratteristiche dei distretti che possono essere favorevoli allo sviluppo dell'innovazione e su come questa si può realizzare, evidenziando altresì i punti che potrebbero rivelarsi come strozzature e i limiti intrinseci del modello.

¹⁵ Anche se naturalmente alcuni distretti vantano tradizioni produttive precedenti e a volte antichissime, il fenomeno con tutti i connotati più caratteristici che abbiamo preso in esame, si è sviluppato negli anni dello sviluppo economico dell'Italia e dei paesi occidentali.