

Milano

Se la rete è il motore delle Pmi per competere sui mercati internazionali, la politica industriale deve essere la benzina per sostenerle. Se non c'è la seconda, difficilmente potrà decollare la prima. L'equazione è apparentemente semplice, più difficile la sua applicazione. Le migliaia di piccole e medie imprese manifatturiere italiane sono alle prese con una competizione globale che sta mettendo a rischio la loro stessa sopravvivenza. Stiamo parlando di un patrimonio imprenditoriale che, per numeri, è secondo solo alla Germania.

«In uno scenario così complesso come quello attuale — esordisce Ivan Malavasi, presidente della Cna — la rete rappresenta una nuova modalità di organizzazione della produzione, per elevarne il livello di qualità e di innovazione e così fare fronte più agevolmente alla competizione internazionale. Certo, le reti non sono la soluzione di tutti i problemi. Peraltro, nel nostro paese, utilizziamo le reti già da tempo: basti pensare ai tanti consorzi, alle cooperative, alle Ati (Associazioni temporanee di impresa). Esistono, inoltre, molte reti informali. In questo senso la sfida è semmai quella di potenziare le reti esistenti, far emergere quelle informali e creare i presupposti per costruire e sostenere legami e alleanze tra i soggetti, pubblici e privati, anche non prosimi territorialmente, portatori di nuovi saperi e nuove conoscenze. Ed è qui che entra in campo la politica industriale».

“

**Vanno coinvolti tutti i soggetti: imprese, categorie, istituzioni e anche gli atenei**

”

«Per essere chiari — puntualizza Malavasi — non è sufficiente incentivare le reti attraverso una semplice sospensione di imposta. Il problema è molto più complesso e deve essere affrontato attivando un sistema virtuoso che permetta alle imprese, alle università, ai centri di ricerca e al territorio di individuare una strategia condivisa e di impegnarsi su progetti concreti. Inoltre, e non è secondario, la realizzazione dei progetti sostenuta con l'apporto di risorse adeguate».

Gli sforzi, secondo il presidente della Cna, devono essere con-

centrati su tre aspetti che rappresentano i pilastri di una rete vincente: innovazione e ricerca, internazionalizzazione e produzioni di qualità. «Partiamo dai primi due — precisa Malavasi — E' assolutamente necessario aumentare gli investimenti delle piccole

imprese in questi due ambiti, se vogliamo rilanciare la competitività del nostro sistema produttivo. E' necessario il coinvolgimento di tutti i soggetti: imprese, associazioni di categoria, università e istituzioni

nazionali e locali. L'obiettivo prioritario deve essere quello di promuovere la diffusione dell'innovazione presso il sistema delle imprese e di sostenere lo sviluppo e la crescita di nuove iniziative imprenditoriali, sempre e comunque ad alto contenuto di conoscenza».

Malavasi propone un esempio pratico: «Se una rete di piccole imprese, che produce scarpe, riuscisse a creare forti collegamenti con il mondo

della ricerca e dell'innovazione, sarebbe forse in grado di sviluppare innovazioni di prodotto e, se va bene, anche di processo, e quindi potrebbe seriamente competere, sul piano della qualità, a livello internazionale. La re-

te, inoltre, potrebbe facilitare la creazione di legami importanti con fornitori stranieri, o con altri partner imprenditoriali, tutti soggetti in grado di fornire valore aggiunto alla nostra produzione e di contribuire alla promozione del

## CONVEGNO A FIRENZE

## L'aggregazione tira lo sviluppo

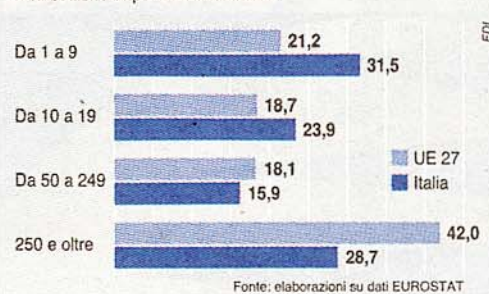
Diffondere e consolidare i nuovi modelli delle reti di impresa attraverso efficaci strumenti di politica industriale e, allo stesso tempo, sostenere gli investimenti delle aggregazioni di imprese già esistenti affinché esse superino la dimensione locale o regionale e rafforzino la loro presenza sui mercati esteri. E' questo l'argomento che verrà dibattuto durante il convegno "Da 500 a 5000 reti: l'aggregazione come motore di sviluppo", organizzato dalla Cna il 24 maggio a Firenze. Una sfida, quella dei nuovi modelli delle reti di impresa, resa ancora più attuale per effetto dei processi di globalizzazione e dell'apertura dei mercati.

## I CONFIDI

Secondo il presidente della Cna Ivan Malavasi hanno giocato e giocano un ruolo decisivo nella crescita delle Pmi

## Il valore aggiunto delle imprese

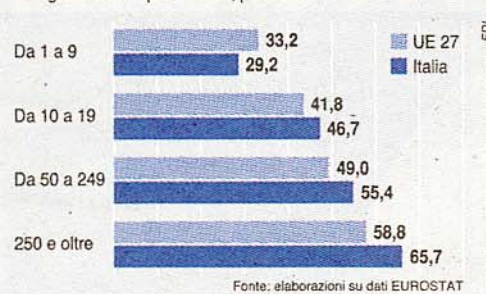
Distribuzione % per classe d'addetti



Fonte: elaborazioni su dati EUROSTAT

## La produttività delle aziende

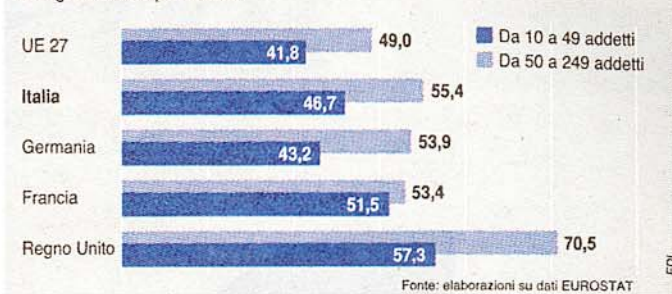
In migliaia di euro per addetto; per classe dimensionale



Fonte: elaborazioni su dati EUROSTAT

## La produttività delle piccole e medie aziende

In migliaia di euro per addetto



Fonte: elaborazioni su dati EUROSTAT

## “Ma per vederle vincere nel mondo serve una seria politica industriale”

Ivan Malavasi, presidente Cna, spiega: “Non basta incentivare le reti con una semplice sospensione di imposte. Bisogna puntare su innovazione e ricerca, internazionalizzazione, prodotti di qualità. E anche su risorse adeguate”



a rafforzare la presenza delle nostre Pmi sui mercati emergenti».

Ma le imprese hanno capito l'importanza della rete? «Siamo in una fase di evoluzione — risponde il presidente della Cna — le Pmi negli ultimi anni hanno subito sulla loro pelle gli effetti della crisi finanziaria e del cambiamento delle dinamiche del mercato globale. Oggi molte imprese iniziano a riflettere e a percepire i vantaggi della rete. E' necessaria, quindi, una “spinta”: dobbiamo operare

concretamente per sostenere i processi di aggregazione in atto. In questo senso, hanno giocato e giocano un ruolo fondamentale i Confidici, dal 2009 ad oggi, continuano ad essere uno dei pochi strumenti a supporto della crescita delle Pmi. I Confidi, per esempio, rappresentano un modello

virtuoso di rete ed un grande patrimonio per le nostre Pmi. Oggi ci sono 150 Confidi operativi nel mondo dell'artigianato e della piccola e media impresa che sostengono 700 mila imprese; si tratta di una forza di grande valore strategico, che, negli

ultimi anni, ha sopperito egregiamente alla stretta creditizia operata dalle banche».

«In definitiva — conclude Malavasi — l'esperienza dei Confidi, ancora una volta, ci dice che la collaborazione tra le imprese, seppure in ambiti diversi, consente di raggiungere obiettivi e traguardi che singolarmente sarebbero irraggiungibili. Per questo non abbiamo molte scelte, dobbiamo solo camminare a passo svelto verso le reti».

(v. d. c.)