

MICROCOSMI LE TRACCE E I SOGGETTI

Quando il capitalismo molecolare cerca la discontinuità

COSA FARE

Per andare avanti imprese e associazioni devono superare orgoglio territoriale e individualismo

I CASI DI ECCELLENZA

Le aziende lombarde stanno affrontando la crisi aprendosi a nuovi mercati e alla domanda estera

di Aldo Bonomi

Sono giorni di fibrillazioni. Tutti col naso all'insù, come i trader di Piazza Affari, a seguire i saliscendi degli indici di borsa e a misurare la distanza tra i nostri Btp e titoli di stato tedeschi. Per poi volgere lo sguardo verso il basso, terrorizzati dalla profondità del baratro finanziario in cui rischiamo di precipitare. Tenere i piedi per terra attenua le vertigini. Per chi come me è abituato ad andare per territori e a guardare quel che ha davanti agli occhi, rimane sulla bocca una domanda la cui risposta è tanto ovvia quanto paradossale. Davvero un'economia come quella italiana può fallire? È un paradosso che fa montare la rabbia delle imprese. Che chiedono alla politica, come ha fatto recentemente [Ivan Malavasi](#), presidente di [Rete Imprese Italia](#), quella del capitalismo molecolare, di fare qualcosa, qualunque cosa, anche a costo di sbagliare. O altrimenti, di andare a casa. Nel frattempo si prova ad attraversare la crisi. Non solo puntando il dito verso le inadeguatezze e l'immobilismo della classe politica. Ma anche provando a rivolgere lo sguardo al proprio interno. Evitando il vittimismo e l'esercizio auto consolatorio degli "imprenditori più bravi del mondo". E provando, al contrario, a ragionare su come modernizzare il sistema delle piccole e micro imprese, nonché le associazioni di rappresentanza che dovrebbero accompagnarlo lungo tale sentiero di attraversamento.

In questi mesi, lo si è fatto in Lombardia. Nell'antropologia profonda di quel "lombardismo" che ha quotato l'orgoglio dell'appartenza territoriale e dell'individualismo proprietario sul mercato della politica e del marketing territoriale. Terre in cui i numeri amplificano il paradosso. Può fallire la Lombardia? Una regione con un

Pil di 328 milioni di euro, inferiore solamente a quello della Baviera, dell'Assia, dell'Ile de France e della regione di Stoccolma, di 35 punti percentuali al di sopra della media dell'Europa a 27. Con Milano che esporta quanto Israele, Bergamo come l'Ecuador, Varese come la Siria e tutte le province lombarde assieme quanto il 28% dell'intera Italia. Una regione che stando ai dati del Centro studi di Unioncamere, si mostra in ripresa e locomotiva del Paese, prima per crescita attesa del Pil, seconda per l'export e investimenti fissi lordi, con il 59,1% delle 823mila imprese lombarde attive che nel primo semestre dell'anno hanno registrato aumenti di fatturato, contro il 54,5% italiano. Numeri che possono dare alla testa, facendo dimenticare a qualcuno che la Lombardia è un architrave del sistema Italia e che dovrebbero indurre, più che a un orgoglio da "secessione", ad un orgoglio di responsabilità.

Partiamo dai numeri di un'indagine che abbiamo condotto insieme a [Cna](#) Lombardia su un campione di 500 imprese lombarde loro associate. Il 53% afferma che il fatturato dell'impresa, negli ultimi tre anni non è diminuito. Un risultato piuttosto sorprendente se si considerano tutte le difficoltà congiunturali con cui le imprese hanno dovuto confrontarsi in questo triennio terribile. Ancor più sorprendente il fatto che gli addetti occupati siano rimasti sostanzialmente stabili. Segnale della funzione non solo economica, ma anche sociale che riveste la piccola e micro impresa lombarda, perlomeno nelle sue eccellenze.

Sono dati che non raccontano solo della tenuta di ciò che è stato. Ma che mettono in luce anche alcune importanti discontinuità che provano a prefigurare gli scenari di quel che sarà il futuro della piccola im-

presa lombarda. Non è banale, ad esempio, osservare che sebbene i due terzi di tali imprese abbiano ancora un mercato a chilometro zero, più di un'impresa su dieci abbia i suoi mercati prevalenti al di fuori dell'alveo regionale e quasi il 5% addirittura al di fuori dei confini nazionali. O che il 12% abbia sviluppato accordi formalizzati contrattualmente con altre imprese per la promozione e la vendita dei propri prodotti, mentre il 9,5% ha sviluppato tali accordi per produrli assieme. Segno che qualcosa, seppur ancora timidamente, si sta muovendo nel capitalismo molecolare. Non mi sembrano cose da poco. Soprattutto in uno scenario in cui appare sempre più fondamentale aprirsi ai mercati e alla domanda estera. E in cui è altrettanto importante la disponibilità e la lungimiranza di mettere assieme il proprio saper fare per aumentare la capacità competitiva delle imprese su tali mercati.

Guai a leggere questi dati con le lenti dell'orgoglio territoriale e dell'orgoglio dei piccoli. Molto è ancora da fare, sia nel mondo delle imprese, sia in quello delle associazioni che le rappresentano. Ed è una discontinuità necessaria e impellente. Soprattutto, in relazione a un'antropologia del soggetto imprenditore in profondo mutamento. Da un lato, quella di realtà che si fanno sempre più globali, rischiando di smarrire la propria ombra e la propria identità. Dall'altro, quella di un mondo in cui sempre più fanno capolino nuovi soggetti imprenditoriali, siano essi gli imprenditori per necessità, "all'ultima spiaggia", in uscita dal lavoro dipendente dentro la crisi, i giovani delle partite Iva e dei nuovi lavori, i migranti con fame di futuro. È anche e soprattutto questi imprenditori deboli che nella crisi continuano a fare impresa che bisogna aiutare. Con la consapevolezza che questi soggetti po-

tranno essere gli imprenditori di domani, il ricambio di quelli che stiamo perdendo nella crisi.

A fronte dell'esaurimento della forza espansiva del capitalismo molecolare e di quel mix tra orgoglio dei piccoli e orgoglio territoriale su cui si è retto il modello lombardo, quotato dal "lombardismo" sul mercato della politica, la discontinuità è necessaria. Sia sulla frontiera alta di chi va nel mondo, sia su quella bassa dei nuovi soggetti imprenditoriali. Una discontinuità che chiama necessariamente in causa anche il mondo della rappresentanza. Va bene [Rete Imprese Italia](#) a Roma e la voce unica del popolo dei commercianti e degli artigiani uniti nella crisi nel dialogo con il Governo centrale. Ma quando tutto questo avrà una ricaduta sui territori? Parafrasando le parole di uno dei quadri di [Cna](#) che abbiamo intervistato, come si può chiedere alle imprese la discontinuità di andare oltre l'orgoglio territoriale e l'autoreferenzialità dell'individualismo proprietario, se le associazioni stesse non ne sono capaci? Quello che ci aspetta dentro la crisi è certamente un mutamento dell'antropologia della piccola impresa, ma anche un mutamento profondo del fare rappresentanza. Confindustria ha il suo Marchionne. Il capitalismo molecolare deve fare dell'utile condensato di [Rete Imprese Italia](#) a Roma una condensa territoriale.

bonomi@aaster.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

