

Ricerca Cerved Toscana, Emilia Romagna, Lombardia e Veneto le regioni guida

# Network La rete piace Soprattutto ai piccoli

Raddoppiato il numero delle aziende che hanno siglato contratti di alleanza per mettere insieme le risorse e beneficiare di sconti fiscali

DI ISIDORO TROVATO

**R**appresentano ancora una piccolissima nicchia all'interno dell'oceano di piccole e medie aziende italiane, ma le reti d'impresa crescono e lo fanno seguendo percorsi virtuosi che sarebbe bene tenere d'occhio.

Il contratto di rete è stato introdotto nel 2009 (nel punto più alto della crisi) per riconoscere gli organismi esistenti, favorirne lo sviluppo e incentivare la nascita di nuovi. L'obiettivo dichiarato era quello di aumentare la capacità innovativa e competitiva delle Pmi italiane attraverso aggregazioni orizzontali (tra aziende dello stesso settore) o verticali (di filiera) in modo da far acquisire maggiore massa critica, forza di mercato e potere contrattuale.

Nel 2010, per incentivare ulteriormente questa forma di «alleanza», è stato introdotto, per le imprese che aderiscono a un contratto di rete, un regime di sospensione di imposta per gli utili accantonati e destinati agli investimenti indicati nel programma di alleanza. Oggi una ricerca di Databank, divisione di Cerved Group, ci dice che tra luglio e settembre 2011 sono state create 103 reti d'impresa, pari al 57% del totale. «Un segnale importante di vitalità e voglia di rilancio — dice Alessandra Romanò, direttore operativo Databank —. Le aziende che aderiscono ai contratti di rete hanno sempre un progetto, un piano di

rilancio e l'alleanza permette loro di presentarsi alle banche con un rating migliore e quindi con molte più possibilità di accesso al credito, aspetto sempre più determinante nella crisi».

## Territori virtuosi

La ricerca mette in evidenza la doppia velocità delle aziende italiane. Il passo rapido di Toscana, Emilia Romagna, Lombardia e Veneto (che occupano i primi quattro posti per numero di reti d'impresa) dimostra che il fenomeno riguarda soprattutto i territori più virtuosi. Guardando col «microscopio» però si nota che la diffusione dei contratti di rete ha delle forti specificità territoriali: Lucca, Bologna e Bari, per esempio, hanno più imprese che hanno siglato alleanze rispetto a province come Milano e Roma, in cui la massa di aziende è molto maggiore. «La distribuzione tra province dei contratti evidenzia velocità diverse sul territorio — osserva Sergio Silvestrini, segretario generale di Cna — ma racconta allo stesso tempo le potenzialità ancora inesprese dal sistema nel suo complesso. Siamo certi che il numero dei contratti di rete sia destinato a crescere anche grazie al supporto che le associazioni stanno offrendo per orientare e facilitare le scelte delle imprese».

## Problema di crescita

Qualche mese fa, prima del 30 settembre 2011 (scadenza

per poter beneficiare delle agevolazioni fiscali), il processo di sottoscrizione dei contratti di rete ha subito una brusca accelerazione: 470 nuove imprese (il 5% del totale) hanno sottoscritto il contratto proprio sul filo di lana. Solo voglia di acciuffare i benefici? «No, il successo dello strumento non si può certo spiegare con l'interesse ad ottenere benefici o incentivi che al momento sono ancora sulla carta — ammonisce Silvestrini — ma con il tentativo di superare lo stato di difficoltà dell'economia serrando le fila e sperimentando nuovi modelli di organizzazione. Per questo meritano particolare attenzione le aggregazioni tra Pmi che decidono di condividere conoscenze e investimenti per accedere a mercati e opportunità altrimenti precluse».

Resta il problema di crescita e diffusione del fenomeno se è vero che il 97% delle imprese con contratti di rete fattura meno di 50 milioni di euro. Inoltre tra le pmi, c'è una diffusa presenza di aziende di dimensione microscopica o di start up (più di un'azienda su cinque non supera i 500 mila euro di fatturato). «L'espansione è possibile — sostiene Romano — ma molto dipende dal sostegno che sapranno dare a questo strumento la politica e le associazioni di categoria». Insomma, le reti hanno bisogno di una rete per crescere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Cna**  
Sergio  
**Silvestri-**  
**ni,**  
segretario