



UP AND DOWN

FOTOGRAFIA DELLE IMPRESE ITALIANE

Intervista a Lello Naso, caporedattore Il Sole 24 ore

Laureato in Scienze Politiche, Lello Naso ha frequentato l'VIII biennio dell'Istituto per la Formazione al Giornalismo di Milano, per poi iniziare a lavorare alla Notte, l'ultimo dei giornali del pomeriggio. Al Sole 24 Ore dal 1997, si è sempre occupato di

economia reale. Dopo un passaggio all'ufficio dei caporedattori centrali è approdato alla responsabilità della redazione Commenti e Inchieste. Dalla sua fondazione, nel 2012, è alla guida di Impresa e Territori, la sezione del Sole 24 Ore dedicata all'economia reale. Da questa visuale privilegiata, gli abbiamo chiesto un commento sull'attuale stato dell'arte delle imprese italiane.

Solo se gli obiettivi sono precisi, si riesce a centrarli. Se si va su mercati che non sono maturi o non sono adatti ai prodotti, si spreca energie e risorse.

di fatturato e che rappresentano l'eccellenza del Made in Italy: dalla filiera del packaging emiliano a quella delle valvole della bassa lombarda, alle imprese della fornitura dell'automotive e dell'aerospaziale. Queste imprese sono tecnologicamente avanzate, fanno ricerca, molta più di quella che compare nelle statistiche ufficiali (che tracciano soprattutto la ricerca pura e non quella

“Il sistema imprese italiano è un sistema molto differenziato per dimensione, specializzazione e tecnologia.

Mancano i colossi, ma in alto ci sono imprese medio-grandi, le cosiddette multinazionali tascabili, quelle che stanno attorno al miliardo

di prodotto). Sono imprese che hanno dimostrato una fortissima resilienza alla crisi del 2008 e hanno retto talmente bene che addirittura sono cresciute sui mercati internazionali.

In basso ci sono le piccole imprese che non hanno né la dimensione, né il prodotto, né la tecnologia per reggere il confronto con i colossi internazionali. Con il mercato interno che si va contraendo sempre più, fanno molta fatica.

IN MEZZO, CI SONO LE IMPRESE CHE GALLEGGIANO E GALLEGGIANDO, TENDEREBBERO VERSO L'ALTO, MA NON SONO AIutate DAL SISTEMA PAESE E DALLE CONDIZIONI ECONOMICHE GENERALI.

Potrebbero precipitare o progredire. Purtroppo spesso precipitano: ricordiamo che dall'inizio della crisi, l'Italia ha perso un quar-



to della produzione industriale. **All'interno di questa geografia tecnologico-dimensionale, c'è poi una geografia territoriale.** Un conto, infatti, è essere una piccola impresa in Lombardia e un conto è essere una piccola impresa in Calabria: se sei in Calabria tendi a uscire dal mercato, se sei in Lombardia, il magnete di attrazione è verso l'alto. Qui è meno complicato essere assorbiti dal circuito della fornitura, entrare all'interno di un sistema di filiere consolidate in cui ci sono imprese capo-filiera.

All'interno di questa geografia territoriale, bisogna poi distinguere fra i tanti Sud. Perché essere a Salerno, per esempio, è molto diverso che essere ad Agrigento: a Salerno ci sono imprese trainanti, il polo dell'agroalimentare, servizi di alto livello, mentre

ad Agrigento c'è il deserto. Un conto è essere a Bari, dove ci sono le multinazionali, la Getrag, la Mermec, aziende di altissimo profilo tecnologico e molto abili nella penetrazione dei mercati, un conto è essere a Sassari dove c'è il deserto intorno, o a Crotone dove le vecchie aziende chimiche sono andate via via scomparendo e hanno lasciato un territorio industriale desertificato. Ci sono i Sud anche a cento km di distanza, ci sono poli di eccellenza e la desertificazione industriale.

Altro aspetto importante per competere è l'internazionalizzazione. I piani per accompagnare le imprese sui mercati globali, approvati da ICE, SACE e SIMEST, servono a fornire gli strumenti a chi non li ha.

LE RETI DI IMPRESE SONO UN'ALTRA INIZIATIVA INTELLIGENTE PER BYPASSARE IL PROBLEMA DELLA DIMENSIONE QUANDO SI VA ALL'E-STERO: se un'impresa non ha la forza economica per penetrare sui mercati globali e non può permettersi un ex-port manager, per esempio, può fare rete con altre imprese con cui condividere servizi evoluti. È chiaro poi che, **per far sì che un piano di internazionalizzazione abbia successo, è necessario individuare e definire accuratamente i Paesi, gli obiettivi e i settori da spingere.**

Solo se gli obiettivi sono precisi, si riesce a centrarli. Se si va su mercati che non sono maturi o non sono adatti ai prodotti, si sprecano energie e risorse.



La sfida attuale, e decisiva, per le imprese e il sistema è industria 4.0.

IN QUESTO PANORAMA, LE BANCHE HANNO UN RUOLO FONDAMENTALE, MA SOLO SE TORNANO A FARE IL LORO MESTIERE: INDIVIDUARE LE AZIENDE, I PROGETTI, LE PERSONE, VALUTARLI E FINANZIARLI ASSUMENDOSI IL RISCHIO PROPRIO DELL'IMPRESA BANCARIA.

La finanza al servizio delle imprese e non più la finanza al servizio della finanza, fine a sé stessa. Bisogna che le banche recuperino questo ruolo. Anche sul territorio. **Basta con le valutazioni automatiche basate su algoritmi di solvibilità dell'imprenditore:**

ci sono imprenditori che l'algoritmo considera a rischio, ma che il vecchio direttore di banca valuterrebbe solvibilissimi perché sa che venderebbero la casa pur di restituire il debito, che farebbero di tutto per salvare l'azienda. Oltre a recuperare questa funzione, banche e finanza dovrebbero aiutare la crescita dimensionale delle aziende accompagnando e assistendo la loro quotazione in Borsa. **Un buon esempio è il progetto ELITE di Borsa Italiana** che individua le mille imprese potenzialmente quotabili, le dota degli strumenti propri delle aziende quotate (la trasparenza, i bilanci certificati, la governance) e individua un percorso di crescita. La

sfida attuale, e decisiva, per le imprese e il sistema è industria 4.0.

IL PIANO PREDISPOSTO DAL GOVERNO HA IL PREGIO DI AVER PUNTATO SULLA SELEZIONE, SU OBIETTIVI PRECISI E INCENTIVI MIRATI PER CHI DIGITALIZZA L'AZIENDA E RINNOVA LE MACCHINE.

Il problema è che per raggiungere questi obiettivi, il Paese ha bisogno di infrastrutture di alto livello, della banda ultra larga nelle aree ad alta densità industriale. Bene hanno fatto quelle Regioni che hanno utilizzato i fondi UE per diffondere sul territorio internet veloce, un driver di sviluppo da cui non si può prescindere. Ma siamo ancora molto indietro rispetto ai nostri competitor europei. Bisogna insistere e investire.

COSÌ COME NON SI PUÒ PRESCINDERE DA UNA BUONA FORMAZIONE. ABBIAMO BISOGNO DI IMPRENDITORI, TECNICI, DIPENDENTI E CONSULENTI PREPARATI.

Qualche giorno fa sul Sole 24 Ore abbiamo pubblicato la notizia che a Bologna vengono formati 286 tecnici all'anno contro una richiesta delle imprese di 1.500. È un gap che non possiamo permetterci. Ed ecco che a Bologna, hanno realizzato un percorso che comincia con le multinazionali del territorio che fanno campagne di marketing per spiegare alle famiglie l'importanza della preparazione tecnica e continua con gli istituti tecnici che vengono dotati di strumenti per preparare al meglio gli studenti, concludendosi con l'Università che ha istituito un corso supplementare di Ingegneria Meccatronica. **Perché bisogna sfatare il luogo comune per cui chi frequenta un istituto tecnico non può laurearsi.** È importante formare i tecnici, ma anche avere università strutturate che formino manager solidi. **Senza testa e gambe le idee non camminano".**