

RASSEGNA STAMPA

RASSEGNA STAMPA



Dossier su Economy e su Il Giornale maggio 2007



A cura dell'Ufficio stampa
CNA Regionale dell'Emilia Romagna

RISCOSSA ARTIGIANA | PARLA IL PRESIDENTE DELLA CNA, GABRIELE MORELLI

LABORATORI DI EFFICIENZA

Artigiani e microimprese conquistano quote di mercato anche all'estero. Il segreto? Innovazione, management e, per la prima volta, marketing.

Dopo cinque anni di stagnazione, tra Piacenza e Rimini si comincia a respirare un'aria diversa. Gli ultimi dati confermano la ripresa. Certo, le grandi imprese crescono a ritmi vertiginosi, spingendo il Pil regionale sopra il 2,3%, ma sono soprattutto le piccole imprese e gli artigiani a spingere dal basso la locomotiva Emilia. Un comparto, quello degli artigiani, che sta vivendo una vera e propria mutazione genetica, «mettendo in campo strategie e modelli manageriali che fino a pochi anni fa erano impensabili in un'impresa con 5/10 addetti» come conferma in questa intervista a *Economy* Gabriele Morelli (foto), segretario Cna Emilia Romagna.



Ci sono due elementi forti che lasciano ben sperare: l'aumento dell'occupazione, oltre il 3%, ai livelli di 10 anni fa, e poi la netta ripresa degli investimenti produttivi.

Quindi non è un rimbalzo?

Il dibattito sulla stagnazione e la polverizzazione delle microimprese si sta rivelando campato in aria. Negli ultimi cinque anni molte aziende hanno migliorato la loro posizione e la loro capacità di stare sul mercato. Stiamo parlando di dati strutturali e non legati a un andamento ciclico.

Parla a nome dei «piccoli»?

Certamente. Come Cna abbiamo cercato di combattere quella concezione fuorviante, secondo la quale il paradigma imprenditoriale dei piccoli era incom-

patibile con una cultura manageriale.

Un manager nelle imprese artigiane?

Modelli di benchmarking e prassi manageriali sono stati adottati già da un decennio nelle microimprese dei Paesi anglosassoni. Nel 1993 siamo andati in Gran Bretagna per studiare questi modelli e per importarli nel nostro sistema.

Con quali risultati?

Nel 2000 quando abbiamo cominciato ad applicare e studiare i modelli di management innovativo avevamo risposto 350 aziende emiliane. Oggi contiamo 7/8 mila microimprese che hanno deciso di farsi misurare le loro performance. Il risultato? La managerialità e l'innovazione hanno prodotto risultati positivi sia in termini di redditività che di soddisfazione del cliente.

Quali sono i settori più reattivi?

Paradossalmente, quelli più tradizionali dell'industria e della manifattura. La cultura manifatturiera dell'Emilia Romagna si sta ricollocando su logiche di innovazione e design con una forte attenzione al cliente, sganciandosi però da logiche settoriali. (g.fr.)

Partiamo dalla crescita di questi mesi.



CNA INNOVAZIONE

INNOVARE PER CRESCERE

CNA INNOVAZIONE: il primo centro orientato a promuovere un nuovo concetto di innovazione a misura di PMI

Dalla tecnologia alla prassi: questa in sintesi la filosofia che guida la nascita di CNA Innovazione, il primo centro orientato a promuovere l'innovazione favorendo il cambiamento organizzativo delle piccole e medie imprese, creato dalla CNA Emilia-Romagna. Innovazione intesa come sviluppo di una cultura del pensiero manageriale, della creazione di modelli e pratiche evolute, di un sistema informativo e relazionale più ampio. Questa è la strada della competitività. Questo è il motore dell'attività di CNA Innovazione: vantaggi, miglioramenti e servizi one-to-one per le imprese: dalle Buone Prassi a Finanza e Rating, da Internazionalizzazione ed Export alle Reti, dalle Strategie di sviluppo locale alle Tecnologie, fino ad Ambiente e Responsabilità Sociale.

CNA Innovazione: il centro della crescita per le piccole e medie imprese.



Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola
e Media Impresa
CNA Regionale dell'Emilia Romagna

Crescita sostenuta dell'economia e ottimismo nel futuro. Quinto Galassi, Presidente della Cna regionale, spiega le caratteristiche del sistema produttivo emiliano-romagnolo. Fare rete e puntare sulla qualità di Caterina Olivito

SCOMMETTIAMO SUL FUTURO

Le piccole e medie imprese dell'Emilia Romagna godono di ottima salute. Con un aumento record dell'occupazione (+3,3% su base trimestrale, che diviene +5% su base annuale) e un significativo avanzamento nel settore delle esportazioni (specie verso la Germania), nei primi tre mesi del 2007 le aziende della regione hanno confermato il

trend di buona ripresa dell'economia nazionale ed internazionale della fine del 2006. Particolarmente importante il dato relativo alle assunzioni: più di un'azienda su 4 ha aumentato il numero dei propri dipendenti, mentre rimangono pressoché stabili i licenziamenti. Le maglie rosa dell'occupazione vanno a Parma, Piacenza (province le cui aziende



Nella foto a fianco, Quinto Galassi, Presidente della Cna dell'Emilia Romagna e imprenditore edile

hanno toccato il 50% di incremento di dipendenti) e Modena (37,9%). Complessivamente, il comparto più dinamico è stato quello della produzione. Più circoscritta, ma buona, la crescita nei servizi; mentre permangono alcune situazioni di difficoltà nel settore delle costruzioni che però mette a segno un significativo 17,2%. I risultati migliori sono state ottenuti



dalle aziende impegnate sui mercati esteri. E molto positive sono anche le attese per il futuro: molte aziende hanno infatti investito non solo in forza lavoro, ma anche in tecnologia e innovazione. Ora le imprese non puntano solo al miglioramento qualitativo della produzione, ma si concentrano al lancio di nuovi prodotti e servizi, alla ricerca di un vantaggio competitivo sulla concorrenza anche in termini di efficienza. Tutti sintomi di un ritrovato clima di fiducia e ottimismo dovuto anche all'aumento degli ordini, delle commesse e dei consumi nazionali, vero volano dell'economia. Altro elemento che ha contribuito alla formazione del sentimento positivo, e che ha permesso alle imprese di recuperare alcune delle spese sostenute, è stato l'aumento dei prezzi di vendita. «Stiamo uscendo da un periodo di stagnazione che durava ormai da tempo – assicura Quinto Galassi, Presidente della Cna Emilia Romagna – per entrare in una fase di sviluppo che si fonda anche sull'aumento dei consumi, il vero motore di tutto». Rosee le prospettive per il prossimo trimestre. «L'ottimismo dei nostri imprenditori non si è mai spento, nemmeno nei momenti più difficili – continua Galassi – e, oggi, è sicuramente mirato, ragionato».

Presidente Galassi, quali sono le ragioni di questo trend positivo?

«Una delle cause è stata la ripresa dei consumi su base internazionale, come si vede dai dati

relativi all'export. Le imprese presenti sui mercati internazionali hanno infatti ottenuto performance migliori di quelle che operano solo nel nostro Paese. Ma dal 2005 va segnalata una ripresa anche del mercato italiano, e regionale».

A cosa è dovuto invece il boom nell'occupazione?

«Le piccole imprese della regione non si sono mai rassegnate, anche nei momenti meno favorevoli. Molti soci hanno indicato anche un netto miglioramento nelle commesse. Restano però ancora alcuni freni allo sviluppo, come la scarsa disponibilità di personale specializzato, un costo del lavoro che ancora non beneficia del cuneo fiscale, la pressione fiscale, l'abbattimento delle spese improduttive».

Si tratta anche di ragioni interne al sistema.

«Sì. Si sta modificando la struttura stessa della ripresa economica. Nei trimestri precedenti, ad esempio, si è puntato soprattutto sulla qualità del prodotto, mentre oggi si investe in innovazione, in organizzazione aziendale, in originalità. Le nostre imprese stanno recuperando il gap competitivo: abbiamo filiere che hanno come riferimento il mercato tedesco, vero bacino per il comparto meccanico della regione, abbiamo migliorato il parco tecnologico, attivato una produzione più efficiente che richiede minori tempi di lavorazione».

Qualità ed efficienza, dunque, per migliorare la competitività.

«Per guadagnare in competitività non dobbiamo abbassare i prezzi, ma scommettere sulle nuove tecnologie, sull'innovazione, sulla qualità, i veri punti di forza del Made in Italy. È necessario investire sulla ricerca e, a questo proposito, in Emilia Romagna la regione ha dato avvio alla legge 7, che ha messo in moto iniziative che stanno iniziando a dare i primi frutti. Anche la Cna si è attrezzata per fare da collegamento e trasferire la ricerca alle imprese».

Qual è il ruolo giocato dalla politica?

«La politica ha il dovere di indicare le giuste traiettorie. Se si accelerassero i progetti di riforma necessari e si liberasse il mercato, in modo da alleggerire i costi improduttivi del Paese e la conseguente pressione fiscale, le piccole-medie imprese potrebbero svilupparsi meglio e divenire traino fondamentale per l'intera economia italiana».

Cosa si potrebbe fare per agevolare le PMI?

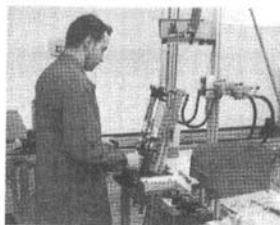
«Occorrerebbero, per esempio, servizi avanzati di appoggio alle imprese per migliorarne la competitività. Restano ancora un problema i costi di ciò che esula dall'impresa: la pubblica amministrazione e la burocrazia».

Le piccole dimensioni delle aziende emiliano-romagnole sono un limite o un punto di forza?

«I dati ci indicano che quello che davvero conta è la qualità dell'azienda. Un'azienda ben gestita e ben organizzata è il fattore discriminante, a prescindere dalla dimensione. Le nostre imprese, inoltre, sono abituate a lavorare in filiera e a fare sistema. Sono realtà calate nel territorio, e ciò permette di superare il problema dimensionale. In Emilia Romagna è così da sempre. Non si possono nemmeno imporre aumenti dimensionali. Dobbiamo invece creare le condizioni perché si lavori e si ragioni in gruppo, perché si trovino servizi, politiche adeguate, appoggi, e maggiore credito. Basta pensare al sistema di credito mutualistico delle nostre cooperative di garanzia. Proprio questo è il compito delle associazioni».

Quali caratteristiche ha l'imprenditore emiliano-romagnolo?

«L'imprenditore nostrano è abituato da sempre a seguire le regole. Da noi non è facile eludere le normative: assumere in regola e non sfruttare i precari come manodopera sono principi che stanno alla base della nostra cultura imprenditoriale. Un atteggiamento che oggi paga in modo decisivo. L'economia regionale, inoltre, è stata sempre indicata come un modello da imitare, perché ha fatto crescere non solo le aziende, ma anche le famiglie. Il sistema ha distribuito reddito, da impegnare nel sociale. La nostra vera forza sono le persone».



L'impresa è giovane

Buoni risultati per le giovani aziende regionali, specie nei servizi innovativi. Ma occhio alla burocrazia. Parola di Andrea Foschi, Presidente dei Giovani imprenditori della Cna

Oltre 35mila associati, tutti under 40. Questi i numeri dei giovani imprenditori della Cna dell'Emilia Romagna. «In regione il numero delle imprese sta aumentando grazie anche alle nuove generazioni e a un sistema produttivo che, nel suo complesso, è in buona salute» spiega Andrea Foschi, presidente giovani imprenditori Cna. **Presidente Foschi, com'è la situazione dei giovani imprenditori emiliano-romagnoli?**

«Sostanzialmente buona. Questo nonostante alcuni aspetti non molto favorevoli, come una crescita demografica negativa e costi piuttosto elevati. Più che altro, i ragazzi hanno difficoltà a mettersi in proprio e ad affrontare gli aspetti burocratici, anche se possono contare sull'appoggio di governo e Regione. A volte, però, la burocrazia arriva addirittura a rallentare la creazione delle nuove e giovani imprese, mentre il mercato non sempre si rivela positivo



Andrea Foschi, Presidente dei Giovani imprenditori della Cna

per certe fasce di mestieri». **Quali sono in questo momento i settori produttivi trainanti?** «Comparti ben posizionati sono quello delle costruzioni, del commercio e di tutti i servizi pubblici, sociali e personali. È importante pensare anche a nuove tipologie aziendali, a servizi innovativi e a supporto della crescita delle imprese giovani. In Emilia Romagna, la fascia relativa ai servizi innovativi è cresciuta intorno al

10 per cento».

Quali sono gli ostacoli che incontra chi decide di fare impresa?

«La difficoltà maggiore è innanzitutto quella di sentirsi soli nella fase di avvio. I giovani imprenditori non vogliono andare allo sbaraglio, ma sentono fortemente la necessità di un sostegno. Nell'ultimo periodo, in particolare, c'è stata una grande ricerca di appoggio per imparare a sviluppare l'impresa in modo davvero professionale, per pianificare al meglio l'attività e per studiare gli aspetti strategici di marketing per ottenere successo».

Oltre alla Cna, chi altro interviene a sostenere le giovani aziende?

«L'Università negli ultimi tempi sta cercando di aiutare i laureati a percorrere la strada dell'imprenditoria. Ma questo sostegno non è sufficiente e resta fondamentale l'apporto esterno di un'associazione. Anche le istituzioni sono presenti, specie a livello locale: la Re-

«Il posto fisso non esiste più e questo spinge i giovani a fare impresa»

gione Emilia Romagna, in particolare, sta facendo molto per sostenere l'imprenditoria. Noi chiediamo e speriamo che questo importante appoggio prosegua nel tempo. Al momento, stiamo anche esaminando la possibilità di creare fondi e corsi di aggiornamento per legare ancora di più il mondo industriale e lavorativo con quello della scuola. L'intento è proprio quello di facilitare il percorso ai neo imprenditori e di pensare ad adempiere alle pratiche burocratiche».

Quali sono le caratteristiche dei giovani imprenditori locali?

«Nella nostra regione i giovani hanno molta voglia di fare. Le difficoltà degli ultimi anni hanno paradossalmente accresciuto il desiderio di fare impresa. Il posto fisso non esiste più e questo ha fatto sì che i ragazzi si siano lanciati, senza paura, per portare a casa un obiettivo personale importante. L'Emilia Romagna è la terra degli imprenditori. I giovani imprenditori sono quasi il 40 per cento della popolazione imprenditoriale della regione. E cominciano a fare impresa anche prima dei trent'anni».

Che ruolo giocano, nella nascita delle nuove aziende, i giovani immigrati?

«Una parte importante. Gli immigrati dimostrano una forte volontà di fare impresa. A oggi, il 10 per cento degli imprenditori a noi associati è straniero e quasi il 60 per cento degli imprenditori stranieri ha meno 40 anni».

Qual è il tessuto sociale in cui queste giovani imprese nascono, crescono e si sviluppano?

«C'è un grande lavoro di sostegno da parte delle associazioni e c'è il vantaggio di un territorio che consente di intraprendere attività differenti: dall'impresa innovativa legata ai servizi, che trova un terreno particolarmente facile grazie alla presenza in Emilia Romagna dell'Università e della ricerca, fino ai comparti più classici, come l'edilizia e il commercio. Ma possiamo dire che tutti i settori del commercio siano toccati dai nostri giovani imprenditori».
