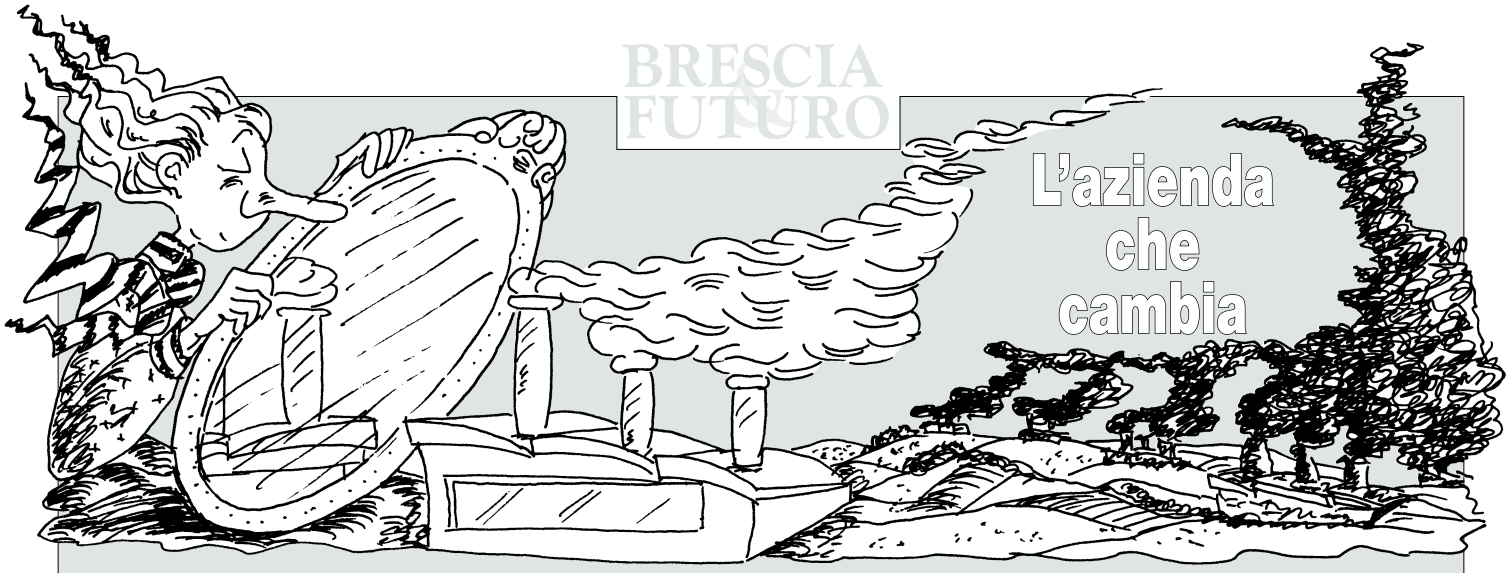


I Paesi emergenti hanno "fame" di materie prime, beni di consumo e cominciano ad acquistare beni di lusso

E se la globalizzazione fosse il toccasana?

di Federico Venturi

Federico Venturi

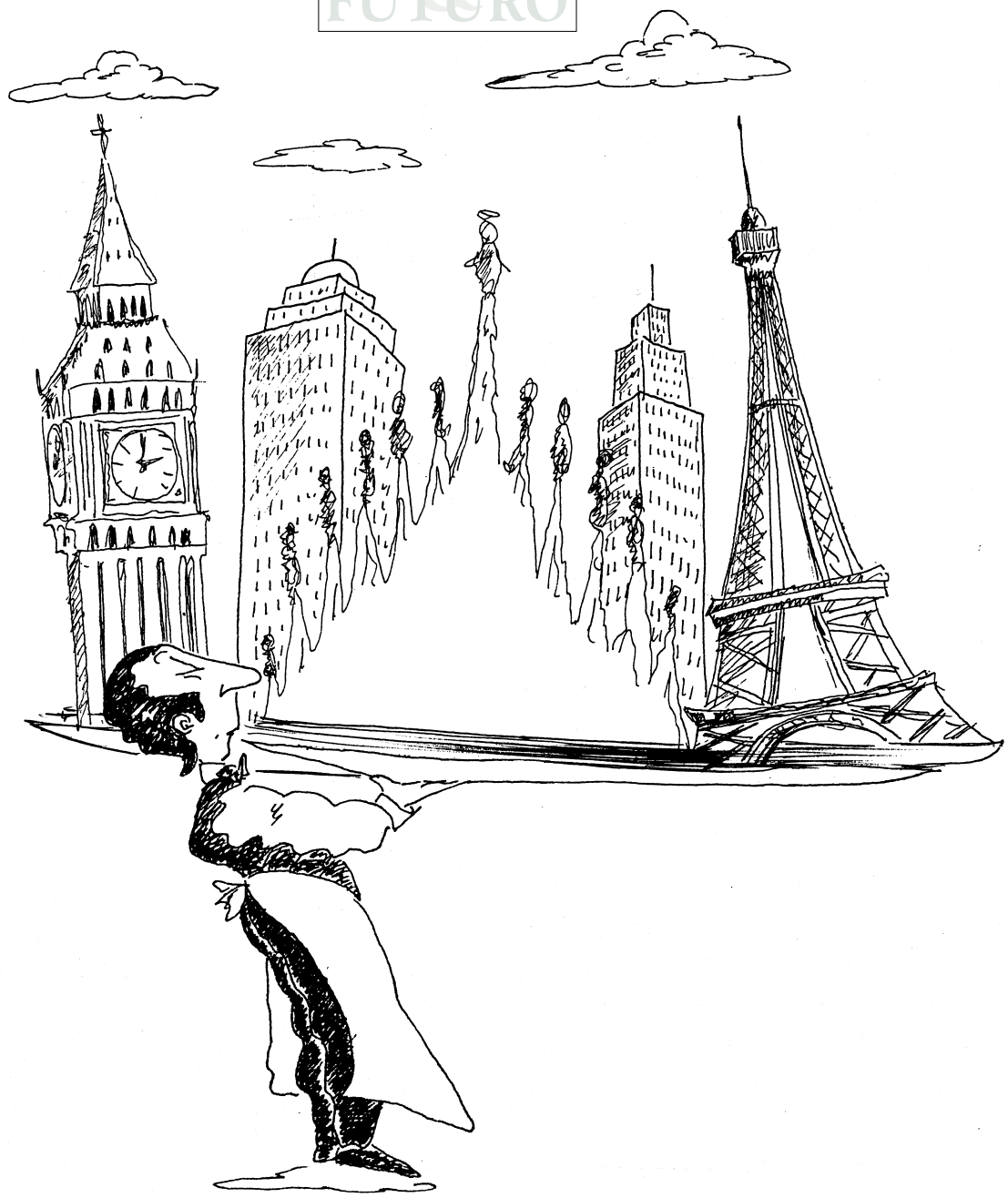
La rubrica che curo si chiama "L'Azienda che cambia", ritengo che lo scopo della stessa sia seguire le principali evoluzioni delle imprese (industriali, del terziario o agricole) e del mondo imprenditoriale con specifico riferimento alla nostra provincia, e con quel taglio "divulgativo" che la Rivista "Brescia & Futuro" si prefigge.

Peraltro, la rivista è semestrale, e quindi ogni sei mesi (tempo relativamente ampio) mi trovo a fare il punto della situazione su come si sono evolute le imprese e l'economia in generale, considerando le indicazioni ed i segnali che ho raccolto sui principali giornali e riviste economiche specializzate, da studi e convegni a cui ho partecipato, o dall'esperienza diretta, sia pur limitata al campione delle imprese che, come professionista, seguo.

Negli ultimi numeri, mi sono trovato ad affrontare le leve che ritenevo essere fondamentali per combattere la crisi che colpiva l'Europa e l'Italia in particolare, crisi che l'opinione pubblica economica e politica, i dati, gli studi, le ricerche macro e micro economiche vedevano come strutturale e in taluni casi propedeutica al declino industriale del nostro Paese e, forse, del nostro continente a vantaggio delle sempre più forti, invasive ed aggressive economie asiatiche e nell'incapacità di "tenere il passo", che invece aveva caratterizzato l'economia statunitense densa di capitale umano, nuove tecnologie, ricerca e sviluppo, fattori che le avevano permesso di mantenere alta la produttività.

Le leve che avevo individuato, già in parte indicate sopra (capitale umano, nuove tecnologie, ricerche e sviluppo) si concretizzavano inoltre in scelte votate all'internalizzazione (intesa non solo come presenza all'estero, ma come "vision" ed approccio), alla maggiore "managerializzazione" delle imprese, alle leve date dalla finanza "innovativa" (borsa, private equity), alla crescita dimensionale (il modello Italiano della Media Impresa di nicchia - c.d. "multinazionale tascabile") ed erano volte a "cavalcare" la globalizzazione e a non farsi "cavalcare" dalla stessa. Ebbene i segnali si sono "invertiti"; ovunque si legge che il PIL è tornato a crescere (anche se un 1 o 2% non è certo un tasso di crescita "sensazionale"), si legge di crescita di ordinativi e fatturato, di crescita forte dell'export, si vedono bilanci con fatturati ed utili più alti.

Si legge di settori che sembravano in agonia, come il tessile, che hanno visto morire non poche imprese, ma



che sembrano ora risalire. Tutto ciò, a mio avviso, è dato dal "boomerang" positivo della globalizzazione. Il mondo esterno all'Europa sta crescendo vertiginosamente. L'Asia e gli altri Paesi emergenti hanno "fame" di materie prime, di beni di consumo e cominciano a "digerire" anche beni di lusso.

L'Italia è pur sempre tra i primi 8 (o forse ormai 10?) paesi industrializzati del mondo ed è ovvio che tragga beneficio dal "banchetto globale" della crescita.

E poi pare che le leve di cui sopra siano state in parte utilizzate dalle imprese che sono uscite bene dalla crisi dei primi anni 2000 e che stanno ricrescendo e l'esempio lampante è la performance della media impresa. Un'ottima occasione per "zoommare" sulle caratteristiche e l'evoluzione delle stesse nell'area del Nord Ovest è stata offerta da un convegno tenutosi il 26 Febbraio 2007 presso la Camera di Commercio di Brescia.

Al centro dell'attenzione i risultati dell'indagine condotta e curata dall'Ufficio Studi Mediobanca e dal Centro Studi Unioncamere, e riportante le statistiche economico-finanziarie derivanti dalla rielaborazione dei dati di bilancio delle suddette imprese. Uno studio condotto su ben 1633 società che ha mostrato dati aggregati sia per singole regioni, sia per settori economici, e che ha altresì evidenziato le società appartenenti a distretti e altri sistemi produttivi locali. Cosa è emerso dall'analisi? Che, contrariamente alle pressoché catastrofiche previsioni effettuate in tempi certo non lontani, queste real-

tà industriali avanzano ora con una lenta ma concreta ripresa.
A conferma delle parole, le cifre: dall' indagine è emerso che il Nord Ovest "accoglie" ben il 42% (di cui il 31,7% rappresentato dalla sola Lombardia) delle medie imprese industriali italiane. Tali imprese incidono per circa il 14% sul valore aggiunto dell'intera industria manifatturiera dell'Italia Nord-Occidentale, e sono attive soprattutto nei settori leader dell'*Italian style*, nel settore meccanico-elettronico, siderurgico-metallurgico e chimico-farmaceutico, e hanno superato brillantemente gli anni difficili della crisi grazie soprattutto a un forte incremento dell'export.
"Prime della classe" le imprese liguri che, pur rappresentando una piccola fetta delle imprese del Nord Ovest, hanno avuto lo sviluppo più consistente, pari addirittura al 72,2% del fatturato.
Riscontrata inoltre, per le medie imprese del Nord Ovest, un'elevata solidità finanziaria ed un grado di "possibilità" decisamente basso rispetto alla media nazionale.
Lo Studio ha anche analizzato i distretti industriali e le peculiari modalità di sviluppo che recentemente li hanno caratterizzati. Pare infatti che l'apprezzabile ripresa della produzione e delle esportazioni dei suddetti distretti sia stata in gran parte portata da un diverso atteggiamento verso il mercato - particolarmente attivo e propositivo sotto il profilo prettamente strategico/gestionale - assunto da piccole cerchie di aziende.
Tali aziende si stanno infatti muovendo concretamente attivando reti operative (filiali, agenti commerciali, reti distributive), puntando alla creazione di un marchio proprio, migliorando le proprie strategie commerciali e ampliando la rete distributiva: in altre parole "uscendo" un po' dal localismo e dalle microprassi consolidate dei distretti, e ricercando più la "modernità" e gli "intangible assets". Hanno migliorato funzioni come il marketing, l'amministrazione e la finanza, il design. In altre parole si tratta della minoranza più dinamica e trainante, in grado di seguire l'esempio delle medie imprese e di farsi protagonista di una nuovo approccio verso i mercati (effettivi e potenziali).
Inoltre, quanto meno, si discute molto di necessaria crescita del capitale umano, di riforma della università, di maggior connessione delle stesse al mondo industriale.
Ma i problemi ed i limiti rimangono molti: in un recente studio dell'ICE (Istituto Commercio Estero) risulta come l'Italia sia molto meno attrattiva di altri Paesi (anche Europei quali Francia, Spagna, Germania e UK) per gli investimenti esteri che peraltro sono ormai pesantemente indirizzati verso l'Europa dell'Est e soprattutto verso l'Asia.
Non solo, le imprese Italiane sono molto meno presenti direttamente all'estero di quelle degli altri Paesi europei (in testa Germania).
Ciò dipende anche dalla dimensione più ridotta delle nostre imprese ed anche dalla "vision" delle stesse e di come s'intenda l'internazionalizzazione (oltre che talvolta da barriere politiche poste agli investimenti esteri). Qualche tempo fa, in un Consiglio di Amministrazione di un'impresa tedesca, a sua volta controllata da un fondo di private equity, il Consigliere rappresentante del fondo ha detto al management locale: "non è vendere all'estero o sapere le lingue rappresentativo della "vision" internazionale, ma lo è essere disposti a muoversi con la propria famiglia, spostarsi da un'azienda all'altra del gruppo, come solo uno di voi Italiani nella Vostra azienda ha fatto, mentre altri manager di altre imprese del gruppo - Sloveni, Tedeschi e Cinesi - lo fanno ricorrentemente: questo dà la "vision internazionale". State attenti "il saper fare" tra un po' non basterà più."
Ho riportato quanto sopra perché temo che, purtroppo, quel manager abbia ragione.
Noi italiani sappiamo veramente fare ed inventare il saper fare. Le nostre tradizioni culturali, le nostre peculiarità regionali, la stratificazione delle conoscenze nei secoli sono la nostra forza, la forza delle nostre imprese e dei nostri imprenditori, ma dobbiamo coniugarle con le leve che permettono di "governare" la globalizzazione e la modernità. In Cina sono sorti centri di ricerca di eccellenza che attingono direttamente ai centinaia di migliaia di neolaureati in discipline scientifiche di quel Paese, in India pure (ed entrambi questi Paesi hanno tradizioni millenarie); non si limiteranno per sempre alla produzione di "bassa gamma". Non penso che i segnali di ripresa citati, l'ottima performance delle nostre "multinazionali tascabili", della FIAT e il miglioramento della situazione di alcuni distretti siano sufficienti a dire che siamo fuori pericolo. Ormai è chiaro che la globalizzazione è la carta vincente, che dobbiamo cavalcarla con imprese moderne e globalizzate, se coniugate alla nostra cultura imprenditoriale peculiare e specifica che deve solo evolversi, non annullarsi.
Di seguito vi sono i contributi di due imprese bresciane, molto diverse tra loro, una è una "multinazionale tascabile" locale, l'altra è un'impresa che da padronale è passata ad essere controllata da una grande multinazionale anglosassone. Entrambe hanno delle ottime performances; ciò dipende dall'equilibrio nell'utilizzo delle "leve" più sopra indicate, dalla qualità dei loro soci e/o managers. C'è solo da auspicare che molti si muovano in questa direzione.

Federico Venturi
Dottore Commercialista