

Job creation: sfida ai limiti del mercato

Ageni impianterà vivai d'imprenditori

La neonata società dell'Eni è andata ad esplorare l'esperienza degli altri paesi industriali ed ha messo a punto una formula che sta per essere messa alla prova

ROMA — Creata da pochi mesi, «Ageni» sta muovendo i primi passi come promotore di nuove imprese capaci di riciclare posti di lavoro o di crearne. L'ing. Vito Gambareale, presidente ed amministratore delegato, ha svolto un lavoro di ricognizione delle esperienze condotte in altri paesi industrializzati.

A differenza dell'Italia, dove si è tentata la via di una presa di partecipazione nel capitale delle imprese, con la spesa talvolta anche di 150 o 200 milioni per posto di lavoro, negli altri paesi europei ha prevalso l'offerta di strutture fisiche — aree, immobili d'uso amministrativo ed industriale — e di servizi, con apporti di 40-50 milioni per addetto. Naturalmente queste cifre vanno prese con cautela poiché l'offerta di strutture fisiche di lavoro, il cui costo capitale può essere altissimo, può avvenire in forma di prestito-affitto (leasing) e i bisogni di investimento variano secondo il settore merceologico e il tipo di impresa.

C'è dietro un problema qualitativo, l'esigenza di non trasformare la promozione, che implica una spinta iniziale, in assistenza permanente; o anche in assunzione diretta dell'impresa nel caso di «fuga» del neoimprenditore. L'ENI, avendo fatto esperienze negative in questo senso con «Indeni», ribadisce il concetto di non voler generalizzare imprese operanti nei campi e alle dimensioni più diverse. Vuole essere un promotore che offre servizi ed apporti iniziali, e basta. Di qui l'interesse — una confer-

La «job creation» (si legge all'incirca «glob criesion») diventa alla moda in alternativa alla stimolazione generale della ripresa economica ed alla fiducia nell'automatismo operante del mercato. All'azione pubblica «correttiva» di un mercato che produce grandi masse di disoccupati, e quindi perdita di risorse, non mancano soltanto gli strumenti. L'uso della spesa fiscale e statale per il sostegno di particolari interessi, o anche per arricchire i propri sostenitori, ha condotto a disavanzi pubblici che rendono inefficace o dannosa ogni manovra finanziaria globale. Gli interessi che hanno gestito la finanza pubblica ed i suoi strumenti, del resto, hanno gettato il discredito sulla sua efficacia. Un cambiamento di questo stato di cose sarà una battaglia lunga, richiede cambiamenti politici e sociali profondi. Quanto al libero mercato, si può dire che oggi implichi un alto tasso di disoccupazione. Non solo i capitali si concentrano nelle produzioni a bassa occupazione di manodopera ma la moderazione dei salari viene ricercata direttamente con la continua riduzione del carico di manodopera. Pur essendo il costo di lavoro il fattore minore del costo totale nella maggior parte delle attività, si finisce con l'individuare nel lavoro l'unico costo comprimibile: denaro, materie prime, immobili, macchine hanno un costo di

mercato obiettivo che nessuno riesce a contestare ad un tavolo di «parti sociali». Di qui la nuova attenzione alla possibilità di agire «dal basso» per creare «posti» e quindi nuove imprese. Lo spazio utilizzabile è poco o molto, a seconda di quello che si può fare per la utilizzazione più efficace delle risorse. In pratica, l'idea si basa sulla mobilitazione del «fattore umano» che porta con sé, oltre a capacità professionali, anche apporti diretti di risparmio e nuove gerarchie di responsabilità. Questa mobilitazione, oltre a produrre posti di lavoro e migliore utilizzazione di risorse, può aiutare a modificare strutture economiche e politiche che in questi anni hanno impedito, ad esempio, una adeguata ricapitalizzazione delle imprese manifatturiere, diventate quasi tutte tributarie della rendita finanziaria creata dall'enorme spreco di capitale che si compie nel sistema. Siamo dunque i primi interessati a discutere ogni esperienza che si farà nella nuova direzione. A questo primo servizio sull'Ageni, la nuova iniziativa lanciata dalla giunta dell'Eni, altri ne seguiranno sulle iniziative ed esperienze progettate.

Renzo Stefanelli

ma ed una fonte di esperienza — per quanto si sta facendo in altri paesi, specialmente per le esperienze francesi, più vicine, per la loro origine e destinazione, alle situazioni da affrontare in Italia. «Ageni» ha già definito dei contratti con diverse aziende del gruppo «Lanerossi», e li sta definendo con Eni e Imi. Il gruppo Carboni, gruppi che hanno grossi problemi di riutilizzo della manodopera in aree territoriali dove l'esigenza di sostegno dell'occupazione è vivissima. Beninteso, oggi la richiesta di crea-

zione di occupazione è generale però la risposta non può essere sempre la stessa. Quando si tratta di persone oltre i 30 anni di età, già formate ad un mestiere, le riconversioni professionali devono fare i conti con rigidità reali. In queste condizioni «Ageni» vorrebbe battere due strade: la ricerca di imprenditori già provati disposti ad allargare la propria attività e l'offerta di sostegno a nuovi imprenditori che possono essere reclutati fra gli stessi lavoratori dipendenti, fra artigiani o società cooperative di

lavoratori. La situazione è molto diversa nei due casi. Nel primo, ci sembra di avvertire una cautela maggiore rispetto alle passate esperienze Gepi e «Indeni»: i casi di incapacità, o anche di sfruttamento passivo dei vantaggi offerti, sono numerosi. Oggi si guardano, quindi, alla qualità della proposta, ad esempio se esiste una complementarietà fra le attività già svolte dall'imprenditore e le nuove che gli vengono proposte. Se ha esperienza del mercato e interesse alla innovazione, e

così via. I vantaggi che può offrire ad un tale imprenditore la società promotrice sono notevoli: dall'offerta di immobili industriali disponibili ad un «premio alla rioccupazione» alla introduzione in nuove aree di mercato, oltre che al vantaggio dell'avvicinamento. La sollecitazione all'emergenza di nuovi imprenditori è però la parte più difficile ma anche la più ambita dei programmi di promozione. Si fa riferimento al concetto inglese di «work shop», che somiglia all'italiano «la-

boratorio artigiano» (o «bottega artigiana») nonché implica l'idea molto più commerciale di una sede di lavoro — del tipo, mettiamo, dello «stanzone» tessile a Frato — che può non essere di proprietà dell'imprenditore. Le attrezzature possono non essere in proprietà poiché lo scopo è fare della produzione, spesso una o più fasi di un prodotto su commessa o con ripartizione di (funzioni) produttive fra lavoratori-imprenditori appartenenti ad una organizzazione produttiva più ampia (consorzio, cooperativa, associazione con altra impresa).

In questo caso, una società come «Ageni» curerebbe la predisposizione materiale dei mezzi di produzione ed organizzerebbe i servizi commerciali ed amministrativi. Il nuovo imprenditore vi porterebbe inizialmente la sua capacità professionale e responsabilità di produttore. Diventerà, però, autonomo nel tempo, organizzandosi per conto suo per utilizzare centri di servizi amministrativi, reti di vendita, aggiornamenti tecnici. «Ageni» si spinge fino all'idea di collaborazione all'inizio per la vendita di una quota di prodotto, purché vi sia la ricerca e l'impegno per una presenza diretta ed autonoma nel mercato. Naturalmente, deve esistere la possibilità di uscita. In Inghilterra la formula che si va affermando è quella di una organizzazione promozionale dell'impresa in cui «si entra e si esce con facilità», con la sostituzione del soggetto.

L'interpretazione della funzione imprenditoriale in senso professionale, così teorizzata, così rara da trovare. Si propone di sviluppare la professione di «organizzatore della produzione» senza orpelli di status privilegiato, senza pretese di protezione politica, sulla base di un contratto che la valorizzi e remunerati in modo da renderla attraente, socialmente apprezzata.

r. s.

Piccola azienda, ora non avrai più segreti

Una indagine dell'Istat su decine di migliaia di aziende di medie dimensioni - A colloquio con Ignazio De Nicola, caposervizio dell'ufficio statistico industri-

ROMA — Alla fine di giugno prossimo l'arcipelago della piccola e media impresa (industriale, artigianale, commerciale e dei servizi) avrà un volto più aderente alla realtà? L'Istat, che è l'Istituto promotore di questa indagine (su dati '83) veramente spera in qualcosa di assai più prosaico: cominciare a capire un po' di più in questo impalpabile e vivacissimo settore. «Abbiamo iniziato la nostra indagine il 16 gennaio scorso — ci dice Ignazio De Nicola, caposervizio dell'ufficio statistico industriale — e ci proponiamo di concluderla per il mese di febbraio. Questo almeno per la rilevazione delle cinquemila aziende industriali e artigianali che occupano da 8 a 9 dipendenti. Ma il lavoro dell'Istat non finisce qui: si estende anche a ventimila aziende del commercio e dei servizi, alle imprese che occupano da 1 a 9 dipendenti.

Come avviene la rilevazione? Attraverso interviste fatte da funzionari delle Camere di commercio e da studenti universitari. In sostanza viene comunicata all'impresa la data dell'incontro e in quella occasione si compila il questionario. Per motivi che qui non è il caso di spiegare, le risposte saranno anonime rispettando quella che è la pluridecennale deontologia dell'Istituto: il segreto statistico. Ma torniamo alle imprese e alla rilevazione. Per quelle con un numero di dipendenti superiore, dai 10 ai 19, il questionario sarà inviato per posta. Perché mai? «Perché — ci spiega il funzionario dell'Istat — le aziende di queste dimensioni occupazionali hanno una dimetichezza e consuetudine con il servizio postale assai maggiore di quanto possano avere quelle a carattere familiare. Per noi, dunque, è più facile e meno dispendioso.

Veniamo al questionario ed al suo contenuto di domani. I quesiti fondamentali sono quelli relativi ai: dati di struttura (occupazione); dati

dei costi (retribuzioni, spese per la prod. e per l'amministrazione); dati di fatt. Dalla differenza tra i dati di fatturato e di costo otteniamo — ci spiega De Nicola — il prodotto lordo.

In realtà, però, l'obiettivo dell'Istat è essere quello di ottenere un quadro più completo e fedele della contabilità nazionale. «oggi — prosegue De Nicola — della piccola e media impresa abbiamo saputo ben poco per questo che ci stiamo muovendo da noi, è vero, per aggiornare la contabilità nazionale ma dall'altra per giungere ad un confronto con la contabilità delle grandi imprese. A questo punto sembra obbligatorio mandare: che veridicità ha una rilevazione in particolare modo rivolta a quelle così difficilmente stabilibili sul fronte di pidaza contabile e fiscale? «Contraria ciò che si pensa — interviene De Nicola — maggiore veridicità noi la osserviamo piccolissime e piccole aziende dove, come unico interlocutore il titolare è da. Dove invece, e questo è il caso del caso che hanno una dimensione più grande può permettere il consulente fiscale a sono giusti. Il consulente, insomma, frappono come un filtro e la verità i fuori. L'errore nell'indagine, dunque, mente per difetto.

Insomma una rilevazione a vasto raggio che potrà servire, come riteneva stesse imprese messe al microscopio dente — conclude De Nicola — che i esserci una utilità immediata per l'impresa. Certamente questo, però, si so per le associazioni di categoria. d'altronde, queste organizzazioni ci elaborazioni su nostri dati.

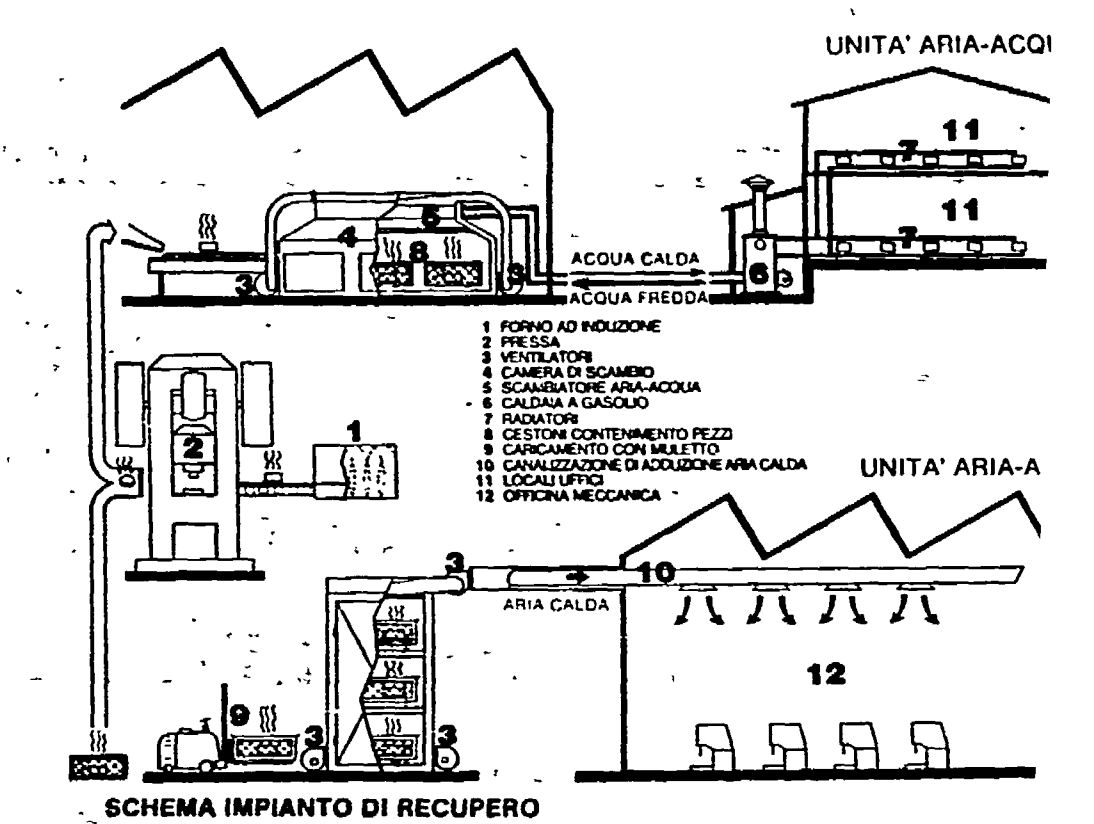
Renzo

Non mandare all'aria la produzione, ti potrai riscaldare

ROMA — È inverno, siamo nel cortile di una fabbrichetta del Nord, un gran freddo. In questa azienda si costruiscono stampati di grosse dimensioni (30, 40 chilogrammi) che una volta usciti arroventati dalla pressa vengono lasciati freddare all'aria. Il trasporto dal capannone al cortile viene fatto con un semplice carrello e il lavoratore (o il figlio del padrone, essendo una piccola impresa) sente un gran caldo nonostante la temperatura esterna dell'aria sia tutt'altro che mite. Scatta l'idea. E se utilizzassimo questo calore — si chiede tra sé e sé l'uomo — per riscaldare gli ambienti di lavoro e gli uffici?

Esperimento avviato dall'impresa Figli Di Stefano Bertoldo in collaborazione con gli esperti del dipartimento Fare-Enea - Il recupero del calore dei prodotti di stampaggio

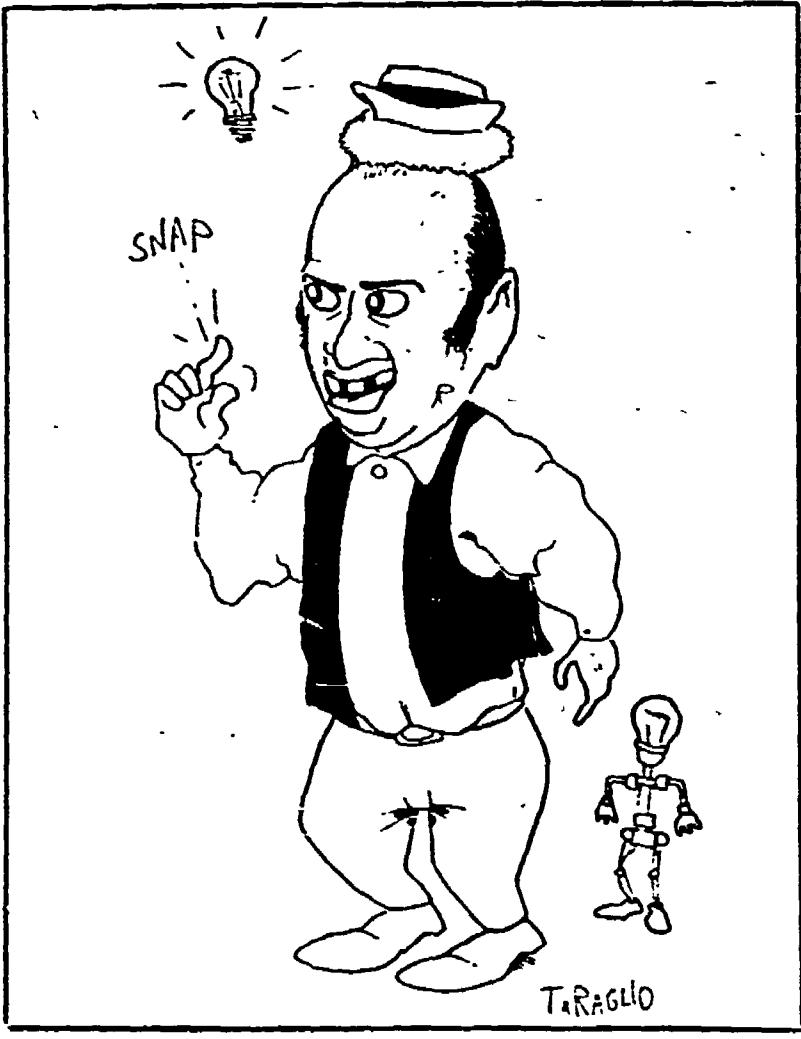
che in percentuale vuole dire circa l'80 per cento del costo totale. Non solo, dunque, oggi i 65 lavoratori dell'impresa (ad eccezione dei lavoratori che operano vicino al forno) e gli 11 impiegati sono riscaldati dal calore sprigionato dalla produzione, ma il campo di utilizzazione del calorifero si è esteso anche ad alcuni capannoni precedentemente lasciati al gelo. E d'estate? «Si sta studiando se è possibile, e vantaggioso, preriscaldare il materiale prima di mandarlo in pressa — ci dice sempre Bertoldo —. Ma questo utilizzo è ancora molto lontano. Per adesso ci accontentiamo di essere autoriscaldati dall'avvicinamento. La sollecitazione all'emergenza di nuovi imprenditori è però la parte più difficile ma anche la più ambita dei programmi di promozione. Si fa riferimento al concetto inglese di «work shop», che somiglia all'italiano «la-



r. san.

Brevetti... E se ci inventassimo qualcosa?

ROMA — Tra gli strumenti che si hanno a disposizione per contribuire allo sviluppo tecnologico c'è l'Istituto dei brevetti. Vediamo a che cosa serve. Esso ha lo scopo di favorire la produzione a livello industriale e la commercializzazione delle invenzioni sviluppando i suoi aspetti sull'economia sotto i seguenti aspetti: — incentivando la ricerca, proteggendo le imprese e gli istituti che investono ingenti capitali in essa e nell'applicazione dei suoi risultati; — spingendo il soggetto della produzione industriale verso l'acquisizione di nuove invenzioni costringendolo colui che deve operare, laddove vi è il diritto altrui di monopolio, ad innovare per uscire dall'ambito del monopolio stesso; — elevando il livello dei campi di ricerca, diffondendo le conoscenze sui risultati delle ricerche già brevettate. Per questo, lo scopo principale per cui vive l'Istituto della protezione brevettuale è quello di concedere ad un inventore un monopolio temporaneo per lo sfruttamento dell'invenzione, in cambio di una descrizione completa dell'invenzione stessa, del diritto di divul-



che presso l'ufficio centrale brevetti del ministero Industria giacciono circa 400.000 domande di brevetto ancora da esaminare. Si stanno esaminando oggi le domande presentate nel 1978: E d'altro canto, gli attestati che si rilasciano non sono sottoposti ad esami adeguati con l'unico risultato di far perdere valore al brevetto stesso. Le disposizioni legislative sono ormai, oltre che limitate, un lontano ricordo. Il bollettino dei brevetti, che serve ad informare la collettività delle invenzioni acquisite e della loro industrialità, è stato pubblicato per l'ultima volta nel 1976 quando doveva avere cadenza mensile, la stampa delle descrizioni è ferma al 1974 e così via. Inoltre un istituto importante quale quello della licenza obbligatoria (istituto che consente allo Stato di assegnare obbligatoriamente ad altri la possibilità di sfruttamento di un brevetto depositato presso l'ufficio centrale) è stato a soddisfare pienamente esigenze economiche e sociali del paese, non sia stato messo in atto dopo un certo periodo di tempo) è stato pressoché ignorato. Ancora un dato. Mentre le

Notizie utili

COSÌ È RIPARTITO IL FIO Con oltre un anno di ritardo nei giorni scorsi la Camera ha provveduto a ripartire il Fio (fondo investimenti occupazione) 1984. Ne è venuto un abito da arciere che ora andiamo a far conoscere: — 26,5 miliardi sono stati assegnati al fondo per l'innovazione (art. 14 legge n. 46); — 370 miliardi al fondo per la ricerca applicata (art. 4 legge n. 1049); — 100 miliardi alla legge 696 per facilitare l'acquisto di macchine utensili; — 450 miliardi al fondo di dotazione dell'Enel; — 80 miliardi al fondo per il credito agevolato al commercio (art. 6 della legge n. 517); — 40 miliardi per il credito alle imprese artigiane; — 50 miliardi per il risparmio energetico (legge n. 308); — 48 miliardi alle Gepi; — 30 miliardi alla Regione Calabria per interventi urgenti relativi al trasferimento di centri abitati; — 70 miliardi per iniziative Eni ed Iri nei settori della industria manifatturiera e del terziario avanzato; — 55 miliardi per la realizzazione del Centro ricerche aerospaziali a Napoli, del Centro di ricerca sul carbone in Sardegna, del Centro di ricerca sull'alluminio e delle nuove leghe in Sardegna; — 15 miliardi per la valorizzazione delle risorse minerarie siciliane; — 10 miliardi per il completamento dell'impianto di educazione delle acque nel bacino dell'Iglesiente.

contro, sul tema «Banche-dati pe economica» ha messo in luce la economica della Cerved. Sono inter altri Piero Bassetti, presidente dell' della Cerved stessa; Rosario Amoc generale della Cerved ed esperti del banche-dati economiche. «L'esperienza della Cerved dimo chiarito Piero Bassetti, che è possi il profitto e l'efficienza al servizio ciò fornendo alle imprese dati settiva dell'Efbanca. La ricerca (la pr prima d'ora dall'Istituto) della più e impresa italiana tra le piccole i stria è stata fatta in collaborazione i re territoriali della Confindustria. I imprese del nostro paese) sono st calcolatore centrale dell'Istituto (p massima obiettività nella scelta: manifestazione) e il gioco è stato fa inseriti e mescolati bene i dati fu risultato: il primo premio è toccat di Anzola Emilia, Carpignani macché. Per intendervi quelle per man nostri gelati da degustare d'estate. Ora veniamo al premio. In che c Per l'azienda oltre alla targa di vinc una statuetta opera dello scultore consistente sacchetto di gettoni per il valore complessivo di ben 1 dividere equamente tra i dipende nata impresa.

PRODOTTIVITÀ: OSCAR A CAP VORO Non vorremmo sbagliare, m prio la prima volta che un Oscar vie to ex quo a imprenditore e dipend che è avvenuto la scorsa settim tiva dell'Efbanca. La ricerca (la pr prima d'ora dall'Istituto) della più e impresa italiana tra le piccole i stria è stata fatta in collaborazione i re territoriali della Confindustria. I imprese del nostro paese) sono st calcolatore centrale dell'Istituto (p massima obiettività nella scelta: manifestazione) e il gioco è stato fa inseriti e mescolati bene i dati fu risultato: il primo premio è toccat di Anzola Emilia, Carpignani macché. Per intendervi quelle per man nostri gelati da degustare d'estate. Ora veniamo al premio. In che c Per l'azienda oltre alla targa di vinc una statuetta opera dello scultore consistente sacchetto di gettoni per il valore complessivo di ben 1 dividere equamente tra i dipende nata impresa.

Per intendervi quelle per man nostri gelati da degustare d'estate. Ora veniamo al premio. In che c Per l'azienda oltre alla targa di vinc una statuetta opera dello scultore consistente sacchetto di gettoni per il valore complessivo di ben 1 dividere equamente tra i dipende nata impresa.

Per intendervi quelle per man nostri gelati da degustare d'estate. Ora veniamo al premio. In che c Per l'azienda oltre alla targa di vinc una statuetta opera dello scultore consistente sacchetto di gettoni per il valore complessivo di ben 1 dividere equamente tra i dipende nata impresa.

Per intendervi quelle per man nostri gelati da degustare d'estate. Ora veniamo al premio. In che c Per l'azienda oltre alla targa di vinc una statuetta opera dello scultore consistente sacchetto di gettoni per il valore complessivo di ben 1 dividere equamente tra i dipende nata impresa.

Per intendervi quelle per man nostri gelati da degustare d'estate. Ora veniamo al premio. In che c Per l'azienda oltre alla targa di vinc una statuetta opera dello scultore consistente sacchetto di gettoni per il valore complessivo di ben 1 dividere equamente tra i dipende nata impresa.

ROMA — Conosci la tua azienda? Fare questa domanda ad un operatore commerciale è spesso come chiedere ad una mamma se sa tutto del figlio: pensate che possa rispondere di no? E invece, ahimè, spesso l'uno e l'altra, il commerciante e la genitrice, ignorano molte cose delle loro creature. Proprio partendo dalla constatazione di queste lacune (del ne-

goziente, non della mamma), la Federazione italiana settore moda (FISMO) ha dato vita ad una originale ed interessante iniziativa. Illustrata domenica a Bologna in occasione della Tecnofiera, organizzata dalla confederazione l'annuale mostra delle attrezzature per il commercio. L'associazione ha preparato, con la consulenza del prof. Muzzolon, della «E. Mat-

Un manuale per un check-up aziendale

tei, la scuola postuniversitaria dell'ENI, un manuale per il check-up aziendale. Avete letto bene, un check-up. Perché quando uno sta male o vuole sincerarsi delle proprie condizioni di salute non va a farsi visitare dal medico? E questo vale anche per un'azienda. D'altra parte per un esercizio del settore tessile un'occhiatina allo stato di salute, in questo

obiettivo: rendere chiari alcuni concetti ormai fondamentali per la gestione aziendale e fornire i supporti che consentano di rendere operativi e funzionali i detti concetti. Nella prima parte della pubblicazione vengono indicati alcuni elementi base. Il primo capitolo fa così cenno al marketing, alla sua utilità e finalità, specificando cosa s'intende per marketing dei servizi. Segue poi un capitolo sul consumatore, sul suo comportamento, sulle attuali linee di tendenza e su quelle prevedibili per il futuro. Spiega insomma quale sia lo scenario ipotizzabile, oggi e domani, cercando di dare agli operatori dei riferimenti per orientarli nelle loro scelte programmatiche. Tutto è pronto a questo punto del manuale per procedere alla costruzione di un piano di mar-

ketting e per p schema di check Si arriva insom in cui è possibile tore commercial bilancio operati azienda, individui ti di forza e quel definendone la mercato, valuta delle scelte fatte

Rena