

Piccole e medie imprese artigiane davanti al Mercato unico europeo

# Se la chiave è lo sviluppo dei consorzi

Cosa succederà alle piccole e medie imprese del nostro Paese nel fantomatico 1993? Una domanda, come si direbbe, da un miliardo di lire soprattutto se si osserva la politica che si indirizza verso questa scadenza. E verso le imprese artigiane che tanto hanno dato in questi anni per occupazione e immagine nei mercati esteri? Vediamo di scoprirlo in questa nostra inchiesta in più puntate

CARLO PUTIGNANO

ROMA. È ormai certo che nel 1992 la libera circolazione di merci, di lavoratori, di servizi e di capitali nei paesi della Comunità comporterà un rilevante aumento della concorrenza tra le imprese europee, ma le piccole imprese e le imprese artigiane sono pronte ad affrontare questa scadenza?

Negli ultimi anni il complesso delle imprese artigiane ha svolto un ruolo molto importante nel sistema industriale italiano e ha fornito un notevole contributo a sostegno dell'occupazione. Infatti mentre negli anni 50 e 60 a causa delle rilevanti economie di scala e grazie all'integrazione verticale sono state le grandi e medie imprese a generare occupazione negli anni 70 e 80 le nuove direzioni del progresso tecnologico hanno reso compatibili

tecnologie avanzate con ridotte dimensioni aziendali e la maggiore flessibilità dimostrata dalle piccole imprese hanno reso più economici processi di frazionamento del ciclo produttivo.

Se si esaminano i dati dei censimenti industriali si può osservare che tra il 1971 e il 1981 l'occupazione nei complessi delle imprese artigiane è cresciuta del 17,4% mentre l'occupazione nelle sole imprese artigiane è aumentata di ben il 35,4%. Una recente pubblicazione della Cerved basata sull'elaborazione dei dati anagrafici presenti negli albi delle imprese artigiane tenute presso le Camere di commercio ci fornisce una dettagliata e aggiornata descrizione del settore.

Alla fine del 1988 le imprese artigiane ammontano a

1.385.116. Oltre la metà delle aziende artigiane operano nel settore manifatturiero ma un numero consistente è presente anche nel terziario classico (riparazioni, trasporto merci) e nel terziario avanzato (servizi alle imprese pubbliche, relazioni ecc.).

Una dimostrazione della vitalità del settore è data dal fatto che ben 703.506 imprese par il 52,5% del totale, sono nate dopo il 1980. Tra gli artigiani è rilevante la presenza di giovani: ben 254.790 pari al 15,2% del totale hanno meno di 29 anni di età e questa percentuale sale a oltre il 19% nei servizi. Nolevole anche la presenza femminile tra gli artigiani: ben 328.402 donne pari al 19,5% con una punta di oltre il 55% nei servizi.

Nel complesso dall'analisi di questi dati emerge un settore in espansione con una presenza affermata in molti settori, capace di garantire redditi ed occupazione e contraddistinta da una produttività simile o maggiore a quella delle imprese medio-grandi.

Per quanto riguarda le prospettive di lavoro con l'estero, la Cerved rileva solo le impre-

se che operano direttamente escludendo i casi di esportazione operati attraverso intermediari (buyers trading company, ecc.). Le imprese registrate sono ben 26.019 quasi tutte concentrate nel settore manifatturiero e il loro peso sul commercio estero è notevole.

Il 1992 rappresenta una sfida importante per queste imprese che già operano all'estero e rende di vitale importanza una politica del commercio estero che recepisca il ruolo svolto dalle piccole imprese e ne renda più efficace l'azione mediante finanziamenti all'esportazione una politica di sostegno dell'innovazione tecnologica e lo sviluppo di forme di cooperazione tra le imprese.

Difatti i principali problemi che incontrano le imprese artigiane per ottenere uno stabile accesso ai mercati esteri sono le scarse conoscenze delle pratiche di esportazione, le difficoltà connesse con il recupero crediti, l'insufficienza del livello produttivo e la frammentaria conoscenza delle caratteristiche dei mercati esteri.

Lo sviluppo di forme consorziate rappresenta lo strumento in grado di eliminare questi problemi.

	1971	1981	variazione
Totale imprese	2.847.313	2.238.044	+27,3%
addetti totale imprese	13.001.187	11.077.633	+17,4%
Imprese artigiane	1.180.710	877.422	+34,6%
addetti imprese artigiane	2.730.835	2.016.743	+35,4%

fonte: Censimenti Istat

Settori	Totale imprese	Imprese nate dopo il 1980	Imprese operanti all'estero
Agricoltura	10.111	4.203	95
Energia, gas	305	172	9
Industria estrazione	28.213	13.855	2.405
Industria meccanica	171.112	87.854	6.605
Industria alimentare, abbigliamento, mobili	335.835	180.326	14.792
Costruzioni	320.402	183.592	450
Commercio, pubblici esercizi	159.379	80.357	1.022
Trasporti, comunicazioni	121.487	50.895	131
Credito, assicurazioni, servizi imprese	131.171	8.130	144
Servizi pubblici e privati	168.432	90.684	92
Non classificate	11.530	3.438	274
<b>Totale</b>	<b>1.339.597</b>	<b>703.506</b>	<b>26.029</b>

fonte: Cerved, analisi su 91 province

Settori	Totale artigiani	Di cui femmine	Di cui età inferiore a 29 anni
Agricoltura	12.615	1.174	1.930
Energia, gas	408	49	88
Industria estrazione	41.251	7.510	5.549
Industria meccanica	238.062	29.583	37.415
Industria alimentare, abbigliamento, mobili	450.662	149.278	87.485
Costruzioni	388.020	10.907	69.225
Commercio, pubblici esercizi	196.988	12.707	26.890
Trasporti, comunicazioni	134.459	6.787	15.617
Credito, assicurazioni, servizi imprese	16.861	5.071	3.294
Servizi pubblici e privati	185.828	103.355	35.688
Non classificate	15.170	2.283	1.620
<b>Totale</b>	<b>1.680.275</b>	<b>326.402</b>	<b>284.790</b>

fonte: Cerved, analisi su 91 province

Nonostante il peso economico, pochi contributi

## Ottomila miliardi di export, una manciata di finanziamenti

Azienda artigiana, possente presenza. Antitesi alla grande impresa. Se ne parla poco. Flessibilità, innovazione, prodotti aderenti ai gusti parcellizzati dei consumatori, sono alcuni dei tratti distintivi. È da rivoltare il quanto dell'organizzazione interna ed esterna avviando l'ingresso massiccio dell'informatica. Aiuti, attesi dallo Stato, istituzioni europee e dalle banche.

MAURIZIO GUANDALINI

La Radiografia della piccola e media impresa artigiana. Maggioranza nel manifatturiero (74,4%) e nelle costruzioni (7,0%). Cinque milioni di addetti. 38,1% del intero settore produttivo. Ottomila miliardi di export. Il riscatto del piccolo? Negli States 180% dei nuovi posti di lavoro creati negli ultimi anni provengono dalle piccole e medie imprese e da quelle artigiane. Il capitolo è aperto. Attorno, un fermento pieno di iniziative d'ogni natura. Dal Salone delle tecnologie dell'informazione per l'impresa artigiana, a Venezia, patrocinato dalla Comart (giornale alla prima sessione della Conferenza nazionale sull'artigianato, tenuta a Sorrento, s. a. settimana, il secondo appuntamento a Firenze). Da oggi, per una serie di puntate, iniziamo a interessarci ad una realtà economica marginata.

Il settore della grande impresa lasciando spazio alla flessibilità tipica delle microstrutture produttive. La sfida dell'imprenditoria minore è nell'innovazione, nella cultura del prodotto, nella qualità contrapposta ai bassi costi di produzione. Si scontrano due vie obbligate, la grande impresa che diviene piccola terziarizzando ed esternalizzando attività tradizionalmente svolte all'interno, e le piccole imprese che mutano in grandi, collegandosi attraverso infrastrutture intelligenti per fare sistema. Tende piede la risorsa informatica come strategia aziendale.

Insieme al computer - e per estensione l'informatica - non è solo un mezzo che tiene la contabilità, ma garantisce la flessibilità nella produzione e nella gestione (indispensabile - afferma Massimo Rendina vicepresidente del Centro interdisciplinare per lo studio dell'informazione e della comunicazione - al mondo dell'artigianato, dall'organizzazione aziendale alla computerizzazione di assistenza alla creatività sino alle forme di microbotica e di sistemi esperti). L'informazione tempestiva aiuta a decidere

meglio. Se flessibilità vuol dire modificare la produzione in base ai variabili gusti del consumatore, vuol dire anche modificare rapidamente la struttura. L'organizzazione stessa dell'azienda. Quindi per centrare la strada dell'innovazione, irta di difficoltà, occorre uno stretto collegamento col lavoro di ogni giorno, sottoposto alla verifica del mercato. La rivoluzione tecnologica non è indolore. Anzi, è richiesto un salto di mentalità. Vedere e capire cosa succede anche negli altri settori industriali, magari assai distanti da quelli di propria competenza.

Qualcosa si muove. L'Enea (Ente nazionale energie alternative) è intervenuta in zone geografiche popolate da numerose piccole aziende. Anzi, un sistema che mostra una grande vitalità imprenditoriale, ma spesso sono rimpiccate nella rispettiva specializzazione tecnica, poco sensibili all'offerta di nuove tecnologie. Agostino Mahis, direttore dei Sistemi informativi Enea spiega l'intervento nell'area tessile di Prato che è un sistema produttivo fortemente interconnesso dove operano 15.000 aziende, di cui solo circa 2.000 hanno dimensione di piccola e media industria mentre altre hanno dimensione artigiana e dove molti altri operatori sono coinvolti nel processo produttivo: trasportatori, banche, dogane, enti locali. Il tessile come altri campi dell'industria tradizionale per restare competitivo deve disporre di una efficiente infrastruttura tecnico-organizzativa, gestire le comunicazioni e le banche dati per mantenere un corretto rapporto con

la clientela e con i fornitori. «Eliminando la documentazione cartacea - precisa Mahis - riducendo i tempi di trasmissione ed abolendo i lavori di basso livello si possono conseguire benefici nell'ordine del 10% del valore dei beni e dei servizi. Parliamo di scambio elettronico dei documenti. Ed, Electronic document interchange. Ed è lo scambio, in mezzi telematici, di dati, strutturati in forma di documenti - sponosio assumere valore legale - in condizioni di massima sicurezza, direttamente tra elaboratori gestionali di enti ed aziende diversi. Carta vincente che accelera la competitività di tutti i settori manifatturieri. Risultati: l'eliminazione della documentazione cartacea, la riduzione drastica dei tempi di trasmissione, la soppressione di gran parte del lavoro di ufficio di basso livello (immissione dati, smistamento documenti, ecc.). Rapidi i tempi del ciclo produttivo e della giacenza dei materiali. Negli Stati Uniti in Europa per ora non più di 500. Per il 1995, tuttavia si prevede che in Usa lo adatteranno almeno 250.000 aziende ed in Europa.

L'artigiano è un imprenditore polivalente. Deve occuparsi di gestione, amministrazione, marketing. Serve avere a disposizione informazione specializzata e specifica sull'attività dell'impresa. Le associazioni di categoria devono dotarsi di mezzi nuovi, vicini alla telematica. Allargandosi in Europa l'impresa artigiana è vista un po' come un pesce fuor d'acqua. A mettere una pezza dovrebbe

arrivare la politica. Se il piccolo imprenditore e l'artigiano sono concentrati sul miglioramento e il perfezionamento del loro prodotto le istituzioni devono avviare interventi di formazione e perfezionamento professionale dei titolari d'impresa e dei loro collaboratori nell'innovazione tecnologica.

L'Unione europea dell'artigiano e della piccola e media impresa ha di recente aperto un ufficio a Bruxelles per essere presenti con continuità e tempestività nel luogo dove maturano le decisioni e prendono corpo le direttive destinate a trasformarsi in legge nei paesi membri. L'Ice (Istituto per il commercio

estero), con un proprio giornale quotidiano e con un servizio telex dà informazioni per la ricerca di partner commerciali, su appalti pubblici, di lavoro e fornire nei paesi in via di sviluppo. Così il Bc-Net, Business cooperation network una rete europea costituita da soggetti che svolgono funzioni di consulenti d'impresa (centro di commercio, associazioni studi privati). A Brescia le quattro maggiori organizzazioni italiane dell'artigianato gestiscono l'Europortello. Con la posta elettronica è possibile inoltrare alla Centrale task force Pmi domande sugli argomenti più vari, dalle opportunità commerciali alle norme Cee, ai vari progetti di cooperazione internazionale.

## Self-made man «modello marchigiano»

Quando si parla di made in Italy la mente corre ad aziende che ormai hanno sfondato mercati nel nostro paese e all'estero. Ma spesso la ragnatela imprenditoriale che costituisce questa realtà è fatta da imprese che vanno avanti solo grazie agli sforzi degli imprenditori e delle loro maestranze senza un becco di contributo pubblico. È il caso della Blooming, azienda tessile-abbigliamento.

MAURO CASTAGNO

ROMA. Piccolo è bello non va più di moda in Italia; ed è un peccato perché appena si volta lo sguardo verso tante regioni, ci si accorge dell'esistenza di una moltitudine di aziende sene, che vanno avanti a vantaggio del made in Italy, solo grazie a sforzi autonomi quasi completamente privi del sostegno pubblico. Un caso esemplare di questa situazione è rappresentato dalla Blooming, una valida impresa del settore tessile abbigliamento che ha fissato nella Marche la sua zona produttiva di riferimento. La cosa non è casuale, non solo perché il dinamico titolare dell'azienda, un esemplare self-made man, è nato a Colli del Tronto (in provincia di Ascoli Piceno), ma anche perché le Marche costituiscono uno dei paradigmi di una realtà economica esuberante, basata su imprese non grandi, e tuttavia attivissime. Tanto che spesso si parla in giro di vero e proprio «modello marchigiano».

In cosa consiste questo modello? Sostanzialmente in una capacità imprenditoriale peculiare che ha creato un tipo di sviluppo alla giapponese: solidarietà e fiducia tra una miriade di imprenditori capace di tradursi in una divisione del lavoro tra le aziende quando una sola non ce la fa e nella realizzazione di significative sinergie. Solo che questa stessa polverizzazione sta oggi creando qualche problema. Ecco come, infatti, carenze soprattutto a livello di frammentazione dell'offerta - dalla insufficiente «struttura» di marketing in grado di contattare e dirigere la domanda finale.

In questo senso dovrebbe intervenire gli organismi pubblici per supportare un'azione produttiva dinamica ma che rischia, per mancanza di sbocchi, di diventare asfittica. Perché - sia chiaro - gli imprenditori devono fare la loro parte, ma non a tutti si può chiedere di avere la capacità e l'efficienza dimostrata dalla Blooming. Queste capacità dimostrate dalla azienda marchigiana possono, tuttavia, costituire un buon modello che varrebbe la pena imitare. Due parole sulla Blooming e sulle sue realizzazioni vanno quindi spese.

Esperienza tecnica del settore, per la tessitura di una rete di rapporti commerciali, e per una approfondita conoscenza del mercato. Dieci anni fa la svolta Panichi può ormai spiccare il volo come imprenditore. Da questo momento in poi la crescita, a dimostrazione della giustezza della scelta, è costante. In questo campo più delle parole contano i fatti, e i fatti sono rappresentati, innanzitutto da cifre significative: oggi la Blooming vale 50 miliardi all'anno di fatturato con proiezioni verso gli anni a venire ancora migliori. Tutto lascia prevedere, infatti, che il fatturato salirà a 82 miliardi nel 1989 e a 130 nel 1990. Questo andamento si accompagna ad un aumento dell'occupazione giunta alla soglia dei 200 addetti interni (ma non sarebbe giusto dimenticare i mille lavoratori esteri a facon). Il discorso occupazione, del resto, induce a sottolineare una cosa: il rapporto molto positivo, anche in termini sociali, fra la struttura imprenditoriale dell'azienda e i lavoratori occupati in essa.

È indubbio che proprio qui risiede una delle ragioni del successo di una marca che si sta affermando sempre di più in tal modo «più facile, infatti, costruire sul futuro privilegiando la vera carta vincente, la qualità. Ora, l'abbigliamento casuale, da uomo, donna e bambino, le tute e la biancheria sformata dalla Blooming sono sicuramente di alto livello. Tant'è che una delle maggiori preoccupazioni di Panichi, visto che le vendite vengono da abbigliamento senza fiore, anche per mantenere prezzi allineati a standard non eccessivi, è quella di esaltare il marchio, mettendo l'azienda al riparo di rischi esteri. Da qui un'attenzione sempre più marcata all'aspetto commercializzazione, anche perché il passo che la Blooming vuole fare è quello di affermarsi pienamente a livello nazionale, per poi cominciare a superare le frontiere italiane. La cosa può essere difficilissima, ma non impossibile. Viste le premesse, tutto lascia prevedere che questi passi verranno coronati da successo. Garanzia in tal senso viene non solo dalla tenacia, dalla conoscenza professionale e del mercato dimostrata dal presidente dell'azienda, ma anche dall'attenzione che ogni griffe stanno dimostrando verso la Blooming. Il fatto che una firma come Roberto di Camerino abbia già stabilito dei rapporti, la dice lunga sulla serietà del marchio dell'azienda marchigiana.

# Quando il made in Italy diventa solidarietà

Vi ricordate il disastroso terremoto dell'Armenia che tanto ha sconvolto l'Unione sovietica e le stesse coscienze dei paesi occidentali? Ebbene tutto ciò ha messo in moto non solo una gara di solidarietà tra i maggiori quotidiani del nostro paese ma anche tra le imprese italiane. Prova ne sia che recentemente è giunta un'Urss una nave italiana carica di case prefabbricate. Andiamo a conoscerne la storia.

ROMA. Il «made in Italy» mostra la sua forza anche nei momenti di solidarietà internazionale. È in questi termini che si può leggere l'intervento italiano nei confronti delle popolazioni armenie colpite dal disastroso terremoto del dicembre scorso.

Le prime «case» che costituiranno il «Villaggio Italia» a Spitak la città armena rasa al suolo dal terremoto partite ai primi di febbraio sono giunte a Poti il più grande porto sulla costa

caucasica del Mar Nero, con la nave mercantile «Jolly Nero».

I moduli abitativi di pronto impiego, realizzati per il ministero della Protezione civile dalla società Edil Prod del gruppo Iralstat, sono casette ad un piano che possono essere montate nel giro di mezz'ora hanno una superficie variabile da 56 a 76 metri quadrati a seconda del tipo, con un sistema autonomo di riscaldamento e di elettricità so-

no completi di cucina e bagno e resistenti a temperature esterne che vanno da meno 30 a più 70 gradi.

L'unità abitativa, più volte riutilizzabile è un prodotto industriale «di serie», assemblato su catena di montaggio in stabilimento e sottoposto alle più severe prove di laboratorio e certificazione di «agreement» nazionale ed estere.

Il «Villaggio Italia» di Spitak, che una volta ultimato sarà in grado di ospitare circa mille armeni sarà composto da 196 moduli abitativi 16 moduli di servizio 40 container industriali e 13 container di tipo speciale, verrà affiancato da un ospedale da campo fornito dagli alpini di Bergamo e da un centro socio sanitario per l'assistenza ai bambini sarà completamente autonomo,

con negozi ed un proprio centro di servizi comunali. «I bambini hanno dato fiori agli amici italiani - ha ricordato l'agenzia sovietica Tass - un ragazzo ed una ragazza hanno offerto loro del pane con sale e vino rosso. Su invito del comandante della nave, Cateello Cimino vicepresidente dei Consigli dei ministri della Georgia e dell'Armenia, Zuras Chkheidze e Levon Saakyan hanno visitato il Jolly Nero».

Levon Saakyan «ha espresso per conto del popolo armeno la gratitudine al governo ed al popolo italiano per l'assistenza prestata in un momento così difficile».

Il vicepresidente del Consiglio dei ministri dell'Armenia - ha continuato l'agenzia sovietica - ha definito

l'iniziativa italiana «una manifestazione del trionfo dei principi del nuovo pensiero politico nella sfera internazionale».

«La tragedia dell'Armenia ha mostrato l'importanza dei valori veramente umani, di ogni vita umana, ha mostrato quanto è grande amore il cammino da compiere per la costruzione della pace e di buone relazioni sulla terra nostra casa comune», ha sottolineato Petre Beraya, il primo segretario del Comitato di Poti del Partito comunista della Georgia.

«Oggi voi siete qui in seguito ad un tragico sviluppo degli eventi ma sono sicuro che questo incontro è una garanzia per le nostre buone relazioni future», ha aggiunto.

## Conad: Bene insieme nei supermercati

ROMA. Conad, una delle realtà distributive più importanti in Italia, ha realizzato un nuovo strumento di dialogo con il suo pubblico «Bene insieme», il primo magazine italiano in distribuzione nei supermercati.

La rivista mensile tratta inizialmente in 600 mila copie, che arriveranno ad un milione entro dicembre, si potrà trovare in tutti i punti vendita del consorzio a partire da marzo.

«Bene insieme» verrà presentato ufficialmente martedì prossimo a Roma al Grand Hotel alla presenza di politici, economisti e personaggi del mondo dello spettacolo. Seguiranno una cena di gala ed un concerto del celebre flautista Severino Gazzelloni.

## Quando, cosa, dove

Oggi. Dibattito dedicato a «L'immagine della donna nella civiltà delle immagini». Intervengono tra gli altri, Lidia Ravera, Armando Testa, Mario Mancicelli. Roma - Residenza di Ripetta.

\* Si inaugura la XIX edizione di Bibe interfood Mostra internazionale dei prodotti e servizi per il bere e l'alimentazione. Genova Fiera - Dal 4 al 9 marzo.

Mercoledì 8. Si tiene il Forum sugli investimenti Interventi di Marco Onadò, Mario Gabbaneli, Alberto Quadrio Curzio, Ettore Fumagalli. Milano, Hotel Michelangelo - 8 e 9 marzo.

\* Mercoledì 8 marzo ore 18 presso l'Unione degli Industriali di Roma e Provincia il Gruppo Giovani Imprenditori, nell'ambito del programma «Incontri con i protagonisti della vita economica e sociale» incontra Giorgio Benvenuto sul tema: «Roma Capitale il ruolo delle forze sociali».

Giovedì 9. IV Congresso nazionale della Confcoltivatori sul tema «Dalla protezione alla competizione professionalità, parità, innovazione». Roma Auditorium della Tecnica - Dal 9 al 11 marzo.

\* Promosso dalla Confindustria, dalla Assolombarda e dalla Prometeia si terrà un convegno sul tema «L'industria europea previsioni al 1992. Un esercizio previsionale congiunto europeo» Intervengono tra gli altri Walter Mandelli, Giuseppe Garofano, Innocenzo Cipolletta, Beniamino Andreatta. CA cura di ROSSELLA FUNGHI.