

Attilio Geroni
MILANO

■ La mutazione genetica del Made in Italy in Obstructed (nel senso di Ostruito) in Italy, secondo la definizione di Bill Emmott sui mille ostacoli del fare impresa nel nostro paese, non è ancora compiuta. Il dibattito lanciato ieri sul Sole 24 Ore con l'ex direttore dell'Economist e l'economista Marco Fortis, trova nuovi interlocutori. Dal presidente di un gruppo medio-grande a quello di una piccola azienda tessile del Varesotto al produttore di chiavi per auto con transponder: tutti d'accordo nel giudicare possibile - e doveroso - continuare a fare business in Italia, non importa se nel manifatturiero o nei servizi ad alto valore aggiunto.

«Un problema non toccato nel dibattito Emmott-Fortis, probabilmente per mancanza di tempo e spazio, e che secondo me resta cruciale per il made in Italy, è la sempre minor attrattività dell'Italia come destinazione di investimenti stranieri», sostiene Roberto Sestini, presidente della Siad, gruppo bergamasco da 500 milioni di fatturato, specializzato nella produzione e distribuzione di gas tecnici, impianti e apparecchiature: «Da quanto tempo non si registra l'investimento importante di un gruppo internazionale? Da tanto, troppo tempo. Anzi, alcuni se ne stanno andando. Perderli significa anche perdere la conoscenza diretta di quello che succede all'estero e l'industria, si sa, vive dello scambio di informazioni».

Sestini vede nella «burocrazia pazzesca», e non nel costo o nella flessibilità del lavoro, l'ostacolo più grave alla crescita di un'impresa: «Il problema devastante non è la complessità normativa, ma l'incertezza dei tempi. Abbiamo una selva di uffici pubblici, drappelli di funzionari, ma nessuno che prenda una decisione entro tempi ragionevoli per le esigenze elementari di un'azienda».

Made in Italy. Parlano gli imprenditori

«Si può produrre
ma con qualità
e innovazione»

Massimo Bianchi, amministratore unico di KeyLine, azienda di Conegliano che progetta e produce chiavi e macchine duplicatrici, non ha paura degli ostacoli. Era abituato a saltarli e ad evitarli fin da quando era campione di triathlon. Produrre in Italia ha ancora un senso, in queste condizioni? «In queste condizioni (di sistema paese precario, ndr) non ci siamo solo noi, siamo in buona compagnia. Il Belgio è da parecchio tempo senza governo e ha battuto un primato mondiale negativo. Progettare e produrre qui ha un senso, certamente, ma bisogna innovare in continuazione e produrre cose che la concorrenza non è in grado di produrre. La nostra ultima macchina duplicatrice di chiavi, ad esempio: monta un computer di bordo ed ha un touch screen. Di una semplicità estrema, tanto che un cliente l'ha definita come la macchina che potrebbe usare anche sua moglie. E questo, le assicuro, non è un complimento da poco».

Sulla stessa lunghezza d'onda è lo slancio innovativo di un'altra impresa nordestina, la Ceccato, azienda storica del Vicentino specializzata nella progettazione e produzione di sistemi di lavaggio per auto e trasporti pubblici. Riccardo Dolcetta, direttore commerciale, parla delle ultime invenzioni, dal sistema di lettura automatica e in tempo reale della sagoma di una vettura, «che si traduce in maggiore produt-

tività e quindi in maggiori ricavi per la clientela», a quello di lavaggio chimico, ad alta pressione, senza spazzoloni: «La risposta della clientela di fronte alle innovazioni è praticamente immediata».

Il botto e risposta tra i nemici-amici Emmott e Fortis ha evocato uno dei tanti convitati di pietra al tavolo dell'internazionalizzazione del Made in Italy, il problema dimensionale, le Pmi che stentano a crescere e quindi ad "allungarsi" sui mercati più lontani, che guarda caso sono quelli a crescita più sostenuta. Piero Provasoli, presidente della Paolo

IL FORUM EMMOTT-FORTIS

Il dibattito lanciato ieri dal Sole 24 Ore anima la discussione tra gli industriali: dito puntato sull'attrattività del paese

Gilli, società di Gallarate che fa produrre e distribuisce tessuti di qualità per abbigliamento e casa, sostiene che può esserci un limite alla crescita dimensionale delle piccole imprese nel tessile: «La produzione ha ormai senso nell'alto di gamma, quindi quantità non particolarmente grandi. La crescita dimensionale spinge in alto i volumi e tali volumi hanno senso solo se si diventa fornitori di gruppi come Zara, H&M, e allora si entra nel low cost dove non possiamo essere competitivi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

HANNO DETTO



Massimo Bianchi

Amministratore unico KeyLine

«Bisogna innovare senza sosta e scegliere ciò che la concorrenza non può offrire»



Roberto Sestini

Presidente Siad

«Troppa burocrazia, stiamo perdendo la capacità di attrarre investitori esteri»

