LARGO CONSUMO
Aprile 2013
Diffusione: 4.644

Come fare impresa in Italia

Le piccole e medie imprese nazionali rappresentano un modello solido e vincente anche in un contesto sempre più globalizzato come quello attuale.

di **Ferdinando Crespi**

Approfondimenti:
http://tinyurl.com/LCPmi

Nel contesto sempre più globalizzato e inasprito dall'attuale crisi, gli analisti e gli imprenditori sono a caccia di paradigmi, almeno sulla carta, vincenti. È naturale che gli italiani guardino per prima cosa in casa propria, osservando le performance delle aziende nostrane, che infatti per molti versi rappresentano un paradigma in grado di superare i periodi difficili e cavalcare quelli buoni. E sono le Pmi, in particolare, il cuore di questo esempio virtuoso di essere e fare impresa. Lo ha sostenuto **Enrico Finzi**, sociologo e ricercatore, nell'ambito della presentazione del **Cis** (Consorzio italiano scatolifici), indicando il modello delle Pmi quale esempio non solo di successo, ma anche di fascino, destinato ad avere lunga vita in un contesto sempre più globale.

Sono 10 le ragioni-chiave di tale affermazione, e spaziano dai temi della flessibilità alle riflessioni sul networking, dal senso di appartenenza all'innovazione, dalle ricadute di valore nella società alla customer satisfaction e così via. È il primo capitolo del "decalogo" a condensare in sé molti degli argomenti poi sviluppati: la prima motivazione ha a che fare con la flessibilità, risultato di un mix di leggerezza (dimensionale), eccezionale reattività, presa diretta con il mercato e i clienti, risposta efficace agli stimoli del mercato, l'agire in una rete – più spesso informale che formale – di cui la piccola impresa (industriale o di servizi) è parte consapevole. L'agire in "rete", seconda teoria del paradigma, consente il superamento dei limiti dimensionali e culturali, favorendo l'integrazione non statica con molte altre realtà, aggiornandosi e correggendosi "in corsa".

Ed è anzitutto qui che il sistema italiano delle Pmi si configura come paradigma nel mondo e non solo per le imprese di modeste dimensioni, visto che tutti i grandi gruppi tentano di superare i loro limiti di elefantiasi, burocratismo, lentezza, demotivazione degli addetti, basso respiro strategico, ecc., trasformandosi essi stessi in network di unità produttive e/o di gruppi di lavoro autonomi, agili, responsabilizzati, collegati in rete, ecc. Da qui, il passo è breve verso il punto 3: l'organizzazione orizzontale, elemento di fascino rispetto alla piattezza, con i vantaggi delle strutture organizzative corte, dell'operatività (sistemi, norme e procedure leggeri ma efficaci), della relazione interpersonale continua, ancora più feconda se arricchita dalla cultura della delega, tradizionalmente assente nelle vecchie piccole industrie italiane. Relazione, quarto punto. Quella interna alla singola mini-organizzazione produttiva, quella nella rete (in grado di attivarsi immediatamente on demand, creando nuovi, inediti legami ad hoc), e quella della vera e propria "client orientation".

Si appartiene a un'organizzazione: il quinto punto è chiaro. Anche se con una piccola azienda non ci si sposa ma ci si fidanza, l'appartenenza è sempre più intensa che in altre organizzazioni. La sesta motivazione-chiave del fascino delle Pmi è che si mostrano capaci di essere non solo organizzazioni produttive, ma imprese sostenute dal consenso interno ed esterno (cioè sociale) per la loro capacità di produrre, attraverso lo sviluppo, valore e senso del lavoro.

Piccolo è bello, ed è innovativo: punto 7. L'ultimo Osservatorio **Unicredit** Piccole Imprese ha evidenziato che le imprese più digitalizzate sono le più ottimiste sul futuro. La capacità di produrre innovazione, abbozzata dalle grandi imprese, nelle piccole diventa pane quotidiano per la risposta a domande quotidiane. Fra queste ultime, ottava ragione-chiave, quelle dei clienti: le piccole realtà garantiscono una maggiore customer satisfaction grazie a un mix fecondo di esperienza specifica, specializzazione (e spesso vocazione), di ossessione della qualità del prodotto, di gusto dell'originalità distintiva e dell'innovazione problem solver, di servizio e avanzata cultura del servizio, di rapidità e flessibilità e, frequentemente, di ottimo rapporto qualità/prezzo. Nove: imitare. Economisti e sociologi esaltano la imitabilità, su più fronti, del modello d'impresa, tanto più utile quanto si voglia rafforzare uno sviluppo autonomo e si intenda, insieme, garantire l'integrazione dinamica delle comunità locali.

10: siate orgogliosi. La decima ragione ha a che fare con la motivazione motivante, con la straordinarietà dell'orgoglio dell'imprenditore e dell'impresa, ossia degli addetti, così come del network formale e informale, che si trasmette al mercato e a volte alla società tutta, malgrado i limiti sul terreno della comunicazione esterna. Un orgoglio che, se ben incanalato, determina soddisfazione di chi fa piccola impresa, di chi vi lavora, di clienti, fornitori, altri partner, stakeholder e shareholder e della comunità.

I DIECI PUNTI DI FORZA DELLE PMI ITALIANE

1	Sono flessibili
2	Lavorano in rete
3	Lavorano in organizzazioni orizzontali
4	Hanno agilità relazionale
5	Sono portatrici della cultura dell'appartenenza
6	Creano valore nella società
7	Producono innovazione
8	Garantiscono una maggiore customer satisfaction
9	Sono un modello di sviluppo imitabile
10	Sviluppano il senso dell'orgoglio

Fonte: Astra Ricerche — *Largo Consumo*

AUDACIA E OTTIMISMO

L'attuale crisi, compensata solo per una piccola parte delle imprese da un export extra-Ue, durerà almeno altri 6 mesi secondo il Centro Studi di **Confindustria**. Ciononostante, una recente ricerca **American Express** rileva che in Italia il 51% dei titolari di piccole imprese prevede una crescita degli affari nel 2013, nonostante nel 2012 abbia risentito (nel 70% dei casi) della flessione della domanda dei consumatori e nel 62% abbia patito l'ondata recessiva dell'Eurozona. Troppo ottimisti? Forse c'è spazio per un'undicesima teoria del paradigma: audaci, visionarie, ottimiste, le Pmi italiane osano e cercano di inserirsi dove vi sia uno spazio utile di manovra. Insomma, il modello delle Pmi è flessibile, impilabile verticalmente od orizzontalmente, aggregabile e disaggregabile, riproducibile e riciclabile, sempre utile e solido. ■

a cura di BABOL communication