

Crescere o non crescere? Questo è il problema delle piccole imprese

Pubblicato: Sabato 25 Giugno 2011



Il **nanismo** delle imprese italiane è un tormentone che da sempre gli economisti mettono al centro del dibattito sul sistema imprenditoriale del Bel Paese, ancor di più nell'era della globalizzazione. Se un tempo lo slogan **«piccolo è bello»** era di moda, oggi viene visto come un freno alla competitività o, per lo meno, come un fattore di rischio ulteriore. Insomma, il capannone che un tempo con pochi operai garantiva la piena e felice esistenza, oggi assicurerebbe solo la pura e incerta sopravvivenza. Sembra questo il destino di chi ha scelto la piccola dimensione produttiva. «Ahimè – commenta **Alfonso Fuggetta (foto sopra), docente del Politecnico di Milano e amministratore delegato del Cefriel**– piccolo non solo non è più bello, ma non funziona più in questo mondo. Io dirigo un centro di ricerca che dà lavoro a **circa 140 ingegneri**, tutti giovani professionisti e nessun precario. Non abbiamo sovvenzioni e siamo sul mercato con un fatturato di 12 milioni di euro. Durante la crisi non abbiamo avuto problemi di accesso al credito, anzi erano le banche che venivano da noi a chiederci se volevamo soldi. Eppure dobbiamo crescere, per assorbire più giovani e sviluppare progetti importanti. Abbiamo tantissimo potenziale che possiamo sfruttare grazie alla genialità italiana. Quante imprese bellissime abbiamo? Tante, ma ancora troppo piccole. Dobbiamo avere il coraggio di attuare una svolta. In questo il sistema italiano non aiuta perché tende a dare la caccia ai cattivi e non a premiare i bravi. In Italia il venture capital fa fatica perché è l'intero ecosistema che manca. Bisogna sviluppare automatismi e non burocrazia. Se fossi un'associazione di rappresentanza spingerei molto per il credito d'imposta sulla ricerca, ad esempio».



Si può crescere in molti modi, anche rimanendo piccoli, come spiega **Aurelio Ravarini (foto a lato), docente di Ingegneria informatica alla Liuc di Castellanza e direttore del Cetic**. «La crescita è una prospettiva, ma è sempre stata l'unica opzione. Oggi Internet dà una nuova soluzione alle piccole imprese che decidono di fare reti d'impresa. Essere felici, rimanendo piccoli, passa attraverso il rimanere vivi. Si può diventare grandi con un'aggregazione, anche se non è semplice perché bisogna vincere la diffidenza reciproca che c'è tra imprenditori. Piccolo è bello, dunque, se non isolato».



Per chi ha speso e spende la vita in un'associazione di categoria come **Confartigianato**, il problema del nanismo non è un problema se va di pari passo con l'efficienza. «Esistono molti percorsi virtuosi tra i piccoli – dice **Giorgio Merletti**, presidente dell'associazione Artigiani di Varese -. La tecnologia digitale in questa fase è necessaria per arrivare in modo più efficace e immediato sui mercati. È una leva necessaria per rendere molto più competitive le nostre aziende. Bisogna diffondere in tutte le piccole imprese la capacità che hanno le nuove tecnologie di interagire con il mondo». Nel fare rete diventa cruciale il ruolo delle associazioni di rappresentanza che a loro volta possono fare da catalizzatore rispetto alle imprese che vogliono crescere insieme come è avvenuto in provincia di Varese. «Gli artigiani – conclude **Mauro Colombo**, direttore di Confartigianato Varese – storicamente hanno sempre vissuto in un contesto di rete. Ciò che è cambiato è il gioco del tempo. In questa rete ci metto anche l'Associazione artigiani che eroga servizi reali anche con l'uso della tecnologia, che fa formazione grazie alla rete. Credo che la tecnologia abbia aiutato a rendere più frequente più diffusa e partecipata la nostra attività».

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it