

Se vuoi crescere devi aggregarti

Pubblicato: Lunedì 28 Maggio 2012



Crescere insieme e internazionalizzarsi. I due temi posti dal presidente di Univa, **Giovanni Brugnoli**, sono stati declinati nei due casi presentati a Malpensafiere, volutamente molto diversi tra loro: un grande gruppo internazionale, con oltre 5 mila dipendenti, e una piccola rete di imprese nata nel 2008 nel bresciano come reazione alla crisi. Due percorsi di crescita molto diversi tra loro per storia e metodo.

Ma come si fa a crescere? La domanda del direttore del *Sole 24 ore*, **Roberto Napoletano**, non ha una risposta univoca. «Il salto di qualità dimensionale – spiega di **Fabrizio Di Amato** presidente di **Maire Tecnimont spa**, società leader nell'engineering – l'ho fatto nel 2000, con l'acquisizione di una divisione di engineering della Fiat. Abbiamo messo insieme le competenze e le abbiamo fatto diventare il nostro core business». I numeri della **Maire Tecnimont spa** sono interessanti. Partito con soli 3 dipendenti, oggi Di Amato ne ha **ben 5.270** : il **50 % in Italia**, il resto nel mondo, soprattutto in India dove lavorano per la sua impresa ben **2000 ingegneri**.

Per **Vittorio Ori**, presidente di **Five For Foundry**, la dimensione di azienda è stata raggiunta grazie alla **rete** costituita con **altri 16 imprenditori**, per lo più di **Brescia**. **L'aggregazione** ha fatto bene al fatturato, + **37% nel 2011**, ma anche all'occupazione con **30 posti di lavoro creati nell'ultimo anno** per un totale di 500 addetti. «Noi nasciamo nel 2008 – spiega Ori – ci occupavamo tutti di macchine per fondere materiali ferrosi. Ci siamo uniti perché in quel momento non si sopravviveva e quindi aggregarsi era una necessità, anche se mettere insieme sedici teste intorno a un tavolo non è la cosa più semplice. Le reti di impresa servono alle pmi, perché solo così noi siamo riusciti a prendere alcune commesse. Noi non vendiamo un prodotto, ma una linea intera, cioè proponiamo una filiera». Oggi la rete di **Five For Foundry** è internazionale perché sono entrate imprese **polacche**, tedesche e francesi. «La chiave per entrare nei paesi dell'est – spiega Ori – come fornitore è la Germania e per entrare in **Germania** devi avere un partner tedesco».

Conquistare nuovi mercati non è semplice, anche se si è grandi. Sia **Cina** che **Russia** sono quelli più gettonati, ma le condizioni di contesto, culturali e ambientali, non sono per niente facili. La **Cin**, ad esempio, promette i maggiori passi di sviluppo, ma è anche il paese più competitivo e difficile che c'è nel mondo, perché, strano a dirsi, richiede investimenti in cultura, emozione e sentimenti. L'internazionalizzazione richiede una presenza nel paese, non basta una singola missione. Insomma, andare a vendere il proprio catalogo non basta più.

A complicare il tutto ci si mette anche il **sistema creditizio italiano**, un riflesso del sistema paese non

in grado di competere nemmeno con il proprio brand (il **made in Italy è il terzo brand al mondo dopo Coca-Cola e Visa**). «Nel credito abbiamo un **gap forte con i tedeschi** – conclude Di Amato – che va superato al più presto. I clienti **ci chiedono banche non italiane** in quanto comprano impianti completi, compreso il pacchetto finanziario. Il rischio è di venire esclusi da alcune partite, ad esempio i concorrenti coreani si presentano con pacchetti di finanziamento. Quindi se la credibilità del nostro sistema creditizio viene meno, sarà un problema».

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it