

**Piccole imprese italiane battono la grande crisi**

**S**tanche d'innovare, affamate di credito, bisognose di sostegni statali. Chi così dipingeva le imprese italiane e predicava su di esse il vento della crisi, stavolta, non ha raccolto tempesta. Ha sbagliato a prevedere, per l'eterno vizio molto italiano di sottovalutare (e sottovalutarsi).

Che il sistema imprenditoriale fosse più vivo potevamo già intuirlo mesi fa. Nell'annus horribilis 2008, l'export era salito da 500 a 573 miliardi di dollari. Le nostre "multinazionali tascabili" (sic Mediobanca) non avevano perso il vizio di competere. Oggi sappiamo che hanno tenuto anche nel 2009. In silenzio.

Nei primi 11 mesi il saldo delle imprese è salito di 26mila unità, sono morte ditte individuali, sono nate molte società di capitali. Il sistema ha vissuto la febbre della crisi per svilupparsi e ristrutturarsi. Oggi la fiducia è ai massimi da giugno 2008. In economia come nel calcio, l'Italia si scopre vincente di fronte ai grandi avversari.

**SCENARI** L'industria deve imparare a produrre e soprattutto a vendere meglio. Ma non può farlo da sola

## La sfida è tornare a correre

**L'obiettivo sarà il recupero accelerato dei livelli di crescita pre-crisi**

**L**a scommessa che l'Italia nel 2010 non è solo quella di un ritorno alla crescita, ma molto di più. In realtà, la sfida che attende il Paese è triplice: crescere in un mondo che crescerà meno che in passato, accorciare i tempi del recupero dei livelli produttivi ante-crisi, contagiare il resto d'Italia tornando il motore dello sviluppo economico nazionale.

È inutile nascondere che la dura recessione che l'Italia e l'Occidente hanno vissuto fi-

no a qualche mese fa ha distrutto fabbriche e posti di lavoro, seminato incertezza. Per un'economia orientata all'export il crollo della domanda dei mercati di sbocco pesa il doppio e a poco vale la consolazione che la caduta delle nostre esportazioni non dipende dall'insufficiente competitività dei nostri prodotti ma dal tracollo dei mercati internazionali. Questa realtà solleva due problemi e indica le direzioni di marcia per il 2010.

Poiché gli Usa non torneranno a breve la locomotiva del mondo alla stessa velocità e intensità a cui eravamo abituati, le nostre esportazioni dovranno riorientarsi verso i Paesi emergenti e cercare nuovi mercati. Ma esportare in Cina o in Algeria non è lo stesso che farlo in America o in Germania. Esportare in un mondo che cresce meno obbliga ad affinare le proprie armi sia sul piano industriale, sia commerciale. Da quando c'è l'euro gli italiani hanno smesso di essere i

cinesi d'Europa e sanno che non è sui prezzi ma sulla qualità che possono vincere sui mercati di tutto il mondo.

La rivalutazione dell'industria manifatturiera, del Made in Italy delle quattro A (alimentare, arredamento, abbigliamento, automazione-meccanica) e anche del capitalismo familiare che sta alla base delle multinazionali tascabili e dei distretti è il naturale retroterra di un sistema di imprese che deve vincere sulla qualità. Ma la sfida del 2010 dovrà fa-

re i conti con nuovi e più incombenti problemi. Il primo chiama in causa l'innovazione, la ricerca e il capitale umano, perché non si può pensare di migliorare la qualità dei nostri prodotti se alle spalle non c'è una politica che considera l'innovazione la priorità competitiva numero uno. Il secondo problema che il 2010 presenterà al nostro export è che non basta produrre il meglio ma occorre anche saper vendere al meglio.

Per l'Italia il 2010 può essere l'anno del ritorno al futuro, cioè di un ritorno a tassi di crescita che non si misurino solo in decimali ma mirino ad accorciare il recupero dei livelli pre-crisi e si collochino in un contesto mondiale che non è più quello di prima e che spinge al cambiamento. È una partita che dovranno vincere in primo luogo le imprese, aggregandosi, ricapitalizzandosi e spingendo di più sull'innovazione e sull'internazionalizzazione.

Ma è una partita che le imprese non possono vincere in solitudine senza il concorso lungimirante delle banche e senza una politica economica consapevole che attenuare le tasse sulle imprese e sul lavoro, ridurre la burocrazia, favorire la concorrenza e sviluppare le infrastrutture materiali e immateriali non sono gentili concessioni ma il meno che si possa pretendere da un sistema-Paese degno di questo nome.

### AGENDA 2010

## Mille primati per il made in Italy

**Classifica export Fondazione Edison: Italia seconda dopo la Germania**

Nel 2006-2007, poco prima che la più grande crisi mondiale degli ultimi ottant'anni avesse inizio, il made in Italy aveva raggiunto straordinarie posizioni di preminenza nel commercio internazionale. Ma questo fatto è ancor oggi sconosciuto alla maggioranza dell'opinione pubblica, in Italia e all'estero. E, probabilmente, anche se fosse noto, passerebbe ormai in secondo piano di fronte al devastante impatto della recessione economica, che ha attirato su di sé ogni attenzione. E invece è importante conoscere

quale peso il nostro sistema produttivo aveva saputo riconquistare sui mercati mondiali dopo il temporaneo appannamento d'inizio decennio, causato dalla concorrenza asimmetrica asiatica. Perché è proprio dai nostri punti di forza - quelli nuovi e quelli ritrovati - che dovremo e potremo ripartire per agganciare il treno della ripresa: ne abbiamo tutti i mezzi e le possibilità.

Dopo un eccezionale bionio di crescita, il valore dell'export italiano ha superato nel 2007 il livello record di 500 miliardi di dollari.

Ma la cosa più importante è che il 47% di questo valore è stato realizzato in oltre mille prodotti (1.022 per la precisione) in cui l'Italia figura nei primi tre posti al mondo tra i paesi esportatori.

Quello delle mille nicchie d'eccellenza del made in Italy è un primato sconosciuto, che smentisce una volta per tutte le tesi sul



presunto declino dell'Italia che sono andate di moda negli ultimi anni. È un primato che emerge da un nuovo indice di competitività elaborato per la Fondazione Edison (Indice Fortis-Corradini delle eccellenze competitive nel commercio internazionale).

**Marco Fortis**  
CONTINUA A PAGINA 4

### FOCUS

#### Certificazioni per migliorarsi

**I**l 71% delle imprese ritiene che siano importanti per la credibilità sulla sicurezza e qualità dei propri prodotti. Gli attestati di qualità sono ritenuti utili anche dall'89% dei consumatori.

A PAG. 6

### ALL'INTERNO

#### ► Piemonte, bando per l'innovazione

Dal 19 gennaio è operativo il Fondo rotativo istituito per i progetti innovativi di minor importo proposti da micro e piccole imprese. Si tratta di una misura importante, che può contare su uno stanziamento di 30 milioni di euro.

A PAG. 2

#### ► Lombardia, sei milioni per la riqualificazione delle imprese

Favorire l'ammodernamento e la riqualificazione delle strutture ricettive. È

#### ► Avviare un'attività sarà più semplice

Il modello di comunicazione unica per l'avvio dell'attività imprenditoriale è stato rivisto dal ministero dello Sviluppo. Un'altra tappa verso

A PAG. 3

A PAG. 3

il 1° aprile, quando la nuova procedura sarà obbligatoria per tutte le tipologie di imprese

A PAG. 5

#### ► I cinque obiettivi della "nuova" Basilea 2

Le banche saranno chiamate a raccogliere nuovo capitale o ad accantonare a riserva gli utili. Le nuove regole comprendono anche l'introduzione di un indicatore della leva finanziaria e di requisiti di liquidità.

A PAG. 7

### FOCUS

#### Promuovere gli investimenti

**E**urofidi ha attivato un plafond di garanzie per le Pmi del valore di 560 milioni di euro.

A PAG. 7

