

INTERVISTA | Vincenzo Boccia | Presidente Piccola industria di Confindustria

«Incentivare le Pmi a crescere»

L'imprenditore riletto all'unanimità: «Segnale importante di coesione»

Nicoletta Picchio
ROMA

Un cambiamento di pelle. Per superare quel vecchio slogan "piccolo è bello" poco adatto in un mondo globale, dove i mercati che crescono sono a migliaia di chilometri di distanza. «È una condizione da superare». Vincenzo Boccia da due anni lavora a questo obiettivo, da quando è stato eletto presidente della Piccola industria di Confindustria. Con un principio di fondo: «Agire con il confronto e non con il conflitto». All'esterno: con le banche, per gestire i problemi di liquidità legati alla crisi, con la politica, per creare un contesto adatto allo sviluppo delle imprese. Con le piccole che si propongono «non come un soggetto che chiede, ma come una realtà imprenditoriale consapevole del proprio ruolo, corresponsabile nell'impegno di far crescere il paese. Una nuova identità dove il cervello, cioè la razionalità, prevale. E con la Piccola che vuole intervenire sui nodi di sviluppo. Una svolta importante».

Ieri Boccia è stato confermato per il prossimo biennio, con un voto all'unanimità. «Un segnale importante di coesione in un momento difficile», dice il presidente. E sottolinea due aspetti: «È un riconoscimento del lavoro fatto. La dimostrazione di una Piccola che serra i ranghi, come ci aveva sollecitati la presidente Marcegaglia, e che è compatta dentro il sistema Confindustria».

La rielezione è avvenuta proprio durante le giornate del Pmi day, una novità voluta per la prima volta l'anno scorso proprio da Boccia: le piccole imprese che aprono le porte a studenti, famiglie, insegnanti e istituzioni per farsi conoscere, «per condividere la nostra passione e il nostro impegno per un futuro migliore del paese. Creando valore e occupazione». I numeri quest'anno sono aumentati: 600

imprese coinvolte, 70 associazioni, 400 scuole, oltre 27 mila partecipanti previsti.

Crescere sarà l'impegno dei prossimi due anni. Una strategia di continuità?

Sì. L'impegno della presidenza è di individuare tutti quegli strumenti che possano permettere alle aziende di consolidarsi e aumentare dimensione. Negli anni passati abbiamo dovuto fronteggiare l'emergenza della crisi. Per il futuro, anche se la situazione congiunturale resta molto difficile, l'approccio è più

**PICCOLO È BELLO
«È un vecchio slogan da superare, poco adatto alla realtà che stiamo vivendo»**

**STRUMENTI
«Stringere alleanze e mettersi in rete è importante per creare le economie di scala»**

strategico e di medio termine. **Un esempio su un tema importante come quello del credito...**

Due anni fa, all'inizio della crisi, con la moratoria e con accordi specifici con singole banche, come Intesa SanPaolo, abbiamo puntato ad evitare il credit crunch. Ora, per esempio, abbiamo rinnovato per la terza volta l'accordo con Intesa SanPaolo ed abbiamo inserito strumenti di finanza strategica, e non solo ordinaria, per rafforzare l'organizzazione e la parte commerciale delle imprese, il patrimonio, l'intermodalizzazione. Ci sono altre due gambe che riguardano l'aspetto credito e finanza: l'intervento del Fondo Italiano Investimenti, che può entrare come partecipazione nelle Pmi; inoltre la

possibilità che stiamo individuando nell'Advisory Board, da me presieduto, istituito da Borsa italiana per la fusione tra Mac ed Aim, di creare una vetrina per le pmi, come se fossero quotate, con un piccolo fee di ingresso, per attirare investimenti.

Confindustria spinge sulle reti: le pmi come stanno reagendo?

Creare alleanze e mettersi in rete è importantissimo per aumentare dimensione, per creare economie di scala, andare all'estero. I risultati stanno andando oltre le aspettative e stiamo puntando anche a realizzare reti internazionali. Tutto si muove nella strada che abbiamo intrapreso: partenariato per lo sviluppo. All'interno dei confini del paese, all'estero. Penso per esempio all'area mediterranea dove abbiamo già avviato un lavoro di collaborazione, che si è rallentato nei mesi scorsi per le vicende politiche della primavera araba, ma che ora stiamo riavviando. Ho avuto la delega dalla presidente Marcegaglia per rappresentare Confindustria nell'area Med e me ne sto occupando direttamente. A primavera si riuniranno le Confindustria del Mediterraneo a Tunisi, ci sarò. L'obiettivo è creare un grande portale dove le imprese possano scambiare informazioni e creare partnership.

Quindi identità, servizi, ma anche rappresentanza?

È l'altro tassello importante di tutto ciò su cui stiamo lavorando. Con l'accordo del 28 giugno che sposta il baricentro sulla contrattazione aziendale si creano le premesse per realizzare quello scambio salari-produttività e quella lean organization in funzione della quale abbiamo creato strumenti finanziari. Tutto si tiene. Con l'obiettivo finale di essere più competitivi e creare occupazione.



Confermato. Vincenzo Boccia guiderà la Piccola per il biennio 2011-2013

PMI DAY

Le imprese aprono le porte agli studenti

È in pieno svolgimento la Seconda giornata nazionale delle piccole e medie imprese. L'iniziativa, organizzata da Piccola Industria in collaborazione con le associazioni di Confindustria e con il sostegno di Intesa SanPaolo, apre le porte delle aziende agli studenti per far conoscere il mondo

delle Pmi. Raddoppiano le imprese coinvolte rispetto alla precedente edizione (oltre 600) e sono più di 400 le scuole medie e superiori che hanno aderito all'iniziativa, che vede in campo 70 associazioni su tutto il territorio nazionale e in forte crescita il numero dei partecipanti (oltre 27 mila). Nel corso delle visite guidate gli studenti potranno vedere da vicino come funziona un'azienda, conoscerne storia e progetti futuri, scoprire che il gioco di squadra è il primo requisito di un'impresa vincente.

Abbigliamento, alimentare e cosmetica Corea, l'Italia punta sulla classe media

Vendere. Nei grandi department store della capitale e non solo, a quella nuova classe media e benestante che si sta avvicinando al made in Italy, in un paese che nel 2010 è cresciuto oltre il 6 per cento. Dall'abbigliamento alla tavola alla cosmetica, con gli effetti positivi dell'entrata in vigore degli accordi di libero scambio (che dovranno funzionare a dovere).

Le cifre dell'export sono ancora contenute in valori assoluti, ma in crescita: 31,5 milioni di export nell'ultimo anno la cosmetica, con un +29,3%, dice Fabio Rossello, presidente Unipro (la categoria di settore di Confindustria); più sostenuto il trend dell'abbigliamento: 80 milioni di export nei primi sei mesi 2011, a fronte di un import coreano di 20 milioni, e in crescita del 25% rispetto al 2009, anno più brutto della crisi, racconta Paolo Bastianello, vice presidente di Sistema Moda Italia. I numeri dell'alimentare dimostrano che ai coreani piace mangiare italiano: l'export 2010 è stato 87 milioni di euro, con un import di 29 milioni, dice Annibale Pancrazio, vice presidente Federalinter, sottolineando che non c'è stata mai una battuta d'arresto.

Tutti e tre erano a Seul, tra il centinaio di partecipanti della missione di Confindustria, Abi, Unioncamere e governo, la prima in Corea. Ad allargare la rete di relazioni ed aprire le strade a chi vorrà affacciarsi su questo mercato dalle grandi prospettive. Non è facile, ammettono, vista la distanza e la concorrenza. Ma è una partita da giocare. «C'è un alto standard qualitativo del lusso accessibile e del lusso elevato, che si uniscono ad una grande attenzione all'estetica», dice Rossello. «L'Italia ha pochi brand nella cosmetica, abbiamo piccole aziende che fanno fatica ad arrivare in mercati così lontani. Inoltre in passato eravamo maggiormente presenti in Corea

sui prodotti per capelli. Abbiamo perso terreno a vantaggio delle imprese giapponesi».

C'è un lavoro costante da fare e lo sa bene Bastianello, che con la sua azienda, Marly's, esporta in Corea da 10 anni. «Il livello di vita è alto, i consumatori possono sopportare costi di un prodotto di qualità. È un imperativo stare sulla fascia alta di prodotti made in Italy anche senza brand famosi. Non bisogna però deludere il consumatore», dice Bastianello. Che avverte: «non si può andare in un paese pensando di fare subito l'ordine. In Brasile e in Russia ci siamo impegnati come Smi con

PROSPETTIVE

L'export di beni di consumo made in Italy cresce a doppia cifra Grande attenzione all'estetica e alla qualità

due o tre missioni all'anno. È la prima volta che vengo in Corea come Sistema moda Italia: dovremo fare lo stesso».

Stesse riflessioni quelle di Pancrazio, arrivato in Corea anche per affrontare con le autorità del luogo alcuni aspetti che riguardano l'applicazione dell'accordo di libero scambio: se si potrà arrivare al dazio zero, che la Corea applica con altre aree, e se si possono inserire altri prodotti come il riso, ora escluso. Ai coreani mangiare italiano piace: «da loro come la nostra e come quella giapponese è una cucina di prodotto. Non di processo, come quella cinese. E cioè pochi elementi, di alta qualità con sapori definiti». Si vendebene il vino «che in ogni mercato fa da apripista», la pasta, l'olio, la conserva di pomodoro. Inoltre, aggiunge, la Corea ha un'ampia diffusione di supermercati. Bisogna insistere.

N. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Trasporto aereo La Ue chiede trasparenza sulle tasse

BRUXELLES

Stop alla giungla delle tasse aeroportuali che gravano sui costi dei biglietti aerei.

Ieri la Commissione europea ha chiesto all'Italia - ed a Germania, Austria e Lussemburgo - di adeguarsi alla direttiva del 2009 che impone di calcolare i diritti aeroportuali «sulla base dei principi della trasparenza e della non discriminazione» e che prevede che siano oggetto di consultazioni periodiche come stabilito dalle norme Icao. In caso di mancato recepimento dell'invito di Bruxelles entro due mesi scatterà il deferimento alla Corte di giustizia europea.

I diritti aeroportuali sono versati dai vettori per l'uso delle piste e comprendono le tasse che vengono pagate dai passeggeri per coprire i costi d'uso dell'infrastruttura. La direttiva, che doveva essere recepita entro il 15 marzo scorso, vuole che gli aeroporti siano tenuti a consultare le compagnie aeree e a fornire informazioni sui costi sostenuti per la fornitura dei servizi. Gli Stati membri Ue sono poi tenuti a designare un'autorità indipendente con il potere di dirimere le controversie tra aeroporti e compagnie aeree.

Austria, Germania, Italia e Lussemburgo non hanno comunicato alla Commissione Ue l'adozione dei provvedimenti legislativi necessari per conformarsi alla direttiva. A oggi sono 19 gli Stati membri che hanno pienamente recepito la direttiva, mentre in quattro Stati la procedura di recepimento è tuttora in corso. Un'attuazione non adeguata della direttiva potrebbe comportare per i passeggeri costi più elevati del dovuto per i loro spostamenti in aereo, sia nell'Ue sia per i voli a lungo raggio in partenza dall'Ue.

R. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Internazionalizzazione. La piacentina Nordmeccanica raddoppia gli stabilimenti a Shanghai

Il packaging corre grazie alla Cina

Robert Gionelli
PIACENZA

L'hi-tech piacentina fa scuola in Cina. Nordmeccanica Group, azienda nata nel 1978 e oggi leader mondiale (con il 65% del mercato) nel settore delle macchine per il confezionamento film-acoppiati, sta facendo passi da gigante non solo in patria ma anche in terra asiatica. Lo testimonia il +28% di fatturato, a quota 60 milioni di euro (il 96% è export), che la Spa piacentina guidata dal 1998 dall'ingegnere Antonio Cercello ha già centrato per il 2011. E lo conferma l'interesse dell'industria cinese, presente ieri nella sede piacentina con una delegazione guidata da Jialiang Xia, presidente dell'Associazione delle industrie cinesi per il packaging e vicepresidente dell'Industria delle materie plastiche, che rappre-

senta circa 15 mila aziende. I nuovi macchinari per l'imballaggio prodotti da Nordmeccanica per l'alimentare e il farmaceutico, figli di mirati investimenti in R&S (cui è destinato il 5% dei ricavi) si basano infatti sulla nuova eco-tecnologia che non prevede utilizzo di solventi. E visto che i nuovi orientamenti legislativi del governo cinese prevedono la completa sostituzione, entro dieci anni, dei macchinari utilizzati nel settore che ancora usano solventi, si capiscono le enormi

IL RICONOSCIMENTO

L'azienda cresce del 28% ed è stata premiata come Top investor in occasione della sesta edizione dei China Awards

chance per Nordmeccanica.

Presente in Cina con una propria unità produttiva insediata a Shanghai a inizio 2010 (4 milioni il fatturato il primo anno con previsioni intorno ai 18 milioni per il 2011), l'azienda ha deciso di incrementare i propri investimenti nel Paese asiatico per soddisfare le commesse provenienti anche da Indonesia, Taiwan e altri mercati dell'Estremo Oriente. «A marzo - anticipa Antonio Cercello - verrà tagliato il nastro, sempre a Shanghai, del nostro secondo stabilimento che porterà da 30 a 120 le maestranze, formate dai nostri tecnici, con l'obiettivo di raggiungere a fine 2012 un fatturato di 30 milioni. Quest'anno in Cina abbiamo inaugurato la più grande macchina accoppiatrice al mondo per pannelli fotovoltaici, una struttura lunga 36 metri che conti-



Delegazione. La visita, ieri, degli industriali cinesi alla Nordmeccanica

nua a lavorare a pieno ritmo».

Sviluppi e investimenti riconosciuti anche dalla Fondazione Italia-Cina, presieduta da Cesare Romiti, che ieri sera a Milano ha assegnato a Cercello il premio come Top investor in occasione della VI edizione dei China Awards. «Il nostro Governo - ha precisato Xia - sta puntando alla salvaguardia ambientale e alla riduzione dei costi energetici, anche per incrementare ulteriormente l'occupazione in Cina. In quest'ottica i macchinari prodotti da Nordmeccanica garantiscono alta efficienza, alta tecnologia in chiave ecologica e un altissimo livello di sicurezza degli alimenti confezionati. Ho visto la crescita fatta in Cina da Nordmeccanica, ora a Piacenza tocco con mano una realtà davvero eccellente, da prendere a esempio». Nei prossimi dieci anni la Cina metterà al bando circa 4 mila macchinari con solventi del settore packaging. L'obiettivo di Nordmeccanica è di riuscire a produrre e commercializzare almeno il 30% di questi macchinari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I RISULTATI

96%

La quota export
La piacentina Nordmeccanica Group prevede di chiudere il bilancio 2011 con un fatturato di 60 milioni di euro, con una crescita del 28% rispetto all'anno prima

30 milioni

I ricavi 2012 in Cina
L'azienda conta di raddoppiare il giro d'affari in Cina il prossimo anno, grazie alla tecnologia verde delle sue macchine per il packaging film-acoppiati che non utilizzano solventi

120

Gli addetti in Cina
La Spa inaugurerà il prossimo marzo il suo secondo stabilimento a Shanghai; le maestranze passeranno dalle attuali 30 unità a 120

AGROALIMENTARE

Siena ospita il Forum sul Vino Italiano

In programma oggi a Siena il secondo Forum sul Vino Italiano, appuntamento che chiama a raccolta le istituzioni del territorio e gli operatori della filiera vitivinicola, organizzato da Banca Monte Paschi di Siena ed Enoteca Italiana.

L'iniziativa precede di pochi giorni la partecipazione dell'istituto senese alla quinta edizione del Forum Qualivita, previsto il 29 e il 30 novembre a Bruxelles. Finanziato dalla Commissione Europea, l'evento vedrà la partecipazione dei rappresentanti dei maggiori Paesi europei. È previsto anche l'intervento del neo ministro dell'Agricoltura, Mario Catania.

BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

www.baume-et-mercier.com

numero verde 800 330 084

Hampton