

Meeting Rimini 2010

Giovedì 26 agosto

“Diversi e autonomi ma insieme e rafforzati: il futuro delle reti”

Si è svolta, presso la Sala Tiglio, la programmata tavola rotonda sul tema delle reti di impresa, realizzata in collaborazione con Unioncamere e coordinata dal Presidente della Compagnia delle Opere, Bernhard Scholz, con la partecipazione di Rosario Altieri, Presidente dell'AGCI, Stefano Berni, Direttore Generale del Consorzio per la Tutela del Grana Padano, Marco Montagna del Club Libera Impresa e Renzo Sartori, Presidente dell'Associazione Colog.

Nella sua introduzione alla prima sessione del dibattito, Scholz ha evidenziato come, in molti casi, la rete possa costituire, per le piccole e medie imprese, la risposta più efficace alle sfide poste dalla globalizzazione e quindi alla necessità di confrontarsi con livelli di competitività sempre più difficili da raggiungere soprattutto per realtà di dimensioni contenute.

Partendo dalla considerazione che l'aggregazione consente di unire le potenzialità e le capacità per il perseguimento di obiettivi di interesse comune, ha chiesto ai relatori di documentare, attraverso la propria esperienza, questa affermazione.

Stefano Berni, intervenuto per primo, ha spiegato che la rete non è facile da costruire e far funzionare perché costituisce una sintesi tra l'originalità delle singole imprese e la collaborazione tra le stesse, ovvero rappresenta una combinazione tra l'esigenza di valorizzare le diversità e quella di portare avanti strategie comuni.

Venendo al caso specifico, ha ricordato che il Consorzio Grana Padano è una grande realtà: basti pensare che esso trasforma il 23% del latte italiano e che il prodotto finale è il DOP più consumato nel mondo.

Il Consorzio ha un ruolo ben definito: esso svolge, infatti, in favore dei propri associati, una funzione di promozione, informazione, vigilanza e tutela contro le contraffazioni, utilizzando un “marchio ombrello”, che distingue e valorizza il prodotto, conquistando così la fiducia del consumatore, che oggi richiede principalmente salubrità, sicurezza e qualità.

Il valore aggiunto della rete, in tal caso, è duplice: da un lato, essa genera un risparmio perché alcuni costi vengono ripartiti fra tutti i membri anziché essere sostenuti, separatamente, da ciascuna impresa; dall'altro, essa assicura trasparenza sull'origine e la qualità del prodotto, garantendo così una maggiore credibilità dello stesso.

Ha, infine, precisato che le aggregazioni costituiscono un fattore strategico da incoraggiare, purché si introducano regole più stringenti per assicurare la trasparenza dei processi e dei prodotti, ovvero una informazione corretta, esauriente ed esaustiva, a beneficio degli utenti finali.

Sartori ha poi ricordato che l'Associazione Colog è una realtà giovane, nata dall'intuizione dei fondatori secondo cui “le circostanze della vita sono, per un imprenditore, opportunità da cogliere e non problemi”.

Si tratta, esemplificando, di un marchio di qualità distintivo delle imprese associate, che operano nel campo della logistica.

Ha quindi precisato che l'Associazione agevola la creazione di relazioni utili, tra l'altro, a far sì che anche attività di nicchia, condotte a livello locale, possano diventare tasselli importanti dell'economia nazionale; essa svolge un lavoro di accompagnamento a beneficio delle imprese aderenti, soprattutto sui versanti del finanziamento, della crescita del capitale umano e dell'innovazione.

Incoraggianti sono i rapporti che si sono instaurati tra gli associati, i quali in molti casi si sono supportati a vicenda, soprattutto con l'avanzare della crisi e dei suoi effetti: hanno così condiviso spazi di magazzino, attivato sinergie operative, agevolato la circolazione delle competenze e delle conoscenze, etc.

A seguire, il Presidente Altieri ha presentato l'AGCI, il suo ruolo di Centrale cooperativa, la sua storia ed i compiti ad essa attribuiti direttamente dalla Costituzione della Repubblica italiana che, all'articolo 45, contiene un espresso riferimento all'esigenza di tutelare e promuovere la Cooperazione.

Ha evidenziato quindi come la rete sia oggi particolarmente efficace, soprattutto per realtà di dimensioni medio-piccole, come quelle che associa l'AGCI ma, più in generale, come quelle che compongono la massima parte del tessuto imprenditoriale del Paese.

Il dibattito sul nanismo delle imprese spesso porta alla facile conclusione che si debba ricorrere alle fusioni e mettere insieme piccole aziende per farne una grande.

Si tratta, tuttavia, di un modo semplicistico di affrontare il problema, perché non sempre questa strategia risolve il problema originario: più proficuo, in molti casi, si rivela invece il ricorso alla rete quale strumento efficace per riuscire a competere sui mercati nazionale ed internazionali.

Ciò vale anche e, anzi, soprattutto per le cooperative, le quali hanno il merito di contribuire al PIL nazionale con una percentuale dello stesso che supera l'8% e, parallelamente, di introdurre nel sistema economico preziosi elementi di democrazia, perché in esse non si riscontra il conflitto tra capitale e lavoro che caratterizza le altre tipologie di impresa, anzi si realizza la massima collaborazione tra i due fattori.

Altieri ha fatto presente che, coerentemente con il suo precipuo ruolo di promozione della Cooperazione e nell'ottica di favorire la competitività delle associate, l'AGCI ha costituito, in ogni settore di attività, strutture consortili in grado di eliminare l'intermediazione parassitaria tra produttori e consumatori, con la conseguente eliminazione dei costi ad essa collegati e la possibilità di proporre i prodotti sui mercati a prezzi più convenienti.

In quest'ottica, è in fase di costituzione una piattaforma agro-alimentare in Russia, che si propone di far penetrare sul mercato del Paese prodotti di qualità, talora di nicchia, e non certo di concorrere con la grande distribuzione.

Quella di Montagna, infine, è stata una testimonianza personale: ha raccontato l'inizio della propria attività imprenditoriale nell'azienda di famiglia creata dal nonno, portata avanti dal padre, da lui ereditata e sviluppata partendo proprio dalla tradizione e dall'esperienza, ma soprattutto grazie alla rete spontaneamente costituitasi negli anni fra gli amici di famiglia.

Ha poi ribadito l'importanza di una strategia unitaria tra soggetti diversi anche nel ramo immobiliare, soprattutto per imprese, come la sua, che realizzano costruzioni, civili ed industriali, non solo in Italia, ma anche all'estero.

Parlando della nascita del Club, ha sottolineato che la sua funzione più utile è quella di dar vita ad incontri, momenti di confronto e di crescita, che sono preziosi per ogni imprenditore.

Nella seconda sessione, Scholz ha posto a ciascuno dei relatori una specifica domanda sulle difficoltà nate all'interno della propria rete e sulle soluzioni adottate.

In particolare, a Berni ha chiesto se i processi decisionali non rischiano di andare contro gli interessi di alcune delle imprese aderenti e, in caso affermativo, come si risolve il problema.

La risposta è stata che, all'interno del Consorzio Grana Padano, esiste un individualismo esasperato che viene tenuto a freno, fondamentale, dal rispetto di regole accettate da tutti i membri, ma soprattutto dal risultato conseguito: nel 2009, si è raggiunta una produzione elevatissima, pari ad oltre 4 milioni di forme. Ne discende che il successo del gruppo fa sì che prevalga l'interesse comune a stare insieme e che la diversità dei singoli sia elemento di ricchezza, piuttosto che fattore di contrasti.

A Sartori, Scholz ha chiesto se la concorrenza fra le singole realtà, maggiore negli organismi che riuniscono un gran numero di imprese, non rappresenti un ostacolo alla collaborazione.

La risposta è stata che, nel contesto attuale, la cooperazione fra tutti gli associati non è più una libera scelta ma un imperativo per sopravvivere alla competizione globale: solo insieme si possono abbattere i costi e puntare a prodotti e servizi di eccellenza.

La domanda rivolta ad Altieri è stata la seguente: è così semplice accorciare la catena tra produttori e consumatori attraverso la creazione di consorzi e di reti?

Il Presidente di AGCI ha evidenziato che, su questo terreno, l'Associazione e la Cooperazione più in generale partono con un vantaggio da non trascurare rispetto alle altre forme di impresa: si interviene, infatti, su quello che potremmo definire un "semilavorato" perché gli aderenti sono cooperatori, ovvero persone già abituate a lavorare insieme, naturalmente orientate alla collaborazione. In ciò risiede il motivo per cui,

nell'impresa cooperativa e nei consorzi tra imprese cooperative, risulta più facile superare gli individualismi ed andare oltre nel comune interesse.

A Montagna, Scholz ha chiesto se il Club non tende a diventare un rifugio da cui poi nasce il desiderio di fuggire.

La risposta è stata che, al contrario, l'unione degli sforzi e delle capacità rafforza via via la consapevolezza di poter superare insieme ogni difficoltà e di poter raggiungere risultati migliori.

Riassumendo i contenuti dell'incontro, il Presidente di CdO ha tratto le seguenti conclusioni: la rete si crea per raggiungere obiettivi altrimenti difficilmente conseguibili, consente un proficuo scambio di esperienze e di know-how, permette di superare gli individualismi e di valorizzare le diversità, agevola l'individuazione delle opportunità attraverso il confronto, può essere di grande aiuto per arrivare alle dimensioni, ai volumi di produzione ed alle capacità competitive che l'economia globalizzata oggi richiede.