



Seminari di cultura e formazione politica 2007

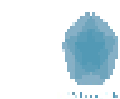
Fiera Milanocity - Milano

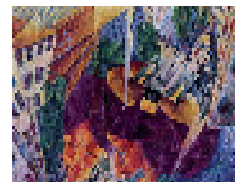
**COMPETITIVITÀ – SUCCESSIONE NELLE PICCOLE IMPRESE. C'È SPAZIO PER
UN MERCATO DELLE IMPRESE?**

Autore: Vincenzo Tasciotti

Classe: Ghibellini

Tutor: Tambini





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

Saliamo sulla macchina del tempo per tornare al secolo scorso, nell'Italia del dopoguerra. Qui assistiamo al mutamento delle botteghe artigiane di cui le province italiane ne erano piene.

Le piccole botteghe artigianali in cui il mastro era affiancato nella sua attività quotidiana dal giovane apprendista, si sono trasformate con il passare degli anni in piccole e medie imprese caratterizzate da articolati organigrammi e da numerosi addetti.

Le PMI (abbreviazione di piccole e medie imprese in inglese SME: Media Impresa < 250 occupati – fatturato < 50 milioni di Euro Piccola Impresa < 50 occupati – fatturato < 10 milioni di Euro Micro Impresa < 10 occupati – fatturato < 2 milioni di Euro) hanno visto il loro maggior sviluppo negli sessanta e settanta (in coincidenza col boom economico italiano), per poi arrivare ad un rapido declino sul finire del secolo.

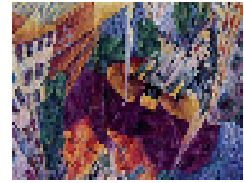
Tra i fattori del **successo delle PMI** italiane, annoveriamo:

- Gli aiuti del piano Marshall, che hanno contribuito alla ricostruzione del nostro paese sotto il controllo del più importante polo industriale a livello mondiale;
- L'orientamento della produzione a merci ad alto contenuto tecnologico finalizzati all'esportazione;
- Una visione generalizzata dell'imprenditore come figura di riferimento, visto come promotore di sviluppo e benessere;
- La mancanza della proliferazione di ideali di collettivizzazione dell'economia a livello statale.

Col passare dei decenni, il motore dell'economia italiana ha iniziato a rallentare, e trovarsi impreparato di fronte alla nascita di nuovi sviluppi critici a carattere sovranazionale.

Ricordiamo una ferita ancora aperta nei nostri cuori e nelle nostre menti, con la caduta delle Torri Gemelle del 2001, la caduta di tutte le borse nel





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

mondo, l'allarme terrorismo e la paralisi a livello industriale che ne è seguita negli anni successivi.

Il declino della piccola impresa può essere attribuito a diversi fattori, quali:

La difficoltà ad investire risorse economiche in nuove tecnologie di prodotto e di processo, cercando di orientare il proprio cuore produttivo sulla specificità dei prodotti, rendendoli esclusivi e caratterizzati dall'impronta (o marchio) di fabbrica, la quale tende ad immedesimarsi col prodotto stesso;

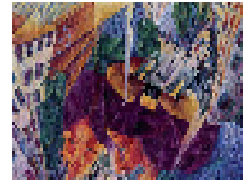
La fatica da parte della piccola impresa, nella persona del piccolo imprenditore, ad organizzare l'attività produttiva in modo da rispondere in maniera rapida ed economicamente efficiente alle variegate richieste del mercato;

La problematicità ad investire nel potente mezzo del marketing al fine di far conoscere il proprio prodotto al di fuori della nicchia di committenza abituale e soprattutto in prospettiva di approdare in nuovi mercati ad alto potenziale. Fa fatica a svilupparsi un'ottica della formazione di personale specializzato volto esclusivamente alla commercializzazione della produzione interna, il quale sarebbe promotore dell'ampliamento di vedute dell'azienda e soprattutto della competitività della stessa;

La quasi impossibilità della competizione tra piccole imprese mercantili e grandi imprese commerciali, le quali fanno della massificazione del prodotto l'obiettivo della loro missione aziendale. I divari di prezzo diventano così insormontabili per chi non può usufruire delle economie di scala;

Camminando nelle nostre città si può notare come alcune attività tipiche, che rendevano vivo il quartiere, la strada, la piazza, tendono a scomparire e con essa tendono a morire tutti quei rapporti interpersonali tra commerciante-bottegaio da una parte e cittadino dall'altra. (ormai le nostre città vedi Milano, si sono riempite di phone-center e macellerie





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

islamiche) Nelle periferie si assiste al sorgere di immensi Centri Commerciali, aperti a tutte le ore.

La complessità del settore edilizio, il quale risente delle conseguenze negative causate dal lavoro nero e delle piccole imprese, il più delle volte appartenenti a lavoratori stranieri, che lo sfruttano. L'utilizzo di manodopera sottopagata, non in regola dal punto di vista previdenziale e assicurativo e perpetrata tramite minacce di lasciare senza lavoro coloro che non seguono le direttive loro imposte, lede gravemente sia la società in generale che le imprese regolari.

È cronaca degli ultimi mesi il susseguirsi di molte vittime sul lavoro, le morti bianche, che insanguinano i cantieri italiani.

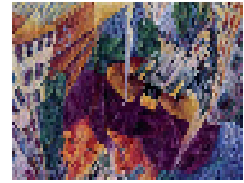
Personale non qualificato, con pochissima esperienza, a basso costo.

In questi cantieri per rispondere a delle logiche (o non logiche) di mercato, basate esclusivamente sul ribasso d'asta, si risparmia sulla sicurezza (626) assistendo come effetto domino a numerosi incidenti mortali.

La problematica attuale dell'eccessivo costo fiscale della vita aziendale, il quale ha costretto molte aziende a spostare interi rami produttivi verso est (Romania, Bulgaria, Polonia fino alla Cina e all'India), dove l'imposizione fiscale (soprattutto sui fattori capitale e lavoro) è quasi trascurabile rispetto a quella dei Paesi più industrializzati. Questi minor costi si ripercuotono in una maggior competitività dei prodotti, che va a minare la solidità delle imprese che restano stanziate nei Paesi quali il nostro.

Vorrei ricordare ai tanti esperti di economia che la grande forza del Paese Italia è stata e rimane sempre la piccola e media impresa (le piccole e medi imprese sono vitali per lo sviluppo dell'economia del Paese, lo dice il Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano, in un messaggio augurale inviato in occasione dell'assemblea annuale della Confesercenti, nel quale rileva che l'assemblea si rivolge in una fase di tendenziale ripresa del processo di crescita dell'economia italiana, la piccola e media impresa partecipa pienamente a questo processo nonostante le specifiche difficoltà che esse devono affrontare) a





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

differenza della esperienza di altre nazioni come: GERMANIA – INGHILTERRA e FRANCIA che hanno nelle grandi aziende il loro punto di forza e la loro tradizione industriale.

È storia di questi ultimi decenni che ha visto l'Italia sedere accanto alle altre grandi potenze mondiali. Queste ultime hanno raggiunto degli importanti traguardi grazie al gigantismo industriale vedi: STATI UNITI – GIAPPONE – GERMANIA ecc a differenza del Bel Paese che ha raggiunto importanti traguardi grazie al notevole sviluppo delle PMI che hanno reso celebri le ns. aziende per la capacità di produrre beni di lusso: moda – vetture – arredamento – design. Ovunque nel mondo si è parlato di MADY IN ITALY.

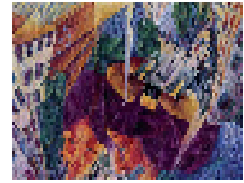
Dobbiamo riconoscere alle aziende italiane il maggior numero di prodotti con la sigla DOC (settore eno-gastronomico) che hanno conquistato le “cucine” di tutto il mondo.

L'azienda turismo è una delle voci più importanti del bilancio del ns. Paese (ogni anno le nostre città d'arte risultano tra le più frequentate). Quest'ultimo è il valore aggiunto che ci ha permesso di sederci al tavolo delle trattative, insieme alle altre potenze mondiali stiamo parlando ovviamente del G8 (i momenti d'incontro delle superpotenze sono sempre al centro del lavoro dei mass-media non solo per l'importanza dei temi trattati ma anche per le massicce manifestazioni d'intolleranza organizzate dai gruppi NO-GLOBAL).

Se la piccola e media impresa è riuscita spesso a conquistare importanti e ambiziosi mercati esteri, dall'altra riscontra grande difficoltà a rendersi visibile all'interno del Paese, lo STATO “centrista” ha sempre agevolato e favorito dal punto di vista legislativo e normativo le grandi aziende.

Sottolinerei come le crisi attraversate dai grandi gruppi industriali e dalla famiglie che li guidano sono stati amplificati sempre di più diventando i problemi di tutta la Nazione, a differenza delle crisi che spesso colpiscono ogni giorno piccole realtà locali dal Nord al Sud che rimangono a carico del piccolo e medio imprenditore (il Sig. BRAMBILLA o il Sig. ESPOSITO).





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

Gli stessi mass-media, focalizzano la loro attenzione sul rapporto che si instaura tra il lavoratore dipendente e la Grande impresa, non ponendo mai attenzione al legame lavorativo che si crea tra il lavoratore e il piccolo e medio imprenditore.

Nel primo caso il rapporto è spesso conflittuale ed ecco l'importanza del RSU e del Sindacato.

Nel secondo caso il rapporto è nella maggior parte dei casi meno conflittuale (anche se i mass-media trattano spesso dei rapporti tra piccolo imprenditore e lavoratore, quando si entra nella sfera della cronaca nera) anzi si viene a creare spesso una collaborazione, di tipo amicale, in cui i rapporti umani e personali hanno grande rilevanza.

Creare un'impresa numerose inchieste svolte negli ultimi anni, hanno evidenziato come oltre il 50% dei giovani di età inferiore ai 35 anni prenda in considerazione l'opportunità di avviare una propria attività, commerciale, artigianale o di servizi.

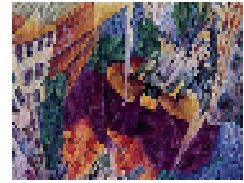
Le motivazioni di tanto interesse sono da ricercarsi nel desiderio di svolgere un lavoro che piaccia e coinvolga in prima persona, essendo "padroni di se stessi", e con prospettive di reddito superiori a quelle offerte dal lavoro dipendente.

Mettersi in proprio non è però cosa semplice e vogliamo qui, brevemente, presentare alcune linee guida.

- Il primo e più importante esame è quello sulla validità del proprio progetto imprenditoriale. Non vi sono schemi rigidi, ma
- certo non basta avere una "intuizione" felice per garantire il successo dell'iniziativa.
- Il progetto dovrà valutare tre elementi fondamentali, da analizzare con attenzione:

1. il sistema prodotto. Occorre definire che cosa e come si vuole offrire alla clientela, tenendo ben in considerazione sia la fascia di mercato che si vuole penetrare. Il nostro prodotto dovrà avere determinate caratteristiche: per esempio, scarpe che si rivolgono a clientela molto esigente richiederanno qualità elevata di materie prime, magari tecnologicamente avanzate, lavorazioni particolari anche per prestigio





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

ed eleganza, attenzione alla moda e gamma offerta. Il “come”, dovrà estendersi a considerare una serie di servizi che accompagnino il prodotto, per esempio per macchinari o automobili, manutenzioni periodiche e garanzie. Anche i tempi di consegna, prezzi, modalità di pagamento, possibilità di sopportare resi di prodotto invenduto ecc. dovranno entrare a far parte del nostro studio.

2. mercato e sistema competitivo prescelti. Una breve massima può riassumere questo punto: “non si deve cercare di vendere ciò che si può produrre, ma cercare di produrre ciò che si può vendere”.

Senza in alcun modo sminuire il valore dello studio del messaggio pubblicitario, volto a suscitare bisogni e quindi in un certo senso “a vendere ciò che si produce”, l’ottica di marketing tanto semplicemente enunciata dovrà avere valore prioritario nelle nostre decisioni.

La capacità di soddisfare la richiesta del mercato discende da un’approfondita analisi dello stesso, che dovrà ampliarsi all’andamento economico generale.

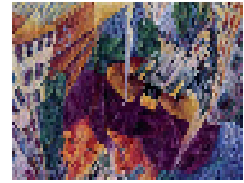
(la mia attività si avvierebbe in un periodo di espansione o recessione? Vi sono limitazioni particolari imposte dall’Unione europea? Ecc) per scendere in dettaglio sul segmento di mercato che ci interessa, nel quale si considereranno tutte le esigenze dei potenziali clienti, i loro redditi, i caratteri psicologici.

Nel segmento di mercato prescelto dovremo naturalmente misurarci con la concorrenza, che si articola in tre elementi: i concorrenti già presenti sul mercato, quelli che potenzialmente

potranno aggiungersi, e le produzioni alternative alla nostra (prodotti sostitutivi e surrogati)

3. struttura dell’azienda Oltre alla forma che l’impresa dovrà avere (individuale, societaria) ed alle dimensioni iniziali (di quali mezzi finanziari disponiamo?) l’aspetto oggettivo riveste primaria importanza. La collocazione sul territorio dovrà tener conto del costo degli ambienti (per esempio, capannoni ed uffici in affitto o di proprietà? Un prestigioso ufficio in centro, capannoni nell’hinterland e magazzini vicini ai clienti? oppure concentrazione delle attività in un unico luogo?, delle infrastrutture, dell’onerosità dei trasporti. Il





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

patrimonio dell'azienda dovrà essere correttamente dimensionato sotto l'aspetto tecnico e tecnologico, ed i sistemi direzionale, commerciale amministrativo e finanziario al suo interno dovranno essere organizzati per ridurre al minimo i costi e contemporaneamente offrire standard qualitativi che permettano all'azienda di rispondere alle esigenze del mercato e produrre reddito.

Una considerazione specifica merita il problema del fabbisogno finanziario della nostra impresa. Le alternative di fondo, quando la liquidità è insufficiente, sono da ricercare o in una riduzione di costi ed impieghi, oppure nella ricerca di fonti di finanziamento. Queste ultime potranno essere costituite o dall' incremento del capitale investito (ma di solito un nuovo imprenditore non ha gradi scorte di capitale personale) oppure da mutui o forme di dilazione dei pagamenti: attenzione però al costo di queste operazioni, che dovremo poter ricoprire con adeguati ricavi.

Vi sono poi, in Italia, norme che prevedono agevolazioni di carattere finanziario e fiscale per le imprese di nuova costituzione.

Politica e Impresa: Credo che abbia avuto in questi anni un ruolo fondamentale la Regione (ho la fortuna e il piacere di essere nato a Milano e quindi di vivere in Regione Lombardia) dove a partire dalla metà degli anni novanta come sottolineato dal Presidente Roberto Formigoni c'è stato un passaggio fondamentale dell'ente Regione da SUPERCOMUNE a GOVERNO DELLA REGIONE.

Credo che questo ultimo punto sia la chiave di volta, dobbiamo sottolineare l'importanza delle Regioni (la ns. la prima su tutte) nel dare "aiuto finanziario" e "sostegno" alla giovane imprenditoria maschile e femminile.

La progettualità con cui si è lavorato, non a caso la Regione Lombardia è quella che presenta il maggior numero di imprese e di conseguenza il maggior numero di occupati (il reddito procapite è il più alto di tutta la media nazionale).





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

La strada percorsa fino ad oggi è sicuramente quella giusta, credo che questo cammino debba continuare, accrescendosi e migliorandosi giorno per giorno.

La crescita di molte piccole e medie aziende deriva dallo sviluppo del territorio circostante, con la nascita di nuove infrastrutture.

Ho coniato uno "slogan" che spero non venga considerato irriverente più REGIONE e meno STATO che spesso viene considerato dal piccolo e medio imprenditore e dal cittadino come distante e centrista.

Maggiori autonomie locali, più risorse da investire nelle imprese, più servizi al cittadino, canalizzare in modo più mirato la ricchezza prodotta da ridistribuire sulla popolazione.

Conclusioni: Nel suo intervento di apertura il Presidente Formigoni affermava che la ns. è un'epoca in cui c'è bisogno di più persone che facciano politica e la facciano nel modo giusto..... c'è bisogno di più persone che facciano Impresa e la facciano in modo giusto, fare impresa vuol dire tirare fuori le proprie idee.

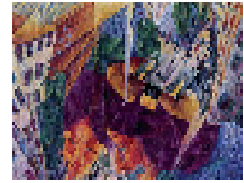
In politica il coinvolgimento personale è una questione decisiva, o ti metti in discussione o non riesci a fare qualcosa di giusto e di utile.....l'imprenditore deve essere coinvolto nel processo produttivo, mettersi in discussione tutti i giorni, comunicare con i propri collaboratori in questo modo darà vita ad una attività utile e giusta per se stesso e per gli altri.

Il politico non deve rincorrere l'utopia...che si allontana sempre di più all'orizzonte ma avere un'impostazione più rozza, più paesana, una politica che si sporca le mani.....l'imprenditore non deve ricorrere un'utopia che spesso lo allontana dal suo progetto iniziale, ma avere un'impostazione più rozza direi anche pratica del problema, sporcandosi le mani.

Se vogliamo fare politica, dobbiamo confrontarci quotidianamente con i problemi di organizzazione, la parola squadra è indispensabile.....per fare impresa dobbiamo organizzarci, la parola squadra è indispensabile.

Comunicare è utilizzare tutti gli strumenti per essere in rapporto con i tuoi elettori, con la tua gente, con il tuo popolo, innanzitutto il rapporto





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

personale e l'impegno personale.....comunicare per l'imprenditore è utilizzare tutti gli strumenti per essere in rapporto con la propria squadra, i propri collaboratori, la propria clientela, innanzitutto il rapporto personale e l'impegno personale.

Non mi resta che Augurare Buon lavoro a tanti piccoli e medi imprenditori che in "simbiosi" con un'attenta classe politica potranno rendere ancora più solido e fiorente questo "cammino" iniziato un decennio fa.

-

