

Business La nuova moda i matrimoni d'interesse

Crescono le reti d'impresa per innovare, esportare e ridurre i costi. Trasporti, servizi e moda i settori più sensibili. Anche grazie al Fisco

DI ISIDORO TROVATO

Insieme per interesse. Le piccole e medie imprese italiane stanno scoprendo l'importanza di fare network e le agevolazioni statali incrementano il fenomeno. Stando ai dati di Cna, il 51% delle imprese che hanno scelto di aggregarsi sono state mosse dalla «necessità di ampliare il mercato» (agenzie per la vendita di beni e servizi o per l'acquisto di beni e servizi e, in tanti casi, per l'acquisizione di lavori). Ma le motivazioni sono molto articolate: c'è chi (il 17% delle imprese) si associa per «cercare l'innovazione», per incrementare l'export (nel 13% dei casi), per la promozione nell'11%, per la subfornitura nel 6% e infine, per creare un gruppo di acquisto nel 2% dei casi.

Quali sono i settori che hanno risposto meglio allo strumento delle reti? Il trasporto (merci, persone, rifiuti speciali, facchinaggio) con il 32% registra la percentuale più elevata. Al secondo posto si colloca la produzione (meccanica, legno/arredo, nautica) con il 20%. Seguono: i servizi alla comunità con l'8%; la moda (tessile, abbigliamento, calzature e pelletteria), gli impiantisti (idraulica, elettricità, termoidraulica) e le costruzioni tutte al 7%; l'alimentare al 6%. Invece fanalino di coda resta il commercio all'1%.

Collegamenti più ampi

«Le reti possono diventare una risposta al nuovo bisogno di una maggiore dimensione di impresa — spiega Enrico Amadei, direttore della divisione economica e sociale della Cna —. Uno strumento con

cui fare quegli investimenti necessari nella produzione di conoscenze e di relazioni per agire sulla nuova scala internazionale, andare a cercare gli interlocutori, i mercati; per sperimentare soluzioni originali, nuove per l'impresa e nuove per il contesto».

Ma il sistema economico italiano per accelerare la ripresa ha bisogno di reti orizzontali e non solo verticali, quindi non solo reti di produzione ma di commercializzazione, di acquisto. Reti turistiche, di cura della persona, della cultura alimentare. «La costruzione di nuove competenze e di nuove reti di relazione — continua Amadei — richiede soldi e tempo, investimenti di medio e lungo termine. Richiede, inoltre, un grande cambiamento culturale. In questo le organizzazioni di rappresentanza possono svolgere un ruolo cruciale, in particolar modo, per quanto riguarda l'offerta di nuovi servizi. Pensiamo all'innovazione. All'organizzazione. All'internazionalizzazione». L'intreccio che viene a costituirsi tra le imprese può risultare più o meno fitto: dalla semplice collaborazione, alla presenza di un'impresa leader, all'integrazione. L'accordo può avvenire sulla base di un programma comune per collaborare in forme e in ambiti predeterminati attinenti all'esercizio delle proprie imprese o anche per scambiarsi informazioni o prestazioni di natura industriale, commerciale, tecnica o tecnologica o ancora per esercitare in comune una o più attività coerenti al core business della propria impresa.

La consulenza

Le reti contrattuali sono regolamentate da contratti bilaterali alquanto complessi e non sempre facili da attuare, al punto che spesso richiedono l'intervento di esperti in materia. «Il contratto di rete è stato strutturato per offrire alle

imprese di piccole e medie dimensioni la possibilità di mettersi insieme per il raggiungimento di uno scopo comune, senza perdere la propria autonomia — ricorda Franco Casarano, avvocato e partner di Ls LexJus Sinacta, studio di consulenza per le Pmi —. Il legislatore ha scelto con intelligenza una struttura contrattuale molto aperta ed elastica che consente di congegnare di volta in volta la soluzione più adatta alle esigenze che gli imprenditori prospettano, partendo dalla ipotesi di rete leggera, con impegni e vincoli molto blandi, per giungere alla formazione di una rete cosiddetta pesante, dotata di fondo patrimoniale

e di un organo comune. Il lavoro del consulente, in queste situazioni, è quello di porsi a fianco delle imprese per trovare una sintesi delle esigenze prospettate, collocandola all'interno del contratto di rete, senza dimenticare che in ogni imprenditore la volontà di fare unione convive e qualche volta confligge con l'istintiva affermazione della propria autonomia. In buona sostanza il contratto di rete va valutato positivamente, perché offre alle imprese l'opportunità di provare la convivenza, limitata a specifici obiettivi, senza intaccare l'autonomia delle rispettive strutture decisionali».



