

MOTORE ITALIA 2019

Per le pmi innovazione, managerialità e integrazione

Capisani alle pagg. 16 e 17

Motore Italia 2019/ Ecco quali sono i consigli di manager, imprenditori e professionisti

Pmi, l'evoluzione dev'essere smart

Parole d'ordine: hi-tech, managerializzazione e integrazione

DI MARCO A. CAPISANI

Innovazione, integrazione, riorganizzazione del lavoro e ancora managerializzazione e prassi consolidate di reporting per il controllo gestionale: ecco le principali sfide nel futuro delle pmi italiane, quelle piccole e medie imprese che rappresentano l'ossatura dell'economia tricolore (per oltre il 90% delle aziende attive) ma che, al contempo, devono trasformarsi in smart company. Come? Diventando abili nell'affrontare il mercato nazionale e internazionale in balia di dazi, Brexit, stagnazione economica e turbolenze internazionali, come emerso alla quinta edizione di *Motore Italia-Le pmi che fanno muovere il paese*, convegno organizzato ieri a Milano da Class Editori. Ma forse le pmi sono già un po' smart, ha dichiarato **Fabiano Fossali**, head of corporate di Monte dei Paschi di Siena, considerando che le difficoltà attuali «potrebbero indurre a pensare che ci sia una stagnazione anche a livello di pmi quanto a volontà di investire e crescere. Invece, notiamo che ci sono una profonda attenzione e una forte capacità di pianificare e programmare da parte delle aziende, con molto impegno a usare in maniera efficiente il denaro che gli viene messo a disposizione». Il consiglio di **Giovanni Natali**, presidente e a.d. di 4Aim, è però d'incanalare la creatività tricolore in un business plan: «Tutti vogliono crescere ma occorre prevedere ogni mossa, a partire dai costi. Serve

una managerializzazione; e bene allargare i cda agli amministratori indipendenti o non esecutivi e ai manager. È fondamentale che in una pmi ci sia una figura imprenditoriale di riferimento per gli investitori, ma quello che spesso si fa fatica a capire è che un imprenditore non può essere bravo a fare tutto. Non è più pensabile che, all'interno di una società che si appropria al mercato, ci sia un board in cui tutti portano lo stesso cognome».

Ampliando la visuale, allora, si deve puntare a «un cambio culturale in azienda», ha proseguito **Sergio Silva Barradas**, responsabile piani, comunicazione e coordinamento imprese di Cdp che per favorirlo, non a caso, sta inaugurando lungo la Penisola filiali per ascoltare le necessità delle pmi presenti sul territorio, lanciando al contempo prodotti ad hoc per loro e rivedendo i propri canali digitali di contatto. «Tutto va contestualizzato nel caso specifico di ogni singola pmi attraverso, per esempio, le attività di reporting», ha sottolineato **Silva Barradas**. «Gli strumenti per farlo già ci sono portati dai big data alla banca o l'ambasciata. Per la Cina, in particolare, Cdp può essere il quadrimestre sta cercando, infatti, di lanciare un percorso formativo di 10 giorni, 5 in Italia e 5 a Shanghai». Come sono già disponibili gli strumenti di controllo della gestione aziendale, altrettanto lo

sono le tecnologie esponentziali, tra cui la blockchain che entro il 2025 promuoverà il 10% della produttività, secondo **Luca Eleuteri**, socio fondatore di Casaleggio Associati. Le nuove tecnologie permettono di diventare smart company e «creare nuovi mercati senza dover per forza possedere asset, adottando una forte automazione e riorganizzando la forza lavoro. L'obiettivo finale, da perseguire attraverso le tecnologie, dev'essere sempre e comunque la valorizzazione della propria produzione specifica».

Ma attenzione, però, a non confondere «l'innovazione con l'efficientamento possibile», è intervenuto **Ivan Ortenzi**, chief innovation evangelist di Gruppo Bip, «perché la vera sfida non è efficientare ma fare innovazione. Soprattutto in un paese come l'Italia che non rappresenta di per sé un sistema efficiente». A giudizio di Ortenzi, quindi, sono due i passaggi iniziali per prestare attenzione: «disporre di quality data, differenti dai big data alla portata dei più, e poi implementare l'azienda come un team di persone che gestisce algoritmi che, a loro volta, dopo essere coordinati a un convegno di una smart company, ci si deve dare merito piuttosto che presso un certo orizzonte temporale». Per di più, «è importante capire come un'azienda come un team di persone che gestisce algoritmi che, a loro volta, dopo essere coordinati a un convegno di una smart company, ci si deve dare merito piuttosto che presso un certo orizzonte temporale».

Tra i vari passaggi per cui deve attrezzarsi la pmi italiana non ci sono

solo quelli tecnologici o culturali ma anche e soprattutto quello generazionale.

Da qui l'importanza in Italia del search funds, ha spiegato **Antonio Molinari**, corporate & investment banking di Citi Bank, che è «un nuovo strumento di finanziamento per pmi ma soprattutto per le piccole imprese o per quei giovani che vogliono fare gli imprenditori, ricordando che circa il 50% delle pmi tricolori è gestito da ultrasessantenni». Così, sempre secondo Molinari, «il search funds permette di richiedere, anche a un giovanissimo, un finanziamento a un pool di investitori per poi cercare una società target e acquisirla diventandone ceo».

Infine non si poteva non parlare di internazionalizzazione a riguardo delle pmi, durante l'edizione 2019 di *Motore Italia-Le pmi che fanno muovere il paese*. Oggi la destinazione considerata principe è la Cina che peraltro sta vivendo, ha aggiunto **Saro Capozzoli**, ceo e fondatore di Jesa Capital, «una carenza di manodopera. Cresce la classe media e meno cinesi vogliono fare gli operai. Quindi, si presentano per l'Italia occasioni non solo nel food e nel design ma anche nel mondo dell'automazione, dell'aerospaziale e del medtech». Nella bussola di Capozzoli, la direzione per lo sviluppo delle pmi nell'ex Celeste Impero non è tanto la costa, «guarderei verso la zona a Ovest, per esempio in Sichuan».

Le zone costiere sono troppo affollate e molto più costose in termini di risorse

umane; i terreni disponibili per fare un insediamento industriale sono molto limitati». Con un occhio sempre al mappamondo, **Barbara Cavallin**, associate partner di Rödl & Partner Italia, suggerisce di approcciare anche l'Africa e, in particolare, «Etiopia, Ruanda e Kenya. Merita interesse anche il mercato ghanese, da considerarsi pure come hub per l'intera Africa occidentale. Nel Continente nero le opportunità per il made in Italy sono le subforniture». Ma che sia Cina o Africa (o anche Italia) Capozzoli e Cavallin sono concordi: le pmi devono imparare a «fare sistema, a federarsi tra loro». Acerrimi nemici compresi.

© Riproduzione riservata



Alessandro Fischetti



Luca Eleuteri



Giuseppe Vironda



Luca Meini



Sergio Silva Barradas



Giovanni Natali



Roger Cataldi



Ivan Ortenzi



Fabiano Fossali



Antonio Molinari



Saro Capozzoli



Barbara Cavallin



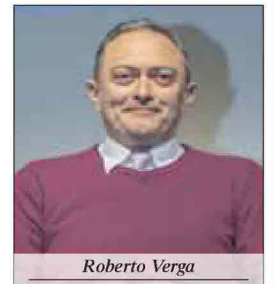
Monica Cerin



Luciano Bianchi



Maurizio Acri



Roberto Verga



Marco Ciron



Maria Cristina Galgano



Mauro Mordini



Mario Burlò



Gli sponsor che hanno premiato le PMI: Giovanni Natali (AIM), Chiara Ricci Curbastro (IWG), Desiderio Pinto (MPS) e Sergio Silva Barradas (CDP)

MOTORE ITALIA
Le PMI che fanno muovere il Paese
MFC CONFERENCE
Capital
WWW.MFCONFERENCE.IT

I PREMIATI CON I REWARDS DI MOTORE ITALIA

Azienda	Nome	Cognome	Titolo
❖ 4AIM	Giovanni	Natali	Presidente
❖ AIWA	Christian	Manzella	Responsabile Amministrativo e Organizzativo
❖ AMBROMOBILIARE	Corinna	Zur Nedden	Amministratore Delegato e Direttore Generale
❖ AUDENS	Monica	Cerin	Amministratore Delegato
❖ BALLERETTE	Luca Luigi	Amoroso	Founder & Chief Executive Officer
❖ BARRY'S BOOTCAMP	Tommaso	Nebuloni	
❖ BICT	Roberto	Verga	Amministratore Delegato
❖ COMMERFIN	Giuseppe	Tateo	Amministratore Delegato
❖ CONSORZIO ZAI	Giandomenico	Allegri	Consigliere
❖ F&DE GROUP	Roberto	Imperatrice	Amministratore Delegato
❖ FDM BUSINESS SERVICES	Clara	Mangiarotti	Responsabile del personale della società
❖ HOTEL ROSSINI IMPERIA	Alberto	Tita	General Manager
❖ IL GIGANTE	Laura	Garbin	Responsabile Marketing
❖ IMMOBILIARE COURMAYEUR	Maria	Montolivo	Segreteria amministrativa
❖ INDUSTRIAL WEAR S.R.L.	Ermanno	Conficoni	Direttore Marketing
❖ ISOPREN	Mario	Bergamini	Rubber Technologist and Chief Innovation & Production Officer
❖ OJSOLUTION	Mario	Burlò	Fondatore
❖ PROFIMA	Enzo	Altobelli	Chief Executive Officer
❖ RICERCAMY	Vittorio	Nascimbene	Chief Executive Officer
❖ RISTORANTE GIANNINO	Antonio	Fantini	Proprietario
❖ SIFÀ	Sabino	Fort	Direttore Commerciale
❖ SLAMP	Roberto	Ziliani	Presidente
❖ TENUTA LA CÀ	Aldo	Giambenini	Titolare
❖ TOSCANO ALTA SARTORIA	Marco	Berti	Socio
❖ VETROCAR & BUS	Maurizio	Acri	Founder & Chief Executive Officer
❖ VILLA SANDI	Leonardo	Moretti Polegato	Figlio proprietario

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

Il calvario dei rimborsi Iva
CAMBIA MUSICA AL TUO BUSINESS.
400€
 di bonus per chi aderisce al nuovo piano di incentivazione.

Pmi, l'evoluzione dev'essere smart
Parola d'ordine: hi-tech, managerializzazione e integrazione
 I numeri di Sme e Sme+ di marzo sono stati positivi. Nel report sono in forte crescita i settori con i conti più sani.

MOTORE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.