

APPROFONDIMENTI

## L'INVERNO DELLE PMI SENZA UN «FOCOLARE»

Manca un censimento puntuale e nessuno sa esattamente quante siano le small companies italiane. Ma una cosa è certa: non esiste neppure una rappresentanza unitaria in grado di fare sentire una voce forte

di Giuseppe Corsentino

QUANTE SONO  
 LE PICCOLE & MEDIE  
 IMPRESE IN ITALIA?

159 MILA  
 PER  
 IL CERVED

750 MILA  
 SECONDO  
 BANCA  
 IFIS

4 MILIONI  
 SECONDO  
 ISTAT

5 MILIONI  
 PER  
 PROMETEIA

**G**li adesso non si sa quante sono. Sei milioni leggendo con molto ottimismo i dati dell'Agenzia delle Entrate, cioè il numero delle **partite Iva**? Oppure 4 milioni secondo i calcoli dell'Istat che filtra e interpreta le informazioni delle Camere di Commercio? Oppure vale la stima di **Prometeia**, il famoso centro studi bolognese che fu di Romano Prodi, che ne conta almeno un milione in più, cinque, mettendo insieme tutti i comparti, dalla meccanica all'agroalimentare? E se fossero solo 159 mila, tante ne ha contate con scrupolo ragionieristico il Cerved, il centro studi delle **Camere di Commercio** nel suo ultimo rapporto del 2021? E se provassimo a fidarci di Banca Ifis che nei suoi rapporti non va mai sopra il tetto di 750 mila unità?

I conti non tornano neanche se ci avventuriamo nell'estrapolazione dei dati delle varie,

tante associazioni, federazioni, confederazioni, insomma i famosi "corpi intermedi" che la neopresidente/ssa del Consiglio **Giorgia Meloni** ha promesso di consultare e ascoltare tutte le volte che c'è da prendere una decisione, fare una legge e/o un provvedimento a favore delle piccole e medie imprese italiane, gran vanto del Paese (lei direbbe: della Nazione), ossatura o architrave su cui si regge il nostro sistema economico-industriale, modello unico (sovranista?), inimitabile, capace di reggere a tutte le crisi perché lo sappiamo - il buon Giuseppe De Rita del **Censis** ce lo ha insegnato quasi mezzo secolo fa - "piccolo è bello" a tutte le latitudini del Paese, dal Veneto iper-produttivo alle Marche della "via adriatica allo sviluppo" (e qui il pensiero corre a Giorgio Fuà scomparso nel 2000 e al suo Istat di Ancona) fino ad arrivare alla Puglia e alla Sicilia che ancora si gloria - lo

abbiamo sentito ripetere in un recentissimo convegno di Confindustria ad Agrigento presente il "nordico" presidente **Carlo Bonomi** - del fu apparato industriale borbonico - industria mineraria, zolfo, e industria tessile, cotone - che avrebbe lasciato nell'Isola solide eredità genetiche di tipo imprenditoriale. Ma, ripetiamo, i conti non tornano perché nessuno sa quante sono, in realtà, le small company italiane come avverte un intellettuale che le conosce bene come **Danilo Broggi**, uno che è stato anche presidente di **Confapi**, la più grande rappresentanza politico-lobbistica del settore, uno che ha scritto più di un libro sul sistema produttivo italiano (il penultimo s'intitola significativamente "Diario di bordo", quasi una cartografia animata in cui si muovono i protagonisti del mondo dell'impresa) e che ora si occupa di consulenza aziendale e ha più





di un incarico nei consigli di amministrazione di banche e fondi di private equity. Insomma, un vero conoscitore di questa giungla imprenditoriale che, a vederla dall'alto, con gli occhi di un drone, lascia sgomenti.

Infatti, che cosa unisce un artigiano che fa scarpe nel Salento a un industrialotto bergamasco che lavora per la Mercedes, micro-fornitore dalla potente filiera automotive tedesca? Broggi la racconta così: «Non sappiamo quante sono le piccole e medie imprese italiane, ognuna delle quali spesso è la testimonianza, il racconto vivente, carne e sangue, della storia di un territorio, ma la cosa più impressionante è che oggi, al punto in cui siamo, non sappiamo neanche quante ne resteranno da qui all'anno prossimo, travolte dal ciclone energetico, nessuna speranza di farcela, si chiude, i libri in tribunale e un po' di cassa integrazione per chi non ha trovato altro».

I centri studi, le Camere di commercio, l'Istat e tutti gli altri osservatori di mercato dovranno riprendere le loro brave tabelle e rifare i conti. **Dario Costantini**, che è un piacentino solido che non si perde d'animo, per dieci anni alla guida della Cna di Piacenza e ora presidente nazionale della **Confederazione nazionale artigiano** (623mila iscritti con 1,2 milioni di addetti stando alle cifre dichiarate), per la prima volta è costretto a misurarsi con le sottrazioni (e con le decine, centinaia di artigiani che lo chiamano ogni giorno al telefono per un aiuto, un sostegno, un'informazione in più in questo scenario da tregenda se l'Europa non si decide a trovare una soluzione comune come il "price cap" al gas). Emergendo da queste continue telefonate Costantini ammette: «Secondo una nostra rilevazione interna fatta alla fine del 2021, quindi prima di questa guerra

ai confini dell'Europa, il 13% dei nostri iscritti dichiarava di avere intenzione di chiudere l'azienda per una ragione molto semplice: l'incapacità o l'impossibilità di reggere il peso del **caro energia** che in molti casi rappresenta il 40-50% della struttura dei costi che solo in minima parte possono essere scaricati sul prezzo finale, sul consumatore».

Consumatore che da almeno trent'anni vede erodersi il suo potere d'acquisto, il suo livello di reddito - meno 3% rispetto al +30% di Francia Germania e Portogallo perfino - con la conseguenza che la domanda interna è in caduta e non da ora, Covid e guerra in drammatica sequenza.

Lo spiega non senza preoccupazione un altro rappresentante del mondo Pmi, **Enzo Capobianco**, un volenteroso che una dozzina d'anni fa s'è reso conto che le small company italia-

ne avevano bisogno di ben altra capacità di lobbying, è uscito dalle vecchie organizzazioni (novecentesche) tipo

Confapi o Confartigianato e ha creato **Conflavoro-Pmi**, 80mila associati sommando industriali di più modesta dimensione, artigiani, professionisti. «Abbiamo preparato un *cahier de doléance* che è stato presentato a tutti i partiti prima delle elezioni» spiega ad Economy «un manifesto di richieste articolato in otto punti su cui ora cominciamo a incalzare il nuovo governo e i ministri».

Perché non c'è solo il problema drammatico delle bollette in questo tremendo inverno delle Pmi che pure hanno attraversato stagioni



durissime nella loro storia (ma questa è senza dubbio la prova più severa anche perché è cambiata la generazione dei titolari delle imprese e i giovani, diciamo, non hanno la stessa durezza dei vecchi).

Nell'elenco di quel che manca per una crescita ordinata dei "piccoli" ci sono le relazioni difficili con il **sistema del credito**, con le banche che spesso non hanno voglia di impegnarsi e la tirano in lungo con le istruttorie dei mutui, il rapporto con il Fisco che è tutt'altro che amichevole, le difficoltà a usare la liquidità aziendale (quando c'era, ora è tutta assorbita dai costi energetici) per fare investimenti senza scontrarsi con tutte le burocrazie, locali e nazionali, e basta vedere come sia difficile installare un pannello fotovoltaico e poi metterlo in rete. «Piccolo è bello, come ci ha insegnato De Rita negli anni in cui l'Italia cresceva a tas-

si oggi impensabili» dice un altro importante "ambasciatore" delle Pmi, **Giovanni Baroni**, presidente

della sezione **Piccola Industria di Confindustria**, industriale dell'energia, sul punto di partire per l'annuale Forum delle Pmi che quest'anno si svolge a Venezia il 12 novembre (l'anno scorso si tenne ad Alba, nel cuore del Monferrato). «Piccolo è bello» continua Baroni «ma è sempre più fragile e il nuovo governo ha il compito, vorrei dire il dovere, di curare queste fragilità. Con il Covid è andata bene, i meccanismi di sostegno hanno funzionato; questa volta con le bollette e il costo dell'energia le cose non stanno andando così bene. Corriamo il rischio non solo di chiudere - gli esperti la chiamano desertificazione industriale e già il termine evoca scenari da "disaster movie" - ma anche di uscire per sempre da certe filiere internazionali della subfornitura industriale. E lì, una volta che sei uscito, è finita, non rientri più. Al posto di una azienda italiana ci sarà sempre un'azienda cinese, indiana, turca pronta a prendere il tuo posto».

Dario Costantini

APPROFONDIMENTI



GIOVANNI BARONI

È l'incubo di Paolo Agnelli, industriale bergamasco dell'alluminio che proprio piccolo non è (il suo gruppo, Trafileria Alexia, 13 aziende con 350 dipendenti e 230 milioni di euro di fatturato), da un decennio alla guida di un'altra associazione di categoria, la Confini Industria, Confederazione italiana imprese manifatturiere, nata per iniziativa di un gruppo di industriali "nordisti", da Torino a Modena a Cremona Mantova e Verona, per contrastare il politicismo di Confapi, «troppi compromessi con la politica romana ed eccessiva attenzione al Sud che non è proprio un regno dell'imprenditorialità» per dirla con il ruvido Agnelli che da quando ha scritto un (bcl) libro sulla storia di famiglia ("Oro grigio" edito da Solferino) è ospite fisso di qualsiasi talk show in cui si parla di industria e di economia.

È l'incubo di Paolo Agnelli, dicevamo, che produce pentole (apprezzatissime dai grandi chef internazionali) ma soprattutto profilati e componenti in alluminio per le grandi case automobilistiche tedesche. Con questi costi energetici - quest'anno peseranno almeno 20 milioni di euro in più rispetto al passato - Agnelli ha tutte le ragioni per temere la concorrenza asiatica, cinesi e indiani, che potranno offrire i loro profilati d'alluminio a un prezzo inferiore a quello italiano e bastano pochi centesimi e sei fuori. «Qui si gioca una partita decisiva per quelle Pmi italiane il cui fatturato deriva in tutto o in gran parte dalla loro collocazione all'interno delle supply chain globali dove anche 50 centesimi di euro sul prezzo possono fare la differenza e segnare la fine dell'impresa» si accalora Agnelli. «Noi italiani»

Paolo Agnelli

continua «abbiamo sempre pagato l'energia più cara rispetto ai concorrenti europei - e qui basti citare la Francia con le sue 58 centrali nucleari - ma ora la situazione è davvero sull'orlo di rottura».

Per la semplice ragione che non tutte le aziende possono scaricare a valle, sui consumatori, tutti o parte dei maggiori costi. Chi lavora con l'ombrello del **made in Italy**, spiega Agnelli, chi fa mobili o divani o capi di alta moda può chiedere anche un prezzo maggiorato al mercato, chi lavora all'interno delle reti globali della subfornitura e la competizione è spietata, no, non può farlo.

Le conseguenze possono essere tremende.

Ne va del futuro del nostro export. Lo fa notare con lo scrupolo dell'intellettuale che dirige il Centro di cultura d'impresa di Milano e che ha appena pubblicato (per Guerini) il saggio "Connessi e confusi" su come sia difficile vivere nella cyber-realtà, insomma il nostro **Danilo Broggi**: «Leggo l'ultimo rapporto della Fondazione Edison e che cosa scopro? Che l'Italia delle Pmi che esportano è leader mondiale in 3mila nicchie iper-specializzate».

Come a dire che l'Italia, ed è l'Italia delle Pmi industriali come il gruppo Agnelli di cui abbiamo appena parlato, è ai primi posti nell'indice di diversificazione dell'export. Come a dire, ancora, che quel filato di alluminio (per continuare a citare come esempio il gruppo Agnelli) o quel certo componente per l'industria dell'auto o per l'industria chimica internazionale come lo facciamo noi italiani



**NELLA TESORERIA DELLE MIGLIORI PMI CI SONO PIÙ DI 200 MILIARDI DI EURO PRONTI A ESSERE INVESTITI. PARI ALLE RISORSE DEL PNRR**

non lo fa nessuno. È un valore che va difeso a qualsiasi costo, aggiunge il presidente della Piccola Industria di Confindustria Baroni. Ed è un valore che, ben presidiato (per esempio, con una energica politica di sostegno ben oltre il 30% di credito d'imposta fissato dall'ultimo **decreto Auti bis** del governo Draghi) può funzionare da argine difensivo delle migliori Pmi "export oriented". Che sono le aziende più ricche, le più innovative, le più efficienti.

Quelle che danno qualche motivo di speranza all'ingegner **Giorgio De Rita**, il figlio del fondatore del Censis, il geniale inventore del pay-off "Piccolo è bello". «Le Pmi italiane» spiega a Economy

«hanno imparato a navigare nel grande mare della globalizzazione, stanno dentro il grande fiume delle filiere internazionali e non affonderanno certo per il costo dell'energia che pure è un problema non lo nego, ma come si fa a dimenticare che, oggi, nella **tesoreria** delle migliori Pmi ci sono più di 200 miliardi di euro pronti ad essere investiti?». È una cifra pari a quella del cosiddetto **PNRR**, un piano sgangherato fatto assemblando progetti vecchi e nuovi secondo il giudizio forse un po' impietoso dell'ingegner De Rita secondo il quale «basterebbe creare le condizioni macroeconomiche e questi **200 miliardi di euro** finirebbero per finanziare una sorta di New Deal delle Pmi, non tutte si capisce ma quelle che riusciranno a passare la nottata, a superare l'inverno dell'energia». E probabilmente sarà questa la vera resilienza delle aziende italiane di media taglia, quelle che esportano e quelle che hanno prodotti amati dal mercato, quelle che innovano e investono nonostante le difficoltà, quelle che sanno adattarsi all'ambiente come insegna Darwin. Giorgio De Rita come il padre, che è a Parigi a parlare di small company il giorno in cui lo intercettiamo nel suo ufficio nella storica palazzina a piazza Di Novella, Roma, è ottimista: il sistema economico, di cui le Pmi sono una parte importante, reggerà anche a questa crisi. **Passerà la nottata**. E allora si potrà tornare a contarle.