

Intervista al presidente di Confindustria Stefano Scaglia sul sito <https://it.elite-growth.com>

SCAGLIA - CONFINDUSTRIA BERGAMO: IL NOSTRO PUNTO DI FORZA? L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'export è salito del 45% in otto anni, abbiamo 1100 unità produttive all'estero

Quali sono i punti di forza del vostro tessuto imprenditoriale?

Il tessuto imprenditoriale bergamasco è caratterizzato da una radicata presenza di produzione medium hi-tech, sopra la media nazionale e regionale, e dalla forte propensione all'internazionalizzazione. Basti pensare che l'export è salito del 45% fra il 2008 e il 2016 con un tasso di crescita del 5.5% all'anno. Inoltre ci sono 1100 unità produttive all'estero, in 85 Paesi, che danno lavoro a 33 mila addetti. Si aggiunge, tra i punti di forza, una struttura industriale multisetoriale che assorbe meglio di altri territori le crisi di settore.

Quante sono le aziende e gli addetti?

Le aziende manifatturiere bergamasche sono circa 11 mila, per un totale di 130 mila addetti. Nel panorama regionale la manifattura bergamasca pesa per circa il 10% sul totale lombardo. Le nostre associate sono circa 1200 per un totale di circa 80 mila addetti.

Quali sono le specializzazioni del territorio?

L'industria bergamasca si caratterizza per la multi specializzazione, tuttavia storicamente fanno la parte del leone il settore meccanico, in particolare la metallurgia, la meccanica strumentale e la mecatronica, il tessile, la chimica e la gomma-plastica.

Cosa vorreste fare per essere un ecosistema sempre più solido e competitivo?

L'obiettivo è valorizzare la crescita d'impresa e individuare e facilitare la connessione di tutti i soggetti facilitatori, Università, Centri di trasferimento tecnologico, enti di ricerca. Dentro questo ecosistema opera anche l'Associazione che diventa partner delle imprese proponendo servizi sempre più avanzati e diversificati e agendo da catalizzatore dei vari apporti.

Quali sono, secondo lei, i principali ostacoli alla crescita delle piccole e medie aziende?

Un ostacolo può essere la mancanza di un'organizzazione efficace ed efficiente e di una vera struttura manageriale. Molte piccole imprese sono a carattere familiare e questo è al tempo stesso un punto di forza e un punto di debolezza se non viene agevolato, se necessario, l'inserimento di nuova managerialità. Strettamente legato a questo tema è quello del passaggio generazionale, spesso un momento critico se non gestito. A questi limiti si aggiunge la scarsa propensione all'aggregazione che può essere invece una risposta forte per accrescere la competitività, salvaguardando la centralità dell'imprenditore.

Quanta familiarità hanno le aziende del territorio relativamente al mercato dei capitali inteso come alternativa al finanziamento bancario?

E' ancora carente: negli anni si sono viste alcune operazioni di Private equity, recentemente qualche emissione di Minibond e proprio in questi giorni due quotazioni all'AIM il mercato di Borsa italiana dedicato alle piccole e medie imprese. Staticamente però sono ancora numeri piccoli rispetto all'universo delle aziende bergamasche. E' necessario un importante passaggio culturale che tocca probabilmente anche il tema generazionale.

Le aziende, secondo lei, sono pronte al cambiamento e ad aprirsi al mercato aderendo al progetto Elite?

Certamente molte sì, non tutte. Il fatto che già 10 aziende del territorio abbiano intrapreso il percorso è un dato incoraggiante. Si tratta di aziende familiari ma di dimensione media, con una buona struttura manageriale, un'organizzazione aziendale evoluta, già internazionalizzate pur con modalità diverse e molto avanzate sul piano dell'innovazione tecnologica. Noi cercheremo comunque di coinvolgere tutto l'universo delle imprese, anche con un lavoro "porta a porta".

Le aziende del territorio si stanno internazionalizzando e facendo acquisizioni all'estero?

I dati confermano l'evoluzione delle aziende bergamasche che sono passate dall'esportazione pura e semplice all'organizzazione di strutture distributive e alla delocalizzazione di certe produzioni in Italia non più sostenibili. Sempre più spesso oggi si punta però ad essere vicini ai mercati emergenti.

Quali sono i fattori che hanno consentito di farlo e quali sono quelli che permettono di farlo di più?

Il traino principale è stata quella del posizionamento su grandi filiere produttive fortemente internazionalizzate o il completamento della filiera. Oggi si aggiungono la ricerca di costi competitivi, ma sempre più l'opportunità di intercettare la domanda dei mercati abbinando anche un'adeguata assistenza post-vendita.