

## **Crescere nei momenti di crisi**

### ***Il Mondo della Subfornitura si incontra per trovare idee e soluzioni***

Stimolare la creatività e la capacità di adattamento, con l'idea che ogni momento di difficoltà può trasformarsi in una grande opportunità. Con questo obiettivo, ambizioso ma non troppo, si è svolta il 25 novembre, presso Assolombarda, una giornata di incontro dal titolo "**Idee e soluzioni tecniche dal mondo della Subfornitura**", organizzata in collaborazione con Centrale Acquisti.

Numerosi gli ospiti, dal mondo imprenditoriale ma anche da quelli accademico e della comunicazione, per analizzare la crisi, per valutare le possibilità di superarla, per scoprire come innovare le aziende in vista della ripresa che, e su questo tutti sono d'accordo, ci sarà e anzi, per certi versi, è già timidamente iniziata.

Presentata anche la guida sul tema, che si rivolge soprattutto alle PMI per spingerle alla collaborazione al fine di crescere sul fronte della competitività. Un modo concreto per offrire spunti interessanti, attraverso esempi virtuosi, perché se si parla di competitività non si può non parlare anche di fornitura e subfornitura.

I temi della guida sono stati ampiamente trattati dai relatori, introdotti dall'esaustivo quadro generale del prof. **Domenico Delli Gatti**, ordinario di Economia Politica all'Università Cattolica di Milano che, sottolineando come le PMI, che costituiscono il 95% delle imprese italiane, siano di fatto le più colpite dalla recessione, ribalta la convinzione che la piccola dimensione possa essere un fattore di forza. Competere sui costi è in realtà, per le piccole imprese, molto più difficile, per non parlare dei problemi legati ai ritardi nei pagamenti o all'accesso al credito. Come superare questi handicap?

"*La paura paralizza ed è ciò di cui dovremmo preoccuparci*" ha esordito **Claudio Invernizzi**, Consigliere della Sezione ADACI Lombardia/Liguria e Managing Director di Idroclima Srl, che ha poi trattato il tema del passaggio generazionale, un processo da programmare e un'occasione per rinnovare.

**Maurilio Sartor**, Vice Presidente della Sezione ADACI Lombardia/Liguria e Managing Director di Centrale Acquisti, ha illustrato invece le potenzialità dell'impresa virtuale, importante occasione per aggregazioni temporanee e finalizzate tra piccole imprese, che nella capacità di collaborare e condividere possono trovare l'opportunità di una crescita competitiva.

Nella guida anche tre capitoli (a cura di **Elisabetta Colombo**) dedicati rispettivamente al mondo della moda, che per sua natura richiede subforniture sempre diverse, a quello dei macchinari industriali, che vede cambiare gli scenari con l'entrata sui mercati di competitors dall'est europeo e dall'Asia, e alle linee direttrici europee per le partnership di fornitura, linee che possono costituire un valido modello di comportamento.

Ma sono state soprattutto le due case history ad interessare la platea.

**Celeste Vitte**, Managing Director di Pattonair, ha spiegato cosa significa essere flessibili e propositivi per un'azienda leader nei servizi di Supply Chain Management nel mondo dell'avioelicotteristica; **Martin Benoliel**, Managing Director di Endress + Hauser Sicesistherm, società che produce termometri per processi industriali ma anche servizi e soluzioni per l'ingegneria delle catene di produzione, ha illustrato come sia possibile far fronte a una domanda frammentata e difficile, che richiede interventi personalizzati in tempi brevi.

Alle due aziende è andato il Premio alla Subfornitura 2009, promosso da Centrale Acquisti Srl e patrocinato da ADACI, Adico, MTM e l'Ammonitore.

A seguire la tavola rotonda che ha visto impegnati Fabio Chiavieri, di Subfornitura News, Giacomo Barca, di MTM Machine Tool Market, Massimo Giacometti, Consigliere della Sezione ADACI Lombardia/Liguria, ed Eugenio Casucci di Adico.

Sul tavolo molte interessanti tematiche legate alla possibile ripresa. **Fabio Chiavieri** ha analizzato le reazioni delle imprese di fronte alla crisi che ha colpito indiscriminatamente quasi tutti i settori manifatturieri, come il progressivo assottigliamento della numerosità dei lotti produttivi e il decentramento di un numero sempre crescente di parti produttive ai terzisti. *"I terzisti più attenti hanno saputo adattarsi a questa nuovo modo di rapportarsi con i loro clienti investendo in tecnologie innovative e flessibili, ma anche cambiando la propria mentalità"*, ha aggiunto. Lo sforzo progettuale richiesto ai terzisti si è quindi trasformato per i subfornitori più lungimiranti, in una grossa opportunità che li ha messi nella condizione di realizzare un prodotto proprio.

Quali le aziende per cui si può già parlare di ripresa? Secondo **Giacomo Barca**, sono proiettate verso la ripresa quelle che non hanno molti dipendenti e possono investire sul lavoro in prima persona dei titolari e quelle che operano in nicchie ad alto contenuto tecnologico

Dal mondo delle Fiere viene un segnale di cauto ottimismo: la fiera permette di "toccare con mano", come sa bene Senaf del Gruppo Tecniche Nuove, che organizza a Parma la fiera MECSPE, con tante isole di lavorazione che ricostruiscono direttamente altrettante filiere produttive, coinvolgono direttamente i subfornitori che sono anche gli espositori del salone della Subfornitura che si tiene in contemporanea. Una sinergia vincente che dimostra però quanto sia importante saper creare e gestire quel valore aggiunto capace di attirare il visitatore.

Sinergia, ma anche collaborazione, partnership, condivisione sono parole che ritornano all'attenzione. Se si vuol parlare di ripresa, occorre però purtroppo constatare come, soprattutto nei momenti difficili, in cui sarebbe ancora più importante sviluppare rapporti, c'è la tendenza a chiudersi a riccio per ridurre al minimo la possibilità che i competitors possano acquisire informazioni ritenute - a torto o a ragione - fondamentali.

*"Così anche lo spirito associazionistico viene a mancare - ha ribadito Massimo Giacometti - proprio quando potrebbe essere una grande risorsa."* Far parte di un network è invece una grande occasione: qualcuno lo ha capito, molti altri no. Perdendo così un'importante opportunità. La mission di un'associazione che vuole diffondere cultura deve però andare oltre, puntando alla ricerca e allo sviluppo di conoscenze, attraverso eventi mirati e formazione. E proprio sull'occasione persa della formazione ha puntato il dito anche Eugenio Casucci: molte, moltissime, le opportunità offerte, spesso gratuitamente, da associazioni come ADACI o Adico o dalla stessa Assolombarda, occasioni mancate perché ritenute superflue in un momento in cui sembrano esserci problemi "vitali" da affrontare.

*"Eppure - ha concluso Eugenio Casucci - è proprio questo il momento di investire sulla formazione; per capire come affrontare i problemi, per condividere esperienze, e per essere pronti a cavalcare al meglio la ripresa"*.

**Elisabetta Colombo**

Milano, 30 novembre 2009