

Reti d'impresa Piacciono, ma il decollo resta lento

Il network crescono: sono oltre tremila e raggruppano oltre 15.000 imprese. E chi si associa fa più profitti

DI BARBARA MILLUCCI
E ISIDORO TROVATO

Accelerano, ma non decollano. Le reti d'impresa italiane aumentano ma non dilagano, piacciono ma non sfondano. Gli ultimi dati, aggiornati allo scorso 3 settembre dicono che le reti con più di 10 imprese aderenti sono il 12% del totale, 3 punti in più rispetto al giugno del 2014. A perdere terreno sono state quelle di medie dimensioni (4-9 imprese aderenti), passate dal 47,2% al 43,2% del totale. In lieve aumento quelle più piccole (con meno di 4 imprese aderenti), passate dal 43,7 al 44,8% nel periodo considerato. È quanto risulta dal monitoraggio di Unioncamere e InfoCamere sui contratti di rete depositati al Registro delle imprese aggiornati a fine agosto.

Bilanci

All'inizio di settembre il modello di aggregazione tra imprese ha superato le 3mila esperienze, coinvolgendo oltre 15mila aziende su tutto il territorio nazionale, nessuna provincia esclusa. A livello territoriale, la Lombardia è la prima regione italiana per numero di imprese che hanno stipulato un contratto di rete, seguita da Toscana, Emilia-Romagna, Veneto e Lazio.

«Il fenomeno delle reti d'im-



Industria
Ivan Lo Bello,
presidente di
Unioncamere
per il triennio
2015/2018,
sostiene le reti
d'impresa

prese — afferma Fulvio D'Alvia direttore RetImpresa Confindustria — su cui abbiamo sempre puntato e continuiamo a puntare sta assumendo una dimensione significativa nell'ambito degli strumenti di politica industriale. Da un'analisi condotta da Istat con il Centro studi di Confindustria emerge che le imprese che si sono aggregate sono più performanti rispetto alla media nazionale e capaci di compiere un importante salto culturale: superare l'individualismo passando alla logica della collaborazione strategica. Questo passaggio culturale si sta consolidando e orientando per nuove sfide. Ad esempio nel campo dell'innovazione per cogliere le opportunità offerte dal piano del governo per Industria 4.0 che necessariamente richiederà di operare in una logica di "network", ma anche pensando ai processi di internazionalizzazione, stante l'oramai imperante necessità di essere presenti nei mercati esteri. La sfida che riguarda in particolare il sistema finanziario e creditizio è quella della disponibilità a valutare la finanziabilità dei progetti delle reti. Anche perché nel programma di sviluppo possono essere presenti obiettivi a 360 gradi, dal welfare aziendale, alla gestione del perso-

nale, all'economia circolare, alla promozione del patrimonio culturale e del turismo. Rispetto al passato le reti si stanno sempre più diffondendo anche al sud. C'è ancora però molto da fare e in queste aree si dovranno investire impegno ed energia anche attraverso programmi specifici di sviluppo. Il "modello Rete", più collaborati-

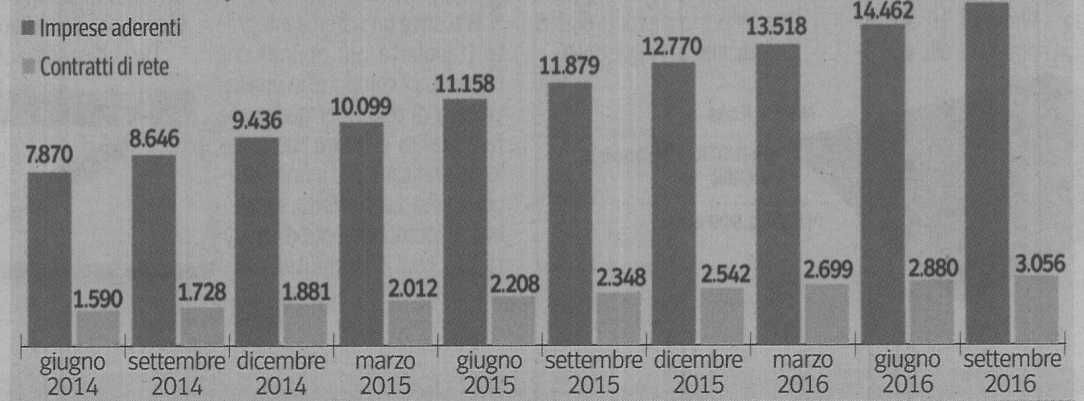
vo e meno conflittuale, è utile non solo alle imprese ma al Sistema Paese a tutti i livelli».

Distratti 4.0

Del resto le reti d'impresa rappresentano la nuova frontiera del modello dei distretti che ha fatto le fortune del manifatturiero italiano. «Le motivazioni che hanno

La mappa

I contratti di Rete e le imprese aderenti



Fonte: Unioncamere

centimetri

spinto molte imprese a percorrere la strada delle reti d'impresa risiedono nella volontà di avviare collaborazioni su programmi condivisi e verificabili — sottolinea il presidente di Unioncamere, Ivan Lo Bello —. Innovare, puntare sulla sostenibilità ambientale, intercettare nuova domanda, aprirsi ai mercati esteri, sviluppare piat-

taforme tecnologiche e opportunità legate all'e-business, razionalizzare e rendere più efficienti i processi, migliorare la logistica sono le esigenze che portano le imprese a scegliere la via della collaborazione con altre realtà produttive. Occorre, tuttavia, spingere sempre di più sull'irrobustimento delle relazioni produttive e

commerciali tra imprese di territori e settori diversi, sostenendo le reti d'impresa che sanno coniugare la manifattura col design, con la creatività, con la cultura produttiva che tutto il nostro territorio possiede ma che non sempre viene valorizzata secondo le sue potenzialità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA