

Crescere con consapevolezza nei veri valori

Gianni Scotti

Uno dei problemi centrali dell'industria italiana dipende da una troppo ridotta struttura dimensionale. Il Gruppo Saint Gobain che realizza consistenti fatturati a livello globale (43 miliardi di euro nel mondo) si ritrova comunque a scontare le difficoltà che affliggono l'Italia come sistema-Paese. Un grande gruppo industriale quale è il nostro trova complicato il rapportarsi con il sistema polverizzato della piccola azienda italiana.

Il nostro Paese ha bisogno di fare un salto dimensionale che finalmente consenta di potersi integrare in modo più fluido agli standard delle grandi imprese europee e internazionali.

Le nostre aziende hanno l'urgenza di un concreto supporto di infrastrutture: da questo punto di vista la querelle che si è venuta a creare attorno alle sorti della compagnia aerea di bandiera e del sistema aeroportuale nazionale è rappresentativa di quanto sia faticoso per il Paese trovare risposte di efficienza a esigenze vitali per la sua stessa sopravvivenza come tessuto produttivo.

Si deve permettere al management di questo Paese di poter svolgere il proprio lavoro nel modo migliore, non è possibile continuare a produrre, creare nuovi siti produttivi senza godere di un necessario supporto dal punto di vista del sistema dei trasporti e della logistica.

La piccola media impresa italiana incontra ancora grandi difficoltà nel rapportarsi alle dimensioni internazionali del business: se un piccolo imprenditore italiano vuole ampliarsi e localizzare la propria produzione anche nei paesi in via di sviluppo per poter essere direttamente presente su questi nuovi mercati sempre in maggiore espansione, si trova a essere poco supportato o addirittura a essere lasciato solo dal proprio Paese, mentre altre nazioni sono più sollecite nel dare il giusto supporto alla internazionalizzazione delle proprie imprese.

Le nostre strutture diplomatiche e i nostri consolati devono dare un maggiore ed efficiente supporto alle nostre aziende all'estero attivando un canale importante di relazioni per gli imprenditori italiani che investono in paesi stranieri.

È anche vero che per potersi dotare di collaboratori locali di fiducia nelle sedi straniere, le aziende italiane necessitano di dimensioni maggiori, unite a una più moderna struttura organizzativa.

Molte nostre imprese soffrono nei paesi esteri, in particolare in Estremo Oriente, la concorrenza sleale o la scarsa tutela dei propri marchi, per questo è importante dotarsi anche di strutture legali in grado di proteggere localmente i diritti delle imprese dal pericolo di contraffazioni e furto di *know-how*.

L'Italia ha vissuto un momento di forte demotivazione, un periodo di difficile transizione avendo perduto il fattore della svalutazione competitiva della lira. L'inflazione dei parametri ufficiali non corrisponde a quella percepita dalle famiglie. Stiamo attraversando una fase di incertezza e di paura in cui tendiamo a chiuderci, bisogna uscire invece da questa situazione psicologica e provare a rimettere sul campo i nostri valori imprenditoriali cercando di fare uscire l'Italia dalla trappola della microimprenditoria.

Non possiamo più competere con la concorrenza di bassi costi di produzione dei paesi emergenti, e siccome è difficile e oneroso confrontarsi con il mondo tecnologico americano, dobbiamo concentrarci dove siamo forti: nello stile, nell'innovazione di processo, nell'agroalimentare, nelle tecnologie meccaniche, e negli altri nostri settori d'eccellenza, per fortuna ancora numerosi. Da questo punto di vista, la questione energetica è cruciale: abbiamo ereditato da scelte di oltre vent'anni fa il costo energetico più alto d'Europa. L'energia per un'azienda come la maggior parte delle nostre è un costo enorme. In Italia siamo lontanissimi dai costi energetici francesi o tedeschi. I nostri costi energetici ci mettono fuori gioco nella gara internazionale. Il sistema industriale ha bisogno del sistema-Paese.

Al di là delle opinioni politiche, i governanti devono avere una concreta attenzione *super partes* al bene del Paese, altrimenti non riusciremo a incrementare il Prodotto interno lordo e salvare posti di lavoro. La «capacità» che in Italia si ha di bloccare ogni iniziativa rende sempre meno possibile realizzare obiettivi utili per il Paese: deve essere in grado di fermare l'iniziativa di un altro solo chi ha una migliore iniziativa da proporre: un veto costruttivo e non solo distruttivo.

La Saint Gobain nasce nel 1665 su iniziativa del Re Sole e di Colbert, sul *know-how* di fuoriusciti artigiani di Murano, un gruppo di veneziani chiamati in Francia per realizzare la famosa «galleria degli specchi» di Versailles. A oltre tre secoli di distanza, la Saint Gobain ha realizzato oggi il vetro per il quarto ponte sul Canal Grande disegnato dal celebre architetto Santiago Calatrava.

Un'opera insieme avveniristica e simbolica, un ponte interamente in acciaio e vetro, nella città sospesa sulla laguna. Una metafora dello spirito innovativo artigiano che è emigrato per dare la forza a una grande iniziativa industriale capace di credere nei grandi progetti. La forza di un'azienda industriale che dura da secoli dipende dalla capacità di cambiare, di adattarsi al mutare degli scenari economici e sociali, all'evolvere incessante della tecnologia.

La Saint Gobain ha quasi trecentocinquanta anni, ma il 60 per cento del giro di affari di oggi riguarda attività che fino a quindici-vent'anni fa non facevano parte del Gruppo: per durare e per crescere è necessario saper cogliere e anticipare il cambiamento, lo stesso vale come ricetta per il nostro sistema-Paese, una cura semplice ma radicale che richiede uno scatto di volontà da parte di tutti noi italiani.

(Gianni Scotti, delegato generale per l'Italia, la Grecia e l'Egitto della Compagnie de Saint Gobain)