

Dove risorge il sole

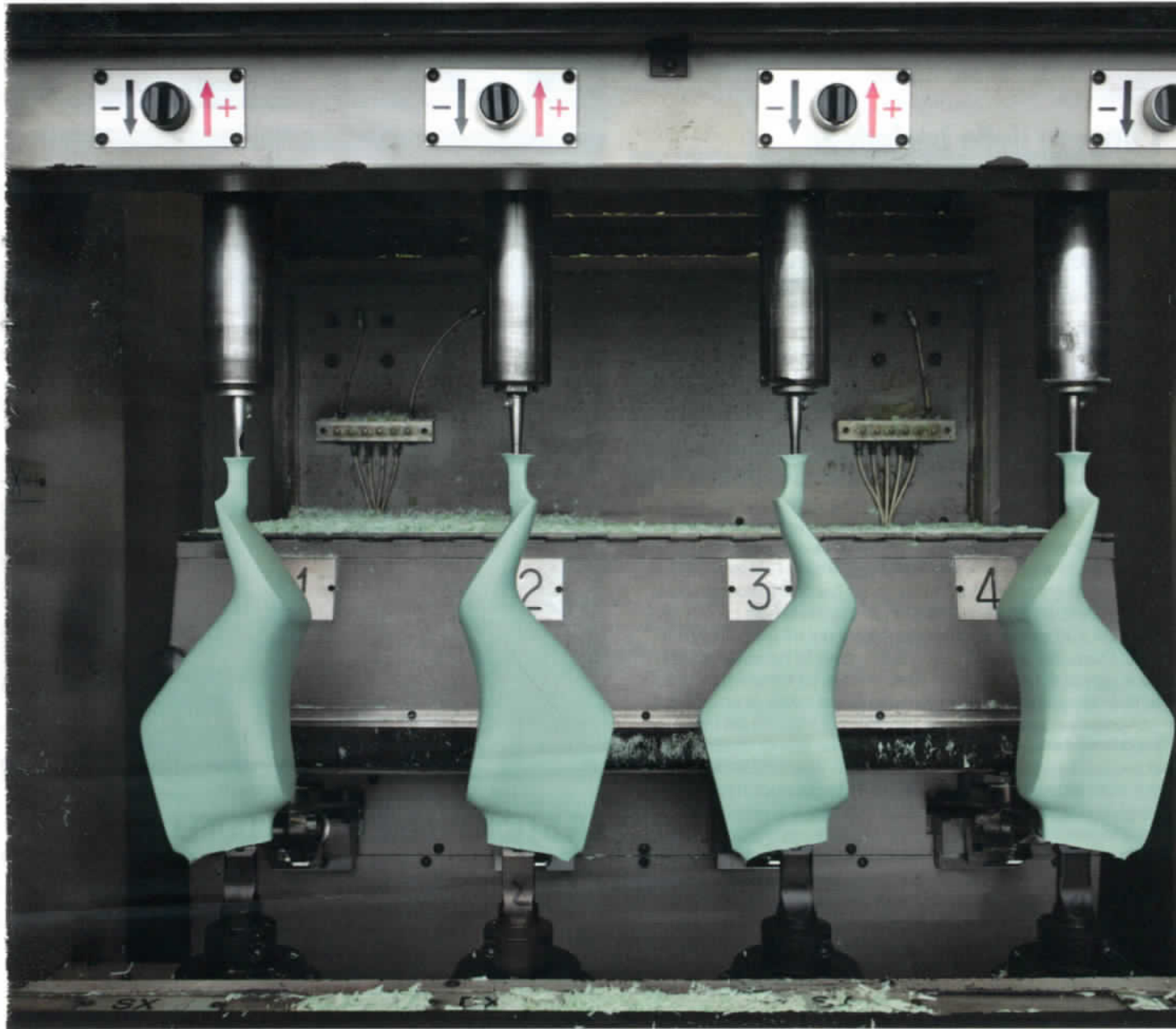
L'export cresce a ritmi tedeschi. E le aziende del Triveneto vincono sui mercati emergenti puntando su affidabilità e innovazione. Ma servono risorse. Per intercettare esigenze lontane

DI MAURIZIO MAGGI



Ai russi piacciono i fornitori precisi, che rispettano i tempi e producono a regola d'arte. E li tranquillizza sapere che il supplier arriva dal Nord-Est dell'Italia, quando fanno affari con il vostro Paese». Igor Stavitskiy è un ingegnere di Novosibirsk, in Siberia. Da anni aiuta le aziende italiane, soprattutto del Triveneto, ad avviare rapporti commerciali e industriali con la Russia. Non a caso è stato uno dei relatori più ascoltati all'incontro - a pagamento - che la società di consulenza GC&P ha organizzato pochi giorni fa ad Asolo, in provincia di Treviso. Una "master class" dal titolo inequivocabile "Doing Business in Russia - Scoprire le opportunità del mercato russo". Già, perché la Russia è uno degli sbocchi più interessanti per le imprese nordestine, sempre più internazionali specie adesso che i consumi domestici, pure quelli del profondo

Nord, stentano. Ma andare in Russia a fare affari non è semplice, come non lo è in Cina e in Brasile, altri due mercati potenzialmente sterminati. «Un conto è vendere in Francia o in Germania, tutt'altra faccenda farlo nelle Americhe o nel Far East, dove la tradizionale, modesta dimensione delle aziende del Nord-Est è una forte limitazione, perché per riuscire a guadagnare su quei mercati bisogna avere prodotti innovativi, le risorse umane e, soprattutto, finanziarie, per riuscire a intercettare esigenze e gusti lontani e sostenere grossi costi di distribuzione», mette in guardia il presidente della Confindustria Veneta, Roberto Zuccato. Tuttavia, dal Dipartimento di Economia dell'Università Ca' Foscari di Venezia, il professor Giancarlo Corò sottolinea che cinque



LAVORAZIONE DI MATERIE PRIME IN UNA FABBRICA DI STRA IN VENETO. A SINISTRA: ROBERTO ZUCCATO, PRESIDENTE DI CONFININDUSTRIA VENETO

Foto: M. Tonello - Enrich / Afp, T. Meyer - Ostrovitz / LuzPhoto

regioni del Nord - tra cui Veneto, Emilia-Romagna e Friuli Venezia Giulia - hanno dei livelli di export che, in rapporto al Prodotto interno lordo, sono paragonabili a quelli tedeschi. E, ricorda Corò, in Germania il valore dell'export di beni e servizi vale il 45 per cento del Pil, mentre l'Italia - in linea con la media dei paesi europei - complessivamente è al 26 per cento di esportazioni sul Pil. Se l'Italia intera esportasse come fanno le tre regioni del Nord-Est sopra citate, più Lombardia e Piemonte, la bilancia commerciale del Paese migliorerebbe di 250 miliardi. Un'iniezione che, dice ancora il docente di Ca' Foscari, «risolverebbe molti problemi di crescita di cui il nostro Paese soffre da 15 anni». Dalle rilevazioni dell'ufficio studi di Confartigianato, nel periodo luglio 2012-giugno 2013, il Veneto è risultato la seconda regione per beni manifatturieri esportati (25 miliardi di euro) e Vicenza, culla dell'oro e della concia, la terza provincia (con 7,6 miliardi

di export). «Nel 2013 il Nord-Est aumenterà le esportazioni. Il territorio ha sofferto una crisi molto lunga ma non ha perso la capacità di presidiare i mercati internazionali e in molti casi anche quelli emergenti», è la previsione ottimistico-patriottica di Alessandro Vardanega, patron delle Industrie Cotto Possagno (laterizi e coperture) e presidente di Unindustria Treviso.

Pochi giorni prima del master sulla Russia, la Fondazione Cuoia, la più antica business school del Nord-Est, ha presentato una ricerca che ha lo scopo di spiegare come si sono internazionalizzate le aziende del Triveneto, dove sono oltre 4 mila le imprese che, alla fine del 2011, fatturavano più di 5 milioni di euro. Dall'indagine emerge che il 68 per cento delle imprese esporta e che la quota complessiva di ricavi derivanti da vendite oltre confine sono passati, tra il 2010 e il 2012, dal 49 al 55 per ▶

L'impero delle barbatelle



Le radici del vino? Nelle sabbiose campagne del Friuli Venezia Giulia. La capitale mondiale delle barbatelle - le piccole viti già innestate e pronte per essere piantate - è nel piccolo comune di Rauscedo, provincia di Pordenone, ai piedi delle Prealpi Carniche. Nel mondo ogni anno vengono prodotti oltre 500 milioni di nuove viti e 360 milioni arrivano dall'Europa. L'Italia da sola contribuisce con oltre 100 milioni di barbatelle, spinta dai 65 milioni made in Friuli. Come dire che una delle sette barbatelle necessarie per i nuovi vigneti di tutto il mondo viene da qua. La fortuna di queste terre a ridosso del Tagliamento è partita nel 1920. In un ambiente particolarmente depresso, inadatto alla coltivazione del mais e impoverito dalle emigrazioni, nasce la prima attività vivaistica grazie ai preziosi insegnamenti di un sottufficiale piemontese dell'esercito che aiuta alcuni agricoltori ad affinare la tecnica dell'innesto. Sorgono così i vivai cooperativi Rauscedo, pronti in pochi anni a esportare milioni di viti destinate al reimpianto dei vigneti colpiti dalla piaga della fillossera. Nel 1948 si superano i 3 milioni di innesti ma il vero boom arriva solo a fine anni Ottanta, quando si passa dal lavoro manuale alla meccanizzazione. Il salto di qualità va di pari passo con la crescente richiesta del mercato: oggi si producono 4 mila combinazioni per 28 paesi, moltiplicando varietà autoctone per uva da vino e da tavola, su oltre 3.600 ettari di campi.

Michele Sasso



LA STRADA MAESTRA È QUELLA DELLE AGGREGAZIONI. VERI E PROPRI MATRIMONI TRA IMPRESE, MA ANCHE "RETI VERTICALI" PER CREARE NUOVI PRODOTTI E SERVIZI

Foto: S. Capra - Imagoeconomica, S. Cerri - Imagoeconomica, A. Casareo - Ag. Fotogramma, J. Cavatini - Ag. S. Donati



Strutture più snelle

«I dati sono orientati al positivo, ma nella quotidianità non si vedono ancora i riflessi di questi segnali». È prudente l'analisi di Mosè Fagiani, condirettore generale di Veneto Banca, gruppo che nel solo Nord-Est conta 198 sportelli: «Nella prima parte dell'anno abbiamo avuto un buon andamento sotto l'aspetto della raccolta diretta e le proiezioni fatte sui risultati di agosto sono buone. Anche noi dobbiamo rivedere il fronte dei costi. Ristrutturazione, ottimizzazione e analisi approfondite del mercato: stiamo preparando, e credo che per fine anno potranno essere pronte, iniziative mirate ad assorbire meglio il mondo dello small business, del corporate e del retail, creando strutture più snelle e catene molto più corte, in modo da essere sempre più vicini ai territori».

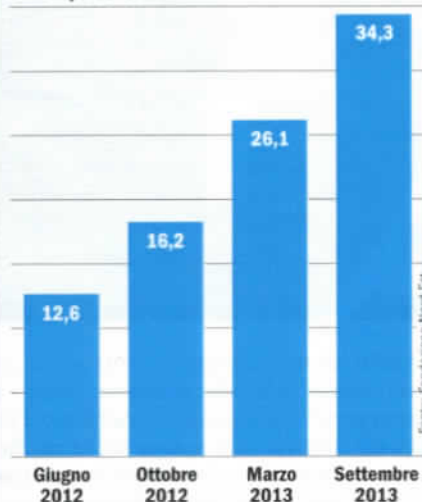


Sfida epocale

«Nel Nord-Est siamo di fronte a un passaggio epocale: da un capitalismo puramente industriale, che tradizionalmente ha agito come fattore di cementificazione per il nostro territorio, a un capitalismo culturale, del sapere, in cui predominano gli investimenti in tecnologia, innovazione e ricerca». Continua a giocare d'attacco e a guardare al futuro con ottimismo il patron di Geox Mario Moretti Polegato, che entro il 2016 inaugurerà cinquecento nuovi shop in tutta la Cina: «Le caratteristiche dell'azienda del futuro? Per continuare a essere competitiva deve aver fame di cambiamento, innovativa oltre l'aspettativa del consumatore, deve essere integrata globalmente e disturbatrice del mercato, destabilizzante per natura. In Italia soffriamo troppo di una malsana forma di understatement: è ora di superarla».

Vedo rosa

Previsioni di ordini dall'estero nel Nord Est nei tre mesi successivi: saldo tra imprese che prevedono un incremento e una riduzione. Dati in percentuale



LAVORAZIONE TESSILE A TOSCANELLA DI DOZZA IN EMILIA. NELL'ALTRA PAGINA: COLTIVAZIONE DI BARBATELLE

cento. Le 150 imprese del campione esaminato dal Cua hanno evidenziato un tasso medio annuo di crescita dei ricavi, nel periodo 2009-2011, pari al 12,8 per cento. Nello stesso periodo, tuttavia, il numero dei dipendenti è cresciuto molto meno, del 2,3 per cento. In sostanza, l'export finora è stato l'ancora di salvezza ma, secondo il capo degli imprenditori del Veneto, il tessuto tipico della zona, composto da piccole e medie aziende, è in difficoltà. Per reagire, la strada maestra è quella delle aggregazioni, so-

stiene Zuccato, o almeno l'intensificazione delle reti d'impresa. Che possono essere veri e propri matrimoni ma anche "reti verticali", create per unirsi per creare nuovi prodotti e servizi.

Le esperienze già felicemente avviate, del resto non mancano. C'è il Network Automotive Triveneto, che vede cooperare otto aziende nella progettazione e nello stampaggio di particolari plastici e materiale composito destinati al settore dell'auto. E c'è la Corte della Pelle - Calegheri 1268, la prima boutique "unitaria" delle calzature a chilometri zero della Riviera del Brenta, promossa da quattro produttori. È in pista da oltre tre anni anche la rete Energy 4Life, formata da cinque imprese che progettano e integrano nuove tecnologie per il risparmio energetico e le energie alternative, mentre sono in 12, di cui sette vicentine, le aderenti a Grandi Impianti, che realizzano strutture industriali di diversi settori. L'aggregazionismo in salsa triveneta allunga i suoi labirinti tentacoli pure in ambiti sorprendenti. Prendiamo la Coverfil Verona, fondata nell'estate del 2010 da 18 aziende alimentari per creare la "Rete delle imprese per la tutela dei funghi di bosco". Obiettivo: creare un gruppo scientifico che studi i funghi di bosco, appunto, per garantire al consumatore un prodotto di qualità. È vero che, come dicono in molti, «non è più il Nord Est di sei o sette anni fa», che il tasso di disoccupazione viaggia intorno al 6,8 per cento e qui a lungo sono stati abituati al 3-3,5 per cento, e che c'è tanta gente che vive con la cassa integrazione in deroga e probabilmente andrà ad accrescere l'esercito dei senza lavoro. Ma la creatività, anche organizzativa, da queste parti si sta dimostrando assai vivace e può senz'altro dare una mano a rilanciare l'economia e la qualità della vita generale. «Si stanno sperimentando nuove forme aggregative, anche stabilendo accordi più o meno formalizzati con i propri partner e fornitori. Gli uni entrano nei consigli di amministrazione degli altri, mettono insieme le risorse finanziarie per comprare macchinari», racconta Daniele Marini, professore di Sociologia dei processi economici all'università di Padova e direttore scientifico della Fondazione Nord-Est. Spiega Marini che le medie imprese dell'area hanno rapporti con 274 fornitori (nel Nord-Ovest, il numero cala a 222) e che l'80 per cento di ciò che esce da queste imprese è, per l'80 per cento, sviluppato dai fornitori. «Si tratta quindi di un vero e ▶



Futuro di squadra

«Le nostre manifestazioni sono un barometro interessante per avere il polso della situazione economica. E il barometro ci dice che il "made in Triveneto" sta inviando buoni segnali», osserva Giovanni Mantovani, direttore generale

di Veronafiere. Un ottimismo che trova conferma anche negli ultimi appuntamenti ospitati dal centro espositivo scaligero, Smart Energy Expo e Abitare 100% Project: «Il nostro territorio è cresciuto attraverso un sistema di distretti e di reti di imprese, che oggi si stanno riposizionando anche grazie a modalità nuove di aggregazione. Lo vediamo nel settore dell'arredamento, che sta scoprendo e valorizzando un network di designer in grado di cogliere trend e rapportarsi con mercati di livello internazionale. Ma credo che questo approccio sia applicabile a tutta la produzione del Nord-Est».



Ossigeno ai consumi

«La crescita dei consumi interni, per il nostro Paese, è un obiettivo fondamentale», sottolinea Massimo Carraro, presidente e amministratore delegato del Gruppo Morellato. «Si sottovaluta il fatto che, per

tante aziende italiane, anche la crescita dell'export è stata basata su una solida redditività nel mercato domestico. Dobbiamo quindi cercare di farlo ripartire, restituendo potere di spesa, sicurezza, fiducia nel futuro, con un taglio del costo del lavoro e con una maggiore stabilità politica. Il nostro gruppo continua ad avere un andamento di crescita nelle nostre aree strategiche del Middle East e della Cina, dove continuiamo ad aprire nuovi punti vendita. Bene anche in Spagna, Francia e Germania, mentre il mercato italiano è fermo».

a cura di Fabio Lepore

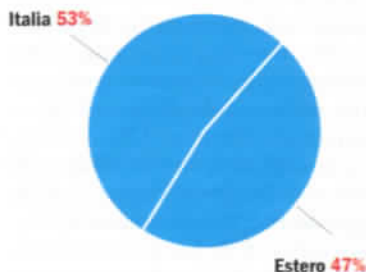
Il Friuli vola all'estero

Valore % tendenziale del fatturato



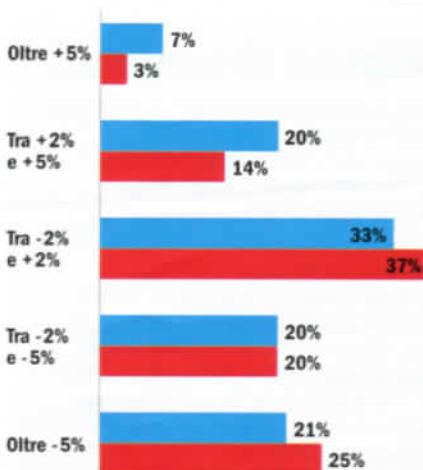
STABILIMENTI DI ICI CALDAIE SPA. QUI SOTTO: GIANCARLO CORÒ

Quota fatturato



Previsioni del fatturato 3° trimestre

Esportatrici Non esportatrici



Fonte: Unioncamere Friuli Venezia Giulia

proprio tessuto produttivo. Se la media azienda decide di fare innovazione coinvolge, a catena, anche i piccoli fornitori». Se questi però l'innovazione la snobbano, l'impresa va a cercarsi i supplier altrove. «Ciò spiega anche perché, oggi, i distretti non vanno più tutti bene o tutti male. Io li chiamo "dislarghi", adesso. Perché anche se i risultati delle aziende che li compongono sono disomogenei resta il peso, fondamentale, delle competenze», dice ancora Marini.

E mentre tornano in Italia, e soprattutto nel Nord-Est, produzioni spostate oltre confine ai tempi d'oro delle delocalizzazioni, c'è chi ricorda con un misto di orgoglio e rabbia di aver resistito alle sirene estere, perdendosi un sacco di soldi. Come Furio Braggiano della trevigiana Pasta Zara, che esporta in 105 paesi, nel 2012 ha fatturato 215 milioni e continua a incrementare la produzione: «Nel 2000, la Slovenia ci aveva proposto incredibili facilitazioni per costruire un nuovo stabilimento. Ma noi abbiamo deciso di stare in Italia e lo abbiamo realizzato a Muggia, che è più vicina a Capodistria che a Trieste. E spesso, vedendo l'atteggiamento della politica italiana nei confronti delle imprese, ci chiediamo perché abbiamo voluto dar retta al cuore».

ha collaborato Fabio Lepore

Io mi siedo digitale

I 650 produttori del triangolo friulano compreso tra Manzano, San Giovanni al Natisone e Corno di Rosazzo cercano nel Web la risposta alla crisi e alla sfida globale. Il Virgilio tecnocrate dei produttori di sedie è un giovane professionista che nel distretto tutti chiamano "il digitalizzatore". Giacomo Trevisan, 27 anni, è stato selezionato da Google e Unioncamere: «In un recente report realizzato da Fattore Internet emerge che le aziende attive su Internet fatturano ed esportano di più. Il mio compito è sensibilizzare e formare le imprese sulle opportunità presenti online per ampliare il business. E in pochi mesi ho già coinvolto 15 aziende». Tra le altre c'è Sedarreda, shop online nato 13 anni fa nel cuore del distretto udinese, cresciuto progressivamente nel corso del tempo. «Siamo nati come e-commerce puro, ma la digitalizzazione potrebbe essere davvero fondamentale per rilanciare il distretto. L'importante sarà riuscire a creare una collaborazione vera tra tutte le realtà del territorio», spiega il presidente, Patrik De Sabbata.

F. L.