

CERVELLI IN FUGA

Aziende, quando all'estero è meglio: saltare l'Italia per crescere

C'è chi fattura solo all'estero. E chi inizia direttamente là. L'esperto: «lavoro indipendente in calo da molto prima della crisi. Ricostruire l'humus imprenditoriale». Ma le origini contano

di Maria Silvia Sacchi



Diceva poco tempo fa Alberto Bombassei in una intervista a Corriere Economia che l'Italia deve recuperare la voglia di fare impresa che aveva caratterizzato gli anni del Dopoguerra. Il fondatore di Brembo è ben conscio del fatto che fare impresa in Italia sia difficile ma ritiene che l'industria 4.0 possa offrire le opportunità giuste. Ragionando su questa mancanza di un ricambio nel tessuto imprenditoriale viene da chiedersi se, e/o quanto, la «fuga dei cervelli» possa tramutarsi in una fuga di voglia di fare impresa. Che le energie, insomma, finiscano per andare altrove.

Numeri è difficile trovarne. **Giovanni Bozzetti**, tramite delle imprese italiane ad Abu Dhabi della cui Camera di commercio è referente in Italia, sottolinea una gran voglia di estero degli imprenditori data «dal blocco mercato

interno; dal ritardo cronico dei pagamenti che in Italia mandano in sofferenza; e da un sistema normativo estero più tutelante per le imprese». Così Bozzetti ha appena portato ad Abu Dhabi una start up come la milanese Patat, mentre Aran ha vinto un appalto per 402 cucine a Dubai e ne ha 500 in pipeline ad Abu Dhabi. Nelle Marche imprese come Elettronica Montarbo (riproduzione e registrazione di suono e immagini) o Phill Matìe (calzature all'ingrosso) - giusto per citarne alcune da uno studio del sociologo Daniele Marini per Confindustria Ancona - realizzano oltre confine più dell'80% dei propri ricavi.

Maturità

Imprese spesso conosciute solo all'estero, dal momento che bypassano l'Italia per rivolgersi direttamente a mercati che offrono sviluppo. Marco Fortis, economista dell'università Cattolica e vice presidente della Fondazione Edison, dice che quella delle imprese di oggi non è più la «corsa disperata a contenere i costi o a non essere travolti» che aveva caratterizzato gli anni dell'inizio della globalizzazione e portare gli imprenditori italiani a delocalizzare fortemente le produzioni. Ma è, al contrario, «una ricerca del business più all'americana: ci sono mercati che si aprono e su questi si va direttamente». I consumi italiani non solo sono stati bloccati, mentre quelli tedeschi crescevano sulla spinta di investimenti pubblici, ma sono anche cambiati: più Iphone e meno abbigliamento. «Non c'è stata finora una riflessione su come riannodare i fili di un tessuto economico che si è slabbrato». A mancare oggi sono molti lavori indipendenti che hanno caratterizzato l'Italia fino alla fine del secolo scorso. «Il lavoro indipendente ha perso quasi 1 milione di addetti negli ultimi 15 anni, ma di questi quasi 400mila erano stati persi già prima della crisi del 2008 — dice Fortis —. Al contrario, l'occupazione dipendente è sui livelli del 2008». Negozi, piccole attività artigianali, le famose case-bottega in cui lavoravano marito e moglie. «Il problema — aggiunge Daniele Marini, direttore scientifico di Community media research — non è che le persone vadano all'estero, ma quali sono le reti che rimangono nel territorio d'origine. Se un'azienda porta i suoi fornitori dall'Italia e mantiene qui i suoi dipendenti e le sue competenze non è un'impresa in fuga ma un allargamento delle reti dell'economia. Se invece il legame con l'Italia si rompe, c'è una dispersione di investimento. La vera questione, insomma, è far sì che si mantengano le relazioni».