

Roma, 12 dicembre 2023

Oggetto: Suggerimento per la Legge di Bilancio 2024 e misure correlate: proposta di democratizzazione e diffusione della cultura e metodologia di impresa e del valore aggiunto come risposta all'improduttività

Caro Ministro Urso,

Le chiediamo di porre attenzione a questa nostra riflessione con una prospettiva laterale, e forse avanguardistica, nell'andare oltre il concetto e l'approccio del Made in Italy manifatturiero, senza metterne in discussione l'indubbia importanza, ma stimolando un dibattito costruttivo su un'altra possibile soluzione all'improduttività italiana, vera prima problematica del nostro Paese, legata maggiormente ad aziende minori operanti nel settore commodity.

Nel nostro Bel Paese siamo cresciuti a pane, arte e cultura; il patrimonio storico, artistico, naturalistico e culturale di cui disponiamo è impresso nel profondo del nostro DNA ed è famoso in tutto il mondo, lo sappiamo tutti molto bene e ne siamo fieri; ovviamente ha influenzato il nostro modo di essere artigiani straordinari e le nostre capacità di creare. Siamo grandi inventori di prodotto e il nostro marchio distintivo d'eccellenza, il Made in Italy, è, come tutti i patrimoni, da tutelare e preservare.

Tuttavia, rispetto agli anni che hanno visto la fortuna del Made in Italy, le cose sono cambiate (diremmo anche da decenni ormai). Il contesto socio-economico è completamente diverso. Con l'avvento della globalizzazione, dei social network e del digitale, nonché delle crisi finanziarie e di sistema generate anche dalle guerre in atto, il mercato si è modificato, passando da un mercato di domanda (favorito dalle politiche del secolo scorso) ad un mercato di offerta le cui regole sono completamente diverse; la velocità delle nuove richieste (stimolate...), personalizzate, del mercato e il bisogno di nuova offerta continua, insieme alla necessità di disintermediazione e smaterializzazione, hanno messo in grande difficoltà la creatività del nostro imprenditore-inventore di prodotti, troppo spesso slegata dai processi, e la relativa capacità di organizzazione e di utilizzo di tecnologia. Il Made in Italy non è più sufficiente a trainare, da solo, il nostro sistema economico senza attenzione forte all'innovazione di processo, di modello e di organizzazione, del business e del lavoro. Seppur tante, rimangono sempre poche le aziende esportatrici del Made in Italy in grado di farne il proprio baluardo di produttività; infatti queste imprese rappresentano ancora una percentuale non sufficiente rispetto alla necessità del tessuto economico italiano, formato in maggioranza da mPMI a traino, molte in settori commodity e a basso valore aggiunto, spesso solo manovali di sistema senza più margine che noi chiamiamo e definiamo mercato "OFF".

Micro e piccole imprese che possiamo suddividere in due grandi categorie. La prima è quella degli imprenditori inventori ma non innovativi a livello di sistema e modello, che hanno un ottimo prodotto ma che non trova riscontro sul mercato perché non fanno

come definire processi ottimizzanti e come fare impresa secondo le regole del business moderno; pertanto un prodotto senza comunicazione, processi, finanza e aree complementari rimane lì come un buon prodotto e niente più. La seconda categoria è quella di "manovali di filiera" che non esprimono e non creano però valore aggiunto, e che quindi spesso rimangono intrappolati negli indotti di medie e grandi aziende (soprattutto manifatturiere ma non solo) lavorando come semplici "operativi" a basso margine, con una moltitudine di problemi non solo fiscali, ma anche sociali, con una precarietà enorme connessa al loro modello pull, poco creativo e poco prospettico, legato alle occasioni e all'indotto dell'attimo da cogliere.

È arrivato il momento in cui non possiamo più vivere di sola rendita del Made in Italy, inteso come "solo prodotto" ma dobbiamo cominciare ad innovarci per stare al passo coi tempi. Dovremmo concentrarci su una innovazione di processo, organizzativa e di modello di lavoro, e quindi non solo tecnologica, superando il concetto "hard di prodotto, di macchinario o di strumento singolo" (relativo ancora a logiche di investimento novecentesche, molto fisiche e di lunga durata), per avviarci verso una innovazione "soft di processo", legata invece al digitale, alla cultura della ricerca e sviluppo, dei test e del cambiamento continui di cui necessitano oggi tutte le imprese, anche le più piccole, compreso il commerciante su strada.

Pensiamo che la diffusione e l'accessibilità di metodi, strumenti e persone competenti, e quindi di un sistema di contaminazione, sia di fondamentale importanza per gli imprenditori, soprattutto in un momento di incertezza così grande. Serve assolutamente mettere in contatto il terziario avanzato con tutto il mondo produttivo, ipotizzando di offrire, al primo, l'opportunità di avere un nuovo mercato, anche inizialmente "abbassandosi" e adattandosi ad un livello più basilico (di prezzo e di competenze) ma con opportunità di sviluppo future importanti come in tutti i mercati quasi vergini; al secondo, di parlare con "mediatori di conoscenza" per creare valore aggiunto insieme, oltre il prodotto e la sola manovalanza da filiera. Solo così potremo tornare a far parlare di noi e del Made in Italy in maniera ancora più capillare e consapevole, perché ne abbiamo tutte le potenzialità.

La politica mixata dai vari decreti, e in particolare le misure trapelate dalla bozza relativa alla nuova manovra prevista per il 2024, a nostro avviso, più che puntare solamente sull'alta tecnologia e sulla manifattura da fabbrica, dovrebbe puntare anzitutto ad un'azione culturale, di consapevolezza e di buone pratiche estese e nel dare possibilità a tutti di innovare; una politica tesa a diffondere la conoscenza di come fare impresa oggi nel rivedere i processi, la mentalità, l'approccio, gli strumenti più che i prodotti, promuovendo un metodo che avvicini in modo graduale il piccolo imprenditore all'innovazione, perché ne è ancora fortemente distante.

La priorità non è più solo pensare di salvaguardare e rilanciare il Made in Italy (e pensare che l'occupazione si possa trovare sempre solo in fabbrica): bisognerebbe piuttosto inserirlo in un contesto di sviluppo e crescita economica delle mPMI, affiancate dal

terziario avanzato, come già auspicato, per accedere a servizi a valore aggiunto. È impensabile ormai che le imprese che abbiamo definito "OFF", che rappresentano l'altra metà oscura dell'indotto, quella che fa fatica, quella che è improduttiva, quella che è sotto scacco delle filiere e delle medie e grandi aziende (soprattutto manifatturiere), possano immaginare di crescere senza ideare, sviluppare e incrementare valore aggiunto, rendendosi indipendenti (con un modello push programmatico e di durata nel tempo) e creando loro stesse posti di lavoro diretti e più stabili. Sarebbe dunque indispensabile e auspicabile far uscire i piccoli imprenditori dal ruolo di inventori novecenteschi (o di manovali di indotto) per trasformarli in innovatori di sistema e di processo. Un salto di paradigma dal prodotto d'eccellenza a sistema-impresa che valorizzerebbe ancora di più il prestigio del prodotto, del nostro Made in Italy e del nostro Paese tutto.

Il nuovo motto e l'obiettivo dovrebbe essere:

"Bello come il Made in Italy; organizzato come l'impresa del futuro".

Noi abbiamo testato e validato un progetto (anche di ricerca, avallato da attori autorevoli) che vuole diffondere e democratizzare questo approccio e la cultura d'impresa verso l'innovazione di modelli e processi presso le mPMI, avvalendosi di migliaia di "Consulenti Pazienti" e imprese di servizi, consulenza e tecnologia che riescano ad affiancare nel cambiamento e nei momenti di discontinuità gli imprenditori "OFF" di solo prodotto o di sola manovalanza e, pur non avendo la presunzione di poter cambiare nell'immediato lo scenario economico italiano, crediamo possa rappresentare, congiunto ad altre azioni, uno stimolo per una progressiva spinta all'innovazione delle mPMI, e divenire un modello d'ispirazione concreto a sostegno delle stesse.

Saremmo lieti di poter intavolare un confronto costruttivo con Lei, lo stiamo già facendo con centinaia di consulenti ed operatori del terziario avanzato e del mondo produttivo che ragionano in ottica di nuova offerta di affiancamento per l'imprenditore di piccola dimensione, spesso smarrito e sfiduciato dal sistema, nonché bloccato da una gestione familiare poco aperta al confronto, e troppo distante da tutti gli altri attori quali istituzioni, finanza, servizi, mondo tecnologico e accademico.

In conclusione, il nostro suggerimento è quello di creare un modello e un sistema di contaminazione tra chi produce e chi coadiuva la produzione stessa, abbattendo il muro della diffidenza e promuovendo la connessione e lo sviluppo tra le varie categorie di creazione del valore aggiunto.

Nell'attesa di un Suo gradito riscontro Le auguriamo buon lavoro.

Marco Travaglini

Fondatore e Portavoce della Community "Consulente Paziente"