

Perché "coesione è competizione". Il rapporto di Symbola, Unioncamere e Aaster

12 gennaio 2015

C'è un'Italia che, nonostante la crisi, resiste e sa essere innovativa, creativa, unita, vocata alla qualità e alla bellezza. In una parola competitiva. È l'Italia della coesione, quella che vede le aziende camminare con le comunità, coinvolgere i cittadini, valorizzare e sostenere i lavoratori. Proprio le imprese ‘coesive' - quelle fortemente legate a comunità di appartenenza e territorio in cui operano, che investono nel benessere economico e sociale, nelle competenze e cura dei propri lavoratori, nella sostenibilità, nella qualità e bellezza, radicate nella filiera territoriale e tese a soddisfare le esigenze di fornitori, clienti e stakeholder in generale, che hanno relazioni con il non profit e le istituzioni territoriali - hanno una marcia in più che permette loro di andare lontano. Tanto che le nostre imprese ‘coesive' hanno registrato nel 2013 aumenti del fatturato, rispetto al 2012, nel 39% dei casi, mentre fra le imprese "non coesive" tale quota si ferma ben al di sotto, al 31%. Dimostrando una migliore dinamicità anche sul fronte dell'occupazione: il 22% delle imprese coesive ha dichiarato un aumento degli occupati tra il 2012 e il 2013, contro il 15% delle altre imprese. Idem dicasi per fatturato totale e ordinativi esteri previsionali: la quota di imprese che dichiara un aumento per il 2014 di questi due indicatori è in misura significativamente maggiore tra quelle coesive rispetto a quelle non coesive, nell'ordine il 44 e 55% per le prime, il 39 e il 52% per le altre.

E' quanto emerge dal rapporto "Coesione è Competizione - Le nuove geografie della produzione del valore in Italia" realizzato da Consorzio Aaster, Fondazione Symbola e Unioncamere presentato oggi a Treia in apertura del Seminario Estivo di Symbola. Un lavoro che coglie e rappresenta i driver della nostra competitività, che si collocano su lunghezze d'onda che gli indicatori economici più diffusi non percepiscono. Che propone uno sguardo nuovo per leggere il Paese, che non si lascia irretire dall'opinione di chi guarda la nostra economia dal satellite, ma scende nei territori, nelle comunità in cui sono radicate le imprese e le tante energie di cui si nutrono.

"La buona riuscita di un'iniziativa economica – ha detto il Segretario Generale di Unioncamere, Claudio Gagliardi - non si gioca più soltanto sul prezzo di un prodotto o servizio ma soprattutto su aspetti qualitativi di ciò che viene offerto. La coesione tra impresa, lavoratori, territorio, istituzioni, mondo del non profit sta sempre più diventando un elemento vincente della competizione economica nei Paesi evoluti. A differenza di altri Paesi, la forza dell'Italia non è nella standardizzazione dei grandi numeri, ma nella qualità di un'offerta altamente specializzata di filiere e distretti che ci fanno grandi nel mondo. Alla base c'è un tessuto di piccole imprese su cui il Paese deve continuare a puntare. La piccola dimensione di per sé non è un ostacolo, perché si traduce in una maggiore capacità di adattamento al mercato. Lo diventa se l'impresa opera isolata dal contesto, se non ha strutture di riferimento, come le Camere di commercio, che l'aiutino a crescere per esempio con la formula dei contratti di rete e sostenendo il rafforzamento delle filiere produttive a maggior radicamento territoriale".