

## Iniziativa dell'associazione **La Cna in Cina** per esportare il made in Rieti e battere la crisi

*Bufacchi:  
le piccole ditte  
faticano  
a esportare*

di ALESSANDRA LANCIA

La crisi ha ripreso a correre investendo anche le microimprese artigiane e la direttrice della Cna, Enza Bufacchi, prepara le valigie e vola in Cina a cercare vetrine e mercati per i prodotti made in Rieti. «Una volta il problema delle imprese era la produzione, fare bene il proprio prodotto perché poi vendere era automatico. Adesso non più: si fanno prodotti egregi ma qui non c'è più mercato». Tanto vale andarselo a cercare: «in Cina ci sono 300 milioni di nuovi ricchi per i quali il made in Italy è soprattutto status symbol. C'è da capire se c'è un modo per portarli in casa i nostri prodotti migliori, quelli che si fanno spazio sul mercato non a suon di quantità ma all'insegna della qualità».

Il ragionamento di partenza della Bufacchi poggia, come sempre, sui dati e sull'osservazione della realtà: «l'Italia nonostante tutto continua a essere uno dei principali paesi esportatori del mondo. Stando ai dati della Fondazione **Edison** siamo nelle prime tre posizioni nell'export di 1.022 prodotti su 5.000 presi a campione. Tra questi, per dire, ci sono anche le pompe

dosatrici della Seko. Ora, se per le grandi aziende andare all'estero è, non solo scontato, ma anche agevole, per le piccole imprese gli ostacoli possono sembrare enormi. Allora c'è bisogno di qualcuno che li accompagni o magari che faccia strada». La Bufacchi sarà in Cina dal 4 al 19 novembre ospite di un reatino che il grande balzo in avanti lo ha già fatto da tempo, Luigi Blasi, titolare della Cina Target Consulting. Intorno al suo viaggio le aspettative della Cna sono altissime, «forse anche troppo», frena lei: «in fondo, come un commesso viaggiatore, vorrei solo cercare di capire quanto sia praticabile questa strada».

**Le imprese potenzialmente in catalogo?** «Andiamo da quelle che producono materiali per l'edilizia e per la casa, tutti prodotti ricercatissimi, all'olio della Sabina, perché anche l'agroalimentare di qualità ha delle potenzialità inimmaginabili».

**Funzionerà?** «Non lo so. So' solo che non si può restare dietro una scrivania a compilare richieste di cassa integrazione in deroga o a raccogliere gli sfoghi dei nostri imprenditori che alzano bandiera bianca». Quest'anno per la prima volta il saldo delle iscrizioni/cancellazioni all'albo delle imprese artigiane è andato in rosso: -29 in valore assoluto, -26,38% in percentuale. Per 225 imprese nuove che sono nate se ne sono cancellate 254.

**La colpa?** «Il mercato che non chiede, le banche che non danno credito, i clienti che non pagano, siano essi enti locali o privati. Senza soldi le piccole imprese non reggono, senza mercati nuovi non crescono». Per i soldi ci si affida al pubblico, perché paghi e investa. Ma i mercati, quelli, bisogna andarseli a cercare.

