

«Le aziende devono farsi sentire»

Imprenditori concordi sulla necessità di un atteggiamento diverso da tenere sui tavoli europei «Dobbiamo essere capaci di unire le forze e le rappresentanze di una miriade di piccole realtà»

MARIA G. DELLA VECCHIA
LECCO

Le recenti critiche europee alla bassa specializzazione dei prodotti italiani, indicata come causa del crollo di mercato interno, riaccendono la discussione sulla necessità di un'azione di lobbying che, per difendere prodotti, reputazioni e fatturati, deve ripartire con forza dai territori.

Pressing sull'Europa

Quello da difendere «tirando fuori gli artigiani e andando a negoziare subito a Bruxelles», come ha detto il vicepresidente di Fondazione Edison Marco Fortis, non è solo il modello dell'alta specializzazione su meccanica, metallurgia e macchine per l'industria. In gioco, nelle ore in cui non appena sono annunciati dazi temporanei sull'import di pannelli solari la Cina risponde con un'indagine per dumping sui vini italiani, c'è la capacità di far valere a Bruxelles i numeri di

un'economia, quella italiana, che può sollevarsi, come hanno mostrato i dati forniti da Fortis, ma c'è anche la necessità, ha ricordato nell'assemblea lecchese il presidente di Confindustria Giorgio Squinzi, di fare lobby su un fronte più ampio per coordinare le politiche fiscali, di welfare, infrastrutturali ed energetiche. L'Italia, insomma, secondo tecnici e imprenditori deve riuscire a farsi sentire in Europa anche per valorizzare produzioni e competenze di un tessuto manifatturiero tra i più forti e vivaci al mondo.

Uno sforzo a cui sono chiamate anche le rappresentanze d'impresa locali, attivare la politica regionale e nazionale verso Bruxelles, ciò mentre sempre più imprenditori locali pensano che fare sistema sul territorio non dà futuro se l'azione non incide su piani più alti di rappresentanza.

Sulla debolezza del sistema-Paese il presidente di Confindustria Lecco Giovanni Maggi ha ricordato che «così come non

vengono generalmente adottati provvedimenti con una visione prospettica di lungo periodo che tenga conto dei giovani che fra qualche anno avranno in mano il Paese, al sistema produttivo non è mai stato appieno riconosciuto un ruolo che è però evidente. E mi sembra paradossale che ci sia stato bisogno di una crisi prolungata perché lo si capisse».

A difesa dell'impegno associativo Maggi ha citato il progetto "Confindustria per l'Italia", con l'invito a «tutti gli attori della produzione a remare nella stessa direzione».

«Quello che Lecco non fa - dice il direttore del Consorzio Premax, Giovanni Gianola - è salire di livello nel proporre le istanze delle aziende. Manca lo sforzo nel coagulare l'humus imprenditoriale, anche piccolo e artigianale, per renderlo sensibile nel fare massa critica sulle istituzioni europee». Gianola accetta l'autocritica: «Certo - dice - il problema è anche nostro, parte dal

basso, e riguarda i territori dove i primi referenti istituzionali che incontriamo sono quelli provinciali delle associazioni di categoria e poi della Regione. La realtà - conclude, parlando anche da assessore alle Attività Produttive del Comune di Premana - è che c'è una barriera, un'incapacità delle nostre rappresentanze politiche ed economiche».

Un piano d'azione

«Così come fanno le aziende - ci dice Luigi Gilardoni, proprietario della Gilardoni Vittorio Spa -, anche i territori devono avere un piano strategico che consideri punti di forza e di debolezza, opportunità e scenario».

Giradoni continua: «Ciò allo scopo di guidare doverosamente le imprese, soprattutto le piccole, dando loro una rete di supporto e conoscenza. Credo che Lecco in tal senso risponda - conclude - ma serve un vero pragmatismo che faccia sentire tale missione come innata per dare, portandola il più possibile verso la base, una guida di politica industriale al territorio». ■

«Bisogna tirare fuori gli artigiani sui tavoli europei»



MARCO FORTIS
ECONOMISTA





Rappresentanza

1. Una fase di produzione
2. Giovanni Maggi, presidente di Confindustria Lecco
3. Walter Fontana, presidente di Fontana Group di Calolziocorte