

Le aziende brianzole tra crisi e innovazione

Economia

Scritto da Silvia Tosetti

Martedì 02 Agosto 2011

La **crisi** c'è. E si sente. Ma c'è anche la Brianza che resiste. Dal monitoraggio del settore metalmeccanico realizzato dalla Fim Cisl Brianza nel primo semestre del 2011 è emerso che a Monza e provincia ci sono complessivamente 217 **aziende** in **crisi** e 5.604 addetti coinvolti dall'utilizzo di ammortizzatori sociali.

Rispetto al primo semestre è diminuito il numero delle imprese coinvolte, ma non quello dei lavoratori. La ripresa, quindi, stenta a decollare.

Lo dimostrano anche le proteste degli operai, come i quasi 900 della IBM di Vimercate e i circa 50 della Cassina di Meda che manifestano contro le delocalizzazioni. A Lesmo non mollano i 66 dipendenti della Yamaha in presidio permanente contro la cassa integrazione, e contro la mobilità protestano anche i 65 lavoratori (sui 110 totali) delle Officine Beretta di Desio.

Ma nonostante la crisi c'è un mondo imprenditoriale che tiene duro e che non molla. La Brianza del fare con le sue imprese che puntano sull'innovazione, che si rinnovano, si ammodernano, investono. Ma senza trasgredire alla tradizione. E senza tradire il territorio che ha dato loro i natali.



Un «**cambiamento nella continuità**», insomma. Come il motto delle Officine Locati, che con i suoi 86 anni di storia è una delle memorabili aziende di Monza, uno dei simboli del «made in Brianza» che ha resistito, inossidabile, nel tempo. «Oggi adeguarsi, o meglio, anticipare l'ambiente economico che cambia è un obbligo per qualunque azienda e lo è anche per la nostra realtà, ma con la peculiarità di **rispettare i valori d'eccellenza che contraddistinguono la lunga tradizione** – sostiene Guido Locati, amministratore della storica azienda specializzata in chiusure di sicurezza -. Rispettabilità, qualità, affidabilità nel tempo, serietà non sono elementi certificabili sulla carta o peggio, com'è oggi di moda, "dalla carta", ma un valore guadagnato giorno per giorno e che richiede un costante adeguamento ai continui, ma raramente costruttivi, cambiamenti del mercato».



E per riuscire a restare a galla in un mercato sempre più competitivo, soprattutto per la presenza di colossi multinazionali, bisogna puntare «su marchi dai quali costruire fedeltà dei consumatori, **sulla ricerca e sullo sviluppo interno di nuovi prodotti che sappiano rispondere alle esigenze sempre più evolute dei consumatori**», sostiene Marco Sala, uno dei soci della Italsilva di Seregno, holding del gruppo produttivo e commerciale attivo dal 1908 nel settore della detergenza e della pulizia. Per farlo è necessario investire (molto) sia con personale qualificato giovane e motivato sia in attrezzature adeguate, non ultimo aprirsi ai mercati esteri e acquisire nuovi marchi da sostenere e rilanciare. «Tutto questo dimostra la volontà di voler rimanere attori di riferimento sul mercato mantenendo la caratteristica di porre l'aspetto industriale e commerciale al primo posto rispetto alla finanza o peggio ancora alla speculazione – sottolinea Sala -. E questo è testimoniato ancor di più dall'aver passato questo periodo di crisi economica (peraltro non ancora finito in particolare per la forza attiva della speculazione finanziaria che miete vittime nel campo dell'economia reale) **continuando ad investire e soprattutto non perdendo nessun posto di lavoro anche a scapito della redditività immediata**».



Continuare ad investire, quindi. Anche se la maggior parte delle aziende sembra fare al contrario, guardando ad Est a caccia della manodopera low cost. Tuttavia c'è anche chi resta ben saldo al proprio territorio. Un esempio è la Ksb Italia di Concorezzo, azienda leader a livello internazionale nel mercato delle pompe e delle valvole, dal 2004 fedele alla terra brianza. «**La scelta di rimanere concentrati in Brianza è per noi fondamentale perché ci permette di valorizzare al meglio una delle caratteristiche peculiari della nostra organizzazione, vale a dire l'elevata flessibilità e specializzazione** presenti ad ogni livello e settore, sia produttivo o commerciale; qualità acquisite in anni di attività presso la nostra azienda e grazie anche alla formazione mirata che è sempre stata una nostra prerogativa – spiega il consigliere delegato Riccardo Vincenti -. Inoltre, la presenza in zona **rappresenta un modo per incrementare il livello di sinergia con il territorio**, le istituzioni, le aziende locali, la comunità, concetto che è ben rappresentato dai contenuti del bilancio di sostenibilità dai noi redatto a partire dal 2009».

Tradizione, ma non solo. Perché **per andare avanti è necessario anche guardare al futuro, puntando sull'innovazione**. Ne è convinto Marco Brivio, direttore tecnico e amministratore unico della Bms Impianti oltre che membro del consiglio di amministrazione del Distretto Green & High Tech di Monza e Brianza. Un esempio? La banda larga. «Questo è un mercato che si è evoluto molto negli ultimi anni. Rispetto ad altri la Brianza è un territorio fortunato, ma c'è ancora molto da fare – dice- . **Oggi la banda larga è un'esigenza tecnologica delle aziende e potrebbe essere motivo di attrazione per molte imprese della Brianza**. Bisogna provvedere verso la banda ultra larghissima. Le istituzioni dovrebbero favorire questa operazione velocizzando i processi o adottando una procedura comune per agevolare questo mondo che si muove rapido e non può attendere i lunghi tempi della burocrazia».

E a proposito di innovazione non si può non tenere in considerazione le energie rinnovabili. Solo in Brianza sono un centinaio le aziende attive in questo settore. «Rappresentano di fatto un nuovo mercato molto aperto: si può diventare "azienda energetica" con un semplice pannello fotovoltaico installato sul tetto della propria abitazione o con approcci di dimensioni industriali molto consistenti – afferma Egidio Miti, amministratore di eData Energy, impresa che opera nel settore delle rinnovabili da poco sbarcata in Brianza - Ogni azienda, indipendentemente dalla dimensione o dal core business di riferimento può trovare nell'attività energetica da fonte rinnovabile la propria modalità di progettare un

piano industriale e commerciale che unisca sinergicamente il proprio prodotto tradizionale con prodotti e servizi innovativi in un arco temporale ben più consistente di quello con cui normalmente è costretta a confrontarsi. **Prendere coscienza della propria dimensione energetica e delle modalità di creazione dei costi energetici offre un'occasione inimmaginabile di revisione e ottimizzazione dei propri processi produttivi e organizzativi con potenziali riduzioni di costi** che potranno essere utilizzati significativamente per meglio competere sul mercato . Per le aziende eccellenti, questa ritrovata coscienza energetica , suggerirà diversificazioni, accordi, joint-venture che consentirà loro di posizionarsi sul mercato con strumenti nuovi e sempre più apprezzati».



A sostegno delle aziende scendono poi in campo anche le istituzioni. Per fronteggiare la crisi e supportare le imprese **il Gruppo Giovani Confindustria Monza e Brianza punta sul fare rete**. «Come Giovani Imprenditori abbiamo focalizzato la nostra attività, concordemente a uno sforzo unitario di tutta Confindustria Monza e Brianza, sulle reti di impresa – dichiara il presidente Marco Colombo -. Fare rete permette anche di essere più efficaci ed efficienti nel modo di fare impresa riducendo i costi di accesso a mercati esteri e supportando le aziende che vogliono puntare sull'innovazione di prodotto».

Un aiuto concreto al tessuto imprenditoriale arriva anche dalla Provincia e dall'assessorato alle Attività produttive di Monza e Brianza. «In questa direzione la Provincia di Monza e della Brianza ha già mosso il primo passo, che vedrà il traguardo proprio nei prossimi giorni – afferma l'assessore Andrea Monti -. Entro agosto è infatti prevista la pubblicazione della graduatoria del bando "Mi lauri in butega", promosso lo scorso mese di febbraio in collaborazione con la Camera di Commercio di Monza e Brianza, per il quale è stato stanziato un fondo complessivo di **250mila euro rivolto a tutte le microimprese che hanno sede nella Provincia MB** da almeno cinque anni, con l'obiettivo di salvaguardare e rilanciare le attività tradizionali, attraverso la valorizzazione e la qualificazione di un patrimonio secolare di conoscenza e di passione per il lavoro».

Nelle foto: dall'alto Guido Locati, amministratore della Officine Locati di Monza; Marco Sala, titolare della ItaiSilva di Seregno; Riccardo Vincenti, amministratore delegato della Ksb Italia di Concorezzo; Marco Colombo, presidente Gruppo Giovani Confindustria Monza e Brianza