

32

IL TEMPO DEL DENARO

DI UGO BERTONE

→ Mentre molte imprese emigrate oltre confine stanno rientrando in Italia, gli imprenditori dovrebbero prendere esempio da Alberto Vacchi, numero uno di Ima, per ridare smalto all'industria

L'IMPRESA ITALIA RITORNA A CASA. A METÀ 2016, SECONDO I DATI RACCOLTI DA UNI-CLUB MORE RESHORIZING, INIZIATIVA DI PIÙ ATENEI CHE CENSISCE il fenomeno, erano 121 le aziende made in Italy già emigrate oltre confine che hanno deciso di tornare nel Bel Paese. Un dato rilevante che ci colloca alle spalle degli Stati Uniti, alla guida del fenomeno prima ancora dei prossimi interventi di Donald Trump, ben deciso a utilizzare l'arma del fisco e dei dazi per riportare in patria le imprese che hanno preso la via della Cina o del Messico. Da noi, in attesa che prenda quota il piano Italia 4.0, non esiste alcun incentivo di sistema a praticare quello che è definito il «reshoring». Ma il fenomeno ha comunque preso piede in parallelo alla maggiore attenzione alla qualità italiana. E così, dalla fine dell'estate in poi, le cronache hanno registrato lo storico rientro dei Benetton a Castrette di Treviso, patria dei primi maglioni del gruppo. Ad Avio nel Bresciano è già in piena attività Falconeri, rimpatriata dalla Romania dopo la cessione al gruppo Calzedonia. Marco Palmieri di Piquadro, già attivissimo in Cina, ha iniziato a far shopping in Italia acquistando The Bridge, griffe fiorentina della pelletteria, primo atto della costruzione di un polo italiano del lusso sostenibile, il settore che a detta di Palmieri darà le maggiori soddisfazioni. Ma la lista si allunga ogni giorno: tornano in Cadore una parte delle lavorazioni di Safilo, già emigrate a Est a caccia di un costo del lavoro più conveniente. Tra i primi a riprendere la via di casa è stata la vicentina Fiamm, una volta che ha preso atto che la qualità del lavoro italiano è un'altra cosa. «Probabilmente il fenomeno è più esteso», spiega Luciano Fratocchi, docente dell'università dell'Aquila e coordinatore del gruppo di studio, «ma una parte delle aziende che hanno fatto rientrare le produzioni non è disposta a dichiararlo, anche perché spesso l'investimento estero a suo tempo era avvenuto in sordina, senza pubblicità». Non è da molto tempo, del resto, che il made in Italy è diventato un plus, almeno in certi settori. Attenzione. Non è solo il made in Italy o la ricerca di una qualità apprezzata sui mercati a spingere verso il rientro. Contano di più altri fattori. Vedi i trasporti, per esempio: collezioni di moda che devono raggiungere il punto vendita nel giro di pochi giorni non possono nascere in fabbriche lontane 8-9mila chilometri. Il timing adeguato è ormai un fattore di successo insostituibile. Conta la presenza di scuole o di artigiani in grado di risolvere i problemi più spinosi. O dei fornitori, la vera arma segreta che si può manifestare nei modi più inattesi. È la leadership italiana nell'automazione industriale che, più di altri fattori, ha determinato la scelta di Settimo Torinese quale cen-

tro di produzione europea del colosso francese della cosmetica L'Oréal, spostato da Varsavia alla periferia di Torino. Da non trascurare, ovviamente, il costo del lavoro: ormai produrre a Shanghai, tenuto conto dei costi della logistica, non costa poi così meno del Nord Italia, che comunque offre qualità e tecnologia più che adeguata.

Ma, come spesso capita, quel che conta di più è il fattore umano. Nel nostro caso lo straordinario esempio di Alberto Vacchi, l'imprenditore bolognese alla testa di Ima, gioiello dell'industria italiana, leader mondiale nella progettazione e produzione di macchine automatiche per il processo e il confezionamento di prodotti farmaceutici, cosmetici, alimentari, tè e caffè, con un fatturato 2015 di oltre un miliardo di euro, e oltre 5mila dipendenti che sfornano imballaggi per l'alimentare o per i farmaci piuttosto che per le bustine del tè. Nel 2008, anno uno della grande crisi, diversi fornitori del gruppo lanciarono un disperato sos all'industriale: dacci un po' di lavoro in più per ovviare alle commesse sfumate in

MOLTI
NON DICONO
DI ESSERE
RITORNATI QUI
PERCHÉ
L'INVESTIMENTO
ALL'ESTERO
ERA AVVENUTO
IN SORDINA

Italia e fuori. Ma il caso aveva voluto che proprio allora Ima avesse dato il via a un piano di diversificazione degli acquisti, attraverso commesse in India e in Cina. Che fare? Vacchi capì che il possibile fallimento delle piccole aziende della filiera padana rappresentava una minaccia mortale per Ima. Di qui la decisione di rimbocarsi le maniche ed elaborare un business plan

che potesse garantire un futuro ai fornitori, tramite commesse (non solo per Ima), apporti di capitale (mai più del 10-15%), piani di finanziamento in banca, resi possibili dalla garanzia della casa madre. E così via. Oggi la «rete Ima» sviluppa un fatturato (sano) di oltre 200 milioni di euro. Nel 2014 Vacchi ha acquisito cinque aziende in Germania con l'obiettivo di trasferire parte della produzione in Emilia per un fatturato annuo di 60-70 milioni, sufficiente a dar lavoro a 200 addetti. Che dire? Dieci, cento mille Vacchi per ridare smalto all'industria italiana. E tanto per aggiungere slogan a slogan, «ora o mai più». Dopo la grave crisi che ha cancellato un quarto della manifattura italiana rispetto a otto anni fa la nostra economia presenta più di un buco da colmare. Approfittando di una manodopera ancora giovane, in grado di assicurare la formazione delle nuove leve, bisogna fare presto, perché al momento della ripresa (alla metà del prossimo decennio, secondo i calcoli più realistici) questo patrimonio potrebbe risultare irrimediabilmente disperso.