

«L'immagine non basta più alle imprese»

- ANCONA -

SONO le imprese che hanno puntato sulla leva strategica della qualità ad aver mantenuto stabile il loro mercato anche in questi tempi di crisi. Viceversa le imprese che hanno puntato solo sull'incremento della loro immagine, non supportata da altri elementi qualitativi, hanno fatto registrare margini di profitto in calo rispetto alle altre. Ecco alcuni dati emersi dal libro di Marco Cucculelli «Struttura e cambiamenti del sistema produttivo marchigiano» finanziato dalla Fondazione Merloni e presentato ieri pomeriggio all'hotel Palace. Erano presenti il presidente della Fondazione Francesco Merloni, il presidente di Confindustria Marche Paolo Andreani, il direttore di Unioncamere Brisighelli, il professore della Politecnica Giuliano Conti, il direttore provinciale della Banca d'Italia Cosimo Centrone. Moderati dal giornalista del Sole 24 ore Andrea Biondi, i relatori sono intervenuti davanti alla numerosa platea formata da imprenditori, economisti e rappresentanti delle istituzioni, sulla situazione delle imprese del territorio e sulle strategie per uscire dalla crisi alla luce



dei cambiamenti produttivi in corso. Nella sua indagine Cucculelli ha analizzato un campione di 204 imprese manifatturiere delle Marche, di media dimensione e prevalentemente a gestione familiare.

L'IDENTIKIT insomma del tessuto

imprenditoriale regionale. E' emerso come il ruolo dei gruppi familiari accentui i benefici legati alla proprietà ma produce anche potenziali rischi: «Prima di tutto si attenua il fattore imprenditoriale e il ruolo del management — ha spiegato Cucculelli — e può venire meno la competitività e l'attenzione al rinnovamento». Il maggiore driver della crescita della competitività viene considerata l'innovazione di prodotto e la conoscenza tecnologica. «Solo chi è capace di innovare può essere ancora competitivo — ha detto in merito il presidente Merloni — questo rapporto è quanto mai rappresentativo della nostra realtà che oggi deve tener conto di tanti nuovi fattori». Uno su tutti come illustrato nel libro, l'arrivo sul mercato di nuovi competitori molto agguerriti e lo spostamento del baricentro economico verso aree finora rimaste nell'ombra e fortemente competitive nel campo della tecnologia, dei prodotti, dei modelli economici applicati. «La risorsa più importante delle nostre imprese — ha detto Andreani — è il capitale umano che va sostenuto per rilanciare lo sviluppo dell'economia e della società regionale».

Ilaria Traditi