di Alessio Cè *(Presidente del Comitato Piccola Industria di Cremona)*

Piccolo è ancora bello se ha voglia di crescere

L'IDENTITÀ DELLE IMPRESE

Le PMI restano una risorsa fondamentale per l'economia: strategico il ruolo della formazione tecnica e degli ITS Academy

Per molto tempo 'piccolo è bello' è stato più di uno slogan. Ha rappresentato un modello di sviluppo, un modo di intendere l'impresa e, in fondo, una delle caratteristiche più riconoscibili del sistema produttivo italiano. Un modello fondato sulla capacità di innovare, sulla flessibilità, sulla specializzazione, sulla qualità dei prodotti e sul rapporto con il territorio. Caratteristiche che ritroviamo pienamente anche nel tessuto imprenditoriale cremonese, dove le piccole e medie imprese costituiscono una componente essenziale dell'economia e dell'occupazione.

Ma oggi dobbiamo porci una domanda. Piccolo è ancora bello? La mia risposta è sì, a patto che la piccola dimensione non diventi un limite alla crescita.

La questione non è mettere in discussione il valore della piccola impresa, né tantomeno immaginare che tutte le aziende debbano necessariamente diventare grandi. È piuttosto riconoscere che lo scenario competitivo è profondamente cambiato e che, per affrontarlo, servono dimensioni, risorse e competenze adeguate. La crescita dimensionale non è un esercizio statistico, ma una condizione sempre più importante per competere sui mercati internazionali, conquistare nuove quote di mercato, investire in ricerca e innovazione, affrontare la trasformazione digitale e quella energetica.

Un'impresa che cresce può generalmente disporre di maggiori risorse da destinare agli investimenti, strutturarsi meglio, diversificare i propri mercati e affrontare con più strumenti le fasi di difficoltà. Al contrario, rimanere troppo piccoli può significare rinunciare a opportunità, non riuscire a sostenere il costo dell'innovazione o non avere le risorse necessarie per cogliere le trasformazioni in corso.

È un tema che riguarda l'intero Paese, se crescono le piccole imprese cresce tutto il Paese. Ma per favorire questa crescita serve anche una politica economica che vada nella stessa direzione. Il Governo dovrebbe incentivare concretamente le imprese a investire, rafforzarsi e crescere dimensionalmente, anche attraverso strumenti fiscali come l'ACE, che premiava la patrimonializzazione e il reinvestimento degli utili. Non possiamo, invece, correre il rischio di introdurre regimi che, attraverso minori oneri fiscali e contributivi, rendano più conveniente rimanere piccoli piuttosto che crescere. È una delle questioni che pone il confronto sulla riforma dell'artigianato: non è in discussione il valore dell'artigianato, ma la necessità di garantire condizioni concorrenziali eque tra imprese e di valutare attentamente gli effetti sui conti pubblici e sul lavoro. Se vogliamo accompagnare le imprese nel passaggio da micro a piccole e da piccole a medie, dobbiamo costruire incentivi coerenti con questo obiettivo, non rischiare di premiare il mantenimento di dimensioni ridotte.

Guardando alla realtà cremonese questa considerazione assume un significato ancora più concreto. Il nostro territorio vive grazie a un sistema articolato di imprese, spesso a conduzione familiare, fortemente specializzate e profondamente radicate nelle filiere produttive. Un patrimonio di competenze e capacità imprenditoriale che dobbiamo preservare, ma anche mettere nelle condizioni di evolvere.

Naturalmente, crescere non è semplice. Esistono ostacoli strutturali che frenano le ambizioni di molte aziende. Il primo è rappresentato dall'accesso al credito. Investire significa assumersi dei rischi e avere la possibilità di finanziare progetti di sviluppo, innovazione e internazionalizzazione. Per una piccola impresa, tuttavia, il rapporto con il sistema bancario può essere più complesso. La disponibilità di garanzie, la struttura patrimoniale e la capacità di sostenere nuovi investimenti diventano fattori determinanti. Occorre quindi lavorare per rafforzare la capitalizzazione delle imprese, favorire strumenti finanziari alternativi e costruire un rapporto tra banche e aziende che sappia guardare non soltanto ai numeri del presente, ma anche alle prospettive di sviluppo.

Accanto al credito, c'è un altro fattore che rischia di diventare altrettanto limitante. La disponibilità di persone e competenze. Sempre più spesso incontriamo imprenditori che avrebbero progetti, commesse e opportunità di crescita, ma faticano a trovare le figure professionali necessarie per realizzarli. Tecnici specializzati, manutentori, esperti di automazione, professionisti delle tecnologie digitali. Sono profili che il mercato richiede con crescente intensità e che non sempre riesce a mettere a disposizione delle imprese.



Alessio Cè

È qui che la formazione assume un ruolo strategico. Non possiamo continuare a considerarla semplicemente una fase che precede l'ingresso nel mondo del lavoro. Deve diventare uno strumento permanente di competitività, capace di accompagnare le trasformazioni delle aziende e di anticiparne i fabbisogni.

In questo contesto, gli ITS Academy rappresentano una delle esperienze più interessanti degli ultimi anni. Percorsi di formazione professionalizzante che hanno il merito di avvicinare concretamente il mondo dell'istruzione a quello produttivo. Il loro punto di forza è proprio il rapporto con le imprese, una formazione tecnica, specialistica e applicata, nella quale una parte significativa delle attività si svolge direttamente in azienda attraverso stage e tirocini.

I risultati che stanno emergendo sono incoraggianti. In Lombardia operano oggi 25 Fondazioni ITS Academy e, secondo i dati del monitoraggio INDIRE 2025, il tasso di occupazione dei diplomati a dodici mesi dal conseguimento del titolo raggiunge l'84,4%. Ancora più significativo è il dato relativo alla coerenza tra formazione e lavoro. Il 93,1% degli occupati trova impiego in un ambito coerente con il percorso seguito. Numeri che dimostrano quanto questo modello possa contribuire a ridurre la distanza tra domanda e offerta di lavoro.

È una strada sulla quale dobbiamo continuare a investire. Gli ITS stanno crescendo, ma possono e devono crescere ulteriormente, sia in termini di diffusione sia di capacità di intercettare i fabbisogni specifici dei diversi territori. Perché la loro efficacia dipende anche dalla qualità del dialogo con le imprese. Non basta costruire percorsi formativi validi. Occorre che siano aggiornati, flessibili e realmente collegati alle tecnologie e ai processi produttivi che le aziende utilizzano e utilizzeranno.

Non si tratta di diventare grandi a ogni costo ma di crescere mantenendo specializzazione qualità e legame con il territorio Un obiettivo da sostenere con politiche adeguate e innovazione

Le imprese, da parte loro, devono essere protagoniste di questo processo. Devono partecipare alla progettazione dei percorsi, mettere a disposizione competenze, laboratori, docenti e occasioni di esperienza concreta. Anche le piccole aziende, magari attraverso le associazioni e le reti territoriali, possono contribuire a costruire un sistema formativo più vicino alle proprie necessità. È una responsabilità che riguarda il futuro delle aziende, ma anche quello dei giovani, ai quali dobbiamo offrire opportunità professionali qualificate senza costringerli a cercarle necessariamente lontano dal territorio in cui sono cresciuti.

La sfida delle nostre PMI non è scegliere tra rimanere piccole o diventare grandi. È riuscire a mantenere ciò che le rende competitive, identità, specializzazione, flessibilità, qualità e legame con il territorio, acquisendo al tempo stesso le risorse, le competenze e la struttura necessarie per affrontare il futuro. Gli imprenditori italiani, del resto, hanno dimostrato tante volte di sapersi muovere anche nelle difficoltà, nell'incertezza normativa e nei cambiamenti organizzativi. La nostra forza è sempre stata quella di saper trovare soluzioni, mettendo in campo fantasia, intelligenza, creatività e curiosità. Ma queste qualità, da sole, non possono sostituire condizioni di contesto favorevoli: devono poter diventare il motore di imprese che hanno l'ambizione e la possibilità di crescere.

Piccolo, dunque, può essere ancora bello. Ma oggi non può significare isolato, sottocapitalizzato o incapace di innovare. Dobbiamo creare le condizioni perché le microimprese possano diventare piccole, le piccole possano diventare medie e le medie possano compiere un ulteriore salto di qualità.

Perché non è la dimensione in sé a determinare il valore di un'impresa, ma la sua capacità di guardare avanti, investire e crescere. E se vogliamo che il nostro territorio continui a essere un protagonista dello sviluppo industriale, dobbiamo fare in modo che le nostre imprese abbiano tutte le opportunità per farlo.