

Le imprese aderenti a Confindustria Cremona

ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI DI CREMONA

Al 31 dicembre 2014 si contano 452 imprese aderenti con 22.242 dipendenti di cui:

151 imprese da 0 a 10 dipendenti (34%)	203 imprese da 11 a 50 dipendenti (45%)	80 imprese da 51 a 250 dipendenti (17%)	18 imprese oltre i 250 dipendenti (4%)
--	---	---	--



Associazione Industriali
Cremona

«E' la sfida da vincere»

Stefano Allegri, presidente dei Giovani imprenditori di Confindustria Cremona
Per crescere bisogna puntare sui propri punti di forza e fare gioco di squadra

di Alessandro Rossi

«**S**erve un piano organico di crescita che tenga presente il mezzogiorno. Si può parlare di "Master Plan" per il sud senza avere un piano industriale per l'Italia intera?». Domande poste al governo dal numero uno dei Giovani imprenditori di Confindustria, Marco Gay, in occasione del 30° convegno di Capri dal titolo "Patrimonio Italia. Cambiamo punto di vista" ha chiesto «un piano organico di crescita». All'evento era presente anche il presidente dei Giovani imprenditori di Cremona, Stefano Allegri, con il quale abbiamo parlato di modelli di sviluppo.

Presidente, qual è il vero problema?
Quello di un Paese, l'Italia, dove il sud che rappresenta oltre il 50% del territorio produce solo il 21% del Pil. Quello di un Paese, l'Italia, dove coesistono realtà agli antipodi, una Lombardia che viaggia più velocemente della Germania, e un mezzogiorno che, per molti versi, si trova più arretrato della Grecia.

Al convegno di Capri avete chiesto più risorse per il sud. Ma non sono già stati investiti tanti? Come sempre il problema non è quanto si investe, ma come si investe. Nel sud non sono mancate le risorse, ma una visione strategica in grado di individuare un modello di sviluppo adatto al sud. In passato si è cercato di fare al sud quello che era stato realizzato a nord. Il risultato è sotto gli occhi di tutti.

Che cosa si dovrebbe fare, quindi?
Ogni territorio ha la sua morfologia, le sue caratteristiche e le sue peculiarità. Il sud ha la possibilità

di contribuire in maniera significativa al Pil del Paese e di accrescere la propria ricchezza e il proprio benessere se puntasse sulle sue peculiarità. Le straordinarie bellezze del territorio, e quindi il turismo, il patrimonio archeologico, culturale e monumentale. E quindi ancora una volta il turismo. Per valorizzare ciò che si ha bisogna innanzitutto comprendere che cosa rappresenta un valore aggiunto, i grandi insediamenti industriali costruiti al sud non hanno prodotto i risultati che ci si aspettava.

Che cosa ci manca per trasformare il sud nella Florida d'Italia?
C'è, senza ombra di dubbio, un enorme problema legato alla criminalità organizzata e quindi alla mancanza di una cornice di sicurezza che sono requisiti fondamentali perché qualunque attività possa prosperare. Il sud, dunque, ha reali possibilità di colmare il gap che lo separa dal resto del Paese se lo Stato riuscirà ad appropriarsi per intero di questa parte così importante del nostro territorio, sul fronte della legalità e della sicurezza. Poi, certo, servono infrastrutture e trasporti all'altezza, strutture ricettive moderne e funzionali, oltre alla volontà di salvaguardare le ricchezze del proprio territorio e alla capacità, attraverso un'efficace e capillare azione di marketing territoriale, di comunicare anche al di fuori dei confini nazionali le proprie eccellenze. Purtroppo...

Continui...
Dicevo, purtroppo l'Italia è un Paese dalle mille contraddizioni. E non solo al sud. Tante distorsioni, tante inefficienze, si trovano anche da noi.

Veniamo, allora, alla Lombardia e al nostro territorio.



Nella foto il presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Cremona

Quanche giorno, grazie all'interessamento del consigliere Carlo Malvezzi, abbiamo avuto la possibilità di incontrare l'assessore alle Attività produttive, Ricerca e Innovazione della Regione Lombardia, Mario Melazzini, per approfondire i contenuti della nuova legge Manifattura 4.0. E' stato un confronto molto interessante e non posso non sottolineare la competenza, la gentilezza e la disponibilità dell'assessore. Questa legge offre opportunità di performance notevoli.

Da imprenditore qual è il suo giudizio sulla Regione?
Devo dire che da un paio d'anni a questa parte la situazione è molto migliorata. Come imprenditore ho la percezione che le istituzioni re-

gionali ci siano vicine, cerchino di venire incontro alle necessità delle imprese, di rimuovere i tanti ostacoli legati alla burocrazia.

Ci faccia qualche esempio?
Sul fronte della finanza agevolata, ad esempio, notiamo una Regione amica delle imprese, i bandi regionali sono più fruibili, insomma, vi sono alcuni elementi che ci fanno dire che la situazione complessiva sta gradualmente migliorando.

Parlando di Regione, fra pochi giorni il presidente Maroni sarà qui a Cremona per Tencara.
E' una partita che dobbiamo giocare al meglio delle nostre possibilità. L'Associazione Industriali elaborò un progetto innovativo per lo sviluppo di Tencara. Il territorio deve dimostrare nei fatti di crederci e di cogliere questa opportunità.

Che cosa sarà necessario?
Una convergenza politica fra i vari soggetti che dovranno contribuire alla pianificazione di questa grande scommessa da cui potrebbe davvero passare un percorso di crescita e di sviluppo per l'intero territorio.

A proposito di questo, i territori sembrano oggi in mezzo a un guado...

Uno dei temi più importanti di questa stagione è sicuramente l'area vasta e come i territori si stanno ridisegnando. La preoccupazione riguarda la perdita di tanti presidi che, fino ad oggi, hanno rappresentato dei presidi fondamentali. L'area vasta è qualcosa di diverso dalla provincia ed è qualcosa che dobbiamo cercare di capire, ma non possiamo non guardare con apprensione alla possibile spogliazione del territorio. La Camera di Commercio rappresenta la sintesi del territorio e va salvaguardata.



REGIONE AMICA

Da un paio d'anni la situazione è migliorata in modo sensibile

TENCARA

Per far decollare il progetto serve una convergenza politica

TERRITORIO

La camera di Commercio rappresenta la sintesi e va salvaguardata



IL CONVEGNO CON KPMG: UN FATTORE DI CONTINUITÀ, RINNOVAMENTO E COMPETITIVITÀ

La sfida del passaggio generazionale

Ieri, giovedì 29 ottobre, il Comitato Piccola Industria dell'Associazione Industriali, in collaborazione con KPMG SpA ha organizzato un incontro dedicato al tema del Passaggio Generazionale dal titolo "Passaggio generazionale, dove, come e quando?". E' stato deciso di affrontare questa tematica in quanto i numeri, a livello nazionale sono considerevoli: ogni anno ben 80.000 imprenditori sono coinvolti in aspetti che riguardano il ricambio nella propria azienda. Le statistiche relative alle Pmi italiane, secondo l'Istat, parlano chiaro: il 92% delle imprese italiane sono Pmi a carattere fa-

miliare; il 53% di queste ha al vertice un imprenditore con più di 60 anni il 46% delle aziende familiari ha la generazione successiva già impegnata in azienda ("convivenza" generazionale). Purtroppo però il 50% circa delle aziende scompare alla seconda generazione e solo il 15% supera la terza. La maggioranza delle realtà sul territorio sono a sovranità familiare, l'osmosi totale tra proprietà, famiglia e impresa mette in luce un legame indissolubile diventando la forma imprenditoriale più diffusa e riconosciuta con aspetti oggettivi e soggettivi che ne condizionano l'identità. Al fine

di proseguire nell'ottimale gestione dell'impresa bisogna tenere in evidenza tre necessità fondamentali: fare le scelte strategiche e gestionali corrette, sviluppare, innovare la struttura con personale, processi e prodotti, essere in grado di pianificare il futuro a medio e lungo termine attraverso un cambio di testimone. Di questi aspetti proprio il Passaggio Generazionale è il più sottovalutato dagli imprenditori che presi in azienda dal lavoro quotidiano, non ci pensano, rimandano e magari in alcuni casi non hanno il coraggio di affrontare determinate situazioni. Rimandare

potrebbe essere molto rischioso soprattutto se certe azioni non vengono programmate per tempo, con le persone giuste e gli strumenti adeguati. Il ricambio non deve essere visto come una criticità ma bensì come fattore di continuità, rinnovamento e competitività. Senza un investimento generazionale non ci sarà futuro per molte imprese. Del passaggio bisogna considerare vari aspetti tra cui quello patrimoniale e fiscale, assicurativo, organizzativo e non meno importante quello psicologico. Di comune accordo con gli esperti di KPMG, l'Associazione Industriali ha deciso di affron-

tare in questo appuntamento l'argomento patrimoniale e fiscale, che in un certo senso è il primo sul quale si fanno riflessioni, analizzando la pianificazione del passaggio generazionale nel nostro contesto socio-culturale, i vincoli civili e le soluzioni consentite dal sistema, per finire con gli obiettivi che si vogliono raggiungere ed il confronto tra gli strumenti attualmente a disposizione. Il ruolo dell'Associazione e del Comitato, infatti, è in primis quello di sensibilizzare, informare ed approfondire alcuni temi che poi ognuno calerà nella propria realtà aziendale.