

# Business plan per le reti d'impresa

...sce uno strumento operativo per aiutare le aziende a organizzare meglio la rete

Picchio

...e banche, più la Sace. ...mpio di collaborazione ...ndo del credito e quello ...prese, che punta a rafa- ...la strategia delle reti di ...a. Una formula, quella ...ti, che piace al mondo ...ditoriale, al punto che si ...ati a superare quota ...er oltre 10 mila aziende ...te, perchè consente di ...n un progetto, mante- ...a propria autonomia. E ...ricchisce di ulteriori ...come la possibilità di ...are il rapporto con il si- ...ncario.

...sto l'obiettivo che si è ...ta RetImpresa-Confin- ... , mettendosi al lavoro ...cuni istituti bancari ...Carige, Bnl, Cariparma, ...e Bank, Intesa Sanpaol- ...redit) e la Sace per met- ...nto un documento con ...e guida per il Business ...Rete, un libro di poco

Promemoria

...izzera?

...resto

...ecco

...vesto»

...ARDIA

...quei tappeti rossi li ho ...rifutati: mi sento mol- ...no». Ai "richiami" della ...a Romeo Sozzi ha sem- ...b "no" e ora quella scel- ...ta ancora più vincolan- ...un investimento di ...milioni di euro l'im- ...ore amplia lo stabili- ...ecchese della propria ...Promemoria, allarga-

più di cento pagine, con grafici e indicazioni operative, per aiutare le aziende a preparare il proprio modello di business, uno strumento essenziale per presentare in maniera organica ed efficace il progetto della rete. Con due funzioni princi-

## IVANTAGGI

Il documento può agevolare il dialogo con le banche, consentendo di ottenere finanziamenti e strappare un merito di credito migliore

pali: una interna, per valutare le potenzialità dell'investimento in fase di start up o per supportare la gestione corrente del business, e una esterna, per esempio nel dialogo con le banche, per ottenere finanziamenti e soprattutto avere un merito di credito migliore.

Un modo di confrontarsi di-

verso, che mette in primo piano la qualità del progetto, oltre ai rating matematici. «È un punto di partenza, è uno sforzo per le banche, che però possono averne anche un ritorno, a fronte dell'impegno di imprenditori sani, che credono nel futuro dell'Italia», ha detto ieri Aldo Bonomi, presidente di ReteImpresa-Confindustria, presentando le linee guida. «Non abbiamo seguito la logica del conflitto ma del confronto e della collaborazione», ha sottolineato Vincenzo Boccia, presidente del Comitato tecnico credito e finanza di Confindustria, ricordando che l'ultimo accordo con le banche è stato sottolineato proprio l'aspetto del merito di credito.

L'accesso al credito, ha sottolineato Bonomi è un tema fondamentale per tutte le imprese, ma ancora di più per quelle che hanno progetti di sviluppo ambiziosi e dalle grandi potenzialità. La rete di impresa è un «im-

portante veicolo per lo sviluppo come dimostrano i numeri in continua ascesa», ha aggiunto. Sono due, ha spiegato, gli aspetti che rendono le reti speciali: la collaborazione in autonomia, per cui le aziende continuano ad essere loro gli interlocutori con gli istituti di credito, ma con il valore aggiunto della collaborazione con altre aziende per raggiungere obiettivi condivisi. E poi il programma di rete, che garantisce a terzi affidabilità, trasparenza e possibilità di monitoraggio. Una cultura che va diffusa, ha insistito Bonomi, non uno strumento ma una «strategia», ha incalzato Boccia, che dimostra «la volontà del capitalismo italiano di avere una visione e di guardare al futuro».

La linee guida presentate ieri sono uno strumento operativo, quindi, per aiutare le reti di impresa a strutturare il proprio business plan, ed ottenere in modo più sistematico risultati

## La progressione

Contratti di rete in Italia



Nota: dati al 4 maggio 2015  
Fonte: RetImpresa

che già si stanno diffondendo sul territorio. È il caso per esempio della Almax, capofila di un contratto di rete nato nel 2011 con otto piccolissime aziende fornitrici. Una scelta, quella di mettersi insieme, dovuta alla necessità di dover fare ingenti investimenti in nuove tecnologie, ormai resi impellenti dalle esigenze del mondo della moda. È stata proprio la presenza di un progetto di rete a convincere gli istituti di credito a finanziare la crescita, con un valore fino al totale del fatturato della capofila. Ma ci sono anche altri casi di reti di impresa che hanno avuto un miglior rapporto con le banche, come Five For Foundry, rete nata nel 2008 nel settore delle fonderie in alluminio, che ha addirittura inserito tre società straniere nella rete, e Racebo, che ha unito 11 aziende del comparto dell'automotive, posizionandosi sulle forniture per i marchi di lusso.

Ipack-Ima. Oltre 2,1 miliardi di ricavi nel 2015

## Macchine grafiche ai massimi storici grazie all'Italia

Luca Orlando  
MILANO

«Se assumiamo? Certo che sì, il Jobs Act è un grande aiuto. Doveva vedere ieri, in giro tra gli stand, quanti applausi a Poletti...». Aldo Peretti è di buonumore. Per la sua azienda, Uteco, il 2015 si prospetta come un altro anno di crescita, oltre il massimo storico del 2014, con più di 100 milioni di ricavi, il doppio rispetto a quanto accadeva dieci anni fa. Situazione non isolata nel settore delle macchine grafiche, che secondo le proiezioni dovrebbe chiudere l'anno con numeri record. «L'export tiene - spiega il direttore generale di Acimga, Andrea Briganti - mentre in Italia il mercato è più tonico, la ripresa inizia a vedersi, con gli effetti positivi delle mosse della Bce e degli sgravi possibili grazie alla Sabatini-bis».

Per il settore dell'industria grafica e della cartotecnica la crisi in realtà è stata riassorbita in tempi rapidi, con un recupero di produzione che già supera i 600 milioni di euro dai minimi del 2009, quando l'output scese da 1,8 a 1,5 miliardi. Comparto che cresce soprattutto nei macchinari che stampano imballaggi destinati al settore del largo consumo, dove la crescita è rilevante in particolare nei paesi emergenti. Il settore fino al 23 maggio sarà in vetrina a Milano all'interno di Converflex, rassegna a sua volta inserita in un più ampio percorso (Ipack-Ima) che vede coinvolta l'intera filiera delle tecnologie di processo e packaging dedicate al settore del largo consumo, con un focus particolare sul settore alimentare. Come la pasta, dove l'Italia può vantare una leadership mondiale nel settore dei macchinari, e alcuni "campioni" nazionali in grado di vincere sistematicamente gare all'estero con ricavi al top di sempre.

È il caso di Pavan, 640 addetti, che continua a crescere grazie all'export. «Per noi - spiega il diret-

con prospettive di crescita nel 2015. L'impianto più grosso del 2015 finora è finito in Far East, una commessa da sei milioni di euro». Dimensioni non banali anche in termini "fisici", come si può osservare nell'immensa linea di produzione nello stand del concorrente Fava, impianto capace di produrre 4 mila chili di pasta all'ora. «Mano i arrivano anche fino a 12 mila - chiarisce l'ad Luigi Fava - grazie a queste continue innovazioni ab-

## MERCATO DOMESTICO

Briganti (Acimga): «L'export tiene ma è dalla domanda interna che in questo momento arriva la crescita percentuale maggiore».

biamo ordini che coprono quasi un anno di lavoro. Siamo al record storico, da poco abbiamo piazzato sei linee in Brasile, l'export vale il 90% del nostro output. La fiera? È un punto di riferimento mondiale, c'è moltissima gente e siamo più che soddisfatti: del resto questa non è per noi una presenza casuale, il nostro investimento qui sfiora il milione di euro».

## IN VETRINA

### 2.000

**Gli espositori**  
Molti settori presenti all'Ipack-Ima, rassegna delle tecnologie di processo-packaging per il largo consumo. Tra queste, i macchinari per la produzione di pasta, dove l'Italia ha una leadership mondiale

### 100%

**La quota dell'export**  
Le aziende della pasta competono con successo grazie a una quota di export che sfiora il 100%. In alcuni

