

# Il modello piccola impresa romana affronta il passaggio ai manager

**ANDREA RUSTICHELLI**

**L**E PMI romane hanno rappresentato in questi mesi un argine alla crisi, ma devono uscire dalla mera dimensione familiare: innovazione e sviluppo, guardando agli scenari internazionali, richiedono maggiore managerializzazione e diversi assetti proprietari. Per capire come fare, l'Unione industriali romana ha promosso un incontro, organizzato dal Comitato piccola Industria della stessa Uir, con alcune realtà internazionali. Va ricordato che il 92% degli associati UIR, infatti, rientra nella piccola industria: 2.353 aziende (di cui le micro-imprese, cioè fino a 10 addetti, sono il 77%) per quasi 22 mila addetti, il 12% dei lavoratori complessivi dell'industria romana.

Un dato incoraggia la UIR, indicando l'apprezzamento che sui mercati esteri le aziende del Lazio stanno riscuotendo, dopo la recessione globale: nel primo semestre 2010 (dati ISTAT) l'export è cresciuto del 19% rispetto allo stesso periodo 2009, per un fatturato totale di 6,8 miliardi di

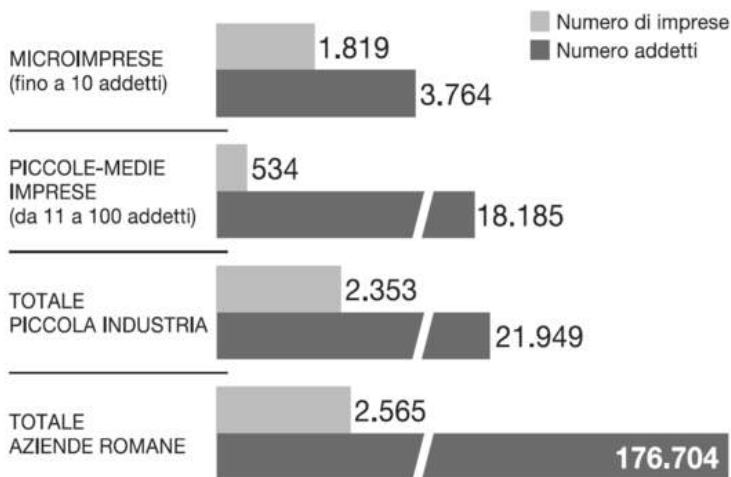
euro. Gli incrementi più significativi in Nord America (+24%), in America centrale e meridionale (+50%), nella UE (+22%) e nell'Africa sub-sahariana (+81%). «La crisi ha penalizzato maggiormente la grande industria; mentre le PMI romane, specializzate soprattutto nel settore dei servizi, hanno svolto un ruolo di compensazione, di stabilizzazione economica», dice Stefano Zapponini, presidente Piccola Industria di Roma e vice-presidente UIR (come imprenditore, è a capo della Guida Monaci). Con riferimento al numero di occupati, primeggiano gli ambiti information technology (9,8%), comunicazione - audiovisivo - sport e tempo libero (9,2%), industria del turismo (8,2%). E c'è un fattore di novità: cresce la percentuale dell'imprenditoria non italiana, soprattutto micro-imprese nel settore artigianale.

Il convegno romano, con la partecipazione dell'International Institute for Management Development (IMD) di Losanna, ha messo in evidenza l'esigenza di puntare sulla formazio-

ne. «La crisi diventa un'opportunità - afferma Zapponini - se si accentua la capacità innovativa. Penso anche alle nuove regole, più selettive, sul credito: le imprese dovranno dimostrare di saper guardare avanti, dimettersi in rete e di contribuire all'export. Per le altre non ci sarà più molto spazio». Meno famiglia, insomma, e più specializzazione per le PMI. «Occorre ormai distinguere il ruolo di azionista da quello di manager: la mancata distinzione delle due figure è uno degli elementi di deficit emersi dalla crisi, che ha mostrato un'assenza di competenze soprattutto nell'area finanziaria e del marketing. È arrivato il momento di colmare questa lacuna: i manager espulsi dalla grande impresa, per esempio, possono essere molto preziosi per le PMI, abbiamo avviato un percorso con il sindacato dei dirigenti».

**La struttura familiare spesso non regge alla concorrenza internazionale**

## La piccola industria a Roma





Stefano Zapponini

