

“COLLABORIAMO CON I PROFESSIONISTI ESTERNI”

Per Lauro Venturi - CEO di Cna Milano, Monza e Brianza - “non è detto che l’associazione debba curare in prima persona tutte le attività di servizio a favore dei propri iscritti: essa svolge pienamente il proprio servizio anche delegandone la gestione a soggetti terzi. E se quanto detto vale per gli aspetti operativi, dovrebbe applicarsi a maggior ragione per i servizi più complessi, come ad esempio i processi di internazionalizzazione o le aggregazioni tra imprese”

di P.Duranti

Dottor Venturi, qual è oggi in Italia il ruolo di un’associazione rappresentativa degli imprenditori?

“L’associazione imprenditoriale di oggi deve saper svolgere un ruolo intermedio tra le istituzioni intese in senso lato - comprendendovi anche banche, camere di commercio ed aziende speciali - e le piccole e medie imprese rappresentate. Ma attenzione: il tutto secondo una logica non pedagogica, bensì ancorata a bisogni concreti, ad esclusivo interesse dei propri iscritti”.

Questo in pratica cosa significa?

“Potremmo tradurre questo principio in uno slogan: “Governare sempre di più, gestire sempre di meno”. Prendiamo ad esempio la contabilità e i libri paga,

cioè due ambiti fondamentali per i nostri iscritti. Non è detto che l’associazione debba curare in prima persona questi adempimenti: essa svolge pienamente il proprio servizio anche delegandone la gestione a soggetti terzi. E se quanto detto vale per gli aspetti operativi, dovrebbe applicarsi a maggior ragione per i servizi più complessi, come ad esempio i processi di internazionalizzazione o le aggregazioni tra imprese. In sostanza, l’associazione è chiamata a compiere un’analisi delle esigenze e conseguentemente a predisporre iniziative adeguate”.

Lei ha toccato il tema dei servizi, che peraltro non esaurisce i compiti di un’associazione di imprenditori ...

“Un ente come il nostro ha tre diverse mission: ai servizi, come dicevamo, de-

vono aggiungersi una funzione per così dire lobbistica - nel senso “puro” del termine - e un ruolo di rappresentanza, che si estrinseca in una funzione “politica”, che non significa però partitica”.

Non capisco ...

“Soprattutto in un periodo difficile come l’attuale, è importante riscoprire la funzione “corporativistica” dell’associazione”.

Lei prima ha accennato alle aggregazioni. Quanto è importante oggi parlare di reti d’impresa?

“Premesso che ritengo più efficace il termine “alleanze” rispetto a quello di “reti”, è un tema ormai fondamentale”.

Gli imprenditori ne sono consapevoli?



“Lauro Venturi” (© Luigi Gattinara)

“Penso che in generale tale consapevolezza sia medio-bassa”.

Eppure il Legislatore è intervenuto a più riprese con misure che incoraggiano le reti ...

“La normativa emanata in materia è senz’altro positiva, ma il fenomeno delle alleanze tra imprese dovrebbe essere approcciato diversamente: prima si deve intervenire sul piano culturale, e soltanto in un secondo momento analizzare gli aspetti normativi, fiscali, giuridici, amministrativi e via dicendo ...”.

Cosa intende dire?

“Che dobbiamo agire sul piano della formazione, coinvolgendo gli imprenditori attorno alla questione principale, vale a dire: “Perché mi devo alleare?”. Suc-

cessivamente, aggregando - con una funzione di supporto - pool di professionisti specializzati nelle singole materie coinvolte nei processi di aggregazione: aspetti legali, tributari, finanziari, amministrativi, ecc.”.

Perché non è ancora diffusa la “cultura” della rete?

“Non è semplice, per chi è abituato a decidere da solo e a muoversi a 360 gradi nella sua azienda, condividere attività e responsabilità con altri. E poi, sotto questo profilo, anche la classe dirigente deve assumersi le proprie responsabilità. Associazioni imprenditoriali comprese”.

Soffermiamoci un attimo su questo aspetto.

“Per troppo tempo il mondo politico ha

“Per troppo tempo il mondo politico ha scelto come proprio interlocutore privilegiato la Confindustria e la grande impresa. Così facendo ha commesso un gravissimo errore strategico: inseguire illusori processi di crescita, in una realtà come quella italiana nel quale più del 90 per cento delle aziende ha meno di dieci addetti, è senza senso”

scelto come proprio interlocutore privilegiato la Confindustria e la grande impresa. Così facendo ha commesso un gravissimo errore strategico: inseguire illusori processi di crescita, in una realtà come quella italiana nel quale più del 90 per cento delle aziende ha meno di dieci addetti, è senza senso. Ora speriamo si accorgano che l’aver ignorato associazioni come la nostra non ha portato nulla di buono e che inseguire il mantra del nanismo aziendale italiano è assurdo. Va detto peraltro che anche noi non possiamo sottrarci ad un ripensamento del nostro modello, e lo stiamo facendo con molta convinzione”.