

Nasce una rete per fare «massa critica» A Brescia alleanza tra sette aziende della meccanica

Massimiliano Del Barba

BRESCIA

ESCLUSIVA C'è una sola via per intercettare la domanda internazionale, fare innovazione. Ma per finanziare e sostenere l'innovazione, un tessuto produttivo frammentato e impostato sulla piccola dimensione come quello italiano ha un'unica scelta, ed è quella di dare vita il più rapidamente possibile a un sistema di reti d'impresa capace di raggiungere la massa critica necessaria a riposizionare il made in Italy verso i mercati emergenti.

Un'indicazione che sette piccole imprese attive nella produzione di macchine, impianti e sistemi per fonderia di materiali non ferrosi hanno cercato di seguire unendosi sotto il marchio Five For Foundry, oggi la prima - e per il momento unica - rete d'impresa attiva in provincia di Brescia. «In realtà, abbiamo incominciato a operare unitamente già a partire dal settembre 2009 - spiega il presidente di Five For Foundry, Vittorio Ori -. All'inizio eravamo in cinque (da lì il nome, ndr), poi ci siamo ingranditi, aprendo ad altre due realtà, una bolognese e l'altra di Milano, fino a istituzionalizzare in questi giorni la nostra collaborazione in una vera e propria rete industriale fra Pmi».

L'idea è partita da un dato di fatto. Nell'economia dei nostri competitor più diretti, i tedeschi, il peso delle imprese che superano i 50 dipendenti è di cinque volte superiore rispetto a quello italiano. Lo strumento del contratto di rete vuole colmare proprio questo gap competitivo. Le sette aziende, che oggi impiegano complessivamente 200 addetti per un fatturato che lo scorso anno ha raggiunto i 45 milioni di euro, erano infatti alla ricerca di una formula che consentisse di mettere in campo una serie di investimenti tecnologici e commerciali impraticabili per una singola realtà.

«È evidente - prosegue Ori - il vantaggio ottenuto come po-

tere d'acquisto in fase di approvvigionamento di materie prime. Ma anche il risparmio sul budget commerciale, grazie sia alla suddivisione dei costi destinati alla partecipazione alle fiere internazionali, sia alla maggior capillarità ottenuta attraverso l'utilizzo di tutte le informazioni e i canali costruiti nel tempo da ogni singolo marchio. Inoltre, presentarci ai nostri clienti come gruppo ci fornisce quell'immagine di solidità che prima non avevamo». Se l'obiettivo era quello di fruire dei vantaggi legati alla maggiore dimensione aziendale senza privarsi della reciproca indipendenza, l'esperimento bresciano, almeno per il momento, sembra stia funzionando a dovere. «I risultati di questo primo periodo sono stati importanti, generati da ordini reali giunti in azienda proprio grazie all'esistenza del gruppo. In particolare, crediamo sia risultato vincente proporsi con soluzioni tecniche complementari, tali da rispondere a tutte le esigenze del cliente, con un unico referente commerciale e mantenendo un'assoluta tempestività nelle risposte».

Nata da una necessità impellente - battere la concorrenza delle aziende estere più grandi - la trasformazione dell'alleanza in una rete d'aziende ha fatto da moltiplicatore di opportunità. «Oltre alla condivisione della rete commerciale - dice Ori -, l'operazione è servita anche per dare un'accelerata ai progetti in corso di definizione, come ad esempio lo studio e la realizzazione di nuove macchine e sistemi tecnologicamente più avanzati».

Soddisfatti, Ori e i suoi soci guardano ora al futuro dell'alleanza. «Il prossimo passo - conclude - deve essere quello di operare fiscalmente con il marchio unico, per abbattere i ricarichi applicati quando le aziende del gruppo sono impegnate nella stessa commessa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'OBIETTIVO

Le società erano da tempo alla ricerca di una formula che consentisse di avviare una serie di investimenti tecnologici e commerciali

DOCUMENTI

7

La rete

Si chiama Five For Foundry la prima rete di sette imprese nata in provincia di Brescia

200

I dipendenti

Oltre 200 i dipendenti complessivi operanti nelle aziende della rete, divisi fra le province di Brescia, Bologna e Milano

45 milioni

Il fatturato

Per le aziende, l'alleanza ha permesso di aumentare il potere d'acquisto e la capillarità dell'area commerciale

