

MOTOREITALIA

Le imprese che fanno muovere il paese

Più digitale e innovativa, la pmi va a scuola da Bper

Errogare alle pmi servizi di elevata qualità può essere per la banca una strategia win win: aiuta l'impresa a crescere creando maggior valore aggiunto e fa bene alle commissioni incassate dalla stessa banca. In quest'ottica la formazione assume un ruolo nevralgico, come ben sa Bper Banca, che in Lombardia ha circa 22 miliardi di impieghi e la cui presenza capillare sul territorio regionale è garantita da ben 322 filiali. «Abbiamo in corso insieme a Cdp un'iniziativa in cui mettiamo a disposizione delle pmi formazione a distanza su tutti gli ambiti della digitalizzazione e dell'innovazione», ha spiegato Stefano Vittorio Kuhn, chief retail & commercial banking di Bper, «lo facciamo perché il tessuto dei nostri territori è fatto di piccole e medie imprese, dove il tema della formazione dei dipendenti è quanto mai attuale, per non parlare dell'attrazione dei talenti». Bper Banca mette inoltre a disposizione degli imprenditori piattaforme e servizi normalmente non scalabili per le pmi: uno su tutti, la ricerca in rete di potenziali mercati internazionali di sbocco, con l'ausilio dell'IA da parte di una società convenzionata con la stessa Bper e che collabora con le università di Brescia e Bergamo. Questo studio viene approntato nell'arco di due o tre giorni, a 1/10 del prezzo richiesto dalle grandi società di consulenza.

Sempre in quest'ottica di formazione e servizio, Bper sta affrontando il tema dell'impatto della normativa ESG sulle pmi: «A tutti piace parlarne, però l'ESG non è gratis», ha sottolineato Kuhn, «per i piccoli componenti della filiera, non essere compliant vuol dire uscirne. Andrà quindi finanziata la compliance ESG, accompagnando le piccole e medie imprese verso quell'obiettivo. Per questa ragione noi stiamo parlando sia con le associazioni territoriali di Confindustria sia con i campioni di filiera, invitandoli a proteggere la filiera stessa». (riproduzione riservata)



Stefano Vittorio Kuhn

Credito meno caro con il rating di legalità

«Esibire un rating di legalità ha dei vantaggi per l'azienda che l'imprenditore non può trascurare, oggi più che mai». È pententorio Lorenzo Allegrucci, avvocato, nella proposta rivolta agli imprenditori lombardi di questo strumento che innanzitutto facilita la partecipazione alle gare di appalto pubblico. «Le regioni stanno provvedendo con legislazioni ad hoc ad agevolare l'utilizzo, per esempio raccomandando alle stazioni appaltanti della regione di tenere conto di questo rating» ha specificato Allegrucci. Il vantaggio si concretizza nel fatto che all'azienda titolata vengono riconosciuti dei punteggi aggiuntivi a discrezione della stazione appaltante. Non solo; la disponibilità del rating, il cui massimo livello è segnato dalle tre stelle, assicura un abbattimento del 50% delle spese per fidejussioni. Un terzo elemento non meno importante di premialità per chi dispone di questo rating è previsto dalle leggi istitutive, che risale al 2012, e dispone

che i titolari del rating possano contare su condizioni di credito più favorevoli e veloci da parte del sistema creditizio. In sostanza in banca avranno uno sconto sui capitali a prestito. «Il rating di legalità, che viene riconosciuto gratuitamente dall'Autorità antitrust, incrementa il capitale reputazionale delle aziende e la misurabilità della componente governance, uno dei tre driver di sviluppo sostenibile ESG», ha chiosato Allegrucci. Due condizioni per farne richiesta: almeno 2 milioni di fatturato ed essere iscritti al registro delle imprese da almeno 2 anni. (riproduzione riservata)



Lorenzo Allegrucci

ONE MAN SHOW? NO, GRAZIE

Si può fare a meno dei manager solo se si rinuncia a crescere. L'esempio di Kasanova

DI ALBERTO GEROSA

Che l'imprenditore possa fare tutto da solo in azienda, forte solo del suo intuito, corrisponde a una visione tanto romantica quanto anacronistica. La realtà di oggi è troppo complessa e volatile perché il titolare possa ergersi a demiurgo dell'impresa. «Una grande realtà come la nostra non può semplicemente permettersi di essere un *one man show*», ha testimoniato Maurizio Ghidelli, fondatore e ceo di Kasanova, la nota azienda del settore articoli per la casa, «ma soprattutto è cresciuta anche grazie ai manager». Lo stesso Ghidelli si è fatto le ossa da manager prima di mettersi in gioco come imprenditore, quindi conosce molto bene la natura eterogenea ma sinergica di entrambi i ruoli: «L'imprenditore è attaccato alla sua azienda come se fosse il suo bambino», ha esemplificato il ceo di Kasanova, «il manager è invece paragonabile al puericulatore, meno legato affettivamente al piccolo. La differenza è sostanziale, in quanto il puericulatore può mettere dei limiti severi, delle regole più precise che



Enrico Pedretti di Manageritalia e Maurizio Ghidelli, fondatore e ceo di Kasanova

l'imprenditore non pone. Può così succedere che quest'ultimo commetta degli errori, trascurando eventuali segnali di pericolo; il manager, al contrario, riesce a cogliere questi segnali, in quanto è più lucido». Il manager porta inoltre in dote all'azienda che l'ha scelto nuove competenze; sono tante quelle necessarie all'interno di Kasanova, innovativa fin dagli esordi, quando spaccò per così dire il mercato introducendo la formula del franchising nell'ambito dei casalinghi, rivoluzionando l'assortimento in funzione dei costi, delle rotazioni e dello stock di magazzino e, non da ultimo, rendendo i negozi più friendly mediante l'eliminazione delle porte al loro ingresso. Oggi lo fanno tutti, ma nel 1994 era una novità assoluta.

L'esempio dell'utilizzo dell'IA, che solo dirigenti specializzati possono abilitare in un contesto aziendale complesso, è paradigmatico. «Un sistema di Intelligenza Artificiale non solo predittivo, bensì cognitivo equivale a una mente umana raddoppiata, triplicata, quadruplicata fino all'ennesima potenza», ha avvalorato Ghidelli, «quindi sbaglia assolutamente meno di quanto possa sbagliare un umano nel momento in cui fa il rifornimento del negozio». Che la categoria dei manager punti massicciamente sulle nuove tecnologie per rendere più competitive le imprese, lo dice un'indagine effettuata da Manageritalia, che dei dirigenti è sindacato. Il campione di 300 manager della Lombardia interpellato ha risposto nel 69% dei casi «molto» alla domanda se si debba puntare sulle new techs,

sulla digitalizzazione e sull'IA, laddove la percentuale cresce al 90% se si somma anche la risposta «abbastanza».

Il medesimo campione ha parlato nel 70% dei casi di un aumento dei fatturati nel 2023, stima nella stragrande maggioranza una crescita anche nel 2024 e ha confermato in larga parte il trend positivo anche riguardo alle marginalità. È lecito pertanto stabilire un nesso tra manager, prosperità delle imprese e orientamento alle nuove tecnologie, perlomeno in quel particolare contesto? «Sì, perché il campione considerato è molto virtuoso, trattandosi di aziende con almeno un manager a bordo, laddove la densità di dirigenti nelle imprese lombarde è ferma all'1,7%, percentuale che nelle altre regioni d'Italia sprofonda a numeri da prefisso telefonico», ha spiegato Enrico Pedretti, direttore marketing di Manageritalia ed estensore dei dati sopra riportati.

D'altra parte l'Italia è al fondo della classifica europea per quanto riguarda l'impiego di manager in azienda. Nel mondo anglosassone la densità raggiunge il 2,5%, ma anche in Germania, Francia e nella stessa Spagna, paesi questi ultimi dove il 60% delle aziende familiari ricorre a un manager esterno, mentre in Italia questo avviene solo nel 28% dei casi. «Il nostro obiettivo è sviluppare la consapevolezza del ruolo del manager», ha chiosato Pedretti, «perché siamo convinti che rappresenti anche un valore aggiunto per il territorio. Per crescere ci vogliono competenze che non si trovano tutte in un'unica testa». (riproduzione riservata)