



# IL FUTURO È NELLA

# ECCELLENZA

## ► MARIO BALZA

Mario Balza, Presidente di Unionchimica, è nato il 24 Agosto 1954 a Quattordio. È membro del Consiglio Direttivo nazionale dal novembre 1992. Con la propria azienda è iscritto al Gruppo ISAV, Gruppo produttivo interno ad UNIONCHIMICA, che segue la disciplina delle norme relative a inchiostri, solventi, vernici ed adesivi. Di questo Gruppo è stato Presidente dal novembre 1995 al febbraio 2002. All'interno della Associazione Nazionale UNIONCHIMICA, ha rivestito il ruolo di Vice Presidente dal giugno 2004 fino al giugno 2007, quando è stato nominato Presidente Nazionale

*È sempre più importante per le PMI italiane del settore chimico cercare un legame indissolubile con i centri universitari. Caratteristica tipica delle PMI è quella di inserirsi in nicchie di mercato, ad alto valore aggiunto, dove è minimizzato il rischio di essere schiacciate dai grandi numeri delle Multinazionali.*

*La ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti, possibilmente con la totale o parziale eliminazione degli elementi nocivi, è un altro punto molto importante.*

*Questo il quadro che emerge dalle parole del neo presidente di Unionchimica, Mario Balza.*



**E' la prima volta che si parla in questa rivista di Unionchimica.**

**Quali aziende rappresenta?**

CONFAPI, la Confederazione della piccola e media impresa italiana, presente sul territorio dagli inizi degli anni Quaranta, è nata per rappresentare esclusivamente gli interessi di una realtà tipicamente italiana. Oggi rappresenta oltre 50.000 aziende ed oltre 1 milione di addetti. All'interno della Confederazione sono presenti diversi settori merceologici rappresentati a loro volta dalle UNIONI di Categoria. UNIONCHIMICA è una di esse. Costituita nel 1974, rappresenta gli interessi specifici di PMI chimiche, della plastica e della gomma, del vetro e della ceramica, della concia. Attualmente fanno capo all'Unione di Categoria più di 3.000 aziende e oltre 90.000 addetti. A livello europeo la CONFAPI e le Unioni di Categoria sono rappresentate da UEAPME, l'Associazione europea della piccole e medie imprese.

**Quale è il peso delle PMI nel panorama chimico italiano?**

Innanzitutto occorre ricordare che Europa, Stati Uniti e Giappone sono i più grandi produttori mondiali di prodotti chimici,

rispettivamente con il 33%, il 28% ed il 15% del fatturato chimico nel Mondo. L'Italia, nel contesto europeo, detiene circa il 12% della produzione chimica e occupa il quarto posto dopo Germania, Francia e Regno Unito, con una quota mondiale molto vicina al 4%, e una quota di esportazione del 40%, rispetto al fatturato totale. In Italia la produzione chimica è così divisa: le grandi Imprese italiane producono il 16%, le multinazionali producono in Italia per il 32%, mentre il rimanente 52% della produzione totale è dovuto alle PMI.

**Che cosa caratterizza una PMI?**

Secondo l'ultimo censimento ISTAT, le imprese chimiche con più di 20 addetti in Italia sono più di 1.200, mentre quelle con meno di 20 addetti sono più di 6.000 e il 44% delle imprese chimiche sono esportatrici. Ma allarghiamo gli orizzonti e vediamo i dati globali del nostro Paese.

In Italia le PMI, cioè le Aziende con meno di 250 dipendenti, sono il 99,8% del totale delle Imprese. Quindi solo lo 0,2% sono grandi Industrie.

Di questo 99,8%, il 98,7% ha meno di 50 dipendenti ed il 95% ha meno di 10 dipendenti (fonte ISTAT - indagine sulla struttura



e competitività del sistema delle imprese in Italia nel 2004). Questi dati che illustrano la realtà del sistema industriale manifatturiero italiano sono impressionanti. Inoltre è utile ricordare che l'82% dei lavoratori occupati nell'industria sono assorbiti da PMI mentre la media europea è del 50%, con la Spagna al 64% e la Germania al 46%.(fonte rapporto ICE - ISTAT 2005-2006)

**Quanto del PIL è dovuto alle PMI e quale è il loro grado di esportazione?**

Il PIL prodotto dalle PMI è pari al 58% del fatturato dell'industria Italiana, il valore aggiunto prodotto supera la percentuale del fatturato prodotto. Nel 2006 l'Italia era all'ottavo posto dei Paesi esportatori con il 3,4% delle esportazioni mondiali. Ebbene il 92% delle Aziende esportatrici nel nostro Paese sono PMI.

(fonte: rapporto ICE - ISTAT 2005-2006 e rapporto Unioncamere 2007)

**Come è avvenuto questo sviluppo delle PMI?**

Tutto quanto detto finora non è dovuto al caso. Le PMI hanno saputo reinventarsi, hanno saputo fare ricerca nelle nicchie di mercato più difficili e meno battute, hanno saputo cercare nuovi Mercati, soprattutto





all'Estero, dove collocare i Prodotti Eccellenti. Ma nessuno si è accorto di questo: ci accusano ancora di Nanismo, di non saper affrontare la globalizzazione, di non saper fare ricerca, di non sapere trasferire le nostre conoscenze sui Mercati Internazionali: non è vero. Certo è vero che soffriamo di Solitudine.

L'Italia ha avuto per decenni una grande industria chimica, basata su un eccellente patrimonio di conoscenze scientifiche (si pensi agli studi di Fauser e Natta) e competenze tecnologiche.

I punti di forza di questo primato erano insiti nelle conoscenze scientifiche.

Esse sono fondamentali per lo sviluppo dell'industria chimica in generale, uno dei problemi di oggi è la mancanza assoluta della grande industria Chimica in Italia che è rappresentata da poche unità nazionali e da alcune multinazionali che qui hanno lasciato solo la parte "Commerciale" e non la sostanza scientifica.

A ciò va aggiunto che il tessuto imprenditoriale chimico italiano è oggi rappresentato, come detto sopra, solo da micro/piccole imprese con sporadica presenza di medie.

**Quale è la caratteristica tecnologica delle PMI?**

Le piccole imprese chimiche ed anche le medie sono, per la quasi totalità, orientate alla formulazione di preparati e quindi non alla sintesi.

Questo fa sì che la ricerca sia affidata solo ed esclusivamente alla capacità delle imprese di investire in questo settore: tutta la legislazione di "sostegno" è pensata e disegnata, anche quella comunitaria, su modelli che non ci appartengono. I punti di forza di quel primato sono certamente rappresentati dal grande sviluppo che allora venne dato alla chimica ed al suo "indotto" non fatto solo di terziario ma da capacità imprenditoriali che, acquisita la conoscenza, hanno contribuito alla nascita ed alla crescita di eccellenze anche fra le PMI.

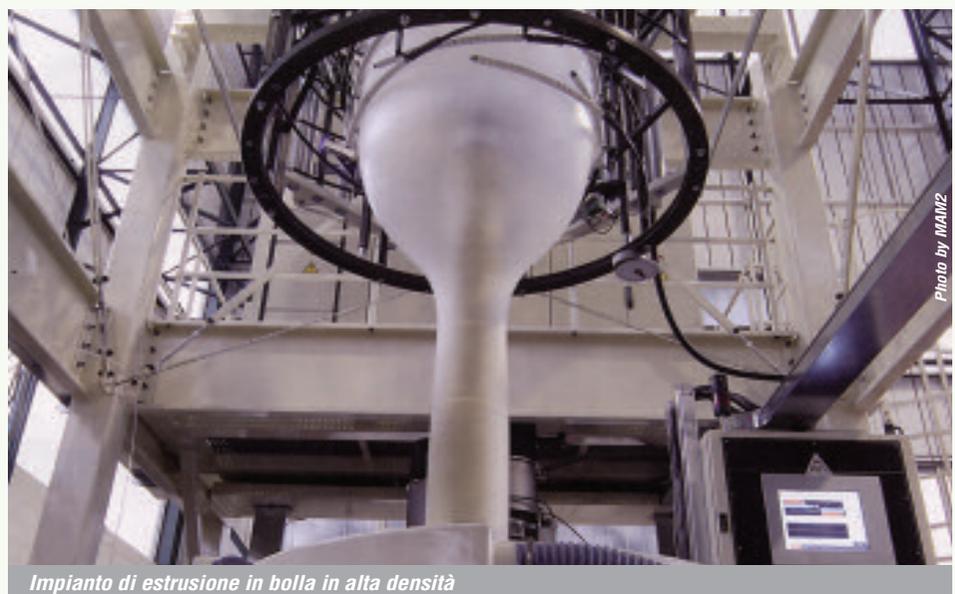
**E quale è l'esigenza di ricerca?**

Tutte le piccole imprese nascono da idee e quando ci sono le idee le imprese nascono, e seppur rimangono piccole, prosperano e contribuiscono alla crescita generale del Paese. Le PMI competitive sono oggi quelle che si sono caricate sulle proprie spalle, spesso a costo di inumani sacrifici finanziari, i costi del cambiamento. Questo

significa innovazione, ricerca di nuovi prodotti meno inquinanti, quindi attenzione alla compatibilità ambientale sia dei prodotti stessi sia degli impianti di produzione e quindi dei processi.

Capacità di ricerca delle nicchie nelle quali è possibile ancora creare valore. Ma la capacità di competere dipende anche dal "sistema Paese", come detto sopra le Imprese che fanno innovazione lo fanno solo ed esclusivamente a proprie spese con le risorse che sono disponibili a caro prezzo. La competizione, lo sappiamo tutti, è globale. Le strade percorribili per le piccole imprese sono poche ed impervie ma hanno due soli sostantivi: ricerca ed innovazione. Le PMI non chiedono "aiuti"; chiedono supporti, chiedono informazioni, chiedono che vengano messe a disposizione le risorse esistenti in modo semplice, chiedono che la legislazione venga tarata sul loro target e non, come sempre, su target diversi.

Io amo utilizzare un paradosso: cento da dieci valgono più di uno da mille. Da qui scaturisce una riflessione importante che è il nodo dell'economia italiana: non siamo né Francesi né Tedeschi, siamo Italiani e dobbiamo vivere della nostra specificità. E



Impianto di estrusione in bolla in alta densità

# VIEW esclusi

le PMI sono la NOSTRA specificità, sono la forza motrice di questo Paese. Una recente ricerca del INSEAD di Fontainebleau (pubblicata e commentata dal Sole 24 ore del 18/05/2007) riguarda gli investimenti in innovazione nel mondo: porta l'Italia, su oltre un centinaio di Paesi esaminati, al 24° posto, dato che stupisce positivamente, anche perché se si guardano le classifiche ufficiali, redatte con indicatori tradizionali, e

hanno bisogno le PMI, come pure di essere considerate per quello che sono: il vero tessuto produttivo e manifatturiero di questo Paese, ed allora piccolo ed eccellente è e sarà ancora bello.

In questo quadro di carattere generale vi sono istituzioni in Italia ricche di prospettive e di opportunità, e dicendo questo penso a quella grande fonte che per le PMI può essere l'Università.

## Quale la maggiore esigenza delle PMI per sviluppare la loro competitività?

La più importante esigenza per le Piccole imprese chimiche, come detto sopra, è di affermarsi nelle nicchie di mercato, piccole ad alto valore aggiunto, là dove non possono essere schiacciate dai grandi numeri delle Multinazionali.

La ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti, possibilmente con la totale o parziale elimi-



le classifiche dell' OCSE, siamo il fanalino di coda. Il modello di sviluppo italiano è basato sulle PMI, i cui dati sfuggono agli indicatori tradizionali, non sono quindi visibili nelle statistiche mondiali. Questo dimostra che il Sistema Industriale Italiano è più vivo proprio grazie alle PMI che fanno innovazione, che hanno imparato ad adottare il sistema giapponese delle settimane Kaizen per il miglioramento continuo dei processi ed anche dei prodotti.

## L'Università può avere un ruolo nel rafforzamento delle PMI?

Questo sistema non va smantellato ma va mantenuto ed alimentato con una politica lungimirante di largo respiro che dia prospettive a medio lungo termine: di questo

Probabilmente l'eccellenza esistente all'interno dei laboratori universitari non ci conosce, ed è questa una responsabilità anche nostra, di noi piccoli imprenditori che poco frequentiamo questi ambienti e che spesso soffriamo di complessi nei confronti di questo mondo; parte di questa responsabilità va addebitata anche ad altri, ma non siamo qui per cercare responsabilità o per guardare al passato.

Siamo fermamente convinti che il miglioramento dei rapporti fra questi due mondi, con l'intervento delle Associazioni di categoria, possa diventare un punto di forza per la piccola Impresa italiana: bisogna cominciare a parlarsi, a scambiarsi opinioni ed esigenze, a dialogare facendo emergere le eccellenze da entrambe le parti.

nazione degli elementi nocivi, è l'esigenza primaria, la formulazione di prodotti innovativi efficaci ed "ecologici" mette al riparo, io credo ancora per alcuni anni, le PMI dalla grande concorrenza.

Esistono Mercati che hanno queste esigenze e sono più di quanto non si creda possibile, non è solo la sensibilità degli utilizzatori ma tutta la futura legislazione sarà indirizzata su questa strada: il primo esempio è la normativa REACH. Noi siamo fermamente convinti che la collaborazione fattiva fra mondo Universitario e PMI possa dare risultati fino ad oggi impensabili per entrambe le parti.

Certo sarà necessario un lungo e certosino lavoro di raccordo, di messa a regime dei rapporti, l'eliminazione di quella "diffidenza"



che forse impedisce, o meglio inibisce, il dialogo: ma il futuro è nelle eccellenze e quando le eccellenze si incontrano nascono le idee e le idee fanno progredire tutti. Università ed Aziende insieme per coltivare quel futuro che spetta di diritto al nostro Paese, futuro fatto di quel tessuto economico che fino ad oggi ha rappresentato la forza della nostra Italia, di quella imprenditorialità diffusa che ci ha messi al riparo da tante crisi e da tanti "brutti momenti", e che lo potrà fare ancora se diamo la possibilità a questo tessuto economico di crescere, di aggregarsi per crescere, insomma di fare ancora una volta eccellenza.

### Quale è il vostro atteggiamento nei riguardi della recente normativa Reach?

Non credo sia qui necessario dilungarsi nello spiegare di cosa si tratta quando si parla di nuova normativa europea REACH, certo è che rappresenterà un problema di non facile soluzione soprattutto per le PMI, bisogna tuttavia dire che questa può diventare, se affrontata nel giusto modo e con una visione più ampia

ed a lungo termine, una grande opportunità per quelle Aziende che sapranno, io amo dire: "essere diverse". Essere diversi vuol dire saper guardare avanti ed avere il coraggio di intraprendere nuove strade, certo con grandi sacrifici e probabilmente con aggravio di costi, ma con grandi risultati. Essere diversi vuol dire impe-

gnarsi in quelle due direzioni che tanto ci sono care: ricerca e sviluppo di nuovi preparati a basso impatto ambientale.

Il cerchio quindi si chiude: Università ed Imprese insieme per superare quelle barriere che oggi si presentano e spesso paiono insormontabili ma che domani possono diventare fonte di successo.

## Sono le PMI a fare innovazione e ricerca

Sono 145 mila, un quarto di tutte le aziende manifatturiere e informatiche con meno di 20 addetti, le realtà produttive italiane impegnate in processi di profonda innovazione del proprio modo di fare impresa. E ciò senza passare attraverso i consueti canali della ricerca, quelli del circuito delle medie-grandi imprese e dell'Università. Questi numeri dimostrano che si può fare, sperimentare e introdurre innovazione anche senza entrare in meccanismi troppo complessi e sovraordinati rispetto alle proprie dimensioni. È quanto emerge dall'indagine "Fare Innovazione 'senza Ricerca'" presentata in a Roma, presso la sede della Confartigianato, da Giorgio Guerrini, presidente Confartigianato Imprese, Cesare Fumagalli, segretario generale Confartigianato Imprese e Giuseppe Roma, direttore generale Censis. L'indagine, realizzata dal Censis per conto e in collaborazione di Confartigianato, mostra come anche le Pmi siano impegnate in un processo di continua ricerca e sperimentazione interna. Un fenomeno oscuro ai più, perché si svolge quasi esclusivamente nel chiuso delle mura aziendali e perché, malgrado si alimenti di un continuo scambio di informazioni con il mercato esterno, risulta resistente a ogni forma di collaborazione con Università o enti di Ricerca. La grande maggioranza delle piccole imprese leader d'innovazione svolge attività di ricerca, sperimentazione, prototipazione al proprio interno, dedicandovi il 13% del monte ore lavorate in un anno ed investendovi circa 1,8 miliardi di euro l'anno. La metà di questa categoria di imprese ritiene che l'innovazione più importante realizzata negli ultimi anni è nata dall'attività di ricerca e sperimentazione svolta all'interno, e solo il 3% afferma che a tal fine è stata determinante la collaborazione con una Università o un Ente di ricerca. Il 70% delle innovazioni introdotte si traduce per le aziende in un vantaggio competitivo sul mercato, mentre nel 30% dei casi in un allineamento agli standard delle altre imprese.

La quasi totalità delle imprese (91%) che lavorano in sub-fornitura partecipa attivamente all'innovazione delle committenti: nella maggior parte dei casi (38%) collaborando all'individuazione di soluzioni innovative rispetto al prodotto finale, nel 31,6%, proponendo spontaneamente all'azienda committente prodotti o materiali ad alto valore innovativo, nel 15,2% individuando le soluzioni richieste dal committente e infine nel 6,3% trasferendo macchinari e tecnologie che l'azienda committente non conosceva. Per quanto riguarda i costi, il 72% delle spese sostenute per l'innovazione viene finanziato con mezzi propri, e solo il 2,5% con finanziamenti pubblici agevolati. Un costo che ammonta a circa il 19% delle spese aziendali, e che stimato sull'intero universo, porta a circa 1,8 miliardi di euro l'investimento che le aziende manifatturiere e informatiche con meno di 20 addetti sostengono per fare innovazione e ricerca.

