

## Blog EllePì - Quali imprese meritano "credito"?



*di Gian Luca Gregori*



Il sistema imprenditoriale italiano si trova da tempo di fronte ad importanti e difficili sfide, quali la globalizzazione, l'ipercompetizione, la continua e rapida evoluzione tecnologica, le quali hanno innescato un processo di "selezione naturale" delle imprese, escludente soprattutto quelle incapaci di seguire i cambiamenti. Tale processo è stato accelerato ed accresciuto dagli effetti della crisi economico-finanziaria internazionale, i quali, peraltro, hanno comportato la "stretta" creditizia degli istituti bancari, limitando i progetti d'impresa ed alimentando il rischio di estinzione, in certi casi, anche di aziende caratterizzate da un'offerta competitiva ed in possesso di importanti know-how. Lo scenario appare ancora più problematico se si considera l'impatto degli interventi tesi a risanare i debiti pubblici di alcuni Paesi dell'Unione Europea, tra cui l'Italia. Si fa sempre più pressante, quindi, l'esigenza di favorire alcuni cambiamenti utili e necessari per consentire alle imprese di svolgere al meglio il loro rilevante ruolo nello sviluppo socio-economico. In particolare, possono essere rimarcati i seguenti temi prioritari.

In primo luogo, appare opportuno promuovere una cultura d'impresa favorevole all'idea che i vantaggi competitivi sono sempre più da ricercare nelle risorse immateriali, ed in particolare nella "conoscenza"; quest'ultima rappresenta la risorsa più importante perché si pone alla base di qualsiasi forma di innovazione: di prodotto, di processo, di mercato, organizzativa, gestionale. Nell'era della cosiddetta "economia della conoscenza", la competizione verte sulla capacità di intercettare, sviluppare ed utilizzare appropriatamente le conoscenze; pertanto, è importante porre al centro dell'impresa le persone che vi lavorano, in qualità di reali fonti generatrici di conoscenza, ed implementare sistemi che consentano di sviluppare e gestire tale risorsa, anche con modalità innovative (si pensi all'e-learning).

Un altro tema su cui riflettere è costituito dall'inserimento dei giovani in azienda e dalla loro valorizzazione; infatti, i giovani possono contribuire apportando nuove conoscenze apprese nel percorso formativo, ma anche l'entusiasmo e la motivazione necessari per affrontare i nuovi contesti competitivi, ed in particolare, per conquistare i mercati esteri.

Relativamente a quest'ultimo aspetto, sembrerebbe necessario migliorare l'approccio delle imprese, soprattutto di più limitate dimensioni, in quanto si rileva spesso la tendenza a concepire la strategia di internazionalizzazione come mera attività di esportazione o di partecipazione a fiere. Una presenza all'estero, evidentemente, inadeguata e che non consente di cogliere appieno le opportunità di mercato. Da questo punto di vista, può essere utile intervenire mediante l'attività formativa nelle aziende e la promozione di servizi per l'internazionalizzazione più rispondenti alle reali esigenze di queste ultime.

Un cambiamento culturale è auspicabile anche con riferimento al sistema creditizio. A tal riguardo, sarebbe opportuno formulare giudizi di "merito del credito" non più solo in base ai dati di bilancio, che si riferiscono al "passato" dell'azienda, quanto alle potenzialità di quest'ultima, prendendone in considerazione per esempio il modello di business, gli strumenti gestionali utilizzati, il grado di "fedeltà" dei clienti, i progetti di formazione, le competenze dei collaboratori, ecc...; in altri termini il 'Capitale Intellettuale'. Ciò, potrebbe consentire alle banche di allocare le risorse finanziarie presso le imprese con maggiori possibilità di "successo", e quindi, soddisfacendo un interesse generale ed assolvendo in maniera più corretta il ruolo sociale che sono chiamate a svolgere.

Incidere efficacemente sui suddetti aspetti potrebbe risultare vantaggioso per il nostro sistema produttivo che, è bene ricordare, è composto in larga parte da piccole e medie imprese, le quali necessitano di risposte ad hoc, non mutate da quelle ritenute valide per le imprese più grandi.

## **Profilo dell'autore**

**Gian Luca Gregori** è Preside della Facoltà di Economia "Giorgio Fuà" dell'Università Politecnica delle Marche.