

uniud. area science park

Uno studio analizza il tema dell'aumento di dimensione delle imprese partendo da otto esempi friulani.

Modelli per la crescita

Quali sono i fattori che favoriscono una reale crescita delle imprese, in particolare in una Regione come il Friuli Venezia Giulia, dove otto aziende manifatturiere su dieci sono di piccole dimensioni?

Prende le mosse da questa domanda lo studio *"Le dimensioni della crescita aziendale"*, promosso da Area Science Park e pubblicato in un volume edito da Franco Angeli. Gli autori della ricerca, i professori **Roberto Grandinetti** (Dipartimento di Scienze economiche dell'Università di Padova) e **Guido Nassimbeni** (Dipartimento di Ingegneria elettrica gestionale e meccanica dell'Università di Udine), hanno affrontato l'argomento da diverse angolature, alla ricerca di un modello virtuoso desumibile da esperienze "esemplari" di imprenditori di successo della regione.

La necessità per il sistema industriale italiano di aumentare la propria scala a misura delle dimensioni globali della competizione e dei mercati è nqta. I dati lo di-

cono chiaramente anche in Friuli Venezia Giulia: qui il 77% delle imprese manifatturiere si colloca nella classe da 1 a 9 addetti e solo lo 0,4% supera i 250.

L'Amministrazione regionale ha varato alcuni interventi legislativi per favorire la crescita dimensionale. Ma resta un interrogativo: cosa vuol dire crescere per un'azienda? Sono partiti da qui gli autori dello studio, proponendo una nuova chiave di lettura che descrive una crescita a tre facce: dimensionale, qualitativa e relazionale.

La prima è misurabile attraverso parametri quantitativi. La seconda pone invece l'accento sugli strumenti organizzativi e gestionali e sulle capacità di innovazione dell'impresa. La terza fa riferimento alla rete del valore, cioè l'insieme di relazioni utili per generare vantaggi competitivi.

Lo studio ha selezionato otto aziende (Calligaris, Fazioli, Moroso, Maxdesign, Brovedani, il gruppo Lima, il gruppo OMI e C-Blade) ope-



ranti nei due settori manifatturieri, il legno-arredo ed il meccanico, oggi sottoposti a formidabili pressioni competitive.

Queste otto aziende che hanno saputo crescere, mostrano alcuni elementi comuni. Essi riguardano ad esempio l'evoluzione della figura imprenditoriale, dell'organizzazione, la capacità di elaborazione strategica e di costruzione di reti, l'orizzonte internazionale su cui si muovono.

Gli otto sentieri di sviluppo non possono essere ripercorsi, ogni realtà presenta delle peculiarità che ne segnano il percorso in maniera unica. Lo studio ne propone un'analisi, nella consapevolezza che ogni impresa deve trovare una propria, originale traiettoria all'interno dello spazio tridimensionale dello sviluppo.