

«La prima innovazione è cambiare testa»

Paolo Chiari guida il Terziario dell'Aib. «Siamo vittime di slogan: le macchine non sono tutto e i big-data hanno qualche rischio». «Siamo bravi, ma piccoli. E i fondi ci comprano»

BRESCIA Terziario e servizi. Niente fabbriche, niente tuta, giacche e cravatte, istogrammi e tabelle. Consulenti, assistenti. Per dirla come la diceva il cav. Lucchini: «Il modo migliore per andare a quel Paese è prendersi un consulente...». Celiava, ma - al tempo - neanche troppo. Questa era l'idea prevalente: magari servivano, ma erano a mala pena tollerati: «Un po' è ancora così. Magari a Brescia un po' meno rispetto ad altre parti. Ma un po' di diffidenza c'è». Paolo Chiari è presidente del Terziario di Aib, ovvero di tutte le aziende non industriali. La sua Clarium di Piazza Vittoria è emblema: una sorta di boutique della consulenza con una dozzina di professionisti: finanza gestionale e straordinaria (fusioni-acquisizioni), assistenza legale, consulenza sulla gestione industriale e dei processi produttivi.

L'occasione dell'incontro nasce all'indomani di Fabbbrica 4.0 al Musil di Rodengo: più di 300 imprenditori a capire come potrà essere la fabbrica nei prossimi 10 anni. Fabbriche cieche, piene di macchine, tutti robot, un tripudio di digitale.

«Andrei cauto. Diciamo che Fabbbrica 4.0 è un'idea-slogan nata in Germania qualche anno fa. L'idea di fondo è con-

nettere aziende fornitori sfruttando le potenzialità del digitale, l'internet delle cose e ...cose così».

Non sembra oltremodo entusiasta di quel che si sta profilando.

«Resto, come detto, cauto. Vale per Fabbbrica 4.0, vale per altre cose. Come la storia del Big-data. Tutti mi dicono che è una strada inevitabile. Ma ci vedo dei rischi grossi. Mi secca pensare che i miei dati siano depositati in un posto che non so, magari in qualche bunker nel deserto del Nevada. Insomma: vado cauto, voglio vederci chiaro nelle cose. Fa parte di me: sono un ingegnere meccanico. So il valore della tecnologia, ma continuo a credere che il vero asset sono gli uomini e le donne. L'innovazione parte da qui: da quel che c'è nella testa degli imprenditori».

E lei cosa ci legge nella testa dei suoi colleghi?

«Che spesso, secondo me, sbagliano obiettivo. Puntano tutto (o troppo) sulla tecnologia. Ma oggi le aziende devono ragionare anche su altri temi: fare un'analisi sulle dimensioni della propria azienda deve valere le energie che si spendono per decidere se e come cambiare una linea di stampaggio».

Anche lei col "piccolo non è più bello". Anche questo è uno slogan!

«No, è una necessità. Ragioniamo. Nel

Dopoguerra c'era un mercato di domanda: tutti compravano, bastava produrre e si vendeva. Adesso è il contrario: c'è un mercato di offerta, ci sono tanti che producono e relativamente pochi che comprano. Bisogna essere doppiamente competitivi. Si vince e quindi si vende se sul bene fisico ci mettiamo altro: il marchio, le risposte rapide, la logistica, il prodotto innovativo». **D'accordo. Ma con le dimensioni tutto questo che c'entra?**

«C'entra eccome: se si è piccoli, troppo piccoli, queste cose non si riescono a fare. Le porto un esempio. Le maniglie in Valsabbia sono quasi sparite. Avevamo quasi 30 aziende (piccole) che insieme facevano 100-120 milioni di fatturato, tanto quanto un importante produttore austriaco. Risultato: in Valsabbia non abbiamo quasi più maniglie. Stessa cosa è capitato al-

la rubinetteria cromata: tutta o quasi trasferita nel Novarese».

E però: in Franciacorta ci sono più di cento cantine che vivono mica male...

«Sì, però c'è un consorzio forte. Crescere, rafforzarsi, può passare anche da quella strada: dai consorzi, dalle reti d'impresa, oppure da aperture di capitale».

Battaglia quasi persa in partenza. Guardi quante poche aziende bresciane sono quotate.

«Ma bisogna pensarci, anche come Aib. Mi piace pensare ad un fondo nostro, promosso da Aib, che possa intervenire per facilitare le aggregazioni. Diversamente continuerà a capitare quel che accade: arrivano fondi da fuori e si prendono le nostre più belle aziende». **Ma il possibile fondo bresciano cos'è: un auspicio o una promessa?**
 «Diciamo che fra qualche mese potremmo saperne di più».

Gianni Bonfadini
 g.bonfadini@giornaledibrescia.it



IL PROGETTO
 «Sarebbe bello se Aib promuovesse un fondo per investire e far crescere le nostre aziende»

«La prima innovazione è cambiare testa»

OGGI A BRESCIA OPEL È AUTENTICA

OPERA ADAMI

IL MEGLIO DELL'APPIDABILITÀ TEDESCA

Opel AUTENTICA - La nuova Concessionaria Opel di Brescia