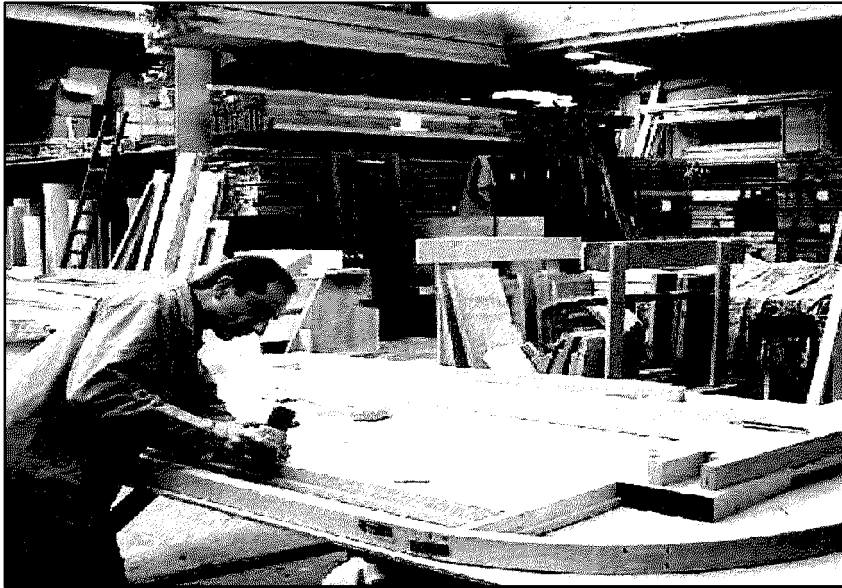


CONFAPI La metallurgia segna una ripresa del 32,7%. Il mobile è fermo al 4,1%. Servono interventi

Legno, il futuro sarà solo "in rete"

Alle capacità manifatturiere dei singoli va unita una strategia comune di marketing



FORMAZIONE Da Confapi l'analisi del comparto: trovare i mezzi per scongiurare il tracollo

Eva Franceschini

Il settore legno e, più in particolare, del mobile è tra gli ultimi nella lista del recupero post-crisi: mentre la metallurgia, nel primo trimestre del 2011, segna una ripresa del 32,7%, quella del mobile si attesta ad un parziale 4,1%, con una performance superiore solo al comparto degli elettrodomestici che, addirittura, perdono il 2,2%. È partita da Confapi, l'associazione che rappresenta le imprese artigiane e industriali di piccole e medie dimensioni, l'idea di trovare i mezzi per evitare il tracollo completo delle aziende, chiedendo lumi direttamente all'Università di Padova.

Dall'indagine condotta dal professore Paolo Gubitta e dal collega Diego Campagnolo, sono emerse le caratteristiche fondamentali che un'impresa deve tener presente se intende riprendersi dallo stato di crisi. L'identikit dell'azienda che ha superato le difficoltà si riassume in tre particolarità: deve aver internazionalizzato, deve aver investito in ricerca e innovazione, e deve aver caricato il prodotto di significati e valori tramite un'accurata strategia di marketing.

«Tutto questo va di pari passo con un chiaro posizionamento dell'azienda - spiega Diego Campagnolo -. Le Pmi devono essere in grado di differenziarsi rispetto alle grandi realtà dei mercati internazionali, ma per

far ciò servono competenze, soprattutto per ciò che riguarda il marketing». La cantilena è sempre la stessa: le competenze manifatturiere degli artigiani sono sacrosante e irrinunciabili, ma a queste si deve accompagnare una tecnica di vendita e distribuzione del prodotto, altrimenti le imprese artigiane rischiano di restare semplici sub fornitrici, all'ombra di altre aziende molto più strutturate.

«Ikea ha investito nella distribuzione, riscuotendo successo. L'Italia è il terzo fornitore di mobili per Ikea, a livello internazionale, ma noi non siamo stati capaci di individuare una strategia. Le competenze vanno valorizzate, ma le piccole imprese funzionano solo se qualcuno le coordina». E Confapi si dichiara pronta al soccorso con appositi percorsi di formazione, come dichiara Mauro Marinello, del settore Casa: «Stiamo già attivando dei corsi. Uno degli scopi di questo gruppo di Confapi è quello di conoscere da vicino i nostri associati per capirne le esigenze».

