

## Piccole &amp; Medie

45

## AZIENDE, STORIE, PERSONE



## Imballaggi, il fatturato va

(ca. cl.) Continua il trend positivo per il settore degli imballaggi che, secondo le prime elaborazioni di Prometeia, dovrebbe registrare un aumento del giro d'affari del 2,3% nel 2017, portando il fatturato complessivo del comparto a superare i 32,4 miliardi di euro. In crescita i prezzi delle materie prime: materiali di riciclo (+35%), nylon (+30%), Pet (+25%), laminati (+20%), cartone ondulato (+9,6%), Pvc (+8%).



## Auto, la componentistica frena

(ca. cl.) Piccola battuta d'arresto per il mercato tricolore della componentistica per auto che, secondo le elaborazioni di Anfia-Aftermarket, dovrebbe registrare un calo di fatturato dell'1% nel 2017. A soffrire di più, il segmento legato alle componenti elettriche ed elettroniche che chiude l'anno a -7,5%, rispetto al +4,7% segnato nel 2016. L'Italia si conferma comunque come il quarto mercato europeo.

+4%

## Le imprese del benessere

(ca. cl.) È l'aumento del numero delle imprese del benessere (dati Unioncamere-Infocamere) in 5 anni. Boom per manicure e pedicure (+46%), istituti di bellezza (+15%). Barbieri e parrucchieri i più rappresentati (68%).

## PICCOLO È BELLO, INNOVARE È MEGLIO



## Macchinari

Rio Proietti, amministratore delegato di Erreppi

## Quei trattorini specializzati per i tropici

La Malesia e l'Indonesia rappresentano il 75% della produzione mondiale di palma da olio. Qui, anche gomma, ortofrutta e vegetali sono in forte crescita e in grado di recepire velocemente nuove tecnologie.

L'azienda umbra Erreppi produce trattorini agricoli specializzati per coltivazioni tropicali, che vengono impiegati per la raccolta di frutta e per i trattamenti fitosanitari e di protezione delle colture. Proprio in Asia, l'azienda di Perugia si è fatta conoscere. «Oggi esportiamo i nostri macchinari prevalentemente nei paesi di Centro e Sud America, Malesia ed Indonesia, Centro Africa attraverso una rete di importatori che offrono assistenza in loco, tra cui la vendita dei ricambi — dichiara l'amministratore delegato Rio Proietti —. Il mercato principale è quello della palma da olio, anche se siamo presenti marginalmente in altri settori come cacao, gomma, caffè, fiori recisi, canna da zucchero».

L'azienda sbarca in Malesia nel 2001, intercettando le esigenze di meccanizzazione di un Paese che fino a pochi anni prima utilizzava ancora il bestiame per lavorare i campi. Da lì la decisione di aprire una sede per presidiare meglio il mercato. «Una scelta strategica che tiene conto della vicinanza con un'altro mercato straordinario per i nostri progetti: l'Indonesia». L'obiettivo della Pmi è costituire una filiale che funga da hub per la distribuzione dei rimorchi e trattorini nell'intera Asia sfruttando gli accordi di libero scambio tra i Paesi aderenti. Sull'olio di palma, è però in corso un pesante braccio di ferro tra la Ue e la Malesia. Il Parlamento europeo ha votato per un temporaneo abbandono da parte dell'Europa dell'uso di olio di palma come biocarburante visto il danno ambientale legato al disboscamento delle foreste pluviali.

Barbara Millucci

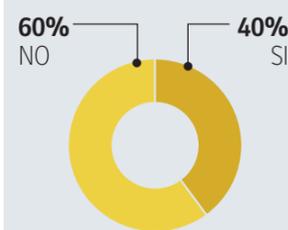
© RIPRODUZIONE RISERVATA

A sorpresa sono le Pmi le imprese che hanno investito di più per migliorare prodotti e processi. Il resto del sistema sfigura nel confronto con l'Europa

di Isidoro Trovato

## Piccole e Micro innovative

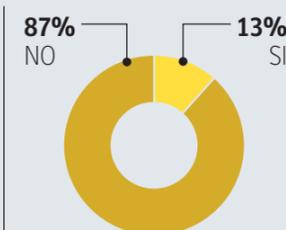
## Quante innovano



## Come innovano



## Hanno ricevuto contributi



Le accuse di essere poco innovative, le piccole imprese. Addirittura una palla al piede del sistema produttivo italiano. Ma i dati sembrano smentire il teorema. Sconfessata da un'indagine condotta da Cna e Fondazione Cotec su un campione rappresentativo di micro e piccole imprese per scoprire strategie e modelli di innovazione, in primo luogo tecnologico. Una indagine dalla quale risulta che tra il 2014 e il 2016, a ripresina appena avviata, le imprese innovative sono state circa il 42% del campione, con punte di eccellenza tra quante forniscono servizi alle aziende (52,7%) e nelle realtà con oltre dieci dipendenti (50,4%).

## La foto

Dalla indagine Cna-Fondazione Cotec emerge che, nel triennio, ha introdotto innovazioni di processo il 37,5% delle imprese con picchi del 48% nel manifatturiero e del 56,3% nelle attività con oltre dieci addetti. Il 79,9% delle imprese innovatrici ha agito sui processi di produzione. Il miglioramento della qualità dei prodotti e l'incremento della capacità di produzione rappresentano gli obiettivi principali. «Le conoscenze e le competenze generate nei laboratori e nelle aule — ricorda Daniele Vaccarino, presidente di Cna — dobbiamo riuscire a metterle a frutto anche nelle piccole imprese. In questo modo potremmo attivare un flusso continuo di innovazione, che permetta a tutte le componenti del sistema produttivo di collaborare al rilancio dell'economia». In totale sintonia con i dati della indagine Cna-Fondazione Cotec sono i risultati della più recente European Innovation Scoreboard (Eis), l'indice della Commissione europea che ogni anno valuta l'andamento del-



## Artigiani

Daniele Vaccarino, presidente di Cna

l'innovazione nei Paesi dell'Unione europea e in alcuni Stati limitrofi, come la Svizzera. L'Eis scatta una fotografia nel complesso tutt'altro che soddisfacente di ricerca, sviluppo e innovazione in Italia. Con qualche eccezione. Relegato tra gli «innovatori moderati» (non lontano dal fondo della classifica, insomma) il nostro Paese fa meglio della media europea quasi esclusivamente in indicatori relativi alle Pmi. Le piccole imprese italiane mettono a segno performance pari a 32,7 punti (contro una media di 30,9) nell'innovazione di processo e di prodotto e di 30,5 punti (contro una media di 28,8) nell'innovazione informale.

## I finanziamenti

Dall'indagine Cna però emerge anche che le imprese innovatrici praticamente non hanno ricevuto nessuna forma di sostegno pubblico. Solo il 12,6% dichiara il contrario con picchi del 17,6% nel settore manifatturiero, del 27,8% tra le imprese con oltre dieci dipendenti e del 16,3% nel Mezzogiorno.

«Dev'essere chiaro — avverte Vaccarino — che l'onere di reggere l'urto della nuova concorrenza globale non può essere lasciato alle piccole imprese: è l'intero Paese che deve scendere nell'arena. Artigiani e piccole imprese sentono l'esigenza improrogabile di formare nuove competenze. Tutti sappiamo che i lavoratori più istruiti hanno maggiore capacità di produrre innovazione e di adattarsi ai cambiamenti organizzativi. Dobbiamo aiutarli a scoprire la bellezza di lavorare nelle Pmi». E proprio la scarsa disponibilità di risorse finanziarie e l'assenza di agevolazioni sono i limiti segnalati dalle imprese nell'attività di innovazione tecnologica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Sport

Tiziano Internò, fondatore con Michele Businaro di MrWolf

## Ora la startup ti «rinforza» la mountain bike

«Mi chiamo Wolf, risolvo problemi». È il personaggio tarantiniano di *Pulp Fiction*, interpretato da Harvey Keitel nel 1994, ad ispirare Tiziano Internò e Michele Businaro, fondatori di MrWolf, startup impegnata nei sistemi innovativi antifrattura delle mountain bike: un mercato con 2,5 milioni di utenti nel mondo che spendono in media 5 mila euro l'anno.

Un'azienda che in soli 7 mesi (le vendite sono partite a luglio) ha già raccolto risultati importati fuori dai confini nazionali (circa il 64% del giro d'affari), al punto da aggiudicarsi il titolo di migliore startup export ai premi Export2succeed, assegnati alle Pmi italiane da Piccola industria di Confindustria e Ups. «Abbiamo aggiunto un lato goliardico al personaggio di *Pulp Fiction*. La nostra campagna di comunicazione ha coinvolto anche personaggi olimpici come il campione di mountain bike Marco Aurelio Fontana», dice Internò. Un approccio gradito ai social (oltre 40 mila le visualizzazioni quotidiane della pagina Facebook MrWolfeSolve), ma anche agli investitori visti i 60 mila euro di preordini raccolti sulla piattaforma di crowdfunding Kickstarter in 45 giorni. «Siamo una struttura flessibile in grado di espandersi molto velocemente nel momento del bisogno, ma che riesce a diminuire l'intensità per dedicarsi ad altri progetti», dice Internò. Tra i quali il lancio di SmartMousse (a Villa Fenaroli il 9 marzo), nuovo sistema antifrattura pensato per l'ebike.

«Il mondo della pedalata assistita è una altra nicchia di mercato che potrebbe contribuire a raggiungere il nostro obiettivo del 2018: chiudere il bilancio a quota 1,5 milioni di euro». Il tutto, anche grazie alla collaborazione con la cooperativa sociale Carpe Diem. «È una soddisfazione — conclude Internò — far nascere una startup ridando la vita a persone che pensavano di essere al capolinea».

Carlotta Clerici

© RIPRODUZIONE RISERVATA