

SIZE MATTERS? NON NECESSARIAMENTE!



L'analisi è da tempo risaputa: le aziende italiane sono troppo piccole. Troppo piccole per poter competere in un contesto internazionale. Troppo piccole per investire nella ricerca e nello sviluppo. Troppo piccole per assumere personale altamente qualificato. Tutto ciò è ancora attuale?

“No!” risponde Stefano Micelli, Professore di International Management all'Università Cà Foscari, durante una tavola rotonda alla quale ho partecipato anch'io in occasione del Salone della Cultura e della Tecnologia, [“Cult Venezia 2014”](#), che si è tenuto a Venezia da venerdì a domenica.

La teoria di Micelli, semplificando, è la seguente: il modello di impresa italiano si è modificato. Il successo di Italia S.p.A., esistente nel passato, si fondava sulla “piccola impresa” e sui “distretti” (tessile, automobilistico, ceramica ecc.); in questo modo si sono formate le prime imprese di medie dimensioni, che hanno dimostrato di avere le capacità e le competenze degli artigiani, ma che allo stesso tempo competono a livello globale. Tra le cosiddette “nuove medie imprese italiane” Micelli annovera nomi noti quali Lavazza, Gucci, Diesel o Geox.

In secondo luogo, le piccole imprese fanno un uso crescente delle tecnologie digitali, che, secondo Micelli, compensano almeno in parte gli svantaggi legati alle dimensioni. Uno degli

espositori al salone era la società [DWS](#). L'azienda di Zanè, vicino a Vicenza, è una pioniera nel campo delle stampanti 3D in Italia. Il Direttore Generale di DWS, Maurizio Costabeber, con le sue macchine magiche produce gioielli, modelli per gli studi di architettura e persino nuovi denti. Inoltre, lavora già con i centri odontoiatrici.

Davvero notevole: DWS penetra nel mercato per consumatori. La stampante 3D "XFAB", con il software adeguato, serve alle piccole imprese, ai designer e agli artigiani. Costo: 5.000 euro. Costabeber non esclude che la stampante 3D possa avere uno sviluppo simile a quello del PC. Se all'inizio un personal computer costava una fortuna, successivamente lo stesso è entrato in quasi ogni casa. Forse la storia si ripeterà.