



Una riflessione a chiusura dell'inchiesta sull'attrattività del nostro territorio per le imprese multinazionali

L

a piccola indagine sull'attrattività della Brianza che ho cercato di fare, intervistando alcuni capi di imprese multinazionali con insediamenti in Brianza, non ha avuto un gran successo quantitativo. Contavo di condurre almeno dieci interviste, ne ho potuto fare la metà. Tuttavia, tra le indicazioni emerse ve ne sono diverse interessanti e non scontate, di cui non mi sembra che vi sia una consapevolezza diffusa, sia a livello dei cittadini che di coloro che li rappresentano o li guidano.

1. I RISULTATI.

In complesso, il giudizio degli intervistati spazia tra una decisa convinzione della capacità della Brianza di far fronte con successo agli eventi futuri, e il riconoscimento di un possibile declino. Come era da aspettarsi, l'argomento che suscita maggiore attenzione è quello dei collegamenti interni ed esterni. Ma anche il tema delle risorse umane è stato particolarmente toccato, per lo più in senso positivo. Minore attenzione sembra invece ricevere un argomento che dovrebbe avere un suo peso: quello dell'ambiente culturale e naturale.

Ecco, in sintesi, le principali indicazioni:

Comunicazioni.

Tutti hanno sottolineato la gravità del problema, come palla al piede non solo dello sviluppo economico, ma anche della vivibilità e quindi dell'attrattività della Brianza. Ma non se ne è parlato in modo generico. "Non si tratta di fare nuove strade, bensì di togliere le auto dalle strade". Come? Sviluppando il trasporto su rotaia e la rete ciclabile. L'AD di STM, indicando dalla finestra il grande posteggio affollato di auto di fronte alla sede dell'azienda, mi ha detto:

“Vede questo parcheggio? Quello di Grenoble, dove abbiamo un altro insediamento, è semivuoto perché buona parte dei nostri colleghi va al lavoro in bicicletta”. E' aggiunge: “Una persona che deve stare in macchina per ore compromette la sua serenità”. Nessuno mette in dubbio l'utilità della Pedemontana, che ci si augura sia presto una realtà. Tuttavia, più che le comunicazioni est-ovest, sono considerati cruciali due collegamenti: quelli con Milano e quelli con gli aeroporti, per poter raggiungere rapidamente ogni parte del mondo. E la soluzione è su ferro. Per quanto riguarda specificamente gli aeroporti, si lamenta il fatto che negli ultimi anni i collegamenti internazionali sono diminuiti. In discorso particolare riguarda le comunicazioni telematiche, con riferimento alle infrastrutture della banda larga. Come ha affermato l'AD di Stm, “una comunicatività scarsa è un fattore di scarsa produttività delle imprese e di esclusione del cittadino”. La diagnosi è che la rete in Brianza è a macchia di leopardo, in complesso di qualità media e talora medio-bassa. Le grandi imprese suppliscono con reti proprie, ma le piccole subiscono le carenze del sistema.

Risorse umane.

In complesso non si lamentano carenze da questo punto di vista, al contrario: c'è chi parla (l'AD di Cisco Italia) di un “ricco giacimento di talenti... una concentrazione di eccellenze che però fanno fatica a dispiegare le proprie potenzialità dando vita a nuove imprese”. E ancora, l'AD di SAP: “Le persone della Brianza hanno nel DNA una grande professionalità, senso del dovere, sono buoni giocatori di squadra, umili ma desiderosi di emergere”. C'è chi segnala tuttavia (il Presidente di Brianza Plastica, specialista in pannelli fotovoltaici di nuova concezione) un degrado delle competenze e attività tecnico-manuali. Probabilmente l'offerta formativa professionale è andata calando, ma anche la domanda, dato che i giovani (e le loro famiglie) aspirano prevalentemente a mansioni di concetto. Un discorso diverso vale per le attività che richiedono competenze di livello superiore. Evidentemente l'apparato formativo fornito dalla Lombardia, con epicentro Milano, è considerato di livello più che adeguato. D'altra parte è stato fatto rilevare che le professionalità particolarmente elevate hanno un mercato globale. Rispetto a queste professionalità, l'attrattività non solo di tipo economico, ma anche ambientale gioca un ruolo crescente. “Una volta un collaboratore avrebbe sacrificato tutto allo stipendio e alla carriera”, dichiara l'AD di SAP Italia, “Oggi non più: l'ambiente di vita e di lavoro sono determinanti nelle loro scelte”.

Ambiente culturale e naturale.

Nonostante quest'ultima osservazione, l'argomento ambientale viene citato dagli intervistati non spontaneamente, come avviene per le infrastrutture e le risorse umane, ma solo sullo stimolo di una domanda. Dopodiché se ne condivide pienamente l'importanza ai fini dell'attrattività, specialmente, come si è detto, per quanto riguarda le persone di più alto livello culturale. “La qualità della vita diventerà in futuro sempre più determinante... Le imprese che non sapranno intercettare questa esigenza perderanno i talenti migliori”. Sono comunque in atto in tutte le aziende, sia perché obbligate dalle leggi ma anche per una nuova consapevolezza, interventi diretti a ridurre i consumi energetici e a limitare le emissioni nocive. La STM attua da anni programmi di riduzione progressiva dei consumi energetici e di altre risorse come l'acqua, e fa notare che gli investimenti relativi si risolvono poi in minori costi anche per l'azienda. Il Presidente della Brianza Plastica, che ha sede a Carate, ha fatto notare che esistono due Brianze: quella a sud e quella a nord del Lambro: nella prima “non si distingue più un paese

dall'altro", nella seconda invece essi sono separati da ampie zone verdi, che egli ottimisticamente prevede verranno preservate. Questo non gli impedisce di considerare la Basilicata e il basso Veneto, dove l'impresa ha altri insediamenti produttivi, più attrattivi della Brianza, almeno dal punto di vista dei costi dei terreni e del traffico!

A conclusione di ogni intervista, ho chiesto agli intervistati se a loro parere il nostro Paese è in declino o no, e se e in che misura la Brianza ne è coinvolta. La risposta unanime alla prima domanda è stata affermativa, e altrettanto unanime è stata l'opinione che la Brianza non potrà chiamarsi fuori. Nessuno ha tuttavia manifestato, sia pure velatamente, dubbi sulla permanenza del proprio insediamento in Brianza. Al contrario tutti esibiscono programmi di consolidamento e sviluppo, anche nella ricerca. "Il centro di ricerca di Monza guida a livello mondiale le attività di ricerca, progettazione e sviluppo Cisco nella fotonica", dice l'AD di questa società. Strutture di questo tipo costituiscono investimenti di lungo termine sul territorio il cui trasferimento sarebbe non facile e molto costoso. D'altra parte si ritiene che "il territorio brianzolo ha la resilienza e la capacità di evolvere per continuare ad essere ciò che oggi rappresenta".

È da tutti condivisa la convinzione che ricerca e innovazione siano condizioni fondamentali per lo sviluppo, per tutto il Paese ma specificamente per la Brianza. Alla domanda: "A che condizioni una impresa può sopravvivere e crescere in Brianza" il Presidente di Brianza Plastica risponde "A condizione che si operi in settori ad alta tecnologia". La collaborazione diuturna tra imprese e università-centri di ricerca è considerata essenziale e nello stesso tempo carente. Naturalmente si è lamentato il fatto che in Italia gli investimenti nella ricerca siano molto inferiori agli standard internazionali. E per quanto riguarda la Brianza, al di là di specifiche eccellenze in diversi settori, è stata rilevata la debolezza del tessuto produttivo, fatto in prevalenza di piccole imprese. Questa debolezza potrebbe essere superata con l'aumento delle dimensioni o con la costituzione di reti d'impresa e centri di ricerca. Cosa che peraltro si scontra con la cultura di molti piccoli imprenditori brianzoli, poco portati a condividere con altri il controllo della propria azienda e a collaborare con i propri concorrenti.

Le puntate dell'inchiesta

Introduzione - [Monza e Brianza: cosa li rende attraenti?](#)

- 1 - [L'intervista ad Adriano De Maio](#) (Distretto HiTech Brianza)
- 2 - [L'intervista a Stefano Venturi](#) (AD Cisco Italia)
- 3 - [Augusto Abbarchi](#) (SAP Italia)
- 4 - [Pietro Palella](#) (STMicroelectronics)
- 5 - [Giuseppe Crippa](#) (Brianza Plastica)