



---

## Focus group di settore – Fase di ascolto-confronto

### Piccole imprese

---

2° incontro – 7 luglio 2010 - Fiorano

---

#### 1. Quali sono le tre principali criticità del distretto ?

*Attilio Milani – GMM srl*

1. C'è stata e c'è poca differenziazione industriale. Le imprese specie del meccanico si sono focalizzate su tipologie circoscritte di prodotti per decenni; non si sono preparate ad avere alternative in altri settori oltre il settore ceramico.
2. Difficoltà nei pagamenti da parte dei clienti (es. artigiani)
3. Le aziende non hanno “magazzino” e fanno fatica a programmare; abbiamo difficoltà a reperire materie prime. “Si corre”, si è “sempre all’ultimo”.

*Michele Iacaruso – Laek Sistemi srl*

1. Il nostro territorio ha pensato a crescere troppo in fretta, con guadagni facili, senza programmare il futuro del territorio. 20 anni fa, quando si scoprì il porcellanato, tutti quanti hanno abbandonato il rivestimento, abbandonando la ricerca, perdendo in seguito fasce di mercato e diventando meno competitive. Abbiamo come imprenditori un pò di colpe. Inoltre le grandi imprese hanno delegato alle piccole la ricerca tecnologica.
3. Le infrastrutture di base (strade, ricerca, formazione diretta) dovevano essere realizzate, progettate e programmate nei decenni passati. Nella crisi a metà anni '80 già si facevano queste riflessioni ma non si è colta l'occasione. (nel meccanico, alcune imprese l'hanno capito, e ora vivono più con la vendita di ricambi che di nuove macchine.
4. C'è un problema di ricambio generazionale. Mancano nuove energie imprenditoriali, con nuovo coraggio, c'è meno voglia di fare sacrifici.
5. La carenza crescente di etica commerciale

*Gianfranco Borghi – Tecnomec Borghi srl*

1. Abbiamo perso delle opportunità perché faceva comodo a tutti (es. fare fare ricerca ai laboratori). Da rapporti di collaborazione si è passati a rapporti cliente-fornitori, con effetti molto diversi
2. Invece di trovare nuove soluzioni si è cercato più spesso di “copiare” i concorrenti (sia nella ceramica sia nella meccanica).
3. Le infrastrutture sono arrivate tardi.
4. Ricambio generazionale e scarsa consapevolezza. Ci sono bravi ragazzi ma per l'agiatezza economica c'è poca voglia di intraprendere. Nonostante gli effetti della crisi, si continua a volere mantenere stili di vita come in periodi di benessere.

7. C'è un decadimento e anche una de-responsabilizzazione tra i dipendenti. Si aspetta che siano sempre gli altri a trovare le soluzioni.
8. La crisi è partita da lontano, almeno da 10 anni, con un abbassamento dei margini degli utili, che ha portato a diminuire la ricerca.

#### *Genedani – Genedani srl autotrasporti*

1. Poco valorizzata la logistica nel distretto nonostante il suo ruolo chiave; gli spazi sempre in aree marginali, a parte Fiorano, iniziative poche coordinate. Rischiamo di perdere la capacità logistica rispetto ad altre aree specializzate nella logistica commerciale.
2. L'approccio "franco fabbrica" non aiuta a valorizzare la catena di distribuzione delle merci e a migliorare la consegna a magazzino da parte delle imprese, in quanto, di fatto, scarica la responsabilità sulla filiera degli autotrasportatori.
3. Non c'è mai stata massa critica nel ragionare insieme come imprenditori come distretto nel suo complesso.

## **2. Quali sono i 3 punti di forza del distretto ?**

#### *Milani Attilio - GMM srl*

1. C'è ancora una forte concentrazione e consumo di prodotti meccanici (articoli da trasmissioni – pulegge-cuscinetti).
2. Le competenze e la ricerca tecnologica nell'impiantistica restano ancora il n° 1 in Europa e nel mondo, con casi grande eccellenza.

#### *Michele Iacaruso – Laek Sistemi srl*

1. Le risorse umane (competenze/conoscenze)
2. La storia alle spalle del distretto che possono aiutare ad uscire fuori dalla crisi
3. Ancora delle buone relazioni nonostante tutto tra i vari attori.

#### *Gianfranco Borghi – Tecnomec Borghi srl*

1. La collaborazione iniziale tra gli imprenditori
2. Siamo ancora i leader nella ceramica e nell'impiantistica.

#### *Genedani – Genedani srl autotrasporti*

1. Nella distribuzione/trasporti, si riesce a fornire piastrelle della ceramica in 24 ore in giro per l'Europa. come trasporti, distretto, siamo ancora un centro di logistica importante con grandi potenzialità
2. Portiamo le piastrelle da vari paesi nel distretto per rispedirle in modo efficiente in tutta Europa
3. La concorrenza dei paesi dell'Est è un elemento critico.

## Scenari futuri

### 3. Come pensate sarà il futuro economico e sociale di medio e lungo termine nel distretto ? Nel vostro settore ?

*Michele Iacaruso – Laek Sistemi srl*

Dobbiamo ripartire dalla piastrella ma anche ripensare a nuove opportunità di sviluppo qualitativo (economia, turismo, arte, agro-gastronomia, attività ricreative).

Il distretto si focalizzerà o solo su fascia alta o fascia bassa (anche se devono essere razionalizzati i costi).

*Milani Attilio - GMM srl*

Ci sarà un ridimensionamento e un migliore rapporto dimensione/qualità/prezzo.

Nel medio rimarranno dei gruppi grossi (7/8) con incorporazione di piccole e medie. I piccoli soprattutto della ceramica dovranno accorparsi. Ma rimarremo i leader nelle fasce alte.

Ci sarà ridimensionamento e un migliore rapporto dimensione/qualità/prezzo.

*Gianfranco Borghi – Tecnomec Borghi srl*

Abbiamo un territorio che può essere riqualificato (non c'è bisogno di nuovi centri commerciali, ma di nuove attività turismo (economico, culturale, gastronomico).

In generale attenzione all'eccessivo accorpamento; si rischia di perdere energie positive e competenze con poche grandi aziende.

La qualità dovrà essere un elemento caratterizzante.

Chi avrà prodotti e soluzioni innovativi non avrà problemi, e lo si vede bene in periodi di crisi. Nella ceramica attualmente c'è solo una domanda: una macchina di stampa digitale a getto d'inchiostro.

Rischiamo però di togliere dal mercato molte imprese del settore impiantistico.

*Genedani – Genedani srl autotraporti*

Lo scenario auspicabile è di collegare il trasporto ai luoghi di produzione, e di cercare di fare trasportare altri prodotti dell'economia modenese (es. Prodotti del biomedicale).

Nel lungo termine, puntare sui mercati del Mediterraneo e dell'Africa, con collegamento con Livorno e Tirreno.

Dovrà essere risolto il problema storico del "franco fabbrica". Se fosse "franco destino" le imprese italiane potrebbero gestire meglio i flussi merceologici.

## Soluzioni

### 4. Quali sono le soluzioni/idee nuove che avete per il rilancio del distretto a breve-medio-lungo termine, e perché ?

*Michele Iacaruso – Laek Sistemi srl*

- Dobbiamo ripartire dalla piastrella ma anche ripensare a nuove opportunità di sviluppo qualitativo in altri settori (es. turismo, arte, prodotti tipici).
- Vendere dei “Prodotti /Pacchetti finiti prodotti-servizi” di cui la ceramica è una delle componenti (es. la casa/albergo, con fornitura dalla progettazione alla posa dei materiali) per non lasciare agli altri concorrenti spazi commerciali.
- Riprogettare l’approccio al Marketing da parte delle imprese. Esempio presentare le piastrelle in luoghi ed eventi culturali al largo pubblico, come sfilate, film e libri in mezzo alla piastrelle e alle sue nuove funzioni.
- Potenziale la ricerca per l’innovazione di processo più che di prodotto. Es. superare i sistemi di cottura attuali (forni, essicatoi). Si possono cuocere le piastrelle a meno gradi, con minori consumi.

*Milani Attilio:*

- Potenziare il marketing per fare conoscere meglio la piastrelle, coinvolgendo tutta la filiera degli architetti, dei progettisti.
- Nella meccanica, c’è bisogno di andare a cercare nuovi clienti in altri settori e con nuovi prodotti.
- Provare a produrre nel distretto nuovi prodotti dell’edilizia, ad esempio per l’arredo urbano.
- Sperimentare nuovi utilizzi delle piastrelle da pavimento esterno.

*Genedani Autotrasporti*

- Passare al franco destino per superare i problemi di “sosta tecnica” e perdite di tempo.
- Migliorare la “logistica di magazzino” con una migliore organizzazione del magazzino e della consegna con il “franco fabbrica”.
- Riqualificazione dei capannoni /contenitori vuoti e obbligo di installare i pannelli fotovoltaici nella costruzione di nuovi.
- Promuovere le eccellenze sul territorio per intercettare quei flussi di turistici vecchi e nuovi che arrivano nel distretto.

*Gianfranco Borghi – Tecnomec Borghi srl*

- Il territorio deve essere la Vetrina delle imprese, caratterizzato da un buon uso e dalla qualità delle risorse, del patrimonio edilizio, piacevole.
- Piano di Marketing di promozione delle aziende locali e del territorio fiorenese e del distretto
- Promuovere la cultura della Green Economy con esempi locali
- Servono nuovi servizi alle imprese
- Salvare e valorizzare la collina.

## 5. Cosa salvare dell'esistente e delle iniziative in corso ?

- Le relazioni esistenti tra amministratori e imprese
- I corsi di formazione e aggiornamento professionale
- Il nuovo progetto del polo di Marzaglia.
- La Sassuolo – Fiorano che ha comunque aiutato
- Il patrimonio culturale e storico (Castello, Palazzo Ducale, Santuario di Fiorano)

## Responsabilità e condizioni

### 6. Quali condizioni e strumenti necessari per le proposte?

Tutti:

- La competitività dipende anche dalla qualità del territorio mentre nel distretto sia le imprese, gli amministratori, negli anni, non si è rispettato adeguatamente il territorio nel suo insieme, con scarsa qualità.
- Il costo del lavoro deve diventare più basso per rendere più competitive le imprese e per gratificare di più i dipendenti.
- Collaborare di più con le Università
- Il costo dell'energia / la necessità di evitare sprechi e risparmiare
- Coraggio imprenditoriale soprattutto tra i giovani
- Formazione e scuola adeguata rispetto ai bisogni delle imprese
- Maggiore collaborazione e sinergie tra i distributori.
- Migliorare le infrastrutture viarie esistenti (es. Nuovo ponte tra Sassuolo e il reggiano)
- Obblighi da parte del Comune a far mettere sui capannoni vuoti il recupero con pannelli fotovoltaici.

### 7. Quali ruolo e contributo del vostro settore ?

- Maggiore impegno,
- ricerca,
- collaborazione e reti tra gli stessi imprenditori.