

La cifra di un popolo

La Lombardia che lavora





Il segreto di una regione

Fare una sedia è fare una cattedrale

Perché un lavoro deve essere ben fatto? Scriveva il poeta Charles Péguy che «un tempo gli operai non erano servi. Lavoravano. Coltivavano un onore, assoluto, come si addice a un onore. La gamba di una sedia doveva essere ben fatta. Era naturale, era inteso. Era un primato. Non occorre che fosse ben fatta per il salario o in modo proporzionale al salario. Non doveva essere ben fatta per il padrone, né per gli intenditori, né per i clienti del padrone. Doveva essere ben fatta per sé, in sé, nella sua stessa natura». La gamba di una sedia doveva essere ben fatta «secondo lo stesso principio con cui costruivano le cattedrali. Non si trattava di essere visti o di non essere visti. Era il lavoro in sé che doveva essere ben fatto».

È lo stesso principio – a volte espresso, a volte solo sottinteso – che guida il “fare” lombardo. Esiste in questa regione una cultura del lavoro che fa quasi parte del dna dei suoi abitanti. Da anni si parla di “locomotiva d’Italia”, di “regione all’avanguardia”, di modello di efficienza e innovazione. Cosa c’è dietro questa verità documentata dai numeri? Un’amministrazione che ha fatto della sussidiarietà e del pragmatismo riformatore le sue stelle polari e, soprattutto, un popolo che, dal grande al piccolo imprenditore, ha fatto della cultura del lavoro un fattore di crescita, benessere e socialità diffusa.

È questa cultura che va oggi raccontata, spiegata e illustrata affinché non si cristallizzi in dottrine o formule consolatorie (che non resisterebbero all’urto delle ultime grandi crisi, dalla disoccupazione, alla pandemia, alla guerra, ai costi esorbitanti delle bollette), ma restituisca, attraverso la voce dei suoi protagonisti, quel “cuore” che è il reale motore della vivacità imprenditoriale lombarda.

Indagare le ragioni di questo “cuore” non significa edulcorare o cercare tranquillizzanti scappatoie per celare la durezza di una realtà che oggi si presenta con volto arcigno. Significa però non abbandonarsi all’infruttuoso lamento, ma trovare quel solido punto d’appoggio che permette, tutti i giorni, di ricominciare a costruire. La sedia e la cattedrale.

Fontana Gruppo di Colzano

L'impresa di famiglia diventata Paese

Come Giuseppe Fontana si è coinvolto nella costruzione del primo villaggio in Italia per malati di Alzheimer

Ci sono i numeri e poi ci sono le parole. Talvolta fanno a cazzotti, altre vanno a braccetto. Qui a Veduggio con Colzano (Mb), le due componenti sembrano sposarsi dando vita a qualcosa di nuovo, innovativo, talvolta sperimentale e avanguardista. Stiamo parlando della Fontana Gruppo, realtà nata settant'anni fa da due fratelli Loris e Walter Fontana, quando misero in piedi una piccola realtà artigianale che lavorava il ferro e fabbricava maniglie. Oggi, quel tentativo embrionale d'impresa è diventato un gruppo leader nel mondo nel settore bulloneria di alta qualità. Sedici impianti operativi, trentadue sedi e filiali in quattro continenti, oltre quattromila dipendenti nel mondo, un fatturato che supera i novecento milioni di euro, centoquarantacinque brevetti e tre centri di ricerca. Fontana Gruppo è fornitore di tutti i maggiori brand del settore automotive e industriale, dedicando grande importanza all'innovazione e alla ricerca e creando una sorta di filiera autogestita che va dall'ideazione alla produzione, passando per l'ingegnerizzazione fino all'assistenza.

I bulloni "Fontana" sono finiti nella Tour Eiffel di Parigi, allo stadio Bernabeu di Madrid e nello spazio con l'assemblaggio della sonda Rover Perseverance atterrata su Marte.

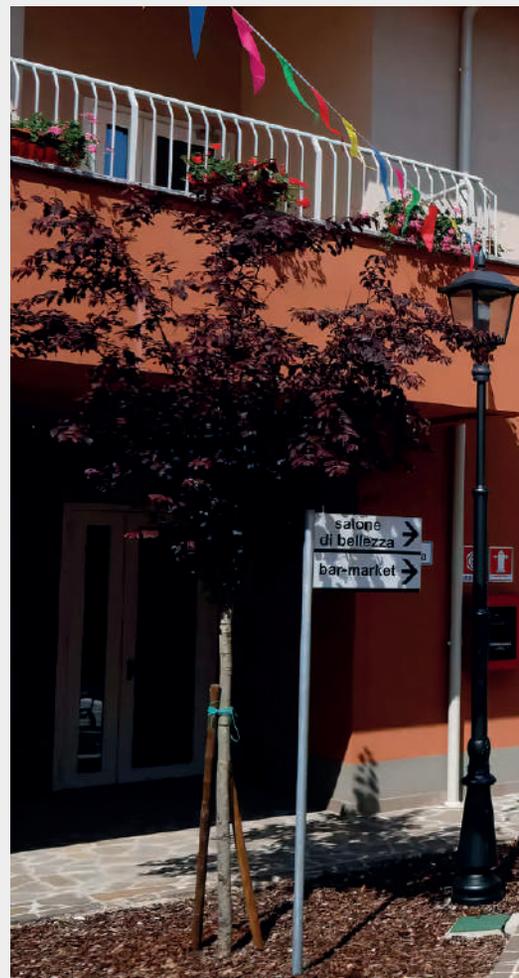
Giuseppe Fontana che oggi guida il gruppo con i fratelli Enio e Luigi, il figlio Alberto e il nipote Fabrizio, non ha dubbi nell'individuare i capisaldi della sua impresa: «Siamo riusciti a diventare una Società che oggi riceve attestati e premi in tutto il mondo perché abbiamo costruito il nostro futuro attorno alla famiglia, al valore che essa rappresenta, non solo come simbolo metaforico, ma proprio come elemento identitario che ci permette di guardare al futuro sapendo che

dietro una crisi ci sono sempre angoli nascosti forieri di opportunità. Una delle nostre singolarità risiede proprio in questa capacità di aver costruito un'azienda con un'organizzazione internazionale, mantenendo la testa a Veduggio e la famiglia come punto di riferimento. Da imprenditore non posso che essere ottimista. Sono certo che sapremo affrontare e fare i conti anche con l'attuale crisi dell'acciaio ed i costi dell'energia. Dobbiamo guardare a 360 gradi, modularci secondo le esigenze, pensare alle rinnovabili non giocando su un refrain che oggi va di moda, ma avviando veri e propri processi che ci permettano di essere sostenibili e autonomi con l'uso del fotovoltaico e delle altre fonti energetiche alternative».

Amore per la propria terra

Ruolo e responsabilità sociale dell'impresa, umanesimo di destino, rapporto virtuoso con le comunità, attenzione alle fragilità e alle esigenze del territorio. Ecco, queste potrebbero essere le parole che accanto ai numeri fanno della famiglia Fontana un esempio ideale del protagonismo lombardo.

«La nostra regione e il suo popolo sono spinti con naturalezza al lavoro. Non faccio paragoni con altri territori ma so per certo che qui in Brianza è difficile trovare orde di persone in giro di notte, perché l'abitudine ed il primo pensiero di ogni famiglia è quella di guardare al lavoro come una edificazione di se stessi, del proprio nucleo e della comunità di riferimento. Un'azienda non cresce solo con bravi manager o con l'ausilio della finanza, ma proprio perché è sospinta da una cittadinanza attiva che trae orgoglio ed emancipazione per quello che fa ogni giorno

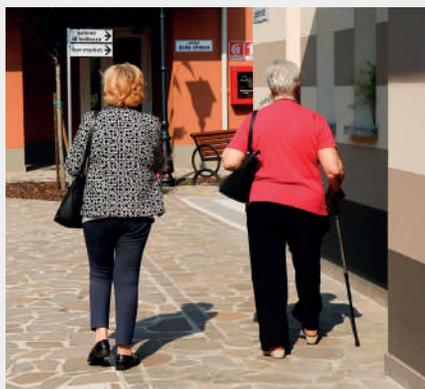


nella propria professione e questo vale tanto per gli ingegneri, quanto per i lavoratori alle macchine. È una sorta di antropologia lavorista che tiene assieme senso della responsabilità, amore per il proprio destino e per la propria terra».

Non è un caso che Giuseppe Fontana sia anche Presidente del Consiglio di amministrazione della Fondazione della Comunità di Monza e Brianza, ente che promuove la cultura del dono e sostiene progetti sociali, culturali e ambientali sul territorio. «Quando nel 2000, da un progetto della Fondazione Cariplo, è nata questa realtà, mi sono appassionato immediatamente e con me tutta la famiglia della Fontana Gruppo. Da sempre, in azienda siamo attenti al welfare interno non solo in Italia ma anche in tutte le nostre sedi all'estero, cercando di contribuire costantemente al benessere delle famiglie dei nostri dipendenti, ma con questo impegno siamo andati oltre. Assieme a noi molte altre aziende del territorio, istituzioni



private e pubbliche e singoli cittadini. Poi quando abbiamo incrociato la cooperativa La Meridiana, guidata da un uomo straordinario come Roberto Mauri, lo sguardo si è ampliato, abbiamo visto e toccato con mano le tante fragilità dei nostri anziani e la grande fatica che le loro famiglie compivano ogni giorno per garantire assistenza e cura. È nato così il “Paese ritrovato”, progettato sulla base del centro Alzheimer olandese De Hogeweyk di Weesp, secondo il concetto di piazza rovesciata: al centro ci sono i negozi e intorno due palazzine “Monza” e “Brianza” collegate attraverso un corridoio. Tutta la struttura è come un piccolo paese circondato da recinzioni con una unica uscita controllata da sistemi di allarme. Al centro del progetto la persona nella sua unicità, la sua famiglia e gli operatori che in questo lavoro inseriscono un elemento di straordinario coinvolgimento umano nel loro fare». “Il paese ritrovato” è un luogo suggestivo, ma soprattutto un nuovo modo di prendersi



cura della persona, cercando di diminuire l'uso dei farmaci, a vantaggio di un cambiamento di impostazione rispetto alla presa in carico delle persone con l'Alzheimer. L'inclusione, la partecipazione alle attività, la stimolazione e la valorizzazione delle capacità residue, rappresentano il fulcro centrale del progetto. Oggi sono otto gli appartamenti dedicati. In ognuno ci sono otto camere

A sinistra e in basso, il “Paese ritrovato”, luogo dedicato alla cura di persone con forme di demenza e affette dalla sindrome di Alzheimer. Sotto, Giuseppe Fontana, ad di Fontana Gruppo



singole con bagno in camera. C'è un operatore Oss ogni due appartamenti. Nelle ore diurne sono presenti al villaggio altre figure: il direttore, lo psicologo, il fisioterapista e l'animatore.

Un chiaro esempio di sussidiarietà

«Quello che mi ha appassionato, come uomo e imprenditore, è questo approccio al problema. Il tema dell'Alzheimer non viene affrontato esclusivamente da un punto di vista medico, come malattia in sé, ma come una problematica che coinvolge l'individuo, il nucleo di riferimento e l'intera comunità. Noi, come famiglia ed impresa, ci siamo sentiti coinvolti, perché il “sociale”, inteso nella sua accezione più ampia, riguarda tutti, nessuno escluso, dalle aziende agli enti del terzo settore, ad ogni singolo cittadino. “Il paese ritrovato” è un chiaro esempio di sussidiarietà. Il problema è stato posto dal basso ed è arrivato a noi come un bisogno del territorio. La risposta è stata straordinaria da tutti i punti di vista, dalla cittadinanza, alle Fondazioni, alle Istituzioni locali e regionali che hanno sposato l'iniziativa contribuendo, con tutti gli altri attori, a renderla concreta, viva, esempio virtuoso per l'intero mondo che si occupa delle fragilità».

Fabio Cavallari



La Spm di Brissago

Le nostre radici sono il nostro sigillo

L'ultima novità, in termini cronologici, per la Spm di Brissago Valtravaglia (Va), a pochissimi chilometri dalla Svizzera, è la nascita di un asilo nido aperto ai figli dei dipendenti e alla cittadinanza limitrofa. Una sorta di welfare che si espande oltre i confini della produzione per toccare l'intera comunità. «È una piccola cosa, ma un incentivo concreto alla natalità, che può arrivare ad ospitare sino a venti bambini. Noi abbiamo ristrutturato un nostro edificio, lo abbiamo messo a norma e costruito a misura di bambino e poi dato gratuitamente in gestione ad una cooperativa. Praticamente tutte le famiglie hanno uno sconto perché, non pagando l'affitto, si possono fare costi agevolati rispetto ai prezzi di mercato. Io sono nonno e vedere che alcune famiglie sono costrette a scegliere se fare figli o intraprendere una carriera professionale è un discrimine etico che, nel nostro piccolo, abbiamo cercato di trascendere».

La storia, il territorio, il rapporto con i dipendenti. È questa la ricchezza che un'azienda non deve mai perdere. «E un asilo per aiutare chi ha figli»

A parlare è l'ingegnere Giovanni Berutti Presidente del Cda di un'azienda, divenuta oramai storica per un territorio che ha visto, negli ultimi dieci anni, chiudere quasi tutte le realtà imprenditoriali più importanti. Stiamo parlando di un'impresa nata negli anni Cinquanta quando Giampiero Berutti, divenuto poi Cavaliere del lavoro, in una piccola officina ha iniziato a produrre stampi per coniare a freddo e a caldo e poi le prime lamine degli sci. La vera e propria attività industriale è iniziata nel 1960 con la produzione di etichette per la moda in plastica

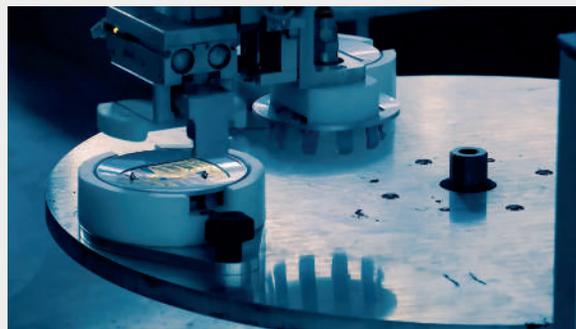
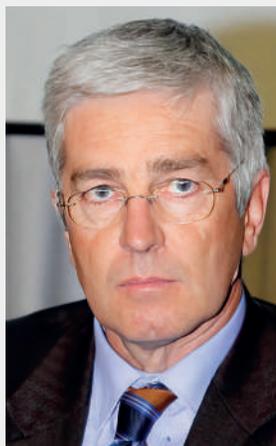
e metallo. L'acronimo Spm significa infatti "sigilli in plastica e metallo". Poi nel 1979 il primo giro di volta con la brevettazione del palo snodabile usato nelle piste da sci. L'aneddoto da cui trae origine questa invenzione è oramai diventato un motto popolare della valle. «Un giorno tornai a casa con una ferita alla gamba procurata da una scheggia di un paletto di legno. Fu così che mio padre si inventò il palo snodato in plastica e mi mandò in Val Badia per farlo provare nientemeno che a Ingemar Stenmark. Essendo di plastica trasparente, il numero uno dello sci mondiale di allora lo bocciò perché sulla neve non riusciva a vederlo. Passai la notte a ricoprirli tutti con nastro adesivo colorato e il giorno dopo il grande Stenmark diede l'ok. Dopo quel primo tentativo abbiamo migliorato il prodotto sempre di più diventando una delle più importanti società di riferimento non solo per i paletti snodabili ma per l'intera produzione di strutture di

protezione per lo sci, come i pettorali degli atleti, fino alle protezioni per i discesisti, in particolare reti e sistemi antiurto. Dopo la fornitura per le Olimpiadi invernali Pechino 2022 ci siamo aggiudicati anche il bando per i mondiali di Sci Alpino 2023 in Francia e da qualche anno forniamo anche le protezioni per i circuiti motociclistici».

Il comparto "sportivo" per la Spm è sicuramente quello che a livello d'immagine conferisce maggiore visibilità ed anche una certa curiosità, ma l'azienda, nel corso degli anni, ha diversificato la propria produzione in tre ambiti sostanzialmente distinti ma accomunati tutti dalla lavorazione della plastica e dell'alluminio, quindi dall'intero know-how tecnico: lo stampaggio e la decorazione di plastica e metalli. Stiamo parlando dell'automotive, con la produzione dei loghi e degli emblemi delle più famose industrie automobilistiche, che genera circa il 60 per cento del fatturato dell'azienda. Si tratta di una lavorazione complessa. In alcuni loghi ci sono fino a dodici passaggi con standard qualitativi altissimi che rasentano la perfezione perché devono mantenere le loro qualità estetiche in condizioni particolari. Sembrano oggetti banali ma in realtà richiedono molta tecnologia e tanta esperienza. Oggi invece del settore moda, che fu uno dei primi prodotti dell'azienda, è rimasto solo il settore commerciale.

Spirito internazionale

«Per noi – sottolinea l'ingegner Giovanni Berutti – restare nell'alto varesotto, a Brissago Valtravaglia, è una chiara scelta identitaria. Nel corso degli anni ci sono arrivate molte offerte per spostarci ma noi abbiamo sempre mantenuto fede alle nostre radici e al rapporto che abbiamo instaurato con la comunità. Parecchi nostri concorrenti hanno spostato gli stabilimenti in Romania, con costi del lavoro ovviamente molto più bassi. Noi cerchiamo di puntare su altre caratteristiche: innovazione e industria 4.0. Vogliamo essere competitivi con la tecnologia ed infatti più automatizziamo, più cresciamo. Investire in cultura aziendale è un volano per la crescita. Abbiamo vinto un bando ministeriale, molto importante, per produrre degli emblemi con effetto cromato senza passare dai bagni di cromatura che sono cancerogeni. Noi li faremo in modo totalmente ecocompatibile. Insomma, la sostenibilità fa parte del nostro Dna. Ricicliamo il 100 per cento dell'acqua.



A sinistra, Giovanni Berutti, Presidente del Cda di Spm. Sopra e sotto, alcuni momenti della lavorazione di loghi per case automobilistiche. Nell'altra pagina, i paletti snodabili in plastica, inventati da Giampiero Berutti



Tutta quella che usiamo per le presse viene completamente raffreddata e riciclata. Il prossimo investimento sarà nel reparto di verniciatura dove adotteremo un metodo innovativo che ci permetterà di non utilizzare solventi. Poi, sul fronte energetico, già prima della crisi, avevamo installato pannelli fotovoltaici che coprivano il 10 per cento del nostro fabbisogno, ora abbiamo accelerato il processo sull'uso delle rinnovabili ed entro il nuovo anno contiamo di arrivare al 60/70. Certo, da un punto di vista meramente logistico è chiaro che abbiamo oggettivamente un problema per raggiungere l'autostrada che porta a Milano, ma siamo vicini alla Svizzera ed in mezz'ora siamo sulle grandi vie di accesso che ci conducono direttamente nel cuore dell'Europa. Dalla Germania, che rappresenta il nostro più importante mercato, i clienti arrivano senza alcun problema. La prossimità con il confine elvetico, così come produce dei vantaggi, dall'altro lato ci penalizza sul

fronte del reperimento della manodopera specializzata. Le buste paghe delle aziende del Canton Ticino sono imparagonabili con le nostre e producono per noi una vera e propria concorrenza sleale. Per attenuare questo aspetto il nostro welfare è sicuramente molto avanzato. Abbiamo un contratto di secondo livello che sul bilancio 2021 ha permesso quest'anno di erogare una mensilità in più a tutti i dipendenti, che oggi sono circa 260 con un'incidenza del 50 per cento della parità di genere».

Incentivi economici ma non solo, alla Spm si punta molto sulla formazione con una collaborazione molto importante con tutte le scuole, così che ogni anno l'azienda ospita studenti in tirocinio, stagisti e sostiene progetti di scambio culturale con istituti professionali tedeschi e francesi. Insomma, uno spirito internazionale nel bel mezzo delle valli varesine a neppure cinque chilometri dalle sponde lombarde del Lago Maggiore. [fc]

Bicasa di Bernareggio

L'abilità di fare E fare insieme

«C'è così tanta falsa coscienza, se non addirittura esibizione, nel volere a tutti i costi aiutare gli altri, che se per caso mi capitasse di fare del bene a qualcuno, mi sentirei più pulito se potessi dire: "Non l'ho fatto apposta". Forse solo così tra la parola aiutare e la parola vivere, non ci sarebbe più nessuna differenza». Giorgio Gaber in un teatro prosa del 1995 concludeva così il suo monologo "Sogno In Due Tempi". Ecco, sebbene possa apparire decontestualizzato, quando incontro Fabio Biffi, 46 anni, Amministratore Delegato da dieci anni di Bicasa, leader mondiale della progettazione e produzione di arredi tecnici da laboratorio e cappe chimiche, la sua leadership mi appare molto simile a quell'impeto che ebbe il Signor G.

A Bernareggio, in viale delle Industrie, tra dirigenza, impiegati e tecnici, non esiste il "lei". L'uso del confidenziale "tu" non è però una lasciva rappresentazione di un gruppo di lavoro che abdica ai compiti di responsabilità, efficienza e senso del dovere, anzi, lo amplifica in un concetto di squadra, équipe, comunità.

Laboratori di oggi e del futuro

Bicasa nasce nel 1947 per volontà dei soci fondatori Luigi Biffi e Giuseppe Casiraghi come produttori nella lavorazione del vetro e nella produzione di apparecchiature scientifiche, poi nel 1960 la produzione viene integrata con la realizzazione di arredamento tecnico di laboratorio e dieci anni dopo con la produzione delle apparecchiature per i medesimi. Oggi materiali hi-tech e soluzioni all'avanguardia nella Ricerca e Sviluppo sono i tratti distintivi del sistema di arredo per laboratorio Bicasa Lab Solutions. Esaminare specifiche necessità, presentare nuove proposte e conseguire opzioni dedicate per ciascun progetto so-

Il rapporto intelligente fra un'azienda e una cooperativa di disabili. Ognuna ha messo a disposizione dell'altra i suoi talenti. Con reciproca soddisfazione

no i punti di forza che contraddistinguono l'azienda, non solo come fornitore di beni, ma come partner nella ricerca di soluzioni. Grazie ai software di modellazione è possibile effettuare la progettazione architettonica dei laboratori coordinata con tutte le attività e fasi di realizzazione. In parole povere i prodotti dell'azienda di Bernareggio assomigliano a vestiti sartoriali "imbastiti" su misura per ogni singola realtà e per ogni singolo bisogno. È lontana dalla narrazione la classica produzione fordista, proprio perché le esigenze dei clienti, nelle varie aree geografiche del mondo, sono diverse, a volte complementari, il più delle volte alla ricerca di una produzione che si sposi con un concetto che segua i requisiti della ricerca scientifica, la sola a permettere una costante innovazione tecnologica.

Questa linea imprenditoriale ha permesso a Bicasa di sviluppare la più ampia gamma



Fabio Biffi, ad di Bicasa, leader della progettazione e produzione di arredi tecnici da laboratorio e cappe chimiche. Nell'altra pagina, un lavoratore della coop Iride

di prodotti presente sul mercato offrendo soluzioni tecniche in risposta ad ogni necessità dei laboratori di oggi e del futuro. Stiamo parlando di una società internazionale in continua crescita grazie a una visione attenta alle necessità dei mercati esteri e aperta alla globalizzazione. La fuoriuscita dai confini nazionali si deve proprio all'ingresso in azienda di Fabio Biffi che, dopo una laurea in Economia e Commercio, indirizzo Macroeconomia, e un trascorso nel Regno Unito, si è approcciato alla realtà imprenditoriale di famiglia con una visione globale del business e del mercato.

Mettersi in gioco

«La capacità unica di ascoltare attentamente le esigenze degli utenti finali ci aveva già permesso, con l'ingresso della seconda generazione, di diventare leader sul mercato italiano alla fine degli anni Settanta. Poi nel 2002 Bicasa è entrata a far parte di Ahsi Spa, società commerciale italiana di proprietà insieme a ThermoFisher Scientific. La leadership italiana era consolidata e così è iniziata una nuova ambiziosa sfida: esportare. Grazie al costante aggiornamento del nostro partner americano nello sviluppo della tecnologia delle apparecchiature da laboratorio e l'esperienza maturata sui mercati esteri, oggi possiamo contare sulla più ampia e completa gamma di arredi tecnici e cappe chimiche per laboratori. Siamo presenti in più di 25 paesi (tra cui Italia, Germania, Russia, Cina, Kuwait ed Irlanda) attraverso sei filiali e una vasta rete di distributori esclusivi».

Fabio Biffi ha ereditato la guida del gruppo dopo la morte del papà Renato avvenuta nel 2019 per un tumore al cervello, ma già negli anni Novanta la società aveva deciso di annoverare tra i suoi fornitori una cooperativa di disabili. Il rapporto che dura ora-



mai da un trentennio si caratterizza per essere un vero e proprio connubio lavorativo dove assistenzialismo e mera beneficenza sono connotazioni del tutto fuori campo. La partnership con la Cooperativa Sociale Iride, che a Monza ha un laboratorio di assemblaggio per favorire l'inserimento delle persone disabili nel mondo del lavoro, è un vero e proprio progetto per l'esternalizzazione di una parte della produzione. L'impresa sociale ha acquisito le competenze specifiche necessarie per stare al passo con

i processi di innovazione di Bicasa, sfruttando e migliorando la naturale vocazione di assegnare a ciascuno la lavorazione adeguata. Le competenze di ogni soggetto sono state messe in gioco ed esaltate per la costruzione di un percorso che genera una reale opportunità di lavoro. Bicasa e Iride si sono così incontrate, mettendo a frutto, ognuna, i suoi talenti. La cooperativa, nata nel 1982, voleva promuovere percorsi di inclusione e crescita in ambito lavorativo per persone con fragilità

attraverso l'assemblaggio di prodotti elettromeccanici e l'esecuzione di lavorazioni meccaniche. Bicasa ha dato a Iride questa opportunità e la partnership è un valore aggiunto per entrambe. Per l'azienda di Bernareggio perché il lavoro che viene fatto è fatto bene, per la cooperativa perché non c'è niente di più educativo e valorizzante per l'animo umano che il "fare".

La visione etica non è un'etichetta

Infatti, nel raccontare questa avventura, che ogni giorno si alimenta di nuove opportunità e di singolari incroci umani, Fabio Biffi non usa mai la parola "etica", quasi a non volerne sporcare il significato, oggi abusato per favorire forme di marketing pulito. Il più delle volte viene utilizzata come una sorta di gingillo, un abbellimento posticcio da apporre a qualcosa che nell'immaginario comune non può avere qualità intrinseche ma, nei fatti, così l'etica diventa un'etichetta. Al contrario, Bicasa non ha la necessità di apporre alcuna etichetta, perché immette quotidianamente nel suo fare una visione etica, ossia completamente dentro l'umano. Si può tradurre tutto ciò dicendo che il business dell'impresa di Bernareggio è etico perché produce del bene? No! È proprio perché produce del bene, senza derogare al suo principio ispiratore, ossia a fare business, che è etica.

Del resto, l'etica non è una norma che un soggetto applica ad un altro, bensì un circolo permanente di unità edificante e Fabio Biffi, senza volerne rivendicare l'imprimatur, sottolinea con forza le origini di tale principio culturale: la vita di suo padre, di suo nonno e delle famiglie Biffi e Casiraghi che dal 1947 condividono l'avventura di questo principio sussidiario come elemento fondante per la costruzione del bene comune che ha un valore inestimabile ed universale per l'intera società.

[fc]

Guido Guidesi

La nostra laboriosità dal volto umano

Prima il Covid, poi la guerra. Ma c'è un "cuore lombardo" che non si arrende. Parla l'assessore allo Sviluppo economico

Come si spiega il fatto che la produzione industriale lombarda abbia continuato a crescere in un contesto geopolitico complicato e in tempi di pandemia? I numeri sono lì a testimoniare: la produzione registra un +1,6 per cento rispetto al primo trimestre 2022, le aziende artigiane manifatturiere segnano un aumento del +2,3 per cento, l'occupazione restituisce numeri rassicuranti.

Come è possibile tutto ciò? Ovvio, nuvoloni neri sono all'orizzonte, ed è quasi inutile ripeterlo: la questione energetica è una tagliola che ha già iniziato a calare sulle teste degli europei, degli italiani e quindi dei lombardi. Eppure c'è qualcosa nel dna degli abitanti di questa regione, una caparbia e quasi una cocciutaggine, che è difficilmente spiegabile solo facendo affidamento su dati numerici. «Guardi, deve riflettere sulla questione a partire da un altro punto di vista», ci dice Guido Guidesi, assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia. «Abbiamo vissuto un periodo durissimo, una tragedia, e mi è capitato più volte durante i miei appuntamenti con delegazioni internazionali di sentirmi rivolgere da alcuni colleghi la stessa domanda: come è possibile? Come



Guido Guidesi, assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia

siete riusciti, pur in queste condizioni, a confermare e, a volte, a migliorare i vostri indici economici? Io ho sempre risposto che i numeri non raccontano quello che ho visto fare a moltissimi imprenditori lombardi, che nel periodo del Covid hanno abbassato la serranda dell'officina e si sono messi a disposizione per fare i volontari negli hub vaccinali o che hanno aperto i loro stessi stabilimenti per offrire le vaccinazioni ai loro dipendenti o che hanno rinunciato a una fetta dei loro guadagni per non licenziare nessuno».

Assessore, non mi dirà che è andato tutto bene? «Non dico questo e non cerco scappatoie retoriche per abbellire una realtà che è stata, e che è ancora, drammatica in molte situazioni. Dico, però, che se l'anno scorso abbiamo fatto il record di produzione, qualche spiegazione diversa ce la dobbiamo dare. Quello che voglio dire è che c'è un "cuore lombardo" che, anche nelle circostanze più ardue, pulsa e risponde alle sfide che il nostro tempo ci impone».

Amore per la propria terra

Da sempre la "laboriosità" è una virtù riconosciuta ai lombardi, ma per Guidesi essa non può essere ridotta psicologicamente a un'inclinazione del carattere: «Non è solo una questione di temperamento, ma di attaccamento e cura per ciò che si fa. Grazie al mio ruolo, giro molte aziende e vedo le realtà presenti sul territorio. E le posso dire questo: i nostri imprenditori amano il loro lavoro – ecco il cuore! –, quello che fanno vogliono farlo bene, al meglio, e sanno che chi c'è all'interno delle quattro mura che delimitano la loro bottega o la loro grande fabbrica è un collaboratore indispensabile per il successo della loro opera. Sa qual è la frase che mi sento ripetere più spesso in queste mie visite? "Quest'anno investo". Solo che poi investono tutti gli anni. È impressionante».

ECOSISTEMA ECONOMICO

Una regione che vale il 20 per cento del Pil

La Lombardia rappresenta oltre il 20 per cento del Pil italiano. È la prima regione in Italia sia per quantità che per valore del suo commercio internazionale: 150 miliardi di euro di import (su 472 miliardi nazionali, pari al

31,8 per cento), 136 miliardi di euro di export (su 516 miliardi nazionali, pari al 26,3 per cento). Ci sono oltre 800.000 aziende, il 16 per cento a livello nazionale e sono oltre 6.300 le aziende a partecipazione straniera, con oltre 655.000 dipendenti e 295 miliardi di fatturato. Il 92 per cento delle multinazionali che investono in Italia è in Lombardia.

MANIFATTURA E AGRICOLTURA

I tanti primati di un territorio ricco

La Lombardia è la prima regione in Italia per produzione manifatturiera e terza in Europa per numero di addetti (Fonte Osservatorio di Invest in Lombardy). È anche la prima regione agricola

italiana e la prima in Unione Europea nella filiera cerealicola (Fonte: Eurostat, dati 2017). È sede del 33 per cento delle startup agrifood italiane. La Lombardia spicca nel panorama italiano ed europeo per qualità e ampiezza delle competenze specialistiche, e per capacità di innovazione tecnologica e di business in



Prosegue Guidesi: «Capisce? Non è solo una questione di numeri. Se lo fosse, quando questi sono negativi o sotto le aspettative, dovremmo assistere a persone che tirano i remi in barca, e invece, spesso, prendiamo atto del fenomeno opposto. Tutto questo io me lo spiego solo constatando la presenza di un'imprenditorialità che ha, per tradizione, un amore eccezionale per la sua terra. Non è solo una questione di ingegno e non è solo una questione di propensione al rischio, ma di affezione per il territorio di cui sono cittadini e di cui si sentono parte integrante. Il fatto è che vogliono essere protagonisti della loro vita e vogliono esserlo nella comunità in cui sono cresciuti».

Il vero valore aggiunto dell'imprenditore lombardo è questo, dice l'assessore. Un valore aggiunto che ha due tipi di ricadute molto concrete. La prima, spiega Guidesi, è evidente: «È la capacità di stare sempre al passo coi tempi: è l'abilità a innovare e a sapersi rinnovare». La Lombardia è la

«Non è solo una questione di numeri. Se lo fosse, quando sono negativi, dovremmo vedere persone che si arrendono, e invece, spesso, accade il fenomeno opposto»

regione più attrattiva d'Italia, quella che riesce a intercettare più investimenti diretti esteri. In dieci anni il nostro Paese ha raccolto 44,4 miliardi di euro; 11 miliardi sono riferibili alla sola Lombardia. «E questo perché, anche a differenza di tanti altri Paesi che, magari, ci superano per capacità organizzativa, noi sappiamo "personalizzare" i nostri prodotti, adattandoli in tempi rapidi alle esigenze dei nostri acquirenti. Ma tutto questo i numeri non lo raccontano, bisogna entrare nelle aziende per vederlo, rimanere ammirati da quanta attenzione si impiega nel perfezionare i prodotti fino al raggiungimento di quella bellezza che per noi lombardi è l'orgoglio più grande».

Restituire al territorio

È solo varcando i suddetti cancelli delle aziende che ci si imbatte nel secondo aspetto di questo imponderabile spirito lombardo. «Questo è un fenomeno più nascosto, spesso non sbandierato, quasi per una sorta di timidezza. Ma le assicuro che, in forme diverse e spesso fantasiose, l'imprenditorialità lombarda ha una naturale consapevolezza dell'utilità sociale del proprio ruolo». Consapevolezza che si traduce nei moderni strumenti di welfare aziendale, «ma anche in mille iniziative per "restituire" al territorio – meglio ancora, ai propri dipendenti e agli abitanti del territorio – un po' di quella ricchezza che si è costruita e di cui si è beneficiato. Ecco allora nascere asili, scuole, associazioni che operano tra i cittadini e che trovano in questi imprenditori dei punti di riferimento». Vogliamo dirla la parola magica? Sussidiarietà. Cos'è per Guidesi, lui che è assessore, e dunque ha un ruolo istituzionale, la sussidiarietà? «Per me significa mettermi al servizio di questa ricchezza che nasce dal basso. Sono talmente convinto che questa



alcuni settori e filiere nei quali un sistema integrato di imprese opera in sinergia con un sistema di conoscenze scientifiche e tecnologiche all'avanguardia: Aerospazio, Agrifood, Chimica Verde, Energia, Fabbrica intelligente, Mobilità, Scienze della vita, Tecnologie per le Smart Communities, Tecnologie per gli ambienti di vita.

SVILUPPO E INNOVAZIONE

All'avanguardia in educazione e ricerca

La Lombardia è all'avanguardia in educazione, ricerca e sviluppo e innovazione. È la prima regione italiana per spese in research and development (gli investimenti in questo settore sono oltre un quinto del totale di quelli

nazionali). Sul suo territorio si contano 22 Istituti tecnici superiori con 137 percorsi attivi, 15 università, 6 parchi scientifici e tecnologici, 182 imprese innovative, 11 Istituti del Cnr (Centro Nazionale delle Ricerche) e 267 istituti di ricerca in-house. Oltre il 30 per cento dei brevetti italiani riconosciuti dall'Unione Europea è registrato in Lombardia.

“laboriosità dal volto umano” sia il vero segreto della Lombardia che ritengo che la Regione non debba fare altro che favorirla e, dove necessario, sostenerla». Non dovrebbe agire così anche lo Stato italiano? «Non voglio fare polemiche, invito solo a pensare a come si comporta la Germania con i suoi land e chiedo a tutti se non è meglio uno Stato che si mette al servizio dei suoi territori, lasciando a loro quella libertà e quella autonomia necessarie per sprigionare i loro talenti».

Un ministero a Milano

Restano due questioni più legate alla cronaca spicciola: la prima, inevitabilmente, è la crisi energetica. «L'export lombardo – osserva Guidesi – è cresciuto del +10,2 per cento rispetto allo scorso trimestre. Anche se facciamo un confronto con il secondo trimestre del 2021, il dato è ampiamente positivo (+20,7 per cento)». Tuttavia, nota l'assessore, «a causa del costo dell'energia e delle materie prime colgo segnali di rallentamento». Su questa partita, dice, l'intervento europeo è fondamentale, «anche perché, finora, per non perdere quote di mercato, i nostri imprenditori hanno scelto di rinunciare a importanti margini di guadagno. Ma è una situazione che non si può reggere a lungo».

Il secondo tema riguarda la sede del ministero dello Sviluppo economico, che alcuni hanno ipotizzato essere più utile a Milano che a Roma. «Averlo qui – risponde l'assessore Guidesi – agevolerebbe il lavoro sui temi dell'innovazione del futuro governo. Sarebbe un bene non solo per la Lombardia ma per tutto il sistema Paese».

Emanuele Boffi

Aldo Bonomi

Come è cambiata la nostra regione

Intervista al sociologo che studia il “cambio d'epoca” del territorio lombardo e le sue prospettive future

Il nuovo millennio ci ha consegnato una regione che, pur mantenendo molti primati a livello nazionale e internazionale, si è modificata sostanzialmente. È lontano il ricordo dell'economia novecentesca. Per comprendere meglio il cambio di fase, abbiamo consultato il sociologo Aldo Bonomi, fondatore del Consorzio Aaster, che dirige dal 1984, con alle spalle trent'anni di ricerche sulle dinamiche territoriali, dello sviluppo e delle forme di convivenza.

Professor Bonomi, come si è sviluppata la Lombardia negli ultimi venticinque anni?

Il sistema lombardo si è evoluto secondo una configurazione dello spazio verso la quale tendono a riorganizzarsi i territori nel salto d'epoca della dialettica tra flussi e luoghi.

Nell'arco del periodo storico a cavallo di secolo, sono emersi importanti elementi di discontinuità indotti dal passaggio del lento venir meno di un criterio di organizzazione di spazi e tempi sociali incentrato sulla fabbrica fordista, quale luogo principe della dialettica tra capitale e lavoro, all'affermarsi di criteri (de)regolativi che mettono al lavo-

ro interi territori chiamati ad organizzarsi per competere nell'economia mondo.

La Lombardia è un territorio molto vasto ed eterogeneo. In molti suoi scritti lei sottolinea la necessità di individuare e decodificare quattro piattaforme territoriali di riferimento.

Esatto. Partendo da Nord abbiamo la piattaforma dell'Arco Alpino compresa nel triangolo Luino, Sondrio, Lumezzane, sezione lombarda della grande piattaforma transfrontaliera. In queste aree la caratteristica conformazione montana ha plasmato nei secoli in modo profondo la dimensione dei luoghi. Nella seconda parte del XX secolo l'industrializzazione fordista è avvenuta prevalentemente per via esogena. A questo sentiero di sviluppo si è contestualmente affiancato un modello turistico dai caratteri altrettanto esogeni ed un comparto agroalimentare di nicchia che, unitamente all'industrializzazione, hanno assicurato benessere economico diffuso.

È questa la dimensione delle vocazioni produttive storicamente maturate nelle comunità locali nel corso delle diverse fasi dello sviluppo: agricoltura e allevamento,

I PRINCIPALI PARTNER

Prima per progetti di investimento estero

La Lombardia è la prima regione italiana per numero di progetti di investimento estero e per capitali esteri attratti. Negli ultimi 5 anni (2018-2022) la Lombardia ha attratto 296 progetti d'investimento estero,

con una ricaduta occupazionale di oltre 13.500 unità e 5,7 miliardi di Euro di Capex (spese in conto capitale). Tra i paesi più rappresentati nell'ambito delle attività di assistenza ad operatori economici esteri ci sono Stati Uniti, India, Giappone e Turchia, oltre ai partner europei più rilevanti: Francia, Regno Unito, Germania, Belgio e Austria.

TREND IN CRESCITA

Il territorio più attrattivo

La Lombardia è la regione più attrattiva d'Italia, quella che riesce a intercettare più investimenti diretti esteri. Dal 2012 a oggi gli investimenti diretti esteri in Italia ammontano a oltre 44,4 miliardi di euro

e di questi 11 miliardi sono riferibili alla Lombardia. Nel periodo 2018-2021 il numero dei progetti di investimento in Lombardia ha registrato un trend di crescita, con il passaggio da 59 progetti nel 2018 a 86 progetti nel 2021, con una diminuzione registrata solo nel 2020, l'anno del Covid-19. Ad ogni modo, il valore degli investimenti diretti

quindi commercio transfrontaliero, edilizia, artigianato-industria, infine terziario dei servizi pubblici e privati, nel quadro di un'economia transfrontaliera connotata da tradizionale pendolarismo lavorativo con la vicina Svizzera.

Tale articolata composizione produttiva basata sul primato della piccola e microimpresa, si trova da tempo ad affrontare diverse sfide di modernizzazione con una perdita crescente sul controllo locale del ciclo economico, laddove la sfera dell'intervento pubblico ha dovuto progressivamente fare i conti con processi di privatizzazione e razionalizzazione delle risorse. In questo contesto si innestano le sfide e le opportunità come la digitalizzazione, la conversione ecologica e la valorizzazione sostenibile delle risorse ambientali ed agroalimentari.

Più a sud troviamo la piattaforma della Pedemontana che si sviluppa da Est a Ovest tra Malpensa (Va) e Montichiari (Bs). Si tratta dell'asse produttivo che con la pedemontana veneta e la Via Emilia costituisce l'armatura portante del nuovo triangolo industriale del Lover. Lungo l'asse delle province pedemontane di Varese, Como, Lecco, Monza, Bergamo e Brescia il sistema produttivo sta compiendo un grande sforzo di modernizzazione all'interno e all'esterno delle mura dell'impresa, mentre le città capoluogo si aprono alla sfida della terziarizzazione pregiata. Non è certo un processo privo di elementi drammatici, avendo in sé una determinante selettiva particolarmente potente, che lascia sul terreno naufraghi dello sviluppo, vuoti urbani, paure sociali. Tutte fucine in cui si forgiavano sentimenti di rinserramento e rancore, ma anche nuove speranze, spinte rigenerative, sperimentazioni di nuove forme di convivenza e di coesione sociale.

Il polo metropolitano milanese rappresenta però un caso che fuoriesce dagli schemi delle altre province lombarde.

È un vero e proprio laboratorio della nuova composizione sociale e porta di entrata e uscita dei flussi globali che qui trovano ambiti di appropriazione e valorizzazione peculiari capaci di produrre visioni di futuro che ricadono su scale territoriali molto più larghe.

A ben vedere Milano è l'unica grande città transitata dal vecchio triangolo industriale,



Aldo Bonomi, sociologo, è fondatore e guida del consorzio Aaster. È professore a contratto allo Iulm e editorialista di diverse testate italiane



che comprendeva anche Torino e Genova, al nuovo triangolo del Lover. Milano è in parte città-Stato, che guarda più alle città sue simili nel mondo che alle piattaforme del Nord, è in parte città-Regione, che struttura, è in parte città-anseatica in rapporto alla conoscenza globale in rete, è in parte la città nella quale l'iper-industrializzazione della vita quotidiana avanza in modo più rapido e intenso.

Infine, abbiamo l'intero territorio padano lombardo compreso tra Pavia e Mantova, passando per le altre città capoluogo di Lodi e Cremona.

Anche questo territorio è laboratorio di trasformazioni emblematiche rinvenibili nella padana veneta ed emiliana, infatti esso è chiamato, da un lato, a governare il debordamento dello sprawl metropolitano milanese alla ricerca di nuovi spazi di espansione e di quello pedemontano imperniato sul binomio campanile-capanno, in particolare Cremona nel suo legame con la bergamasca e Mantova con il suo legame con il bresciano.

D'altra parte, in questi stessi territori si intreccia il tema della transizione ecologica delle grandi filiere agroalimentari delle tre "T" di terra, territorio e tecnologia, quello tra dimensione logistico-infrastrutturale, in cui l'atterraggio delle piattaforme del commercio elettronico amplifica enormemente la dimensione terziario-distributiva dei territori, con notevoli ricadute in termini di consumo del suolo, inquinamento, forme del lavoro neo-schiavistiche digitali.

Inoltre anche nella Bassa, città come Pavia, con il suo Policlinico e la sua Università, Mantova, con la sua eventologia di taglio umanistico, Lodi e Cremona con le loro funzioni terziarie rivolte all'agricoltura, vanno assumendo forma e identità nuove. [fc]

esteri è cresciuto anche nel 2020, salendo a 1,78 miliardi di euro a fronte di 1,28 miliardi di euro del 2019. In questo quadro, dal 2012 Regione Lombardia, in collaborazione con Unioncamere Lombardia, il sistema camerale lombardo e Promos Italia si è attivata per creare le migliori condizioni per sostenere l'attrattività del territorio e

gli investimenti diretti esteri attraverso il progetto "Invest in Lombardy". Questa iniziativa, a partire dal 2017-2018, è stata affiancata da "AttrACT", per coinvolgere i Comuni lombardi nella mappatura di opportunità insediative a disposizione degli operatori interessati a iniziative di investimento industriale e/o immobiliare.

PROSSIMI OBIETTIVI

Le Olimpiadi invernali e le risorse del Pnrr

Già oggi hub internazionale, che sfrutta la posizione geografica e infrastrutturale strategica, nei prossimi anni la Lombardia punta a diventare uno dei centri europei (e, in prospettiva, mondiali) di un'industria

innovativa, di un risascimento industriale e tecnologico, riportando parte delle forniture e produzioni in loco, rilanciando le filiere dei suoi territori. Un obiettivo raggiungibile se si sarà capaci di sfruttare le opportunità aperte dalle Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026 e dalle risorse previste nell'ambito del Pnrr.