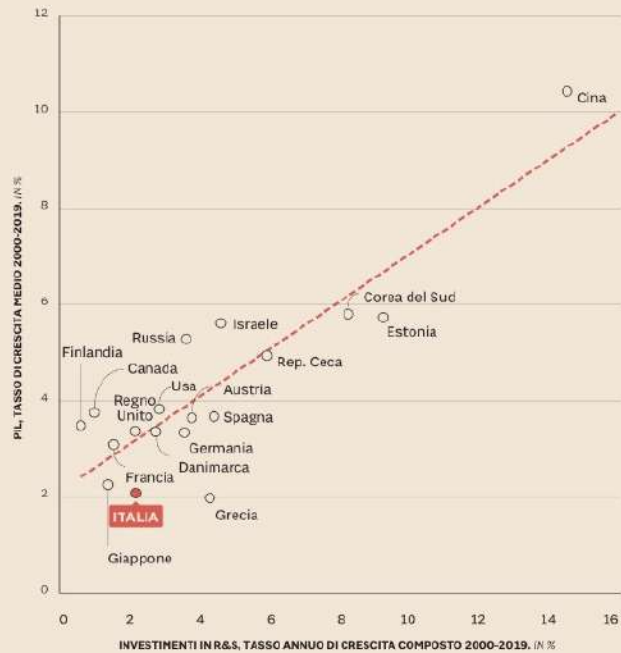


LA R&S TRAINA LA CRESCITA

Relazione tra investimenti in R&S e crescita del Pil



SI ALLARGA LA FORBICE CON I CONCORRENTI

Investimenti in R&S in % sul Pil



Fonte: elaborazione The European House-Ambrosini | sudati Fmi e Cse, 2021

CICLI LOMBARDO

Competenze e ricerca per bici made in Sicily

Hanno macinato migliaia di chilometri in giro per il mondo, pedalando senza sosta. D'altronde Emilio Lombardo, ceo di Cicli Lombardo, eccellenza siciliana delle due ruote nata su iniziativa del papà nel 1952, non ha dubbi. «La ricetta per fare un'impresa di successo? Sta nel condurre l'azienda con passione, facendo innamorare collaboratori e clienti. Per fare questo sono necessarie competenze per innovare il prodotto e processi sostenibili».

Siamo a Buseto Palizzolo, meno di tremila anime nel Trapanese. Oggi il fatturato si aggira sui 40 milioni di euro, moltiplicato di otto volte rispetto al 2005. Il 63% della produzione è destinata all'estero. «Born in Sicily, riding everywhere»: questo è lo slogan dell'azienda, che ha anche una palestra e un asilo all'interno e che conta 90 dipendenti, di cui il 35% donne. Tra i prodotti distintivi c'è la bici a pedalata assistita con motore Bosch. «Siamo orgogliosi di far rientrare tanti giovani cervelli in fuga verso il nord. Destiniamo alla ricerca il 2% del fatturato, anche se non è tutta rendicontata. Il miglioramento continuo è l'anima del nostro successo. Ultimamente abbiamo allargato il team R&D e utilizziamo stampanti 3D per creare parti che permettono di dare maggiore identità e qualità ai nostri prodotti», precisa Lombardo.

FARMALABOR

Quando i farmacisti fanno gioco di squadra

Le più belle storie imprenditoriali nascono dal gioco di squadra. Così è stato per Farmalabor, partita nel 2001 grazie all'audacia di un gruppo di farmacisti. Dalla piccola struttura iniziale, di soli trentasette metri quadrati, si è passati negli anni agli attuali undicimila metri distribuiti su due siti produttivi. Il primo è destinato ai principi attivi farmaceutici, il secondo alla produzione delle materie prime a uso cosmetico, alimentare ed erboristico. Da Canosa di Puglia, trentamila anime nella provincia Bari-Andria-Trani, l'azienda ha raggiunto una posizione di leadership nel mercato della galenica, ossia del medicinale preparato in farmacia. Oggi lavorano 108 dipendenti per un fatturato di 16 milioni di euro. «Abbiamo una grande conoscenza del mercato e dei bisogni dei clienti e manifestiamo un tenace impegno in progetti di R&D volti alla realizzazione di nuovi prodotti e servizi», afferma Sergio Fontana, amministratore delegato di Farmalabor. L'azienda investe risorse nella realizzazione di laboratori interni e in progetti di ricerca coordinati e gestiti da équipe tecniche. Il prodotto distintivo è l'estratto di Cannabis 15% THC Farmalabor, principio attivo stupefacente utilizzato per l'allestimento di preparazioni galeniche magistrali di olio di cannabis.

BIANCAMORE

I cosmetici che nascono dal latte di bufala

Quei luoghi che trasudano storia diventano anche spazi per disegnare il futuro. In Campania c'è un'impresa che ha innovato nella cosmetica. Siamo a Paestum, antica città della Magna Grecia. Qui nasce Biancamore. «Siamo stati i primi a dedicare un'intera linea cosmetica al latte di bufala. Tra i nostri prodotti più venduti la crema corporale», racconta Pasquale Senatore, in società con la sorella Daniela. Dopo un periodo di lavoro negli Stati Uniti, i due fratelli tornano nella loro terra e reiventano l'impresa di famiglia, un'azienda agricola con annesso caseificio. Oggi la società conta otto dipendenti per un fatturato di 1,30 milioni di euro. «Siamo nati con il concetto di R&D: abbiamo portato un ingrediente notoriamente conosciuto nel food all'interno del beauty. Tutto ciò è stato possibile grazie a una ricerca fatta in collaborazione con la facoltà di farmacia dell'Università di Salerno, che ha studiato i benefici avuti dopo un bagno nel latte di bufala. Quest'ultimo è idratante grazie all'alta concentrazione di grassi e protettivo grazie alla lattoferrina, molecola che contrasta l'effetto nocivo dei metalli pesanti presenti nell'atmosfera», precisa Senatore. Tutto passa dall'economia, ma da poco è stato inaugurato anche il temporary nella Stazione Centrale di Milano.

L'innovazione nascosta che spinge le Pmi italiane

**Gioco di squadra.** Ricerca e tecnologia fanno da acceleratore dello sviluppo delle imprese a vocazione internazionale, soprattutto nel Meridione. Anche grazie alle alleanze trasversali

Fagina a cura di Giampaolo Colletti

All'inizio il biglietto era di sola andata. Ma il ritorno a casa di lì a pochi anni ci sarebbe stato e avrebbe fatto notizia. Perché Flavia Amato, designer di Guardavalle, borgo nella Calabria ionica, è rientrata per aprire un'impresa dedicata ai filati della sua terra. «Recupero quei tessuti più tradizionali che fanno parte della nostra storia come la fibra di ginestra: si tratta di una soluzione resistente e simile alla canapa. In Calabria siamo pieni di ginestra. Il mio paese può rinascere ricreando una filiera partendo proprio dalla ginestra», racconta Amato. Oggi con Ma-

smetica perché ricche di polifenoli e antiossidanti.

Ecco la forza nascosta, ma strategica, delle Pmi che si annidano in Italia e nel suo Mezzogiorno, in grado di scalare mercati, interesse, fatturato. Realtà capaci di competere sui mercati globali e interconnessi quando fanno nosistema, soprattutto oggi col Pnrr che prevede come almeno il 40% delle risorse allocabili territorialmente debbano essere indirizzate al sud-Italia. Una sfida titanica nel fare sistema. «Quello che abbiamo in Italia è un modello originale di sviluppo economico della piccola impresa, spesso familiare, a guida manageriale e a vocazione internazionale. Nonostante l'emergenza sanitaria, queste Pmi stanno ancora performando perché fanno dal mattino alla sera innovazione e sono centrali nelle filiere a capo delle quali ci sono le multinazionali. Dimostrano una capacità importante di fare innovazione, anche se quest'ultima non viene tracciata ed è fuori dalle classifiche ufficiali», afferma Marina Puricelli, docente di Fondamenti di organizzazione all'Università Bocconi di Milano.

Un'innovazione nascosta, ma essenziale. Una ricerca fattuale e incrementale, fatta di piccoli aggiustamenti sul campo. «Si manifesta in settori maturi legati al manifatturiero nei quali siamo leader nel mondo, non nasce dentro un dipartimento di R&D, ma si esplicita nelle relazioni che l'imprenditore intrattiene andando in giro. Si tratta di un'innovazione trasversale e non solo di prodotto. Piccolo non è brutto, anzi. Semmai è nascosto», precisa Puricelli, che è anche direttore esecutivo della nuova scuola di impresa creata da Sda Bocconi con Fincantieri. Così a Cesano Boscone il pastificio Zini,

FORMAZIONE

Scuola per Pmi focalizzata sul Centro-Sud

Sono aperte fino al 30 agosto le iscrizioni per la Scuola di Impresa per l'Italia, iniziativa di Sda Bocconi School of Management con la sponsorship di Fincantieri: un percorso di formazione per imprenditori legati al tessuto produttivo delle Pmi del centro e sud-Italia. Obiettivo: offrire la possibilità di confrontarsi sui problemi di gestione aziendale con un mix di didattica e affiancamento dei docenti di Sda Bocconi e dei manager di Fincantieri. Il percorso consentirà a 150 aziende di confrontarsi con una formazione mirata. «Il contesto di forte incertezza che domina i mercati di tutto il mondo ha posto il tessuto imprenditoriale italiano di fronte a una sfida enorme: la necessità di evolversi, trasformarsi, rendersi più efficiente», spiega Giuseppe Soda, Dean di Sda Bocconi. «Le Pmi italiane evolvono soprattutto attraverso la contaminazione culturale. Agli ecosistemi produttivi del Mezzogiorno dedichiamo da sempre particolare attenzione», precisa Enzo Baglieri, direttore scientifico della Scuola di Impresa.

terza generazione di impresa, ha creato da zero un gnocco di verdure senza patate. Una rivoluzione che agevola la surgelazione e che ha conquistato il mercato americano. Ghelfi ha brevettato per il comparto dell'ortofrutta scatole di cartone ondulate. Oggi dispone di venti modelli, diversi per resistenza e trasportabilità.

Tutto passa dalle alleanze trasversali. Lo sanno bene a Catania, dove qualche mese fa è nata un'Isola che non è più tale: intercetta nuovi talenti che interpretano l'innovazione sociale, riattira professionisti partiti per altre mete, aggrega una comunità di innovatori. «Si tratta di un ecosistema che esprime la capacità della Sicilia di costruire valore attraverso la contaminazione di idee, relazioni e obiettivi. Uno spazio per le aziende di circa mille metri quadrati all'interno del settecentesco Palazzo Biscari, che rientra tra i beni Unesco», afferma Antonio Perdicchizzi, fondatore di Isola.

Qui trovano casa aziende, Pmi e startup, ma anche agenzie pubbliche, associazioni, istituzioni. «Isola rappresenta il luogo in cui le connessioni si realizzano e la ricerca diventa possibile. Gli ambiti su cui si lavora sono quelli dell'innovazione e del digitale, che hanno impatti sulla creazione di posti di lavoro, trattenendo sul territorio talenti destinati a dover andare via. Credo che per il Mezzogiorno siano ancora più vero che si fa ricerca e sviluppo in maniera non codificata e facilmente tracciabile», precisa Perdicchizzi.

È quel fenomeno del *southworking* che per le imprese si declina anche con il *reshoring*, il rientro in Italia. Ma va alimentato con soluzioni metodologiche e investimenti tangibili.

Un fenomeno che va alimentato con metodo e investimenti: per il Sud arrivano le risorse previste dal Pnrr

lia, atelier di moda ecologica, e con l'Università della Calabria Flavia recupera la ginestra per trasformarla in fibra tessile. A Ischia Marina e Sara D'Ambrà, sorelle al lavoro nell'impresa vinicola di famiglia, hanno avuto un'intuizione geniale: dare nuova vita allo scarto dell'uva. Un'idea che fa bene all'ambiente e alla pelle, pensata lavorando nelle loro vigne a picco sul mare. «Le vinacce sono quelle parti scartate dalla pressatura dell'uva», raccontano le sorelle D'Ambrà. Divine Cosmetics è il risultato di anni di ricerca, trasformati in brevetto: la linea di cosmetici al vino rispetta la tradizione enologica e si lega alla sostenibilità. Le vinacce hanno sostanze utili per la dermoco-

MODELLI La tipologia di sviluppo delle Pmi sfugge alle classifiche ufficiali. Ma ha bisogno di ecosistemi specifici

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA