

In tale prospettiva si può affermare che le condizioni “di contesto” in cui una piccola impresa non vorrebbe operare sono innanzitutto quelle legate all’incertezza del bilancio statale e quindi alle implicazioni negative generate da un deficit pubblico che prima o poi farà sentire i suoi effetti sulla stabilità monetaria e sui servizi erogati. In secondo luogo quelle legate all’organizzazione centralistica dello Stato, troppo spesso incapace e comunque impossibilitata a operare in funzione delle diversità e specificità dei sistemi produttivi regionali e locali.

In terzo luogo, sono condizioni inaccettabili, per la sopravvivenza e la crescita delle piccole imprese, il mancato rispetto e l’insufficiente valorizzazione delle risorse esistenti nel sistema economico in cui esse operano. Per chi è infatti abituato a dover fare i conti con risorse scarse e a fare tutti gli sforzi possibili per “intraprendere” iniziative e trovare soluzioni con le scarse risorse disponibili, lo spreco di risorse naturali, umane e finanziarie non può che apparire come fattore di scoraggiamento e di rifiuto dell’azione di chi tali sprechi perpetra. Così si spiega, ad esempio, gran parte della sfiducia nei confronti di un mondo politico indifferente a misurarsi con il profondo “rispetto” che le risorse scarse esigono, specie in tempi congiunturalmente sfavorevoli e – comunque – di rapidissimo cambiamento, in cui la virtù della prudenza “non sarebbe mai eccessiva”.

Infine, un’ulteriore condizione di stabilità macroeconomica essenziale per le piccole imprese è rappresentata dalla prospettiva di poter operare su mercati internazionali che non siano influenzati da un negativo “giudizio paese”: sempre di più, infatti, l’internazionalizzazione appare essere una condizione imprescindibile per il successo delle piccole imprese. La possibilità di esportare e di aprire nuove attività all’estero non rappresenta infatti solo l’apertura di nuovi “mercati” per le imprese, ma anche l’opportunità di conoscere e affrontare nuovi bisogni e di provvedere innovativamente a nuove risposte. Inoltre, ogni processo di internazionalizzazione fondato sulla “stima” per il Paese in cui si opera consente di concepire i processi di integrazione internazionale in atto

non come un pericolo da cui difendersi, ma come opportunità da cogliere per sviluppare la propria attività. In quest’ottica è da auspicare che maturi e si diffonda una “cultura dell’internazionalizzazione”, ancora troppo episodica nel nostro Paese; e che le politiche economiche dell’Italia, nei confronti dell’estero, si sviluppino non all’insegna del protezionismo corporativo, bensì nella prospettiva di una maggiore valorizzazione e promozione del “made in Italy”, cioè dell’imprenditorialità italiana peraltro già così apprezzata.

Alla luce di quanto si è osservato appare evidente che le politiche macroeconomiche di sostegno alle piccole imprese, invece di essere impennate su varie forme implicite di incentivazione e di assistenzialismo, sarebbero più proficue se rivolte a rimuovere incertezza e diseconomie dal sistema fiscale; a contenere l’eccessivo centralismo amministrativo, nonché lo spreco delle preziose risorse di cui il Paese è dotato, prime fra tutte quelle umane. Solo così sarebbe valorizzata la molteplicità delle attività delle piccole e medie imprese che si esprimono in termini competitivi su una vasta gamma di prodotti e che hanno saputo farsi apprezzare per la loro qualità e il loro design (si vedano in tab. 1 il volume e i mercati di esportazione del “made in Italy”, prodotto soprattutto dalle piccole e medie imprese italiane).

La creazione di reti di imprese

Esiste infine un aspetto di “contesto” favorevole alla crescita delle piccole e medie imprese che è in un certo senso “autodeterminato” dalle imprese stesse. Mentre la formazione, i servizi reali e finanziari, la stabilità e la certezza macroeconomica rappresentano altrettanti “dati” per le imprese – non modificabili e difficilmente condizionabili – esiste uno spazio di manovra autonoma costituito da un cambiamento della mentalità individualistica dell’attività imprenditoriale oggi prevalente. Tale cambiamento si è già rivelato conveniente per le imprese che hanno associato alla logica competitiva delle loro strategie anche quella cooperativa. Appare infatti sempre più vero che

Le imprese autodeterminano in parte il loro contesto attraverso la creazione di reti.