

Associazioni accanto alle imprese per uscire dall'emergenza e continuare a crescere

Carmino Esposito, 40 anni, è da pochi mesi alla presidenza di Fnip – Confcommercio Imprese per l'Italia. Laureato in Economia alla Bocconi, ha completato la sua formazione con prestigiosi master e post doc in atenei e centri di formazione italiani e internazionali. E ora deve affrontare un sfida tra le più difficili: aiutare molte piccole e medie imprese del settore ad affrontare una situazione mai vista in precedenza. Il momento è tra i più drammatici di sempre, ma le idee sono molto chiare: “Bisogna armarsi di resilienza e positività”.

Da sempre l'emersione del settore è tra i vostri obiettivi primari: non le sembra un po' "amaro" il fatto che, dopo tanti sforzi spesso inutili, l'opinione pubblica e i grandi del mondo si stiano accorgendo di noi solo adesso, in conseguenza di una crisi senza precedenti?

“Sì. Purtroppo la professionalizza-

zione di questo settore rappresenta l'obiettivo più importante dei prossimi anni. A mio avviso, ultimamente, questo comparto è cresciuto tanto in tal senso, grazie anche al lavoro egregio di alcune associazioni di categoria e di alcuni prestigiosi atenei (Scuola Nazionale Servizi, FNIP, La Sapienza), nonché a quello di tante aziende che hanno investito in maniera importante nei processi di managerializzazione e nell'innovazione tecnologica. In realtà si sono accorti di noi già da tempo, dalla crisi del 2009 per esempio, quando il nostro settore ne è uscito alla grande, anche perché è caratterizzato soprattutto da servizi di pubblica utilità. Tenga presente, ma queste cose gli addetti ai lavori le sanno molto bene, che il settore pulizie/servizi integrati/multiservizi rappresenta una quota significativa del PIL italiano. Parliamo di un comparto che anche durante la già ricordata crisi economica del 2009 non ha veramente subito ripercussioni in termini di contrazione della domanda se non nei ritardi dei pagamenti. Mi spiego ancora meglio: la reale sofferenza di quel periodo è stata registrata dagli operatori esclusivamente nei ritardi dei pagamenti ma non nella contrazione della domanda. Pertanto le aziende, seppur in crisi di liquidità, sono continuate a crescere attirando l'attenzione di investitori istituzionali e non, nonché della comunità finanziaria. Il nostro settore rappresenta una quota considerevole dell'economia e impiega centinaia di migliaia di persone soltanto in Italia. Pertanto, visto anche il carattere di pubblica utilità, merita un'attenzione parti-



Carmine Esposito, Presidente Fnip – Confcommercio Imprese per l'Italia

colare. Allo stato attuale, dobbiamo tenere conto di tutto ciò e cercare di supportarlo sempre più, con le giuste riforme e normative appropriate. In questo scenario c'è anche un altro aspetto che vorrei fosse tenuto in considerazione: oggi, come da sempre, il mercato delle Piccole e medie imprese (che nel nostro comparto annovera anche realtà molto importanti) ha caratterizzato il modello di capitalismo del nostro paese. Pertanto, se vogliamo che il sistema paese migliori il proprio sviluppo, dobbiamo supportare con grande attenzione e sensibilità il mercato delle piccole e medie imprese.”

Cosa si può/deve fare affinché, anche ad emergenza finita, il settore continui ad emergere ed essere riconosciuto anche dall'opinione pubblica? Quale dovrà essere, secondo lei, il ruolo delle associazioni





di categoria, e della vostra in particolare, in questo processo?

“Ha già suggerito la risposta nella prima domanda. Dobbiamo managerializzare sempre più le nostre aziende e di conseguenza il settore. Dobbiamo cercare di essere sempre più attrattivi in modo da acquisire i manager migliori. Il ruolo delle associazioni di categoria è fondamentale, non solo per le pmi. Esse possono aiutarci a colmare le asimmetrie informative che da sempre caratterizzano il nostro settore. Solo qualche mese fa, ho visto per la prima volta un glossario del settore, tra l'altro fatto molto bene. Visto che sostanzialmente gestiamo le attività *non core* dei nostri clienti, talvolta questi non riescono a distinguere un'offerta dall'altra o la qualità intrinseca di un servizio perché ignari di quali sono le componenti dell'offerta e le caratteristiche di un servizio ciò anche a causa, per definizione, della difficile tangibilizzazione dei servizi stessi. Per non parlare delle azioni costruttive di orientamento e lobbying che svolgono quotidianamente, capaci di inquadrare puntualmente le conseguenze di una particolare norma. Esse partecipano al processo decisionale seguendo tutti i passaggi dell'iter di formazione di atti normativi, proponendo di volta in volta idee e strumenti per migliorare la qualità di leggi e regolamenti. In questo modo le associazioni di categoria contribuiscono ad alimentare la vita della democrazia immettendo stimoli, impedendo alla politica di chiudersi in se stessa, di essere autoreferenziale o condizionata solo da pochi grandi gruppi.”

Lei ha alle spalle un'importante formazione internazionale: crede che questa crisi possa accentuare le barriere e le reciproche diffidenze?

“Esagera per l'importante formazione, ma comunque la ringrazio. Sono convinto che il distanziamento socia-

le influenzerà in maniera radicale le nostre vite e di conseguenza le nostre aziende e settori. A tal punto da generare la nascita di una vera e propria economia intorno a questo fenomeno sociale mai visto prima. Credo, altresì, che vivendo in un mondo

fortemente globalizzato e visto che si tratta di pandemia, questa congiuntura interesserà sia i mercati domestici che quelli internazionali. Per quanto concerne le diffidenze, dobbiamo affrontare questa importante sfida con resilienza e positività.”



**PRODOTTI ECOLABEL
E COMPENSATI NELLE
GARE D'APPALTO**

**SCEGLI I PRODOTTI
PAREDES**

SCEGLI L'AMBIENTE



 **PAREDES**
Soluzioni d'igiene e di protezione professionali

