

EDITORIALE IMPRESE E TEMPESTA DEI PREZZI

» Marco Ziliotti

I dati aggiornati dell'andamento su base annua dei prezzi al consumo (Italia 6,7%; Germania 7,3%; Stati Uniti 7,9%, Spagna 9,8%) sono già eloquenti, ma non rendono appieno l'idea di quanto da tempo sta accadendo, a monte, ai costi delle materie prime e dei componenti che impattano su quasi tutti i comparti produttivi italiani ed europei (gli Stati Uniti sono un caso diverso: la pur elevata inflazione Usa - economia in sostanziale piena occupazione e storicamente ricca di materie prime - non deriva tanto, come da noi, dai costi di produzione, quanto dal forte e rapido incremento della domanda di beni di consumo ed investimento).

Quello che, particolarmente in Europa, sta accadendo ai prezzi del grano, del mais, dell'olio di semi, della carta, dell'acciaio, dell'alluminio, della ghisa, dei noli marittimi, dei chip, per non parlare del gas e dell'energia elettrica, è un vero e proprio tsunami: quotazioni che, nel giro di pochi giorni, oscillano nell'ordine dei multipli; a causa di ciò, catene di fornitura che rallentano, spesso si inceppano, provocando drammatiche ed imprevedibili "rottture di stock", cioè impossibilità di consegnare gli ordinativi. Questo è lo scenario quotidiano in cui da tempo sono costrette ad operare la massima parte (...)

Segue a pagina 39

(...) delle nostre imprese; un incendio innescato già oltre un anno fa dai colli di bottiglia provocati dai lockdown in giro per il mondo, divampato negli ultimi mesi del 2021 a causa delle prime tensioni geopolitiche - ed ulteriormente alimentato dalle onnipresenti manovre speculative - e da ultimo deflagrato da un mese a questa parte a seguito dell'invasione russa dell'Ucraina.

Ciò, dopo che lo scorso anno le imprese italiane avevano reagito con uno straordinario colpo di reni alla crisi pandemica, fornendo il maggior contributo a quell'incremento del 6,6% del Pil che ha superato tutte le aspettative. Ed in effetti i bilanci 2021, che proprio in questi giorni vengono sottoposti all'approvazione dei rispettivi consigli di amministrazione e delle assemblee, testimoniano (seppur con le debite eccezioni, che riguardano soprattutto i settori più duramente e a più lungo colpiti dalla pandemia) che le imprese italiane hanno in generale dimostrato una capacità di tenuta e di reazione (la tanto evocata, resilienza) maggiore rispetto alla media Ocse, e in particolare rispetto all'altra grande economia di trasformazione europea, la Germania.

Ora ci si sta chiedendo se la bufera che sta pesantemente impattando sui costi e sui tempi di produzione rischia di invertire bruscamente il trend. Al riguardo, è doveroso dare atto che, a livello macroeconomico, ad oggi sarebbe scorretto evocare scenari recessivi: la crescita tendenziale è ancora robusta, ancorché in rallentamento rispetto alle previsioni di oltre il 4% per il 2022.

Ma che succede, e, soprattutto, che fa-

re a livello micro, di singola impresa? Nella impossibilità oggettiva, ad oggi, di formulare qualsiasi previsione, ci si limiterà ad azzardare pochissime - tre - considerazioni.

La prima: il principale e più devastante effetto di una così elevata volatilità dei costi di produzione è, ovviamente, l'altrettanto elevato grado di incertezza che le imprese stanno vivendo e con cui - questo è il punto - dovranno abituarsi a convivere ancora a lungo. Inutile quindi, anzi potenzialmente dannoso, in questo contesto, affannarsi a modificare ad ogni piè sospinto budget e piani industriali, rincorrendo le novità di giornata. Molto meglio mantenere la rotta programmata, impugnando saldo il timone, senza tuttavia dimenticarsi di tenere ben dritte le antenne: mai come in questi frangenti il monitoraggio tramite un preciso e costante controllo di gestione risulta indispensabile.

La seconda considerazione ha a che vedere, in senso lato, con la gestione dei fornitori, che, ad evitare i citati rischi di ritardi o stop nella produzione, necessita di un vero e proprio cambio di paradigma nel criterio di selezione e fidelizzazione dei fornitori stessi: non più - e non solo - efficienza - cioè ricerca del minimo costo -, ma anche - o soprattutto - affidabilità, cioè ricerca delle garanzie di qualità e puntualità. In verità, la tendenza non è nuova: da ben prima dell'attuale emergenza, infatti, molti produttori particolarmente vocati alla eccellenza qualitativa hanno privilegiato la costruzione nel tempo di filiere ovvero di reti di fornitori, appunto, affidabili e fidelizzati; fino ad

arrivare, in taluni casi, alla integrazione verticale, cioè alla internalizzazione nella impresa di fasi del processo produttivo ritenute così strategiche da non poter essere lasciate alla volatilità dei mercati.

La terza, ed ultima, considerazione riguarda l'insegnamento più rilevante, ed anche più crudo, che l'attuale congiuntura sta impartendo: solo la ricerca più ostinata e pervasiva possibile della marginalità - ovvero del valore aggiunto - può consentire di uscirne vincenti. Da sempre la creazione di valore aggiunto rappresenta l'obiettivo della impresa (di proprietà privata). Tale imperativo è diventato ancor più categorico, ai fini della sopravvivenza stessa sul mercato, da quando, un ventennio fa, con l'introduzione dell'euro, la sopraggiunta impossibilità di competere con i concorrenti esteri tramite periodiche svalutazioni della lira ha definitivamente collocato la concorrenza sul piano, appunto, della maggiore abilità nella creazione di valore aggiunto.

Ebbene, quanto sta accadendo (che, in estrema sintesi, si traduce in un generalizzato aumento dei costi di produzione) comporterà - sta già comportando - una ulteriore fortissima accelerazione di tale modalità di selezione competitiva. Il valore aggiunto, la marginalità - prima ancora del fatturato - si impongono quale obiettivo ultimo e cruciale da perseguire. D'altra parte, come si è detto, è proprio tale capacità di creare in modo efficiente prodotti di alta qualità ed elevato contenuto innovativo, e di saperli collocare selezionando le geografie ed i mercati di sbocco più in grado di premiarli, che le imprese italiane hanno già più volte dimostrato.

di Marco Ziliotti