

L'intervista Il crac immobiliare Usa, il supereuro, i prezzi delle materie prime alle stelle e i Paesi emergenti. «Un autunno difficile»

«Sarà una crisi lunga, ma insieme ce la faremo»

Silvio Albini: difficoltà spalmate a macchia di leopardo. «Serve una strategia comune per difenderci e attaccare»



Silvio Albini

■ La festa è finita da tempo, o almeno, per i più ottimisti, momentaneamente interrotta. Spiegare questa «discesa agli inferi» della produzione industriale bergamasca, con un «sanguinoso» -2,6% nell'ultimo trimestre, maglia nera della Lombardia, non è facile, ma non si può nemmeno dire «che ci sia piovuta addosso all'improvviso», spiega Silvio Albini, amministratore delegato del Cotonificio Albini, in Valle Seriana, tra gli industriali più lucidi e dinamici del territorio, a cui abbiamo chiesto un parere sull'origine e sulla gravità della malattia dell'economia orobica. Ma dopo averne analizzato le cause, Albini è già pronto al contrattacco, con un appassionato appello ai colleghi capitani d'industria bergamaschi: «Questa è una crisi difficile, molto più globalizzata e articolata delle precedenti. Ma occorre rialzarsi al più presto e non deprimersi. Se Bergamo vuole uscirne in tempi medi, dobbiamo unire le forze, vincendo il nostro proverbiale individualismo, e affrontare i mercati insieme».

Albini, da quando avete cominciato a temere il peggio?

«Diciamo che il primo rallentamento significativo risale al settembre 2007, dopo la crisi finanziaria degli Usa. Inizialmente non si pensava degenerasse in maniera così grave, ma da quel momento è andata sempre peggio. Dai primi mesi 2008 si può dire che la crisi sia conclamata».

Che però proprio Bergamo ne pagasse il prezzo maggiore, francamente era difficile aspettarselo.

«Faccio ancora adesso fatica a spie-

garmelo. Diciamo che forse noi avevamo condizioni di partenza più favorevoli di altri. Ci sono a Bergamo settori in sofferenza da tempo, tessile e meccanotessile innanzitutto, ma ora è stata intaccata anche la regina dell'industria: quella meccanica. Questo è stato un fattore decisivo, che ha fatto precipitare la situazione».

Eppure questo «trimestre nero» non ha investito tutti: l'export orobico continua a tenere.

«Dipende dove si esporta. Chi ha puntato sugli Usa, oggi è sempre più in difficoltà per il dollaro debole. Chi ha optato sui Paesi emergenti rimane ancora competitivo. Inoltre non tutti i settori soffrono: la crisi resta molto a macchia di leopardo. Ci sono tuttora comparti come il siderurgico, l'energia e la meccanica più sofisticata, che a Bergamo continuano ad andare bene. Oppure ripeto: funziona chi esporta in realtà emergenti, contribuendo alla costruzione di una più ampia base produttiva, di fabbriche, in Paesi come la Cina, l'India».

Ora però c'è chi prevede un autunno caldissimo.

«Meglio non farsi prendere dal panico. Ci potranno essere defezioni sul

fronte degli organici in alcune realtà, ma non penso che si arriverà a situazioni drammatiche. Certo, anch'io vedo un autunno difficile: dovremo cercare di gestirlo razionalmente, con soluzioni nuove. E poi a Bergamo esiste la coesione sociale: sarà il momento di usarla».

È una crisi che, a differenza di altri momenti storici, si porta dietro una molteplicità di cause.

«Proprio per questa ragione sarà più difficile debellarla. Tutto comunque nasce dal calo dei valori immobiliari negli Stati Uniti, un dissesto che interessa non solo chi acquista una casa, ma intere porzioni di economia, come il sistema creditizio dei finanziamenti. E quando si tocca la casa, le ripercussioni si riflettono immediatamente anche sull'economia reale. Se ci aggiungiamo il supereuro che ha schiacciato il dollaro, il prezzo del petrolio schizzato in alto, il rincaro dei costi delle materie prime, anche quelle agricole che reggono i destini del mercato agroalimentare, ci accorgiamo che dal tiepido venticello localizzato, la crisi ha assunto le dimensioni di tornado, un ciclone a livello globale».

Non è da oggi che l'euro è così forte.

«Già, ma non è solo il rapporto col dollaro a presentare uno sbilanciamento così netto. Pensiamo ad altre valute come lo yen, che è ai minimi storici, o a monete in aree nevralgiche dello svi-

luppo come quella della Corea del Sud, svalutata in pochi mesi del 15% o della Thailandia, scesa del 20%. A questo punto per tanti prodotti, in primis il tessile-abbigliamento, noi italiani siamo diventati i più cari al mondo. Così non solo è diventato più difficile esportare nei Paesi dell'area dollaro, ma c'è un grosso flusso di importazioni che colpisce i nostri mercati interni».

Difficile prevedere le altre concause?

«Difficile pensare che si scatenassero tutte insieme. Da quello Usa si è assistito al rallentamento della domanda in molti altri mercati occidentali, dall'Italia alla Spagna, all'Inghilterra. Poi i costi di energia e materie prime sono schizzati alle stelle, spiazzando le imprese. Infine l'Italia, con i livelli di tassazione così alta e le infrastrutture sempre carenti, trova maggior difficoltà a reagire».

Spiragli non se ne vedono, neppure per il 2009?

«Difficile che uno scenario del genere cambi velocemente: non c'è motivo che l'euro crolli o che il costo dell'energia, che in Italia è il più elevato al mondo, torni ai livelli di un anno fa. Alcuni ipotizzano cambiamenti dopo le elezioni americane, ma è una tesi tutta da dimostrare. Anche la Germania, legata a filo doppio con la produzione bergamasca, è in sofferenza, anche se continuando ad esportare molto nei Paesi emergenti può sperare di tenere a bada la fase più acuta».

Scenario deprimente: che si fa, tutti in trincea con l'elmetto?

«Guai a farsi prendere dallo scoramento: bisogna reagire, subito, ma stavolta occorre farlo uniti, senza tentennamenti».

Facile a dirsi, ma i bergamaschi restano splendidi individualisti.

«Lo so bene, ma se vogliamo uscirne dobbiamo fare un'inversione di 360 gradi e rimetterci tutti in discussione».

Cosa propone?

«Proviamo a difenderci e ad attaccare insieme: in questo modo Bergamo potrebbe rivelare energie oggi ancora inesprese. Tutti, dalle istituzioni come Confindustria, Camera di commercio, sindacati, enti

pubblici, devono fare la loro parte, ma questa è una sfida che deve partire da noi industriali. L'invito è quello di riunirci, per elaborare strategie comuni e diventare ancor più competitivi. È il modo migliore per superare le dimensioni medio-piccole delle nostre

“
Per tirarsi fuori
bisognerà dare
risposte creative:
l'innovazione
resta il grande
motore, occorre
allargare
i suoi confini



aziende di fronte a mercati globali troppo grandi per molti di noi».

Pensa a qualche zona del mondo in cui poter concentrare questa azione comune?

«Senza dubbio i mercati emergenti. Ma, ripeto, per essere competitivi ormai occorrono dimensioni di una certa importanza, una solida presenza commerciale, marketing fatto su misura e una logistica che funziona. Ci vuole un'alleanza vera e propria per sfondare».

Non teme di essere snobbato da qualche suo collega?

«Il momento è troppo delicato per fare i preziosi. Ripeto: un po' tutti noi abbiamo sempre fatto un vanto nel contare solamente sulle nostre forze. Ma questa crisi, che si annuncia piuttosto lunga e per ora senza sbocchi, ha cambiato le regole del gioco. E se tutti hanno a cuore la loro impresa devono imparare a fare sistema e a farlo molto rapidamente: io sono pronto a rompere gli indugi e a fare la mia parte».

Da quale eccellenza si può ripartire per risalire la china?

«Occorrerà dare risposte creative, dato che siamo in presenza di una crisi diversa, mai vissuta prima. L'innovazione resta il grande motore: occorre allargarne i confini più di quanto sia mai stato fatto, con idee nuove, capaci di dare valore aggiunto. Si aggrediscono i mercati innovando, sempre».

Maurizio Ferrari

l'imprenditore

AL TIMONE DEL «REGNO DELLE CAMICIE» - Silvio Albini, 51 anni, è amministratore delegato del Cotonificio Albini, una delle «corazzate» della camiceria italiana di qualità. Proverbiale la sua cultura del lavoro: è stato in passato vicepresidente dell'Unione Industriali di Bergamo e prima ancora presidente dei giovani industriali. Attualmente è anche presidente del Consorzio italiano dei produttori per tessuti di camiceria e vicepresidente di «Milano Unica».

FAMIGLIA IMPEGNATA - A fianco di Silvio, sono presenti in azienda i fratelli Stefano (che si occupa di finanza e controllo gestione) e Andrea (settore tecnico industriale) e il cugino Fabio (responsabile di prodotto). Si è arrivati alla quinta generazione di Albini al timone dell'azienda.

ALBINO CUORE PULSANTE - Il Cotonificio, con 132 anni di storia, ha la sede centrale ad Albino: altri tre siti in Italia e uno nella Repubblica Ceca. Albino resta il «cuore» dell'azienda, dove lavorano oltre la metà dei 1.300 addetti presenti oggi nel gruppo.

ALLA CORTE DEGLI WINDSOR - Tra le tante prestigiose commesse del Cotonificio si ricordano i tessuti della linea «Thomas Mason» che hanno vestito nel 2005 molti degli ospiti più importanti del matrimonio tra il principe Carlo d'Inghilterra e Camilla Parker Bowles.

