

# C'è la crisi? L'unione fa la forza Ed è boom delle reti tra imprese

*Sono 500 in più nell'ultimo anno. Sangalli: ora incentivi fiscali*

**Luca Zorloni**

✱ MILANO

**IN BRIANZA** hanno celebrato le nozze le imprese di matrimoni. Abiti da sposa, fiori, organizzazione di eventi, wedding planner: dal 2012 dieci imprenditori del giorno «più bello» lavorano insieme sotto il marchio «Mb Wd-ding». Così hanno fatto anche quindici albergatori dell'Alto Milanese de «La Milano che conviene», nata nel 2014 in vista dell'Esposizione universale. Mentre dal 2013 Photop, che riunisce i professionisti della fotografia digitale, ha valicato i confini della Lombardia e conta 18 membri sparsi lungo lo Stivale. Il lavoro di squadra va sotto l'etichetta di rete di impresa, un sistema che in Lombardia conta già 2.435 aziende aderenti sulle 13mila nazionali, di cui 500 solo nel 2015. «Sono nate in ottica manifatturiera ma funzionano anche nel terziario – osserva il presidente di **Confcommercio Milano e Lombardia, Carlo Sangalli** –. È la dimostrazione che i problemi si superano con la collaborazione».

**I NEGOZI** di fotografia, ad esempio, si sono trovati in mezzo alla tempesta perfetta, colpiti dal tracollo dello sviluppo di pellicole e dalla concorrenza delle grandi catene di elettronica. Nel 2007, sotto la regia di **Dario Bossi**, presidente del sindacato **Ascofoto**, hanno fondato un consorzio, trasformato poi in una rete di impresa, con tanto di sito internet che guida all'acquisto e fornisce assistenza ai clienti. A Monza, invece, l'esperienza di una prima associazione, «Mb Circle», ha dato la spinta alla rete matrimoniale. «Garantiamo servizi professionali – spiega la responsabile di «Mb Wedding», **Diana Da Ros** –. In Italia si calcolano circa duemila wedding planner, ma solo 200 sono legalmente riconosciuti. La nostra esperienza di rete incuriosisce all'estero, dove cercano contatti per organizzare matrimoni di stranieri in Italia». Per Luca Zan-

derighi, ordinario di Economia e gestione delle imprese all'università Statale di Milano, le reti sono arrivate alle fase due, «centrata su un consolidamento dell'immagine esterna e del progetto strategico e una maggiore capacità operativa». L'obiettivo degli imprenditori, insomma, è aumentare il fatturato dell'associazione. Resta critico il capitolo banche: gli istituti di credito, infatti, non si sono dimostrati più generosi con le alleanze tra società. «È necessario incoraggiare queste aggregazioni – incalza Sangalli – con maggiori incentivi, soprattutto fiscali. Ad esempio con la detassazione degli utili reinvestiti nei programmi di sviluppo, come accadeva nel 2014, e con l'abbattimento dell'aliquota Irap a livello regionale». «Il numero dei contratti di rete è triplicato tra il 2012 e il 2013 – aggiunge il presidente di Regione Lombardia, **Roberto Maroni** –. Abbiamo finanziato 75 progetti per un ammontare di 15,6 milioni di euro tra il 2010 e il 2014. Nel 2015 abbiamo attivato anche il manager di rete. Sono stati approvati 28 progetti e concessi contributi per un milione di euro».



**INSIEME** Da sinistra, il governatore lombardo **Roberto Maroni** e il presidente di **Confcommercio**, **Carlo Sangalli** (Newpress)

