

IN DIFESA

L'industria aerospaziale cerca partner italiani

di **FRANCESCO BECHIS**

■ I *big player* in campo aerospaziale guardano con attenzione ai fornitori-partner della filiera italiana, presenti in gran parte tra Campania e Puglia. Si tratta di aziende medie che puntano su management adeguato, internazionalizzazione, solidità finanziaria e capacità di *networking*. È quanto emerso dal convegno *The supply game*, organizzato a Napoli dalla società Dema, fondata da **Vincenzo Starace**, per festeggiare i suoi primi 25 anni di attività. Un confronto tra operatori del settore al quale hanno scelto di partecipare anche l'ad di Leonardo, **Alessandro Profumo** e il presidente di Boeing Italia, **Antonio De Palmas**.

Leonardo, con il programma Leap 2020, ha investito nella catena di fornitura per valorizzare i partner soprattutto presenti al Sud: «Siamo convinti della bontà di un sistema in cui le piccole imprese diventano medie e le medie diventano grandi, oggi la mobilità dimensionale è importante almeno quanto quella sociale», ha spiegato **Profumo**. «È una sfida urgente in Italia, dove nascono tantissime piccole imprese, ma solo poche riescono a diventare medio-grandi».

D'altronde, dall'efficienza della catena di fornitura dipendono le sorti dell'intero comparto; senza una reale collaborazione con le Pmi, i grandi player non possono competere sul mercato. Di converso, i fornitori devono adeguarsi agli standard organizzativi e qualitativi degli acquirenti se vogliono restare competitivi.

A fornire un quadro delle *best-practices* da seguire sono stati i rappresentanti di aziende-chiave della filiera, come il presidente di Dema, **Fabrizio Giulianini**, il vicepresidente esecutivo di Ala, **Vittorio Genina** e il presidente di Magnaghi Group, **Giorgio Zappa**. «Abbiamo l'ambizione di diventare partner dei grandi player prima ancora che fornitori», ha spiegato **Giulianini**, «che dopo un passato in Leonardo a luglio è stato nominato presidente di Dema. Dai presidenti dei distretti aerospaziali campano e pugliese, **Luigi Carrino** e **Giuseppe Acierno**, è arrivato invece l'appello a puntare sulla ricerca e sull'innovazione, favorendo una sinergia fra il mondo universitario e quello industriale.

La disruption tecnologica porta inoltre con sé una sfida geopolitica: il mercato aerospaziale europeo sta lentamente migrando verso il Far East. «La geografia della supply chain sta cambiando», ha detto **Antonio De Palmas**. «La nostra si è formata negli Usa e in Europa perché fino a dieci anni fa questi erano i principali clienti, ma è indubbio che il mercato oggi guardi anche a Oriente».

Per rimanere competitive, tutte le piccole e medie imprese della supply chain devono rimboccarsi le maniche. Da sole però è difficile. È necessario, hanno ricordato in coro tutti gli imprenditori ed esperti presenti, un sostegno istituzionale e finanziario al settore aerospaziale che, lo spiega bene il report Accenture, è da sempre *driver* di crescita economica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

