



Alessandro Addari

Imprenditore, presidente di uno dei primi contratti di rete in Italia *Partner of Value*, amministratore e fondatore della *Top Solutions*, si occupa di marketing, internazionalizzazione e formazione aziendale e lavora nell'ambito dei master universitari.

Direttore della rivista nazionale dei G.I. di Confindustria *Qualeimpresa*, membro della Commissione nazionale Cultura di Confindustria. Presiede l'associazione *Polis lab*, laboratorio per la ricerca, il dibattito e lo studio su politica, economia e lavoro. Curatore del libro *La Rivoluzione del Business Collaborativo* (Ianieri edizioni) e coautore del libro *Le Reti d'Impresa* (Maggioli Editore).

• **Dott. Addari quale è lo scopo principale del libro *La rivoluzione del business collaborativo*, da Lei curato?**

«L'obiettivo è duplice, in primis il titolo pone l'accento su quello che è da ritenersi non un mero strumento ma una vera Rivoluzione. Il Business Collaborativo rappresenta, infatti, un nuovo modo di fare impresa, che potrà sostenere il rilancio competitivo del prezioso tessuto di Piccole e

Medie imprese italiane sui mercati globali, integrando l'assioma piccolo è bello... se integrato in rete. Inoltre l'approccio multidisciplinare scelto, intende fornire a imprenditori, manager e professionisti una cassetta degli attrezzi per valutare le opportunità e le criticità delle aggregazioni tra imprese, in particolare attraverso il contratto di rete, con il contributo di esperti che da anni lavorano alle Reti, esaminate negli aspetti relazionali, organizzativi, giuridici, fiscali, finanziari e manageriali».

• **Quali sono i vantaggi che il contratto di rete può offrire alle aziende?
Ci sono anche possibili svantaggi da valutare?**

«Il contratto di rete è stato plasmato considerando le peculiarità del tessuto imprenditoriale italiano e consente di mantenere l'autonomia delle singole imprese evitando quelli che nel libro ho definito i *cinque cortocircuiti* del fare rete. Anzitutto la volontà di mantenere il controllo della propria organizzazione senza cederlo ad altri, la determinazione nel conservare l'identità della propria azienda, il marchio, la storia, i clienti già acquisiti, l'intenzione di non essere costretti a sostenere costi senza condividere un progetto e un piano d'azione che siano in linea con le strategie aziendali. La grande flessibilità dello strumento contrattuale consente, attraverso un *programma comune*, di definire gli obiettivi e gli strumenti per raggiungerli. Ad esempio, nel programma di rete potrebbe prefigurarsi un progetto di sviluppo estero delle attività d'impresa sui mercati emergenti, mantenendo

invece separate le attività sul mercato domestico o Europeo, definendo con accordi a latere un piano di missioni e fiere all'Estero, funzionale al raggiungimento degli obiettivi. I potenziali svantaggi dello strumento, sono ravvisabili nella sua stessa natura, la rete contratto non prefigura soggettività giuridica e tributaria, occorre pertanto regolare con attenzione il sistema di fatturazione, la titolarità di brevetti, diritti e obblighi dei partecipanti, le responsabilità in capo alle singole aziende. Le ultime modifiche alla disciplina hanno dato facoltà di costituire reti-*soggetto*, una strada che in questo momento non consigliamo, essendo a nostro avviso la disciplina ancora lacunosa per taluni aspetti, inoltre, le imprese aderenti ad una rete soggetto non potranno beneficiare dell'eventuale agevolazione fiscale, né la stessa rete soggetto potrà accedervi».

• Quali sono i settori in cui il contratto di rete risulta una soluzione vincente? Ci può fare l'esempio di qualche caso di successo?

«Esistono molti casi di successo in diversi settori, da una parte reti verticali di filiera in cui si sono regolate reti di fatto o costituite nuove alleanze, finalizzate a divenire interlocutori unici dei committenti nazionali e internazionali, fornendo progetti “chiavi in mano” e sovente centralizzando Ricerca e Sviluppo, attività commerciali e promozionali, dall'altra, reti orizzontali in cui prodotti e/o servizi diversi sono stati messi a sistema per offrire soluzioni complete e integrate. A mio avviso tutti i settori possono trovare la formula del successo. Molto spesso le Reti vengono attivate per lo sviluppo internazionale



delle attività o per progetti tesi a perseguire innovazioni di prodotto e/o di processo. Dall'Osservatorio sui contratti di rete emerge che sono registrati ogni mese circa trenta contratti. Emblematico il caso della Rete *Five For Foundry Group*, che si propone come punto di riferimento per l'intero settore della fonderia d'alluminio grazie ad un'offerta integrata e che, utilizzando la trans-territorialità del contratto di rete annovera anche quattro aziende estere sulle sedici complessive. Nel campo agroalimentare segnaliamo la Rete *Cremona Food*, in cui sono state centralizzate la funzione commerciale estera, attività di formazione e la condivisione di know-how per l'innovazione di prodotto».