

# GUARDARE OLTRE

Emma EVANGELISTA

**T**a ricerca di mercati è per le imprese un eldorado di difficile conquista. Che siano essi interni o esteri, ogni manager oculato conosce il valore del proprio prodotto e la capacità di espansione della sua azienda. A volte rivolgersi a mercati "lontani" può essere una *chance* per fare un salto di qualità. A sostenere questo obiettivo sono le politiche nazionali adottate dal Maeci e dall'insieme di strutture pubbliche e private volte al sostegno dell'internazionalizzazione e del Sistema Paese. Addirittura l'ultima frontiera è la sperimentazione di tecniche di *co-working* e *co-sharing* di manager competenti per l'assistenza diretta alle aziende che vogliono lanciarsi verso i mercati esteri per intraprendere e non solo per delocalizzare. Per ora le cifre non sono confortanti e le aziende, soprattutto piccole e medie, ossia il cuore dell'economia italiana, non sono in grado di andare oltre i confini nazionali, molto spesso a causa di una burocrazia asfissiante. D'altronde il palcoscenico Expo può essere un buon luogo, fisico e virtuale, per uno scambio ottimale. Per chi invece resta e vuole sostenere la globalizzazione dell'impresa nel rispetto della biodiversità, caratteristica del territorio e delle risorse italiane, le parole d'ordine sono altissima qualità

del prodotto e filiera corta nel rispetto della tipicità e dei marchi d'origine. Come il microcredito si renda trasversale nella realizzazione e nel sostegno dei differenti obiettivi è connotato nella misura stessa di uno strumento di utilità sociale, perché in fondo, la nuova tendenza economica ritrova le sue origini e valorizza quel percorso di economia sociale e inclusiva che, pur non sottraendosi alle leggi di mercato, le domina attraverso la valorizzazione del progetto, della sua realizzazione e del suo prodotto. Così dalle raccomandazioni del Santo Padre alla politica delle strutture delle nazioni Unite che si occupano di trasferimento di tecnologie e know-how alle ONG che lavorano nei Paesi in Via di Sviluppo per creare occupazione, il microcredito sembra essere l'alternativa possibile alla crisi. In questo senso l'Ente Nazionale per il microcredito sta lavorando per contribuire a sensibilizzare i cittadini all'uso dello strumento con progetti che si occupano di potenziare la rete di sportelli informativi anche e soprattutto sul territorio nazionale. In particolare nel corso degli ultimi anni si sono dimostrati particolarmente attivi e utili gli operatori degli sportelli formati dall'Ente nazionale per il microcredito nelle regioni obiettivo convergenza.

Per parlare, poi, di impresa sociale e microcredito, non si può che far riferimento all'Europa e ai suoi piani di sviluppo inseriti nella programmazione 2020 che sostengono tutte quelle attività di impresa che hanno un impatto sociale. Intraprendere in tal modo produce non solo *business* ma anche *welfare*. In Italia, secondo i dati diffusi da Ciriec International, lavorano nel settore delle organizzazioni legate all'economia sociale tra il nove e l'undici per cento del totale degli occupati, un mercato in espansione anche grazie ai fondi europei (EuSEF). Il microcredito è per sua definizione lo strumento più utile a sostenere queste iniziative, tanto che dai dati del rapporto monitoraggio dell'ENM si rileva che nel triennio 2010-2013 ogni erogazione di microcredito per l'impresa abbia sviluppato un effetto leva occupazionale del 4,3%. Ogni prestito in tal senso diventa una vera e propria risorsa per il circuito virtuoso derivante dalla impresa stessa, ma soprattutto caratterizza l'occupazione a seconda delle potenzialità e delle idee progettuali proposte, che divengono redditizie nel momento in cui i servizi aggiuntivi garantiscono la riuscita del progetto. Largo dunque alla creatività nell'impresa e alla possibilità di guardare oltre i confini nazionali.