

Grafica. Pubblì allarga l'offerta

Dove trovo una banca che mi presti i giovani?

La diversificazione come risposta al calo del mercato. Non è solo il settore manifatturiero ad aver reagito alla congiuntura negativa puntando sull'allargamento dell'offerta. Anche nei servizi la formula si sta rivelando azzecata. «Nel 2010 recupereremo posizioni grazie proprio al fatto che siamo entrati in comparti diversi, anche se molti vicini al nostro core business tradizionale che è quello della comunicazione», racconta Andrea Milano, 64 anni, titolare della Pubblì di Modena, azienda specializzata nel campo dell'editoria, della grafica e ormai anche nella vendita di spazi espositivi. Programmare una campagna di comunicazione, in molti casi, vuol dire anche utilizzare strumenti come fiere e manifestazioni di settore. L'azienda modenese ha integrato la propria offerta e i risultati stanno arrivando, anche sull'onda del miglioramento congiunturale. Pubblì, 1,5 milioni di ricavi e una decina di dipendenti, intravede dunque l'uscita dal tunnel della crisi per l'economia italiana. Milano però sottolinea ancora due criticità: la mancanza di strumenti finanziari per sostenere lo sviluppo delle imprese e la carenza di professionalità, soprattutto in ambito commerciale. «Le banche si sono concentrate sui problemi della liquidità, nei momenti più difficile per le imprese, mentre adesso servirebbe anche



Andrea Milano
Presidente
Pubblì

La Pubblì di Modena è specializzata nell'editoria, nella grafica e nella vendita di spazi espositivi. I ricavi della società, che ha difeso le quote di mercato diversificando i servizi, sono pari a circa 1,5 milioni di euro e i dipendenti una decina

un sostegno alla capitalizzazione delle aziende - spiega -. La vera emergenza, però, è rappresentata dalle risorse umane: i giovani vogliono il posto fisso e non è facile trovare figure professionali che accettano di legare il loro compenso ai risultati». Difficile legare il personale a contratti flessibili. Il problema, più che congiunturale, è culturale. «Tutti si aspettano risultati nel breve e solo pochi sono pronti a scommettere sul futuro, anche solo nel medio termine», dice Milano. Che aggiunge: «È una fase di transizione e servirebbe una visione strategica di lungo periodo a livello paese. Purtroppo, il clima politico non aiuta e anche questo può rallentare il cambiamento».

C.Per.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

