

«Solo il ricambio generazionale può salvare l'Umbria dalla crisi»

Giorgetti (Esg89): 'L'export si potenzia con l'E-commerce'

Cristina Belvedere
■ PERUGIA

«L'ANNUARIO economico? Con uno sforzo estremo ne anticiperemo la pubblicazione, che avveniva tradizionalmente in primavera, al mese di novembre per offrire agli operatori economici una lettura ragionata del 2011 attraverso dati freschi e aggiornati». Non ha dubbi Giovanni Giorgetti, fondatore con il fratello Luigi di «Esg89 Group», che offre servizi di comunicazione d'impresa b2b, ricerche e analisi di mercato, data base altamente profilati e informazioni commerciali.

Ma qual è la fotografia del «Cuore verde»? «Dai numeri in nostro possesso — spiega Giorgetti — l'economia regionale

le si è molto polarizzata: da una parte ci sono aziende (poche), i cui bilanci vanno molto bene. Dall'altra troviamo invece diversi settori produttivi in crisi, mi riferisco per esempio all'edilizia e alle fonti rinnovabili, che risultano bloccati e completamente privi di investimenti». Secondo Giorgetti, dunque, «l'Umbria si deve ridisegnare»: «Le aziende strutturate e quelle di medie dimensioni, che in passato sono riuscite ad agganciare la ripresa esportando all'estero, oggi sono meno penalizzate dalla congiuntura — sottolinea Giorgetti —. Al contrario, le attività produttive di piccolissime dimensioni sono in forte sofferenza. Devono ripensare al modo di vendere i prodotti all'estero».

RIFLETTORI PUNTATI, quindi sull'e-commerce che consente di creare negozi virtuali offrendo agli imprenditori l'accesso ai mercati internazionali. Come se non bastasse, è finita l'epoca dei finanziamenti a pioggia: «Una volta 'mamma-Regione' — afferma il fondatore di Esg89 — garantiva risorse economiche a chi partecipava a questo tipo di eventi promozionali. Ora, in presenza dei tagli della *spending review*, tale siste-

ma non è più possibile». Di qui l'appello: «Serve un ricambio generazionale non soltanto nella classe dirigente umbra, ma anche in quella imprenditoriale — sostiene Giorgetti —. Solo le nuove generazioni possono infatti essere in grado di allargare il mercato di riferimento utilizzando l'informatica e tecniche di comunicazione all'avanguardia». In altre parole, «gli imprenditori umbri devono cambiare linguaggio e avvalersi con uno spirito rinnovato dei nuovi canali di vendita e comunicazione».

RESTANO da tutelare eccellenze locali come quelle agroalimentari, dove la formula «a km zero» resta un valore aggiunto: «E' finito il tempo dell'assistenzialismo — tuona Giorgetti —. L'Umbria deve trarre dalla crisi nuove opportunità, mi riferisco in particolare al settore del turismo, attorno al quale ruota non solo l'economia delle strutture ricettive, ma anche quella dell'artigianato e dei piccoli produttori locali. Bisogna quindi garantire flussi costanti di visitatori per mettere a frutto l'enorme valore aggiunto del 'Cuore verde'. E' questa la nostra vera ricchezza».



L'esperto
Giovanni
Giorgetti