

L'imprenditore non è un semplice egoista

Pubblicato: Mercoledì 21 Settembre 2016



Innovazione e internazionalizzazione sono le **medicine** somministrate in qualsiasi convegno in cui si affronta il tema della crisi economica perché ritenute in grado di far sviluppare nelle imprese gli anticorpi necessari per **sopravvivere all'epidemia, essere competitive sui mercati e avere successo**. È un modo semplice per spiegare una situazione complessa che non spiega però i risultati molto diversi tra aziende che operano nello stesso settore e nello stesso contesto. Quella complessità infatti riemerge quando iniziano a fallire anche aziende fino a ieri considerate solidissime perché presenti sui mercati internazionali e con forti investimenti in ricerca e sviluppo. Pensiamo, per esempio, al **fallimento della Imf**, azienda metalmeccanica della provincia di Varese, **internazionalizzata**, da sempre presente sui **mercati emergenti**, con una discreta capacità di innovare e molto attenta al territorio. Un caso di scuola.

Che manchi un principio attivo nelle medicine utilizzate è dunque evidente. Il rapporto **“Sussidiarietà e politiche industriali”** della **fondazione Sussidiarietà** ha provato a isolare il **«fattore K»** concentrandosi sulla **figura dell'imprenditore**, sulle sue **attitudini**, qualità e **caratteristiche**.

«Il carattere dell'imprenditore spiega i risultati dell'impresa in modo non meno rilevante delle tradizionali variabili strutturali» ha detto **Giorgio Vittadini** presidente della Fondazione per la Sussidiarietà durante la presentazione della ricerca a **Villa Junker** a Legnano. «A parità di altre condizioni – ha continuato il docente universitario – la tendenza a cooperare porterà a una crescita del fatturato, a maggiori margini, a innovare sul prodotto e sui processi di produzione e a essere presente sui mercati esteri. Così come l'apertura all'esperienza porta l'impresa a essere più internazionalizzata».

L'indagine che ha coinvolto **380 imprenditori e manager di imprese attive in quattro settori centrali per il made in Italy** (abbigliamento tessile, agroalimentare-ortofrutta, macchine utensili, legno-arredo) evidenzia inoltre che un'omologazione troppo accentuata, un **conformismo** indotto da fattori esterni non crea altrettanto valore. Quest'ultimo aspetto è centrale nell'analisi della ricerca perché segna il passaggio **dall'uomo economico** («buono in famiglia e spietato in azienda») **all'imprenditore** inteso come «**tipo umano**» in grado di generare «**una bellezza disarmata**», per usare le parole di **Giulian Carron**, leader spirituale di **Comunione e Liberazione**, cioè svincolata dal demone del profitto, inteso come fine assoluto, in grado sì di generare un **bene sociale** (ricchezza e occupazione) ma solo come **casame ineluttabile e quindi senza consapevolezza**.

Le testimonianze in genere vengono portate per confermare le proprie tesi e quella di **Claudio Rimoldi**, presidente della **Vito Rimoldi spa**, è perfetta per inquadrare «**il tipo umano**». Una piccola metalmeccanica di **Legnano** che dà lavoro a 21 persone, compresa una cooperativa di diversamente abili, tra i suoi principali fornitori, e con un fatturato che sfiora i **dieci milioni di euro**, di cui la metà dovuti all'export. Insomma, la classica, per quanto riguarda dipendenti e fatturato, piccola impresa italiana.

Ciò che **crea valore è la consapevolezza dell'insieme dei valori che guidano il fare impresa e Rimoldi**, oggi 57enne, questa consapevolezza l'ha costruita nei suoi **40 anni di vita in azienda**. «Ciò che ha fatto e fa la differenza – ha detto l'imprenditore – è il fattore umano che c'è in azienda e questo rapporto è stato in grado di descriverlo in modo perfetto. In genere non mi riconosco nella descrizione fatta dai media».

Pietro Modiano, presidente di **Sea** con un corposo passato da **finanziere e banchiere (Unicredit e Intesa Sanpaolo)**, il demone del **profitto**, inteso come fine assoluto, lo ha conosciuto ai **tempi d'oro di Wall Street**, dove l'avidità e la competizione esasperata sommate all'intelligenza spietata «consentivano di fare anche 400 milioni di dollari di utile netto in un anno». Un meccanismo quello dei derivati che secondo il presidente di Sea, nel 2001, dopo la caduta delle torri gemelle, ha tenuto in piedi il mondo.

Avrà anche tenuto in piedi il mondo, ma lo ha costretto a camminare come uno zombie visti i disastrosi effetti collaterali che stiamo pagando ancora oggi. Modiano è di un'onestà intellettuale cristallina perché pur essendo «peccati ormai caduti in prescrizione» non si sottrae a quella responsabilità. «Quel tipo di mentalità, ovvero **“Vai, uccidi e se vinci vuol dire che sei il migliore”** – ha sottolineato il presidente di Sea – è presente ancora oggi in molta parte della classe dirigente italiana. Nella nostra manifattura le cose però non vanno così. L'imprenditore guarda lontano, non nell'immediato, riconosce e valorizza le persone, si occupa del territorio. Oggi occorre che qualcuno racconti tutto questo perché esiste».

Michele Mancino

michele.mancino@varesenews.it