

hamlet

Ritorno all'impresa?



Gianfranco Reborà
Università Carlo Cattaneo - Liuc

La crisi finanziaria dei nostri giorni sta aprendo scenari drammatici ma anche interessanti. Sicuramente è stato stimolante sentire il ministro dell'Economia Giulio Tremonti narrare al Convegno di Capri dei giovani industriali una vera e propria parabola sull'impresa, partendo dalla ragioneria e dalla partita doppia. Tremonti ha messo in stato di accusa il capitalismo manageriale e la dottrina dello *shareholder value*, che lo legittima attribuendogli «il potere di sterminare tanto la proprietà quanto i lavoratori, in nome di una efficienza e di una modernità che supera tutto il resto, assorbe tutto in ragione del reddito... indipendentemente dai valori, dalla storia, dalle tradizioni e dalle proiezioni che sono comunque parte fondamentale del patrimonio di conoscenze del capitalismo». Nel vecchio mondo della partita doppia, dice Tremonti, «contavano gli elementi patrimoniali insieme agli elementi reddituali. Poi una meccanica di scelte ha fulminato tutto questo equilibrato sistema di valutazione e di produzione della ricchezza, tutto si è spostato sul lato del conto economico e il conto economico si è fulminato dall'anno al semestre, dal semestre al giorno per giorno, il dato da cui si poteva estrarre il bonus per i manager...».

Quasi in parallelo ai vari allarmi sulla crisi della finanza qualcuno intanto si accorge che il contributo più importante per il recupero di competitività del

Paese viene da un lato inatteso. Le ricerche della Fondazione Edison documentano che l'Italia è seconda (dopo la Germania) per competitività nel commercio mondiale: la serie di studi diretti da Marco Fortis «sovverte l'opinione, particolarmente diffusa negli anni scorsi, di una Italia in declino e in affanno sui mercati mondiali, mostrando invece una realtà vincente e dinamica».

Per chi guarda le cose con occhio distaccato è quasi divertente: gli economisti e i giuristi discutono per mesi sui giornali economici di astratte formule

Il made in Italy riuscirà a "fare paradigma", a diffondere cultura d'impresa in uno spazio sociale più ampio?

di *governance*, guardando soprattutto alle concentrazioni bancarie e alle fusioni delle *utilities*; intanto da una parte scoppia la crisi proprio di quelle grandi banche che erano portate ad esempio di modernità; dall'altra, la media industria che veniva guardata con sufficienza si rivela ancora una volta la parte più sana e innovativa del paese. Il fatto è che l'Italia è un paese difficile da capire, anche per chi ci vive dentro. Dovremmo conoscerla l'Italia. Invece continua a stupirci. Nello stesso modo in cui le sue imprese ci stupiscono. Alcuni riconoscono che il semplice conformarsi alle *best practices*, derivan-

ti dalle esperienze diffusamente considerate di eccellenza, non rappresenta necessariamente la miglior scelta possibile. Ad esempio, un imprenditore, intervistato nel corso di una recente indagine, ha affermato: «Odio seguire le *best practices*, perché irrigidiscono, aspiro invece a costruirle, voglio creare io un modello di impresa».

L'Italia racchiude in poco spazio una grande diversità. E configura, come dice Bagnara, un formidabile ambiente di apprendimento «dove l'omogeneità è in qualche modo bandita e prevale la diversità e il contrasto». L'Italia esprime quindi un enorme potenziale di unicità delle sue imprese. I suoi leader imprenditori sono stati in grado di "firmare" non solo prodotti unici ma modelli d'impresa originali e senza eguali nel mondo. Si pensi a Diesel, a Ferrero, a Zegna, ma anche ai quattro casi di Alessi, Geox, Illycaffè e Luxottica che Alberti richiama nel suo articolo.

L'importanza oggettiva del made in Italy non ha trovato riscontro per molto tempo in una corrispondente capacità di far sentire la propria voce; i suoi imprenditori sembrano far parte di quelle "minoranze attive e vitali" che secondo il Censis spezzano l'inerzia italiana nei vari settori ma non riescono a farsi sistema. L'attuale crisi stimolerà i protagonisti dell'economia reale a fare sentire con più forza la propria voce? Il made in Italy riuscirà così a "fare paradigma" e a diffondere cultura d'impresa in uno spazio sociale più ampio? Potrà avere un ruolo anche nel pilotare la necessaria integrazione con le altre componenti del sistema, quali la finanza, i servizi all'impresa, le infrastrutture, l'amministrazione pubblica? ■