

Scholz: "In Italia manca il senso di bene comune. Ma ce la faremo"

Pubblicato: Giovedì 21 Giugno 2012



Innovare, internazionalizzare, fare rete. Questi sono i tre consigli più gettonati dalle associazioni di rappresentanza. C'è anche chi non si limita a suggerirli alle imprese associate e inizia a praticarli all'interno della propria organizzazione. La Cdo (Compagnia delle opere) ha iniziato da quello che da fuori viene ormai avvertito come un «rito stanco» e sempre un po' uguale a se stesso: **l'assemblea generale**. Una stanchezza che riguarda tutte le organizzazioni di rappresentanza alle prese con un modello messo in crisi dalla globalizzazione.

Bernhard Scholz, presidente nazionale, è arrivato alle **Ville Ponti** senza una relazione, lasciando spazio all'introduzione del presidente della Cdo varesina, **Sergio Segato**, e chiedendo ai tanti imprenditori presenti di iniziare subito con le domande. E così, pronti partenza e via, Scholz si è sottoposto al «nuovo rito», concedendo una parentesi iniziale alla stampa.

(foto, da sinistra: Bernhard Scholz e Sergio Segato)

Presidente, "Costruire in un mondo che cambia" è uno slogan che colpisce l'immaginario. Ma come si fa a costruire nel bel mezzo di un cambiamento che non si può controllare?

«Bisogna prendere decisioni basate sulla buona conoscenza e quindi cambiare con cognizione di causa. La nostra associazione cerca di agevolare lo scambio di informazioni e il confronto tra imprenditori. In questo processo è importante prendere coscienza di sé perché la qualità delle decisioni che prendiamo dipende dal nostro stato d'animo».

Uno degli strumenti più consigliati alle imprese per affrontare i nuovi tempi e i nuovi mercati sono le reti di impresa. A tutt'oggi però in Italia sono ancora poche, non superano il migliaio, perché secondo lei?

«Perché lavorare insieme è difficile finché non si ha uno scopo comune per il quale ognuno di noi dà il suo meglio. La rete è un invito a lavorare insieme, mentre oggi è vista in un modo troppo schematico. Qualunque cosa sia, la rete deve valorizzare la collaborazione tra imprenditori».

Il fatto che ci sia una legge che prevede e regola il contratto di rete, non dovrebbe stimolare il processo di aggregazione?

«Quella prevista dal contratto è una delle tante forme possibili. L'economia è fatta di relazioni e le relazioni sono fatte di amicizia, quindi il contratto non è sufficiente. L'amicizia operativa è uno scopo,

ovvero lavorare insieme per il bene di tutti noi. L'Italia ha bisogno di reti ma dobbiamo toglierci dalla testa che siano qualcosa di preconfezionato».

Che cosa dovrebbe fare la politica per agevolare il processo di cambiamento?

«Non deve assistere le imprese. Ciò che può fare è rendere le procedure più snelle, abbassare appena possibile il peso della pressione fiscale perché questo ci renderebbe più competitivi. La burocrazia esiste perché manca una coscienza di bene comune e quindi lo Stato deve intervenire come regolatore. Le regole servono per mettere dei paletti, ma quando sono in eccesso tendono a sostituire la responsabilità del singolo individuo. Non si tratta di un problema etico-morale, quanto piuttosto di ragionevolezza».

Internazionalizzare è l'altro consiglio che non manca mai nel manuale anticrisi. Come fa un piccolo imprenditore a internazionalizzare?

«Le aziende che vanno bene sono quelle agganciate all'estero, è un dato di fatto. Ma andare all'estero è difficile perché occorre una conoscenza dei nuovi mercati, occorrono le dimensioni giuste perché i volumi contano ancora, ecco perché sono importanti le reti, ci vogliono le competenze giuste perché affrontare un nuovo mercato vuol dire confrontarsi con una nuova cultura. In tutto questo processo, la consapevolezza di sé è importante perché senza consapevolezza non abbiamo conoscenza, ma solo informazioni. Quello che conta è dunque chi sei tu».

L'Italia fin dal Rinascimento ha messo virtù nel lavoro e la virtù ha generato la bellezza dei prodotti per cui è diventata famosa nel mondo. Possiamo ancora fare leva su questa caratteristica tutta italiana?

«L'Italia deve contare sulla sua innata capacità creativa. La nostra idea di bellezza e funzionalità è difficilmente replicabile perché bisogna averla nel dna. Ecco perché ce la faremo».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it