

## Al confine tra comunità e imprese, Visconti: «Un legame da ripensare»

**Pubblicato:** Venerdì 16 Maggio 2025



Fare impresa vuol dire costruire relazioni col territorio e le persone che vi vivono, e il territorio genera ricchezza grazie alle sue imprese. Ma come è cambiato il rapporto tra imprese e comunità nel tempo? E quando il legame col territorio può diventare un ostacolo alla crescita? Ne ha parlato **Federico Visconti**, presidente della **Fondazione Comunitaria del Varesotto** e docente di Economia dell'**Università Cattaneo** di Castellanza, in occasione del **Festival della Meraviglia**, in corso a Laveno Mombello tra il 16 e il 18 maggio. [Scopri il programma del festival](#)

«**In Italia** – spiega Visconti – **il legame che unisce imprese e società ha una storia lunghissima**. È proprio quella tradizione di idee e di risorse generate e custodite dalle comunità nel corso degli anni che ha permesso la nascita delle prime aziende e alimentato la formazione dei più importanti poli manifatturieri del nostro Paese».

Ma col tempo il contesto economico è cambiato e le condizioni di oggi sono molto da quelle che videro nascere le più grandi aziende italiane. Nonostante ciò, Visconti è convinto che il legame forte che esisteva tra comunità e imprese vada ancora custodito. «L'impresa – sottolinea infatti Visconti – è il primo posto dove si creano posti di lavoro e benessere. **È necessario ripensare il rapporto tra aziende e comunità**, ma **il concetto di impresa deve essere sempre legittimato**. Allargare un'azienda, e generare più posti di lavoro, vuol dire trovare nuove idee, creare nuovi prodotti, stipulare accordi. È un lavoro complesso e che richiede molto impegno, soprattutto per le aziende più piccole».

Ci sono comunque delle situazioni in cui è proprio il legame con il territorio ad ostacolare la crescita di un'impresa. **«Rivolgersi esclusivamente al proprio territorio può diventare una condanna** – aggiunge Visconti -. Al contrario, esistono piccole aziende che sono diventate leader delle proprie nicchie di mercato perché si sono avventurate in un contesto europeo. Allo stesso modo, un'università che vuole crescere e diventare più prestigiosa, deve riuscire ad attirare studenti provenienti anche da lontano. In altre parole, bisogna evitare l'autoreferenzialità del proprio territorio».

«Abbatte i confini e cambiare punto di vista», si accende il Festival della Meraviglia a Laveno

Alessandro Guglielmi  
alessandro.guglielmi@varesenews.it