

QUAL E' LA GIUSTA DIMENSIONE (DELLE AZIENDE)?

Il libro di Andrea Bettini narra di come e perché un laboratorio di falegnameria sia diventato una Società Benefit, Ma si pongono alcuni questi...

Si ricorda spesso, correttamente, che il sistema imprenditoriale italiano, soprattutto nella ricca fascia del nord, poggia su una moltitudine di PMI, spesso nate e cresciute intorno a figure carismatiche e gestite con una stretta logica familiare.

Altrettanto vero è che la crisi finanziaria esplosa oltre oceano nel 2007-2008 ha travolto il mondo produttivo, spazzando via moltissime delle PMI e lasciando dietro di sé pochi sopravvissuti. Imprese che si sono trovate al centro della tempesta perfetta, composta dalla crisi finanziaria e dall'impatto incontrollabile di nuove tecnologie e ideologie, spesso disegnate come abiti della festa su corpi non del tutto "filiformi"?

Con il rischio che si possa finire anche per fare una certa retorica, mista ad una certa demagogia imprenditoriale.

In questo contesto si colloca il lavoro di Andrea Bettini, "La Giusta dimensione. Storia di un'impresa che ha saputo evolvere senza perdere di vista i valori e le persone", edito da FrancoAngeli.

Un testo semplice, costruito, dichiara il suo autore, per una lettura lineare oppure con un approccio serendipity, "dove aprendo il libro in maniera casuale ci si può soffermare su un singolo capitolo e gli spunti derivanti da esso".

Confesso di aver seguito questo secondo suggerimento. Tutto bene, tutto chiaro: un percorso in fasi e decisioni manageriali che hanno permesso all'impresa protagonista della narrazione (la Zordan srl sb) di darsi un futuro in un mondo profondamente cambiato, abbracciando il mantra del for benefit per dare un senso ed un perché ad un'impresa familiare in un mondo globalizzato.

Infatti, secondo Maurizio Zordan, CEO Zordan S.r.l sb, "la crisi esplosa nel 2008 ha dimostrato i limiti del capitalismo orientato unicamente al profitto e portato al collasso dalla cupidigia che aveva esso stesso alimentato. Allora qualcuno aveva detto che eravamo finiti in no map territory ed è iniziata la ricerca di nuovi sentieri. Come spesso accade, è nella frontiera degli Stati Uniti d'America, dove si sperimentano i problemi ma velocemente vengono trovate le soluzioni, che nasce la B Corp che è la più convincente delle soluzioni alla crisi di valori e che traccia un sentiero di mezzo tra la cupidigia del profit e la non sostenibilità del non profit. Il motto for benefit è quello che indica la via di mezzo delle B Corp e io sono convinto che questa sia la strada che accompagnerà le nuove generazioni di imprenditori e delle persone che con loro vogliono migliorare il mondo partendo dalle imprese".

Una teorizzazione certamente apprezzabile, come del resto il breve testo, ma che pone un problema di fondo. La teorizzazione dei nuovi modelli manageriali e imprenditoriali, può nascere da piccole realtà o necessita di una culla ben maggiore?

Il rischio, sommessamente, è che proliferi una teorizzazione "ad personam", perdendo di vista il nucleo del problema. L'economia, piaccia o no, è guidata sempre da grandi imprese, nelle quali occorre stimolare e promuovere nuove riflessioni su modelli di business sostenibili.

Si dovrebbe rifuggire dalla sbornia dei tanti piccoli ininfluenti Steve Jobs?

Andrea Bettini è uno Storytelling Specialist e Co-founder di Strategike. Autore di "Non siamo mica la Coca-Cola, ma abbiamo una bella storia da raccontare" (2015) e "#PersonalStorytelling" (2016). <http://www.andreabettini.me>

Titolo: La giusta dimensione. Storia di un'impresa che ha saputo evolvere senza perdere di vista valori e persone

Autore: Andrea Bettini

Editore: FrancoAngeli

Pagine: 128

@federicounnia - Consulente in comunicazione

Leisure

Condividi su LinkedIn

numero di 19/07/2017