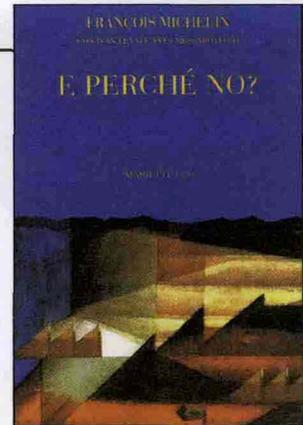


François Michelin e il segreto di un successo imprenditoriale

Quante volte si è detto che se c'è un aspetto positivo della crisi in atto è che potrebbe essere un'occasione di cambiamento. In questa prospettiva, può essere interessante andare a rileggere il libro pubblicato dalla editrice Marietti nel 2002 e ristampato nel 2008, in cui due giornalisti francesi dialogano con François Michelin, il vecchio patron del gruppo industriale omonimo, leader mondiale nella produzione di pneumatici. Oggi ha 82 anni, e da tempo ha lasciato la guida operativa dell'azienda. Il nome Michelin è conosciuto nel mondo intero, al punto di diventare quasi un termine generico. Una simile popolarità avrebbe stuzzicato la vanità di molti. Non è il caso di "Monsieur François", che ha sempre vissuto con semplicità la condizione di imprenditore di successo. Dalle sue parole traspare anzitutto un grandissimo rispetto e un profondo attaccamento alla concretezza della realtà. Al punto da preferire al termine "impresa" quello di "fabbrica" perché "evoca le macchine, i prodotti e soprattutto gli uomini e le donne che costituiscono il personale, i clienti e gli azionisti". E fabbricare "è l'atto essenziale che consiste nel prendere della materia bruta per farne un oggetto vendibile. È un atto nobile: per fabbricare occorre conoscere a fondo la natura della materia che si lavora. Bisogna amarla". Per Michelin "il lavoro è l'esperienza quotidiana della costruzione di un'opera a cui ogni uomo può partecipare, a prescindere dal ruolo che ricopre all'interno dell'azienda. L'imprenditore cita l'esempio di un suo dipendente tipografo che anni fa ebbe un'intuizione geniale introducendo il concetto del radiale che portò alla rivoluzione del pneumatico migliorandone le prestazioni. La Michelin non avrebbe mai conquistato il primato mondiale della produzione di pneumatici, se non avesse preso in considerazione l'idea di quel semplice tipografo. Alla domanda se di fronte agli ostacoli non abbia mai avuto la tentazione di vendere l'azienda Michelin risponde: "No, la mia prima reazione è quella di chiedermi: che cosa si può fare per rimettere in equilibrio questo paese? E poi, come vuole che io abbandoni il mondo della fabbrica? Quando ci si rende conto di tutto ciò che c'è di umano nello sguardo degli uomini e delle donne che lavorano nella fabbrica, non ci si pone questo genere di domande".

François Michelin - Ivan Levai - Yves Messarovitch, **E perché no?**, Marietti, 2008, pp. 148, € 18,00



Come si misura il merito di credito

Un argomento di grande attualità e di particolare interesse per le banche, quello sviluppato dal libro di Alessandro Berti, professore associato di Economia degli Intermediari Finanziari ed incaricato di Tecnica di Borsa presso la facoltà di Economia dell'Università di Urbino "Carlo Bo". Nel mettere a fuoco il tema del processo del credito e della qualità degli affidamenti, il testo illustra, anche attraverso un'ampia casistica di esempi e situazioni aziendali commentate, modi e termini della valutazione e della gestione del rischio nell'ambito del rapporto banca-impresa, enfatizzando la corretta determinazione del merito di credito come fattore di sviluppo di nuove e più approfondite relazioni di clientela. Si è spesso ritenuto,

soprattutto dopo l'avvento della normativa prudenziale nota come Basilea 2, che la valutazione del merito di credito potesse essere effettuata mediante modelli sempre più sofisticati di analisi, a prescindere dall'importanza del ruolo del capitale umano nell'intermediario creditizio: le recenti turbolenze sui mercati finanziari e le crescenti difficoltà incontrate dalle imprese nei rapporti bancari, rimettono al centro del dibattito modi e termini delle relazioni di clientela, da fondarsi più correttamente non solo e non tanto su modelli quantitativi e criteri automatici, quanto piuttosto sull'analisi del fabbisogno finanziario. La qualità degli affidamenti diviene, in tal modo, non solo una corretta modalità di misurazione del rischio di credito, ma un passaggio necessario al fine di consentire un rapporto di lungo periodo fra impresa affidata e banca affidante. Dall'intensità di tale rapporto e dalla cultura che lo informa dipende, del resto, una gran parte della possibilità di ripresa dell'economia italiana.

Alessandro Berti, **La qualità degli affidamenti. La valutazione del rischio di credito nel rapporto banca-impresa**, Franco Angeli, 2009, pp. 176, € 21,00



CREDITOCOOPERATIVO · 7/8 · 2009 · 7