

Associazione Bartola
Ancona 27-04-2010

**L'IMPRESA
NEL TEMPO
DELLA CRISI**



**MI CORRE L'OBBLIGO, IN PREMESSA,
DI COMUNICARE LA CONSAPEVOLEZZA
CHE LE RIFLESSIONI CHE MI PROPONGO DI CONDIVIDERE, CON VOI,
SONO INFLUENZATE, PROBABILMENTE IN MISURA NON MARGINALE,
DA UNA PARZIALITA' IMPORTANTE ,
FIGLIA NON DISCONOSCIUTA DI UN "PERCORSO UNIVOCO" DI 35 ANNI DI VITA
(non solo di professione, ma anche di appartenenza),
DENTRO E ATTRAVERSO UN MODELLO D' IMPRESA MOLTO AMATO,
E PERCEPITO COME DOTATO,
ANCORA OGGI,
ALMENO POTENZIALMENTE,
DI UNA FRUTTUOSA ORIGINALITA':
L'IMPRESA COOPERATIVA.**



CIO' PREMESSO:

MI SONO CHIESTO CHE COSA POTESSE ESSERE UTILE PER IL TEMA E LA CIRCOSTANZA.

**ALLA FINE HO PENSATO DI PROPORVI PENSIERI E SENTIMENTI IN LIBERTA',
DI CHI VIVE QUOTIDIANAMENTE L'IMPRESA
E DIALOGA QUOTIDIANAMENTE CON L'IMPRESA.**

“Molto sentire e poca scienza esatta”:

**PER DOVEROSO RISPETTO DELLA SCIENZA
E PER MODESTO ATTEGGIAMENTO DI DISCREZIONE,
NEI VOSTRI CONFRONTI.**



**L'INTENTO NON E' DUNQUE DI COMPILARE UN ELENCO DI DIAGNOSI :
NE ESISTONO GIA' MOLTISSIME,
E IN LARGA MISURA NON PRIVE DI SENSO;
NE' DI ELENCCARE RICETTE O TERAPIE :
NE ESISTONO GIA' MOLTISSIME,
E IN LARGA MISURA NON PRIVE DI SENSO,.**



**L'INTENTO E' DI RIFLETTERE
SULLE INTERAZIONI LOGICHE E IN PARTE ANCHE PSICOLOGICHE (culturali?)
TRA L'IMPRESA IL TEMPO E LA CRISI.
DUNQUE SE SI VUOLE SULLE PERCEZIONI
E LE POSSIBILI RAZIONALIZZAZIONI ,
CHE TEMPORALMENTE E PSICOLOGICAMENTE,
VENGONO PRIMA DELLE DIAGNOSI "MODELLIZZATE E/O STATISTICATE "
E DELLE TERAPIE "SISTEMATIZZATE" ;
LE UNE E LE ALTRE, PER ALTRO SPESSO UTILI, QUANDO NON NECESSARIE.**

INSOMMA

**LASCIANDO UN CONGRUO SPAZIO AL DUBBIO E,
COMPATIBILMENTE CON LA PESANTEZZA DELLA SITUAZIONE,
COLTIVANDO UNA DOSE DI AUTOIRONIA,
TENTARE DI INERPICARCI
PER L'ERTO SENTIERO
DEL DISCERNIMENTO
TRA GRAVIDE INUTILI
BANALITA'
E LEGGERE UTILI
BANALITA':
PROVIAMO?**

DIALOGO TRA UN (“PASSEGGERO”) IMPRENDITORE E UN VENDITORE DI OPPORTUNITA’”(ALMANACCHI”).

VENDITORE:

“BUON GIORNO SIGNOR IMPRENDITORE POSSO RUBARLE UN PO’ DEL SUO PREZIOSO TEMPO?”

IMPRENDITORE:

“ COMPLIMENTI! LEI SI ESPRIME CON ESATTEZZA GIOVANOTTO! : RUBARE IL TEMPO”.

“LEI INFATTI GIA’ STA RUBANDOMI PARTE DI UNA RISORSA

DELLA QUALE, AHIME’, DISPONGO IN MISURA TROPPO LIMITATA RISPETTO AL BISOGNO,

SOPRATTUTTO IN QUESTA CONGIUNTURA

NELLA QUALE LE VENDITE CALANO E I MAGAZZINI CRESCONO”.

VENDITORE:

**“SONO CERTO SIGNORE,
CHE SE ELLA AVRA’ LA COMPIACENZA DI ASCOLTARMI,
ALLA FINE VALUTERA’ IL BREVE TEMPO DEDICATOMI
COME IL PIU’ FRUTTUOSO DEI SUOI INVESTIMENTI”.**

IMPRENDITORE:

**“MIO CARO RAGAZZO MI SA TANTO CHE LEI VOGLIA PROPORMI DI BARATTARE TEMPO
CONTRO CHIACCHIERE”.**

**“E’ DIFFICILE CHE IO POSSA TROVARE IN CIO’ UN SODDISFACENTE RAPPORTO COSTI-
BENEFICI:**

MI AUGURO LE SIA NOTO CHE A NOI, UOMINI DEL FARE, IL TEMPO NON BASTA MAI”.

“SALVO CHE LEI, INVECE CHE TEMPO DA PERDERE, NON AVESSE TEMPO DA VENDERE!

NEL QUAL CASO!

AVETE QUALCHE OFFERTA PROMOZIONALE AL RIGUARDO?”



VENDITORE:

**“LE OFFRO, SIGNOR IMPRENDITORE, QUALCOSA DI MOLTO PIU’ PREZIOSO E RARO:
PENSIERI, ANZI CHE DICO?, OPPORTUNITA!!”.**

IMPRENDITORE:

**“HO CAPITO: IN VERITA’ LEI UN PO’ MI INCURIOSISCE,
ANCHE PERCHE’, CON IL SUO MODO DI PORRE LE QUESTIONI,
SOLLECITA ANTICHI RICORDI SCOLASTICI, INDUCENDOMI IN UN ATTIMO DI DEBOLEZZA”.**

**“BEI TEMPI QUELLI : GIOVENTU’, POCHI PENSIERI E MOLTO TEMPO, SENZA L’ASSILLO
DEL FARE”:**

“COS’ ERA?

**UN DIALOGO TRA UN PASSEGGERO E UN VENDITORE DI?
CALENDARI?”**

“AH ECCO ADESSO RICORDO:

VENDITORE DI ALMANACCHI! CIOE’ DI ILLUSIONI!”

“IN PARTICOLARE, SE BEN RICORDO, DI UNA ILLUSIONE,

A TUTTI GRADITA,

PER LA QUALE

IL PROSSIMO ANNO SARA’ MIGLIORE DI QUELLO APPENA TRASCORSO,

LA VITA FUTURA SARA’ MIGLIORE DI QUELLA PASSATA!”

**“CHI MAI L’AVEVA SCRITTO QUEL DIALOGO? PLATONE O MANZONI?
MAH!”**

“SOLO PER CURIOSITA’

A QUANTO LI FA QUESTI SUOI ALMANACCHI

CHE LEI CHIAMA OPPORTUNITA’”?

“SE RICORDO BENE QUELLI STAVANO A TRENTA SOLDI, C’E’ SCONTO?”

**“COMUNQUE, SICCOME OGGI CON LEI RISCHIO SERIAMENTE DI
BUTTARE LA GIORNATA,**

FERMIAMOCI QUI:

DO’ DA MANGIARE A NUMEROSE FAMIGLIE IO !!!”

**“STASERA MICA POSSONO METTERE IN TAVOLA PER CENA I SUOI
ALMANACCHI !!!” .**

**“ HA ALMENO UN CAMPIONARIO DA DARMI DI QUESTE MIRACOLOSE
ILLUSIONI?”**

VENDITORE:

**“LA PREGO NON AVVILISCA ME E SE STESSO!: NON ILLUSIONI, OPPORTUNITA’
SIGNORE”!.**

“ANZI LE SARA’ NOTO CHE LA DEFINIZIONE MODERNA E COLTA DI OPPORTUNITA’

**E’, IN QUALCHE MODO, SEPPUR INDIRECTAMENTE, CONTENUTA NELLA ETIMOLOGIA
DELLA PAROLA CRISI” (krinein : separare, discernere);**

E POI E’ DIVENUTO QUASI UN LUOGO COMUNE DIRE (se non pensare!):

“LA CRISI RAPPRESENTA UNA GRANDE OPPORTUNITA’!!!”.

“NON MI DICA CHE LEI NON NE E’ STATO ANCORA INFORMATO!

E CHE NON HA, INSEDIATI IN AZIENDA, FIOR DI COSTOSI CONSULENTI

CHE LE STANNO DIUTURNAMENTE ELENANDO E ILLUSTRANDO

**QUALI E QUANTE OPPORTUNITA' LE STIA QUOTIDIANAMENTE PROPONENDO LA
CRISI!”,**

**“AL DI LA' DELLE INGANNEVOLI ROVESCiate APPARENZE, DI PLATONICA MEMORIA, SI
INTENDE!”**

“NOI VENIAMO PRIMA DI LORO:

LE OFFRIAMO MATERIA PRIMA IN GRANDE QUANTITA' E QUALITA'”

“ECCO IL CATALOGO:

DISPONIAMO DELLA PIU' COMPLETA GAMMA DI OPPORTUNITA',

PARDON DI CRISI,

CHE MAI SI SIA POTUTA OFFRIRE:

CRISI FINANZIARIE,

ECONOMICHE, SOCIOLOGICHE,

RELIGIOSE, ETICHE,

POLITICHE, IDENTITARIE,.....”.



“ E SICCOME STIAMO PROCEDENDO A UN RADICALE INNOVATIVO AGGIORNAMENTO DEL PORTAFOGLIO PRODOTTI ,

OFFRIAMO A PREZZI CONVENIENTISSIMI E CON VARIE FORME PROMOZIONALI (tre per due, scontistica progressiva).”

“CON TALE RICCHEZZA NELLE SUE MANI,

CON IL SUO DINAMISMO,

LA SUA DETERMINAZIONE,

LA SUA DEDIZIONE,

IL SUO OTTIMISMO,

LA SUA CONCRETEZZA DI UOMO DEL FARE,

VEDO GIA’ IL PICCO DEI GRAFICI CHE SI MUOVONO IN SALITA PARALLELA:

% DI PIU’ CRISI, UGUALE % DI PIU’ OPPORTUNITA’, UGUALE % DI PIU’ FATTURE DEI CONSULENTI.....

UNA SORTA DI VIRTUOSO, IMPRENDITORIALE, MOTO PERPETUO DI PRIMA SPECIE”.

IMPRENDITORE:

“GIOVANOTTO FINO A QUALCHE MINUTO FA LEI MI ERA RISULTATO ANCHE SIMPATICO:

OGNI TANTO BISOGNA PUR PRENDERSI CINQUE MINUTI DI PAUSA!”

“MA ADESSO LEI STA ESAGERANDO:

LE VENDITE A PICCO,

I MAGAZZINI CHE SCOPPIANO,

LA BUROCRAZIA E LE BANCHE ADDOSSO,

I COMMERCIALISTI CHE STRESSANO

E LEI CHE SE NE ESCE CON QUESTE ST.....TE INTELLETTUALISTICHE”.

**“QUI SE IL GOVERNO NON INTERVIENE IN FRETTA
CON INCENTIVI E TAGLI DI TASSE
E I SINDACATI NON CAPISCONO UNA VOLTA PER TUTTE
ANDIAMO TUTTI A CASA.....”.**

**“DUNQUE NON MI INFASTIDISCA OLTRE, SI TENGA LE SUE CHIACCHIERE
ILLUSIONISTICHE E LE OFFRA A QUALCHE POLITICO DI PROFESSIONE”,
CHE HA SICURAMENTE , LUI SI, TEMPO DA PERDERE!!!!”.**

**“NOI GESTIAMO
IMPRESE E.....
NON ABBIAMO TEMPO.....
E C'E LA CRISI.... !!!”**



**PROSEGUENDO
PER L'ERTO SENTIERO
DEL DISCERNIMENTO
TRA GRAVIDE INUTILI
BANALITA'
E LEGGERE UTILI
BANALITA'**



“LE CRISI IN GENERE PROPONGONO OPPORTUNITA’”!!!!

“LE CRISI SONO ROGNE”!!!!

**“QUESTA CRISI PROPONE UNA GAMMA AMPLISSIMA DI MOLTEPLICI FORMIDABILI
OPPORTUNITA’”!!!!**

“QUESTA CRISI E’ UNA COMPLICATA E FORMIDABILE ROGNA!!!!”



**SARA' PUR VERO CHE (con un qualche senso paradossale) ESSA,
LA CRISI,
PROSPETTA ANCHE OPPORTUNITA',
MA LA PERCEZIONE FORTE E DIFFUSA,
PER LE IMPRESE,
E' DI TROVARSI DI FRONTE A UNA GROSSA E COMPLICATA ROGNA:
ALMENO PER CINQUE (chissa quanti di più!!! o diversi da questi)
ORDINI DI RAGIONI:**

- 
- 1°) LA CELERITA' E L' "INCONTENIBILITA'" DEI MUTAMENTI (e non solo di carattere strettamente finanziario ed economico) PRODOTTI NELLO SPAZIO GLOBALE;**
 - 2°) IL NUMERO DELLE VARIABILI IN GIOCO;**
 - 3°) LA LORO COMPLESSA INTERDIPENDENZA DI NON FACILE PADRONEGGIABILITA';**
 - 4°) LA SENSAZIONE DELLA INADEGUATEZZA, DELLA "INCOMPIUTEZZA" DEGLI STRUMENTI SPERIMENTATI DI ANALISI E "VISIONE";**
 - 5°) LA "SCOPERTA" DI UNA LACERANTE AMBIGUITA' INSINUATASI,
NELLA DIFFUSA INCONSAPEVOLEZZA, GIORNO DOPO GIORNO, ANNO DOPO ANNO,
NELLA RELAZIONE TRA FINI E MEZZI NEL CONTESTO DELLA GESTIONE DELLE IMPRESE,
NELLO STAGNO NEL QUALE ESSE NUOTANO.**

UN'INTRIGANTE, MA "TRASGRESSIVA" PRASSI OPERATIVA, NEL CAMPO DELLA FINANZA, CHE HA PRODOTTO QUELLA CHE CHIAMIAMO (nel linguaggio corrente)

"DIVARICAZIONE TRA ECONOMIA REALE E FINANZA"

(con uno schematismo):

"SI COMPRAVANO BENI O IMPRESE PAGANDO CON SOLDI"

"SI COMPRANO SOLDI PAGANDO CON BENI O IMPRESE" (es.)

CIO' CHE PER SECOLI E' STATO MEZZO OGGI E' FINE E VICEVERSA.

LA "TRAUMATICA SORPRENDENTE SCOPERTA" (ovviamente per il grande pubblico) DEL CARATTERE "APOLIDE" DELLA GRANDE FINANZA;

DI UNA SORTA DI SUA "CINICA NEUTRALITA'" RISPETTO A TRADIZIONALI VALORI ETICI O DI DIFESA DI INTERESSI O IDENTITA' NAZIONALI,

CHE HA DENUNCIATO TUTTA LA PARZIALITA' DELL' EFFICACIA DELLE POLITICHE REATTIVE DEI SINGOLI PAESI,

CHE HA BRUTALMENTE DENUDATO L'INADEGUATEZZA (culturale prima ancora che strumentale) DI MODALITA' E STRUMENTI DI GOVERNO SOVRANAZIONALE,

SIA DELLE FASI DI EMERGENZA (crisi greca), SIA DEI CICLI DI SVILUPPO.



**AL DISAGIO DI DOVERSI MISURARE CON UNA, FINO A OGGI, SCONOSCIUTA
COMPLESSITA'**

**E ALLA DIFFICOLTA' DI RICONDURRE A UNITA' UNA MOLTEPLICITA' DI FATTORI SENZA
PRECEDENTI,**

**SI AGGIUNGE APPUNTO UN ULTERIORE SOTTILE DISAGIO E/O SCETTICISMO INSINUATI
NELL' "ANIMA DELL'IMPRESA" DA APPROCCI PREVISIONALI**

**TALVOLTA CARATTERIZZATI DA UN'IMPRONTA "PREDICTION " (previsioni
"deterministiche"),**

TALVOLTA DA UNA IMPRONTA "FORECAST" (previsioni "probabilistiche"),

**COMUNQUE PERCEPITI COME APPROSSIMATIVI PER QUESTO TEMPO DELLA CRISI,
PERCHE' CARENTI**

DI COMPIUTEZZA INTERPRETATIVA E DI UTILITA' PROATTIVA.



**SI AGGIUNGE ULTERIORMENTE
L'ANSIOGENA PERCEZIONE, PER LA QUALE,
LA LETTURA DEL DIVENIRE DELLA "REALTA'",
ATTRAVERSO MODELLI DETERMINISTICI E/O STATISTICO-PROBABILISTICI,
SIA INSUFFICIENTEMENTE RAPPRESENTATIVA
DELLA "REALTA' FATTUALE"
E DELLE SUE DIREZIONI DINAMICHE,
CON IL CONSEGUENTE RISCHIO DI AGIRE,
COME NEL MITO PLATONICO DELLA CAVERNA,
INTERPRETANDO LE OMBRE COME LA REALTA'
E TROPPO POCO CONOSCENDO IL DI FUORI DALLA CAVERNA.**



**“L’ERRORE NON NASCE QUANDO,
PER QUANTIFICARE LA REALTA’,
SI E’ COSTRETTI A SEMPLIFICARLA,
L’ERRORE NASCE QUANDO
DOPO AVERLA SEMPLIFICATA,
SI E’ PORTATI A RITENERE
CHE LA REALTA’ SIA SEMPLICE”.**

Giuseppe Alvaro

sc. st. sapienza



UN' ESPERIENZA ESEMPLIFICATIVA, IMPORTANTE E SIGNIFICATIVA AL RIGUARDO :

**(commissione Sarkozy febbraio 2008 dunque prima della crisi: Stiglitz, Sen, Fitoussi :
obiettivo: indagare sulla “significativita’ conoscitiva” delle dinamiche del pil)**

CONCLUSIONI DELLA COMMISSIONE (molto schematicamente):

**ESISTE UNA SERIE RILEVANTISSIMA DI FENOMENI DI DIVERSA DERIVAZIONE
(sociologica, psicologica, religiosa, comportamentale,.....),**

**IN GRADO DI CONDIZIONARE QUALITATIVAMENTE E QUANTITATIVAMENTE (a monte)
LA FORMAZIONE DEL PIL, (a valle, la distribuzione della ricchezza prodotta),**

**PER CUI I MODELLI PREVISIONALI ALLA BASE DELLE DECISIONI POLITICHE DI GOVERNO
DELL' ECONOMIA (dissero loro),**

COSI' COME DELLE DECISIONI STRATEGICHE DELL'IMPRESA (potremmo dire noi),

DEVONO INTEGRARE QUESTI FENOMENI

PENA, IL DECIDERE, STANDO NELLA CAVERNA PLATONICA.



**ANCORA DAL SOTTILE DISAGIO AL CONSEGUENTE BISOGNO,
FORSE NON COMPIUTAMENTE RAZIONALIZZATO,
DELLA “COMPARSA”,
O DELL’ “INVENZIONE”,
DI UNA SORTA DI “KLINAMEN” DI DEMOCRITEA MEMORIA ,
CAPACE DI “RIDETERMINARE”
UN “RASSICURANTE ORDINE LOGICO NUOVO”:
REDIMENDOCI
DAL FASTIDIOSO, “INTELLETTUALISTICAMENTE ALTERO, DETERMINISMO”
DELLE PREDICTIONS MONETARISTICO-ECONOMICO-FINANZIARIE,
E/O DALLA “PRESUNTUOSA” RAZIONALITA’ PROBABILISTICA
DEGLI APPROCCI FORECAST.**



**O FORSE, ALTERNATIVAMENTE,
POSTO CHE FOSSE CONSENTITO ALLE IMPRESE
NEL TEMPO DELLA CRISI,
DI “PERDERE TEMPO”
NELLA COLTIVAZIONE DI VEZZI E PARADOSSI INTELLETTUALISTICI,
IL BISOGNO DI AVERE TEMPO,
PER INTERROGARSI
(come già faceva il giovane K. Marx nella sua tesi di laurea)
SE PER UN’ INTERPRETAZIONE DINAMICA DELLA REALTA’,
SIA PIU’ UTILE
LA “LIBERTA” DEL MATERIALISMO EDONISTICO EPICUREO,
O PIUTTOSTO, L’INTRODUZIONE DEL “CASO” NEL RIGIDO DETERMINISMO
DEMOCRITEO.**

TORNANDO A NOI:

IMPRESA

TEMPO

CRISI :

NEI CONTENUTI DEL LORO SIGNIFICATO ETIMOLOGICO,

**QUESTI TERMINI PROPONGONO UN RIFERIMENTO CONDIVISO A UNA QUALCHE
FORMA**

DI MOTO, DI MOVIMENTO;

IL MOVIMENTO CONTIENE IN SE', IN CERTO SENSO, UN POTENZIALE DI "ARMONIA":

CERTO ARMONIA "CANGIANTE", MUTEVOLE,

FINO ALLA DISARMONIA (crisi nel significato corrente),

IN DIPENDENZA DELLE DIREZIONI DEI MOTI STESSI,

E DEI CONTESTI NEI QUALI I MOTI SI DISPIEGANO.



FORSE QUESTA

PUO' DIVENIRE UNA OPPORTUNITA':

PENSARE ALLA POSSIBILITA'

DI COSTRUIRE UN CONTESTO O DEI CONTESTI,

NEI QUALI, A FRONTE DI QUELLA CHE OGGI E' PERCEPITA

COME UNA FORTE "ROGNOSA DISARMONIA",

**POSSA RICOSTITUIRSI TRA IMPRESA TEMPO E CRISI (krinein: separare,
discernere)**

UNA RELAZIONE INTERATTIVAMENTE ARMONICA.



INSOMMA,

**CONTINUANDO A RIFLETTERE, PER IL MOMENTO, PIU' SUL CONTESTO CHE SU
MODALITA' E STRUMENTI,**

LA RIPROPOSIZIONE DEL DILEMMA :

**SE SI POSSA RIPRENDERE IL FELICE GALOPPO, DEGLI ULTIMI DECENNI,
REITERANDO I MODI, GLI STRUMENTI E I TEMPI DI SEMPRE (quelli delle crisi
cicliche "normali"),**

OPPURE,

SE SIA NECESSARIO RIAPPROPRIARSI

DELL'IMPRESA DEL TEMPO E DELLA CRISI (krinein),

SECONDO VISIONI E MODELLI INTERPRETATIVI E PROATTIVI NUOVI,

**AL FINE DI COGLIERE LA POSSIBILITA' DI "STATI DI ARMONIA" NUOVI E
DIFFERENTI.**



COMINCIANDO A COLTIVARE, OPPORTUNAMENTE, UNA CONGRUA DOSE DI DUBBIO,

SULLA UTILITA' DI PROCEDERE ULTERIORMENTE NELLA (già forse eccessiva) DIGRESSIONE FILOSOFICO-LETTERARIA,

VENIAMO (si fa per dire) AL SODO,

O COMUNQUE A QUALCOSA DI PIU' SODO:

CHI, TRA LE IMPRESE, SI STA MEGLIO DIFENDENDO? (nel tempo della crisi),

OPPURE,

STA PIU' POSITIVAMENTE INTERAGENDO CON LA CRISI?

CI RIMETTIAMO ALLA RICERCA DELLE

“LEGGERE BANALITA' UTILI”



**FONDAMENTALMENTE TRA LE IMPRESE,
E' PIU' POSITIVAMENTE INTERATTIVO,
CHI SI MANTIENE IN UN CERTO TIPO DI
“ATTEGGIAMENTO STRATEGICO” :
UN ATTEGGIAMENTO PER IL QUALE,
LA STRATEGIA DELL'IMPRESA E' APPUNTO,
OLTRE CHE UN PROCESSO,
MA ANCOR PRIMA CHE UN PROCESSO,
UN ATTEGGIAMENTO,
UN CONTENUTO DEL SAPERE SEDIMENTATO NELL'IMPRESA.**

**UN ATTEGGIAMENTO PER IL QUALE LA STRATEGIA E'
COME "ESSERE IN VIAGGIO" .
UN VIAGGIO LA CUI FONDAMENTALE REGIONE D' ESSERE NON E'
COSTITUITA
DAL RAGGIUNGIMENTO DI UNA META
"DETERMINISTICAMENTE PRESTABILITA",
QUANTO PIUTTOSTO
DALLA QUALITA' DELLE MODALITA'
DI SVILUPPO,
DI GOVERNO
E DI GESTIONE
DEL VIAGGIO STESSO.**

UN PO' COME IL VIAGGIO DI ULISSE,
NELLA VERSIONE DANTESCA DEL MITO (canto xxvi inf.):
ITACA NON E' LA META DETERMINISTICAMENTE PRESTABILITA PROPRIA DEL MITO
OMERICO,
IL LUOGO DELLE POSITIVITA' E DEI VALORI ASSOLUTI;
ITACA E' INVECE IL VIAGGIO STESSO,
CHE SI SVILUPPA IN UN TEMPO,
CHE E' INSIEME LUOGO E MOTO,
E DEL QUALE ULISSE SI APPROPRIA
COME DI UNA OPPORTUNITA',
PERCHE' PROPONE, OGNI GIORNO,
UNA NUOVA SOGLIA DI CONOSCENZA DA VARCARE,
PER APPRODARE IN UN NUOVO CONTESTO,
CHE PROPORRA' UNA NUOVA SOGLIA DI CONOSCENZA DA VARCARE.....

**SE PENSIAMO ALL'IMPRESA COME UNA SORTA DI "COMUNITA'
TRANSUMANTE" (qual era quella di Ulisse e i suoi),
LA STRATEGIA E' UN VIAGGIO,
NON VERSO UN LUOGO DETERMINISTICAMENTE PRESTABILITO (luogo della
positività assoluta),
MA UN VIAGGIO
VERSO UNO "STATO" UNA CONDIZIONE DIFFERENTEMENTE DISCERNENTE
(krinein) ,
DI VOLTA IN VOLTA ARMONICO O DISARMONICO,
RISPETTO AL CONTESTO
DI UN CERTO TEMPO:
TEMPO
PERCEPITO, CONCEPITO, CONTINUATIVAMENTE,
COME LUOGO E COME MOTO.**

CANZONE DI VIAGGIO

Sole illumina il mio cuore,
vento disperdi le mie pene e i miei lamenti!
piacere più profondo non conosco sulla terra
se non di andare lontano.

Per la pianura seguo il mio corso,
il sole deve ardermi, il mare rinfrescarmi
per condividere la vita della nostra terra
dischiudo festoso i miei sensi.

E così ogni nuovo giorno mi deve
nuovi amici, nuovi fratelli indicare,
finché lieto posso tutte le forze celebrare,
e di ogni stella diventare ospite e amico.

Hermann Hesse



E QUESTO SAREBBE IL SODO???

**E LO STRAORDINARIO,
SAGGISSIMO E
SOFISTICATO SUGGERIMENTO,
CONSISTEREBBE NELLA RIPROPOSIZIONE
DELLA BANALISSIMA, NOTA, VECCHIA, ABUSATA,
“TEORIA STRATEGICA” DELLA
“NAVIGAZIONE A VISTA”?!**

ASSOLUTAMENTE NO!!



INFATTI:

QUESTA MODALITA' DI DEFINIZIONE DI UNA STRATEGIA DI IMPRESA,

E DELLA SUA ASSUNZIONE

COME ATTEGGIAMENTO COSTANTE,

PRESUPPONE L'INSTALLAZIONE

DI RIGOROSI E "TECNOLOGICAMENTE" COMPLESSI PROCESSI

DI GOVERNO E CONTROLLO DELLE ATTIVITA' D'IMPRESA

OLTRE CHE

DI RIGOROSA SELEZIONE E FOCALIZZAZIONE NEL PORTAFOGLIO DI ATTIVITA'.



LA RIGOROSA E PIANIFICATA

DEFINIZIONE APPLICAZIONE E CONTROLLO

DEI MODELLI DI GOVERNO;

LA RIGOROSA E PIANIFICATA SELEZIONE

DELLE ATTIVITA',

RISPETTO ALLA SOSTENIBILITA' NEL LUNGO PERIODO,

SECONDO EFFICIENZA

NELL' IMPIEGO DEI CAPITALI,

DELLE CONOSCENZE E DELLE RISORSE UMANE;

LA RIGOROSA E PIANIFICATA APPLICAZIONE

DEI SISTEMI DI CONTROLLO INTERNO;



**LA RIGOROSA E PIANIFICATA IMPLEMENTAZIONE
DELLE RELAZIONI TRA LE FUNZIONI
E IL LORO CONTROLLO SECONDO EFFICIENZA ORGANIZZATIVA;
LA RIGOROSA E PIANIFICATA DEFINIZIONE
APPLICAZIONE E CONTROLLO
DEI MODELLI LOGISTICI E DELLE RETI DISTRIBUTIVE;
LA ADEGUATA E PIANIFICATA STRUMENTAZIONE
DI LETTURA DEL CONTESTO
SECONDO COMPETENZE QUALITATIVE;**

DUNQUE:

UNA “MANIACALE” RICERCA DELL’EFFICIENZA (produttività, costi, qualità nel governo dei processi e delle fasi),

**SECONDO OTTICA DI RIGOROSA ESSENZIALITA’ E COERENZA ORGANIZZATIVA,
SUI FATTORI QUALITATIVI DEL**

“VIAGGIO DELLA COMUNITA’ TRANSUMANTE”.

E QUESTA E’ DAVVERO SODA E DURA,

MA IMPRESCINDIBILE,

PRATICA E FATICA QUOTIDIANA;

ANCOR PIU’ SE PRATICATA NEL TEMPO DELLA DISARMONIA

E IN UN CONTESTO PAESE CHE RITIENE,

IN MODO LARGAMENTE DIFFUSO,

CHE ALLA FINE DELLA FIERA:

**“LE RELAZIONI (possibilmente abbondanti e auspicabilmente trasversali)
CONTINO ASSAI PIU’ (del faticoso rigore) DELLA PRATICA DELLE REGOLE”.**



SI TRATTA DI MUTAMENTI MOLTO PROFONDI RISPETTO AI TRADIZIONALI

(rigidi e molto strutturati)

PERCORSI DI ANALISI E PIANIFICAZIONE STRATEGICA. (es i.h. pp)

“IL PASSATO AIUTA POCO IL PRESENTE E ILLUMINA POCO IL FUTURO”

VOLENDO SINTETIZZARE, SEMPLIFICARE ED ESEMPLIFICARE, IL PROCESSO DI DEFINIZIONE STRATEGICA E DEL RELATIVO CONTROLLO:

1°) LA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI, DEI LORO CONTENUTI E DEL LORO PERIMETRO,

SONO RAFFIGURABILI CON L'IMMAGINE DI UNA NUVOLA PIUTTOSTO CHE CON QUELLA DI UN SOLIDO GEOMETRICO;



**2°) E' NECESSARIA UNA GRANDE DUTTILITA' NELLA SCELTA DELLA ROTTA,
E NELLA RAPIDITA' Di CAMBIAMENTO DELLA STESSA,**

**ALL'INSORGERE DELLA PERCEZIONE DEL MUTARE DELLE CONDIZIONI AMBIENTALI E DI
CONTESTO DELLA NAVIGAZIONE ;**

**3°) E' NECESSARIO UN PROCESSO PIANIFICATO ("rigidamente") INVECE,
NELL'INSTALLAZIONE, GESTIONE, MANUTENZIONE, CONTROLLO DELLA STRUMENTAZIONE
DI BORDO,**

SIA QUELLA RELATIVA AL CONTROLLO DELL' EFFICIENZA E DELL' AFFIDABILITA' DELLA BARCA,

**SIA QUELLA RELATIVA AL MONITORAGGIO "IN TEMPO REALE" DEL CONTESTO AMBIENTALE
DELLA NAVIGAZIONE.**

**IL VIVERE L'IMPRESA, NEL TEMPO DELLA COMPLESSITA', "NEL TEMPO DELLA CRISI"
(krinein), NEL TEMPO DI QUESTA CRISI (rogna),**

**FINISCE CON L'INDURRE PROFONDI MUTAMENTI
ANCHE NEI RUOLI, NELLE GERARCHIE E NEL SISTEMA DELLE RELAZIONI
INTERNE ED ESTERNE "ALLA COMUNITA' IMPRESA" :**

**MUTA IL RUOLO DELL'IMPRENDITORE:
SI RIDUCE LA SUA "AUTOSUFFICIENZA E AUTOREFERENZIALITA'".**

**L'INTRAPRENDERE SI CONFIGURA SEMPRE DI PIU' COME UN' ATTIVITA'
IMPRESINDIBILMENTE, DIFFUSAMENTE "CONDIVISA".**

SE E' POSSIBILE COSI' ESEMPLIFICARE,

UN PO' COME NELL'ESERCIZIO DELLA PROFESSIONE MEDICA,

**PRIMA E DOPO IL FORMARSI DELLE SPECIALIZZAZIONI E DELL'ENORME SVILUPPO
DELLA STRUMENTAZIONE TECNOLOGICA A SUPPORTO DELLA DIAGNOSTICA.**

**MUTANO I TEMPI E LE MODALITA' DEL FORMARSI DEI PERCORSI DECISIONALI,
I PROTAGONISMI ALL' INTERNO DEGLI STESSI.**

**MUTANO LE GERARCHIE ORGANIZZATIVE NELLA DEFINIZIONE DELLE STRATEGIE E NELLA
GESTIONE OPERATIVA (dall'autorità al comando al sapere al comando),**

**MUTA L'IDEA DELL'AVVENTURA DELL'IMPRENDITORE E DELL'IMPRESA, COME DI UNA
SORTA "DI ARDIMENTOSO, INDIVIDUALMENTE COMPETITIVO, VOLO SOLITARIO".**

**CRESCHE PER L'IMPRESA IL BISOGNO/OPPORTUNITA' DI PORSI "IN RETE" CON ALTRE
IMPRESE:**

**E CIO' CONFIGURA, PER L'IMPRENDITORE, UNA CONDIZIONE NUOVA (relativamente
all'esercizio del suo ruolo e alla percezione anche psicologica del senso della proprietà) :**

**LE RETI TRA IMPRESE, INFATTI CONFIGURANO LA CONDIVISIONE DI "UNA QUOTA DI
SOVRANITA",**

**NELL'ESERCIZIO DEL GOVERNO DELL'IMPRESA, QUANDO NON NELLA PROPRIETA' DELLA
STESSA.**



MUTA, IN QUALCHE MODO, ANCHE LA PERCEZIONE DEL SENSO DELLA PROPRIETA':

SE PERSISTE L'IDEA DI UNA RELAZIONE, TRA L' IMPRENDITORE E LA PROPRIETA' DELL'IMPRESA, RELATIVAMENTE AL VALORE ECONOMICO DELLA STESSA',

CONTEMPORANEAMENTE SI FA STRADA L' IDEA DI UNA SORTA DI PROPRIETA' DIFFUSA,

RELATIVAMENTE AI CONTENUTI DEL SUO VALORE IMMATERIALE, "AL SAPERE E AL SAPER FARE" DELL'IMPRESA,

ANCHE A FRONTE DEL CRESCERE, NEI SUOI CONFRONTI, DELLA DOMANDA DI ESERCIZIO DI UN RUOLO DI RESPONSABILITA' SOCIALE ,

CHE CONFIGURA RELAZIONI TRA IMPRESA E PORTATORI DI INTERESSE A CRESCENTE COMPLESSITA'.



**DUNQUE, TRA LE IMPRESE,
NEL TEMPO DELLA CRISI,
SI DIFENDE MEGLIO,
CHI AGGIORNA CONTINUATIVAMENTE:
LIBERA E CREATIVA VISIONE DI SE' E DEL PROPRIO RUOLO,
LIBERA E CREATIVA VISIONE DI CONTESTO,
LIBERO E CREATIVO ATTEGGIAMENTO STRATEGICO;
CHI COLTIVA QUOTIDIANAMENTE:
RIGOROSA E "TECNOLOGICAMENTE" ADEGUATA
STRUMENTAZIONE DI VIAGGIO.**

DI STRATEGIA E STRUMENTAZIONE ABBIAMO ARGOMENTATO.

IL CONTESTO, I CONTESTI :

DUE INTERROGATIVI:

1°) COME, PER L'IMPRESA (nel tempo di questa crisi),

PORSI IN "ASCOLTO" SINTONIA E PROATTIVITA' RISPETTO

ALL'EVOLUZIONE DI UNA SERIE DI SCENARI POSSIBILI,

AUSPICABILMENTE, TRA DI LORO, CONVIVENTI E "CONNIVENTI",

PER LA RICONQUISTA, O LA RICOSTITUZIONE DI UNO "STATO ARMONICO "

TRA INTRAPRENDERE, TEMPO E CRISI?

2°) QUALI TRA GLI SCENARI PARREBBERO MAGGIORMENTE COERENTI

PER LA RIPRESA,

"SE NON DI UN GALOPPO, DI UNO SPEDITO PASSO, DIFFERENTEMENTE ARMONICO" ?

1°SCENARIO/CONTESTO

LA RELAZIONE DA RIPROGETTARE

TRA SVILUPPO E SOSTENIBILITÀ (dal punto di vista ambientale, delle compatibilità rispetto alle risorse disponibili, dal punto di vista culturale, sociologico, etico.....),

ANCHE ALLA LUCE DELLA RICERCA E DELL'AVVIO DI ANALISI E SPECULAZIONI SULLA PROSPETTIVA DELLA COSIDDETTA

“DECRESITA” (intesa nella sua concezione meno radicale, come dinamiche, contenuti e modalità, qualitativamente differenti e sostenibili, dello sviluppo).

LIMITANDOCI ALL' ENUNCIAZIONE DI UN TITOLO

RISPETTO A UN TEMA

CHE PARE OGGI,

DAL PUNTO DI VISTA DELLA RICERCA

E DEL CONFRONTO TRA VISIONI,

ANCORA IN CAMMINO VERSO UNA SUA MATURITA'.

2° SCENARIO/CONTESTO

UNA CONIUGAZIONE NUOVA TRA:

MERCATO E SOLIDARIETA';

TERRITORIALITA' E GLOBALIZZAZIONE;

COMPETIZIONE E CONDIVISIONE;

PERSONA E COMUNITA'.

OLTRE VISIONI

“TROPPO CORTE, GRANDANGOLARI ” (e perciò deformate),

PROPRIE DI UN LOCALISMO SENZA ORIZZONTI,

O, AL CONTRARIO,

“TROPPO LUNGHE, ZOOMMATE” (e perciò sfuocate),

PROPRIE DI UN UNIVERSALISMO SENZA RADICI.

FORSE SU QUESTO TERRENO, IN PARTICOLARE,

IL MODELLO DI IMPRESA COOPERATIVO SI GIOCA LA SCOMMESSA DEL SUO FUTURO OFFRENDOSI COME OPPORTUNITA', UTILMENTE FRUIBILE,

IN PARTICOLARE IN ALCUNI CAMPI:

UTENZA, SERVIZI ALLA PERSONA E ALLE IMPRESE, CONCORSUALI, SUSSIDIARI, RISPETTO AD ATTIVITA' GESTITE DAL PUBBLICO:

INSOMMA OVUNQUE LA PERSONA E IL SUO SAPERE CONTINO PIU' DEI SOLDI.

LA COOPERATIVA (modello di impresa presente in tutte le economie, quelle evolute come quelle in via di sviluppo, e con forme fondamentalmente analoghe)

CON LE SUE CARATTERISTICHE DI RADICAMENTO TERRITORIALE, DI APPARTENENZA ALLA STORIA DI UNA COMUNITA',

CON LA RIGOROSA CONSERVAZIONE E TRASMISSIONE INTERGENERAZIONALE DEL SUO PATRIMONIO (materiale e immateriale) INDIVISIBILE,

CON LA SUA CONCEZIONE DI PROPRIETA' DELL'IMPRESA CHE E' PIU' FUNZIONE DI GOVERNO CHE ESERCIZIO DEL POSSESSO:

HA DI FRONTE A SE' LA SFIDA DELLA CONIUGAZIONE DELLA SUA NATURA E DELLA SUA STORIA,

CON L'ORDITURA DI RETI E PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE.

NOI, I COOPERATORI DI QUESTA GENERAZIONE, MA ANCOR PIU' QUELLI DELLA PROSSIMA,

AI QUALI CONSEGNEREMO IL PATRIMONIO,

IERI DI CHI CI HA PRECEDUTO,

OGGI NOSTRO,

DOMANI LORO,

DOPODOMANI DI UN'ALTRA GENERAZIONE,

TUTTI ABBIAMO DI FRONTE LA SFIDA "DEL VOLO DEL CALABRONE".

(i nostri critici dicono che l'assenza di una proprietà "forte" e immediatamente tangibile, la laboriosità e le conseguenti potenziali debolezze della sua governance, le difficoltà nel perseguire efficienza, la sua non contendibilità: costituirebbero vincoli che, insieme ad altri, renderebbero "impossibile", per la cooperativa, in futuro, il suo volo)



Baldini Castoldi Dalai ed.

“IL CALABRONE SECONDO LE LEGGI DELLA FISICA E DELLA DINAMICA NON POTREBBE VOLARE” .

IN REALTA’ NON SOLO VOLA A OGNI LATITUDINE ,

MA, LA SINGOLARE ARMONIA DEL SUONO DEL SUO “IMPROBABILE” VOLO, HA ISPIRATO A RIMSKIJ KORSAKOV UNA MUSICA (il volo del calabrone)

REINTERPRETATA IN TUTTO IL MONDO IN MOLTEPLICI E DIVERSE VERSIONI STRUMENTALI.



(riprendendo sugli scenari) 3° SCENARIO/CONTESTO

L' ORIZZONTE EUROPA

E LE CONSEGUENTI RESPONSABILITA' / OPPORTUNITA':

IN UN CONTESTO DI CRESCENTE COMPETIZIONE TRA DIFFERENTI AREE DEL MONDO;

**TRA DIFFERENTI MODELLI DI RELAZIONE TRA POLITICA, ASSETTI ISTITUZIONALI,
ECONOMIA;**

TRA DIFFERENTI MODELLI DI WELFARE;

TRA DIFFERENTI MODELLI ISPIRATORI DI POLITICHE ECONOMICHE E FISCALI,

TRA DIFFERENTI MODELLI DI SVILUPPO INDUSTRIALE:



L'EUROPA (attualmente, e ancora per un po' di tempo, il più grande mercato di consumatori),

HA DI FRONTE A SE' UNA SCELTA:

ESSERE SOLTANTO TEATRO DI COMPETIZIONE

PER GLI EUROPEI TRA DI LORO

E PER LE GRANDI AREE DEL MONDO TRA DI LORO E CON GLI EUROPEI,

O ESSERE ATTORE

NELLA COMPETIZIONE TRA GRANDI AREE DEL MONDO.

L'EUROPA:

QUELLA DELLA PERCEZIONE DIFFUSA CHE LA IDENTIFICA CON MOLTI VINCOLI E POCHE OPPORTUNITA' (l' Europa degli "eurocrati", della misura dei baccelli, della babele delle lingue politiche ed economiche, "dell'euro che ci ha rovinato!"),

PUO' ESSERE SOLO E SEMPLICEMENTE UN MERCATO APERTO, IL PIU' GRANDE.

L'EUROPA, QUELLA DEI "VISIONARI PADRI FONDATORI",

SE I SUOI "SOCI" (i popoli e i governi) UN GIORNO LO DECIDERANNO,

INTEGRANDO, CON ATTI DI LUNGIMIRANZA POLITICA E DI GENEROSITA' INTELLETTUALE, NEI CONFRONTI DELLE FUTURE GENERAZIONI,

ISTITUZIONI, RICERCA, ECONOMIA, DIFESA,

PUO' DIVENIRE SOGGETTO PROTAGONISTA, COESO E POSITIVAMENTE, CONSAPEVOLMENTE INCLUSIVO,

DEI MUTAMENTI DEL PIANETA TERRA.

4° SCENARIO/CONTESTO

“LA TERRA COME LUOGO DELL’ ETICA DELL’OSPITALITA”:

ZYGMUNT BAUMAN

NEL SUO RECENTE “L’ETICA IN UN MONDO DI CONSUMATORI”

**RIPRENDE E COMMENTA UNO SCRITTO DI E. KANT DEL 1784 “CHE COS’E’
L’ILLUMINISMO?”**

**“KANT (scrive Bauman) FACEVA NOTARE CHE IL PIANETA IN CUI VIVIAMO E’ UNA SFERA,
E RIFLETTEVA SULLE CONSEGUENZE DI QUELLA OSSERVAZIONE CHIARAMENTE
BANALE,.....**

.....(e cioè) CHE NON ABBIAMO

(certamente allora, ma probabilmente ancora per molto tempo da oggi)

ALTRO POSTO DOVE ANDARE

**E CHE DUNQUE SIAMO DESTINATI A VIVERE L’UNO DI FIANCO ALL’ ALTRO E L’UNO IN
COMPAGNIA DELL’ALTRO”.**

**“MUOVENDOCI SU UNA SUPERFICIE SFERICA,
SE CERCHIAMO DI ALLONTANARCI DA UN LATO,
INEVITABILMENTE CI AVVICINIAMO ALL’ALTRO.
QUALUNQUE TENTATIVO DI ACCRESCERE UNA DISTANZA
E’ DESTINATO INVARIABILMENTE A ESSERE FRUSTRATO.
.....E DUNQUE LA NATURA CI IMPONE
DI CONSIDERARE L’OSPITALITA’ COME IL PRECETTO SUPREMO.....
(e dunque).....SE L’ETICA
E’ UNA CREAZIONE DELLA RAGIONE,
COME KANT DESIDERAVA CHE FOSSE,
ALLORA L’OSPITALITA’ E’
– DEV’ESSERE O DEVE DIVENTARE PRIMA O POI –
LA PRIMA REGOLA DI CONDOTTA DELL’UOMO”**

CONCLUDENDO:

Passeggero (imprenditore):

“DUNQUE MOSTRATEMI L’ALMANACCO PIU’ BELLO CHE AVETE”

Venditore:

“ECCO ILLUSTRISSIMO COTESTO VALE TRENTA SOLDI”

Passeggero:

“ECCO TRENTA SOLDI”

Venditore:

“GRAZIE, ILLUSTRISSIMO: A RIVEDERLA”

Giacomo Leopardi



**IN VERITA'!?,
("che resti fra di noi"),
ESISTONO:**

UN SECONDO !!,

UN TERZO!!!,

UN QUARTO!!!!

UN !!!!!!!.....(n)

ANGOLO/I

DAL QUALE GUARDARE

LE COSE.....E...?????????.....

