

Il sociologo Magatti indaga il mondo delle aziende dopo l'addio della vecchia élite industriale. Le divide in cinque gruppi: il più dinamico è il 22% rivolto al mercato globale e ai tessuti locali

Quant'è solo l'imprenditore innovativo (e non è detto che sia proprio un male)

Capitalismo

di DARIO DI VICO

«**L**a sparizione dell'élite industriale del dopoguerra ha lasciato un vuoto che non è stato ancora colmato. L'Italia ha molte imprese di qualità in grado di competere ottimamente nel mondo, che mancano, però, della consapevolezza di una comune cultura e della sua condivisione, prima ancora che di strategie collaborative». Con questo giudizio scritto quasi in chiusura del volume che ha curato (*La nuova borghesia produttiva*, Guerini e Associati), il sociologo Mauro Magatti offre al lettore una chiave interpretativa «forte» del mancato ricambio dell'establishment italiano che, dagli ormai lontani tempi di Gianni Agnelli ed Enrico Cuccia, è sempre alla ricerca di un nuovo centro di gravità permanente. Le multinazionali tascabili sono state e rappresentano tuttora uno straordinario modello di business, hanno salvato il Paese con l'export negli anni della Grande Crisi, ma non hanno prodotto — sottolinea Magatti — una densità culturale di sistema.

¶

Il volume giunge alle conclusioni in maniera corretta perché parte da un'ampia indagine su un campione di 1.500 imprese realizzata in collaborazione con Unioncamere e ci regala in definitiva almeno due «prodotti» di grande interesse. Il primo è una mappatura dell'universo delle imprese italiane classificate attraverso la loro cultura, la relazione con il mercato e l'apertura ai flussi dell'economia globale. Il secondo è una riflessione più di carattere teorico sulle trasformazioni delle élite italiane che arriva alle conclusioni anticipate sopra.

Cominciamo dalla mappa che suddivide le imprese in cinque gironi a partire da quella che viene definita «avanguardia», ovvero le aziende che registrano risultati superiori alla media in tutti gli indici. È un raggruppamento tutto sommato nutrito perché vale il 22% del campione ed è composto da imprenditori aperti ai mercati internazionali, all'interazione con il territorio locale e alla collaborazione con altre imprese/enti. Il primato, nella classificazione di Magatti, lo conquista perché guarda più alla produzione di benessere economico e sociale, tende

a una cultura produttiva basata su qualità, bellezza e sostenibilità e fa prevalere questi obiettivi alla mera massimizzazione del profitto. In questo comparto abbondano le aziende meccaniche, sono sotto-rappresentate invece quelle alimentari, la taglia è per lo più media e territorialmente sono dislocate al Nord.

Il secondo gruppo di imprese vale il 17% del totale e presenta i risultati peggiori dal punto di vista finanziario. «Opera su una strategia difensiva, shortermista e cieca rispetto all'apporto che il contesto può dare», scrivono i ricercatori. Sono dunque imprese chiuse che spesso finiscono per muoversi sul mercato in omaggio alla sola competizione sul prezzo.

Tra i due estremi, le avanguardie e il drappello di coda, troviamo altri tre gruppi intermedi che risultano aperti ma solo selettivamente. Un segmento è più internazionalizzato e di fatto *export dependent*; il secondo molto territorializzato, ma con performance tutto sommato mediocri; e, infine, il terzo aperto al solo contesto relazionale, in una logica da clan degli industriali.

Al di là però della classificazione adottata e della esatta diagnosi delle differenze, il lavoro di Magatti farà discutere per le considerazioni finali scritte con Laura Gherardi. La domanda che arriva è sicuramente stimolante: perché le avanguardie di cui abbiamo parlato, con tutte le valenze di cui sopra, non si sono trasformate in una rinnovata borghesia che sapesse raccogliere il testimone lasciato sul terreno dai vecchi poteri forti? Si può aggiungere: perché un elevato grado di contaminazione internazionale non si trasforma quasi mai in un patrimonio da reinvestire in patria in termini sistemici? La risposta implicita del sociologo milanese sta nella descrizione di una sorta di «solitudine dell'imprenditore innovativo», riluttante all'idea di poter creare valore nella relazione con gli altri soggetti presenti sul territorio e più in generale con il mondo istituzionale.

Una solitudine che Magatti misura nella mancanza di reti e di aggregazioni, nella debole formazione, nella lotta senza speranze contro la burocrazia. «Ma questa carenza — avverte — è un problema cruciale, perché diventa difficile immaginare come il sistema imprenditoriale italiano possa compiere significativi passi in avanti in uno scenario globale dove la competizione non è solo tra singole imprese, ma tra interi settori, intere economie, interi territori e visioni del mon-

do». Se si continuerà a viaggiare in solitaria andremo incontro a una pura e semplice selezione naturale e — anche se gli autori non lo dicono esplicitamente — diverse di quelle multinazionali tascabili inevitabilmente passeranno in mano agli stranieri.

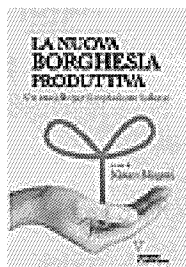
¶

Leggendo le considerazioni di Magatti viene di tentare un intreccio — inevitabilmente anarchico — tra l'approccio rigoroso contenuto nel volume e alcune biografie di imprenditori innovativi che calcano la scena. Mi chiedo se la riluttanza a ragionare in termini sistemici e la lontananza dall'associazionismo dei Marchionne, dei Del Vecchio o di *new entry* come Oscar Farinetti di Eataly o Federico Marchetti di Yoox — solo per limitarsi ad alcuni casi — siano così negative. Se invece la loro azione di rottura verticale non abbia alla fine prodotto maggiori ricadute positive di una certosina — ma necessariamente orizzontale — azione di legatura. Mi sono anche trovato a tentare di incasellare un percorso come quello di un manager come Andrea Guerra, che dalle multinazionali italiane di successo transita per un incarico governativo a termine e poi se ne ritorna nel privato per lanciare una sfida globale, e onestamente non ci sono riuscito.

La sensazione che ne ho ricavato però è che di fronte alle profonde discontinuità di questa fase (il post-crisi, il digitale e per l'Italia il recupero del ritardo manifattura-distribuzione) non avremo a breve un'élite di rimpiazzo. Procederemo per un lungo tratto ancora a strattoni.



i



MAURO MAGATTI
(a cura di)
**La nuova borghesia
produttiva.**
**Un modello
per il capitalismo italiano**
Con i contributi di Gianluca
Argentin, Michele Arnaldi,
Patrizia Cappelletti, Laura
Gherardi, Giovanni Lanzone,
Mauro Magatti, Luigi Serio,
Cesare Silla
GUERINI E ASSOCIATI
Pagine 164, € 16,50



Pawel Althamer (Varsavia,
1967), *Self-portrait
as a businessman* (2002,
installazione mixed media,
particolare) Londra, Tate Gallery