



Armando Verdiglione

La rivoluzione dell'imprenditore

Intervista a cura di Anna Spadafora

Prefazione di Marco Maiocchi

Anno edizione: 2017

ISBN: 978-88-85806-03-0

prezzo: € 20

pagine: 194

formato: brossura

collana: *l'alingua*

IL LIBRO

"Ben venga questa profonda e acuta intervista ad Armando Verdiglione, che smantella il meccanicismo del fare l'imprenditore e gli restituisce quello statuto intellettuale, libero, che non ha bisogno del riconoscimento altrui e non accetta il luogo comune"

(dalla prefazione di Marco Maiocchi, fisico, matematico, imprenditore, docente di disegno industriale al Politecnico di Milano)

"Oggi la rivoluzione dell'imprenditore di cui parla Verdiglione passa attraverso la cultura e l'arte. Una buona mistura d'innovazione intellettuale e d'innovazione tecnologica è il mix d'innovazione su cui la nobiltà dell'imprenditore e il suo permanere sul mercato si giocheranno in futuro"

(intervento di Roberto Ruozi, economista, già rettore dell'Università Bocconi, alla presentazione del libro)

Questo libro può divenire la base per la rivoluzione intellettuale dell'impresa in Italia e in Europa. Offre strumenti d'intelligenza e di lucidità agli imprenditori, che non hanno bisogno di essere assimilati e mortificati nella loro particolarità e nel loro rischio per aderire a modelli ideali d'impresa, e che possono trovare una bussola nel mare magnum della rivoluzione digitale, Industria 4.0.

Nel libro, i lettori troveranno la risposta a questioni, oggi, irrimandabili. Perché, nonostante il nostro paese abbia il più alto tasso d'imprenditorialità del pianeta, gravano ancora tanti pregiudizi su chi corre il rischio d'impresa? Che ne è dello statuto dell'imprenditore nelle richieste incessanti di adeguamento a normative europee, nazionali e regionali basate su modelli industriali standard, assolutamente distanti da un tessuto economico costituito al 95% da aziende medio-piccole?

La rivoluzione dell'imprenditore è la rivoluzione intellettuale dell'Italia, paese di arte e di cultura, paese di scienza e d'ingegno, che non può più prendere a prestito un'ideologia d'impresa, intrisa di luoghi comuni, che minaccia la fine dell'impresa, ne promette la salvezza, mentre in realtà giova agli assetti che si profilano in Europa e nel pianeta.

L'AUTORE

Linguista, scrittore e imprenditore culturale, ha fondato, fin dai primi anni settanta, case editrici, musei, associazioni e fondazioni, società per il turismo culturale e artistico. Ha elaborato una scienza nuova, la cifrematica (la scienza della parola), e ha lanciato il progetto del "secondo rinascimento", costituendo una rete internazionale di scrittori, poeti, artisti, scienziati, filosofi, giuristi, economisti, imprenditori. Promuove occasioni di parola libera in tutto il pianeta. Trentacinque sono i suoi libri, tradotti in molti paesi, dall'Europa al Giappone alla Russia all'America Latina, centinaia gli articoli apparsi su riviste, libri d'arte e Atti di congressi e convegni.

IL LETTORE

Chi è interessato all'avvenire dell'impresa.

Gl'imprenditori non sono una categoria sociale e professionale, ma uomini e donne che pensano, leggono, s'informano, viaggiano, compiono una battaglia ciascun giorno per la qualità della vita nell'ambiente di lavoro, e non solo, e per la valorizzazione delle eccellenze dei loro prodotti e servizi, avvalendosi sì delle nuove tecnologie, ma senza farne la panacea per la soluzione di tutti i problemi.

A questi imprenditori è dedicato questo libro, perché ciascuno di loro possa dare un contributo alla città e alla civiltà, senza più accettare nessun genere di conformismo del pensiero, nessun ideale di società, di città, d'impresa, di vita, a scapito di un altro.

INDICE DEL LIBRO

Prefazione di Marco Maiocchi

Introduzione di Anna Spadafora

1. *Lo statuto dell'imprenditore*
2. *La rivoluzione intellettuale*
3. *Il progetto e il programma*
4. *Il manager e l'imprenditore*
5. *Il malinteso come base della vendita*
6. *I dispositivi della squadra*
7. *Il brainworking dell'impresa*
8. *L'impresa che diviene capitale*
9. *Come la poesia genera l'impresa*
10. *Uomo o donna?*
11. *Il processo intellettuale dell'impresa*
12. *Il cervello dell'impresa*

INTRODUZIONE AL LIBRO di Anna Spadafora

Quale rivoluzione è in atto nelle piccole, medie e grandi imprese italiane? La terza, come sostiene Jeremy Rifkin, o la quarta, quella che è stata definita già nel 2011, alla fiera di Hannover, dalla multinazionale di ingegneria e elettronica Robert Bosch GmbH, *Industry 4.0*, la rivoluzione digitale?

In occasione del World Economic Forum 2016 (20-24 gennaio, Davos), il presidente Klaus Schwab, a proposito della "quarta rivoluzione industriale", affermava che "ci troviamo sull'orlo di una rivoluzione tecnologica che modificherà profondamente il nostro modo di vivere, di lavorare e di relazionarci l'uno con l'altro" e annunciava che "nella sua scala, nei suoi possibili esiti e nella sua complessità rappresenterà qualcosa che il genere umano non ha mai sperimentato in precedenza"; per questo non aveva dubbi: "La risposta che dobbiamo dare deve essere condivisa e inclusiva,

ASSOCIAZIONE AMICI DI SPIRALI

deve coinvolgere, su scala globale, tutti gli attori economici, politici e sociali: dal pubblico al privato; dal mondo accademico alla società civile”.

E, prontamente, i governi di tutti i paesi del G20 si sono allineati, mettendo a punto azioni mirate a fare fronte alla “quarta rivoluzione industriale”. Così, il nostro Ministero dello sviluppo economico ha annunciato che renderà disponibili 23 miliardi di euro in quattro anni, indispensabili per “rivoluzionare il sistema produttivo italiano”.

Tra parentesi, di questa rivoluzione tecnologica aveva già parlato l’economista del Club di Lisbona Emilio Fontela, nel suo libro *Sfide per giovani economisti* (Spirali, 1997), in cui si chiedeva, tra l’altro, se la finanza globale potesse “finire per provocare una crisi mondiale come quella degli anni trenta”. Purtroppo, la realtà è andata ben oltre ogni ipotesi.

Come accade spesso, anche in questa nuova corsa verso una presunta svolta epocale, l’Italia è considerata “fanalino di coda”. Lo ribadiva con decisione lo stesso Rifkin, nel suo intervento al Forum della PA (Roma, 24 maggio 2016): “L’Italia deve saper valorizzare le proprie eccellenze virando verso il digitale, e deve fare in fretta, cambiando le proprie priorità: i mezzi per farlo ci sono già tutti”. A tale incitamento il visionario americano faceva seguire l’indiscutibile giustificazione della minaccia per la specie umana: “La risposta ai cambiamenti climatici, all’ecosistema in difficoltà, alla distribuzione della ricchezza a dir poco squilibrata, a una crisi economica che non ha dato tregua per anni, è la *sharing economy*, l’economia a costo marginale zero. È un’economia basata sull’Internet delle cose, l’unica soluzione che può, in breve tempo, salvare una specie, quella umana, che altrimenti potrebbe non vedere la fine del secolo”.

Ma, nonostante gli scenari apocalittici prospettati per le imprese italiane, nel caso non aumentino la loro corsa verso l’adeguamento ai parametri di Industria 4.0 – dopo essersi adeguate ai parametri di Basilea 1, 2 e 3 e agli standard europei –, siamo sicuri che sia così necessario “rivoluzionare il sistema produttivo italiano”? E, sopra tutto, siamo sicuri che gli imprenditori italiani abbiano atteso le direttive tedesche per introdurre la più avanzata tecnologia nelle loro aziende se la ritenevano indispensabile per il loro business? Certo, il tentativo di mettere in ginocchio le piccole e medie imprese – che non si rassegnano a “fare sistema”, e questo è un loro pregio, non un difetto – attraverso modelli di standardizzazione, più o meno imposti, è sempre in agguato: troppe volte sono stati spacciati come strumenti per la trasformazione prodotti di cui alcune multinazionali avrebbero (o avrebbero voluto) inondare il mercato. Oggi sembra che tutti debbano letteralmente tuffarsi nel mare magnum di Industria 4.0, nell’Internet delle cose, sembra che tutto il patrimonio scientifico, tecnico, d’invenzione e di arte, specifico di ciascuna impresa, debba essere spazzato via per lasciare il posto a “qualcosa che il genere umano non ha mai sperimentato”, secondo lo scenario da *Blade Runner* descritto dal presidente del WEF.

Per fortuna, tra gli imprenditori, troviamo uomini e donne che pensano, leggono, s’informano, donne e uomini in viaggio, che compiono una battaglia ciascun giorno per la valorizzazione delle eccellenze, avvalendosi sì delle nuove tecnologie, ma senza farne la panacea per la soluzione di tutti i problemi. E questi imprenditori, lungo il loro viaggio, che è un viaggio intellettuale, prenderanno presto le distanze dalle sfilze di proclami che giovano soltanto ai nuovi assetti che stanno per nascere in Europa e nel pianeta. Non importa la dimensione delle loro imprese (grandi, piccole o medie) perché, come precisa Armando Verdiglione in questo libro intervista, la dimensione è sempre intellettuale. Importano invece gli strumenti per affrontare la trasformazione e ciascuna questione, con il ragionamento, secondo la logica particolare nella vita di ciascuna azienda, anziché seguendo luoghi comuni, modelli ideali e standard, che mortificano la particolarità e l’ingegno e impediscono la differenza e la varietà, da cui nasce la vera ricchezza.

Ma in che modo gli imprenditori possono acquisire strumenti di analisi, di lucidità e d’intendimento per la loro rivoluzione? E qual è la rivoluzione dell’imprenditore oggi? L’ho chiesto a Armando Verdiglione, non solo in quanto imprenditore (fondatore, nel 1973, di Spirali, casa editrice che ha pubblicato in Italia libri di dissidenti di vari paesi e di varie materie, che altri editori avevano rifiutato con vari pretesti), ma anche in quanto lettore di sant’Agostino, di Niccolò Machiavelli, di Dante Alighieri, di Ludovico Ariosto, di Leonardo da Vinci, di Giambattista Vico e di

ASSOCIAZIONE AMICI DI SPIRALI

altri autori che costituiscono le radici culturali, artistiche e scientifiche dell'ingegno italiano, da cui procede l'impresa, anche in altri paesi.

L'ho chiesto a Armando Verdiglione, perché è constatabile lo sforzo d'intendimento che egli compie per restituire nella sua lettura testi complessi, testi di scrittura dell'esperienza con cui egli si confronta sia come autore sia come psicanalista. Mentre è inaccettabile la faciloneria con cui un'ideologia diffusa dalle cattedre di alcune facoltà di sociologia attacca il cosiddetto "capitalismo molecolare" italiano, proponendo, al suo posto, la società circolare della *sharing economy*. Un'ideologia che definisce "pulviscolo dell'economia diffusa" le piccole e medie imprese, senza contare che rappresentano circa il 95 per cento del tessuto industriale del nostro paese.

È inaccettabile anche l'incultura che passa attraverso i corsi organizzati da alcune associazioni di categoria, che si propongono di fornire strumenti nuovi per la gestione dell'impresa, mentre, in realtà, riciclano arcaismi appartenenti alla psicologia ottocentesca, rivisitati in chiave manageriale.

Leggiamo la presentazione di uno dei tanti corsi di *Time management* proposti da un'associazione di categoria per il 2017 agli imprenditori associati: la promessa è quella che impareranno "a gestire tanto il proprio tempo a disposizione quanto lo stress" e addirittura a "comprendere in che modo il cervello influenzi la percezione del tempo", nonché "a tenere sotto controllo gli elementi di distrazione e di disturbo" e "a dominare stress e tensioni fisiche o psicologiche per riuscire a mantenere un equilibrio tale da reggere i ritmi intensi senza fatica".

Ma, ammesso che tali mirabolanti promesse siano attendibili, perché gl'imprenditori dovrebbero assumere tra le priorità quella di "reggere ritmi intensi senza fatica"? E quale imprenditore, dinanzi al rischio assoluto della riuscita, si preoccupa del proprio cosiddetto benessere psicofisico? Quanta ideologia – New Age, misticismo, spiritualismo, transumanesimo, postumanesimo – passa attraverso queste attività formative, con il pretesto di aumentare le cosiddette "prestazioni mentali"? Ma quanti, prima di cercare di aumentarle o di gestire lo stress e il tempo, s'interrogano intorno alla "mente", allo "stress", al "tempo"? Purtroppo, invece, alcuni formatori immaginano imprenditori bisognosi delle loro cure (intese come terapie), difettosi, incapaci di gestire l'azienda senza ammalarsi, quindi immaginano lo stress come male da estirpare e l'equilibrio come bene da raggiungere. E l'impresa è presentata come il palcoscenico dell'eterna lotta fra il bene e il male, da cui essi naturalmente permettono al bene di uscire vincente. Tutto questo senza alcuna interrogazione intorno a questioni così complesse, accontentandosi di definire le cose soltanto in termini di bene e di male.

Eppure, non dev'essere così facile stabilire che cosa sia, per esempio, il "tempo", se grandi filosofi e scienziati di tutte le epoche si sono arrovellati per dirne qualcosa d'interessante, lasciando la questione aperta.

Questa incultura spacciata nelle aziende come quintessenza della modernità è inaccettabile e, oggi più che mai, occorre che l'imprenditore acquisisca strumenti di lucidità e d'intelligenza, perché non ha bisogno di baloccarsi fra le griglie del comportamentismo di turno. Forse qualcuno potrà trovare inconsueto l'accostamento fra l'imprenditore e l'intellettuale, se l'intellettuale è inteso come chi se ne stia lontano dalla città e dall'impresa, emettendo giudizi e sentenze basate soltanto sulle proprie indagini in "atmosfera protetta". Ma se l'intellettuale è ciascuno, come statuto della parola, se è chi non accetta nessun genere di conformismo del pensiero, nessun ideale di società, di città, d'impresa, di vita, allora non ha bisogno di svolgere uno dei cosiddetti mestieri intellettuali per divenire intellettuale, ma di leggere, d'interrogarsi, d'indagare ciascun aspetto dell'esperienza, facendo.