

Sviluppo e responsabilità. Oggi in Parlamento la presentazione del Rapporto annuale della Fondazione per la sussidiarietà

Quanto è grande la piccola impresa

di **Bernhard Scholz** *

L'andamento negativo dell'economia è mondiale, ma ci chiama tutti alla responsabilità per cogliere il lato migliore di quello che De Rita ha recentemente identificato come "stress da crisi", volendo significare il possibile effetto positivo di un evento negativo di cui il nostro Paese ha colpe minime. Ma da dove ripartire e da dove prendere le forze per affrontare una crisi della quale non si conoscono ancora le reali dimensioni e la durata? La risposta può essere solo una: dalla persona e dalla sua capacità di lavorare insieme. Che questo sia possibile lo dimostrano le centinaia di migliaia di piccole e medie imprese che hanno saputo cogliere le sfide dell'introduzione dell'euro, dell'11 settembre e della globalizzazione.

Già molti anni prima, nel quinquennio 1968-1973 che si può ricordare per gravi fatti sociali ed economici - autunno caldo, shock petrolifero, inflazione galoppante e inizio del terrorismo - silenziosamente e con molta fatica, in un entroterra sociale poco di moda, si stava mettendo a punto una versione aggiornata, riveduta e corretta, del fare impresa. Da quel lavoro nacque qualche anno dopo il fenomeno dei distretti industriali e del "made in Italy", che segnarono la seconda fase di sviluppo del Paese, quella degli anni 80.

Come viene evidenziato in una ricerca della Fondazione per la sussidiarietà, «Sussidiarietà e piccole e medie imprese», che verrà presentata stamani alla Camera dei deputati (presenti i ministri *Renato Brunetta* e *Maurizio Sacconi* e *Renato Brunetta*, i parlamentari *Massimo D'Alema*, *Enrico* e *Maurizio*

Lupi e il sindaco di Roma *Gianni Alemanno*, ndr) ancora più che allora gli imprenditori chiedono non solo di essere sgravati da obblighi burocratici e da una pressione fiscale mortificante, ma dimostrano anche una forte propensione a valorizzare e a coinvolgere i propri collaboratori e a creare nuove forme di rete fra le imprese, sia a livello orizzontale sia al livello di partnership durature con fornitori e clienti. Il loro scopo non è una concorrenza di tipo "darwiniano", ma la creazione di valori e di ricchezza favorendo tutte le sinergie possibili. Creatività e capacità relazionali si evidenziano con chiarezza come punti di forza che indubbiamente non bastano, ma che costituiscono l'humus fertile sul quale possono crescere le imprese più forti anche in condizioni ambientali sfavorevoli.

* *Presidente di Compagnia delle Opere*