



CONFINDUSTRIA
Giovani Imprenditori

GENERAZIONE SVILUPPO

Imprese familiari:

crisi, mutazioni e futuro di un modello di successo

LE TESI DEI GIOVANI IMPRENDITORI

Santa Margherita Ligure, 3-4 giugno 2005

Relazione del Presidente

Matteo Colaninno

Cari amici,

la fabbrica dei primi del '900, il suo spirito imprenditoriale di frontiera, i suoi uomini e le sue donne sono all'origine delle fortune del nostro Paese. Sono i protagonisti del "miracolo" economico e sociale che ha trasformato l'Italia da terra di sola agricoltura e artigianato in potenza economica mondiale. Sono l'immagine-simbolo del XXXV Convegno di Santa Margherita Ligure: la fotografia di una comunità che crede nella forza del cambiamento, investe nell'innovazione, progetta un futuro migliore.

Oggi quella fabbrica - con i suoi successi e le sue contraddizioni - è definitivamente alle nostre spalle. Siamo di fronte ad una "curva della storia", ad un'altra rivoluzione industriale e tecnologica che sta trasformando la geografia delle produzioni. Ma lo stesso coraggio, la stessa passione, la stessa capacità di costruire il proprio successo devono animare la nostra generazione di imprenditori nel momento in cui è chiamata ad affrontare la sfida più difficile: indicare un nuovo senso di marcia, un nuovo futuro di produzione e di sviluppo.

I principali indicatori economici segnalano oggi che **il nostro Paese sta attraversando una crisi senza precedenti**. L'Italia è "the real sick man of Europe" proclamava la copertina di metà maggio dell'Economist: "economia stagnante, imprenditori sfiduciati e riforme moribonde". Negli ultimi quattro anni abbiamo perso il 25 per cento della nostra competitività, cartina di tornasole della capacità dell'Italia di "stare" nel mercato globale.

Siamo in recessione. Ma le difficoltà italiane non sono un fenomeno congiunturale. Affondano le loro radici nelle scelte pubbliche e private

compiute negli ultimi vent'anni: scelte all'insegna della conservazione, del "tirare a campare".

Sarebbe però fuorviante e pericoloso certificare il "declino" dell'Italia industriale e imprenditoriale. **Il nostro Paese ha un patrimonio di imprenditorialità unico al mondo.** La voglia di intraprendere e il coraggio di rischiare sono nel nostro Paese le più alte d'Europa: ben il 18% degli italiani è imprenditore o lavoratore autonomo. Il nostro tasso di natalità imprenditoriale si colloca, ancor oggi, a livelli record in Europa. L'Italia può vantare, soprattutto, un nucleo di circa 4.000 medie imprese, capaci negli ultimi dieci anni di realizzare brillanti performance di crescita, internazionalizzazione e redditività. Dopo il lento ma inesorabile tramonto della grande industria, queste imprese a controllo familiare sono i nostri veri "campioni nazionali".

Il sistema produttivo italiano, tuttavia, si trova oggi ad affrontare il momento più difficile della sua esistenza. La maggior parte delle nostre imprese è figlia del boom economico degli anni '60. Ma nell'ultimo decennio è entrata in una fase storica di profondissima e irreversibile trasformazione, che colpisce l'Italia più che ogni altro Paese del mondo avanzato.

"Siamo passati da un mondo di orologi ad un mondo di nuvole" amava ripetere Popper: dal regno della razionalità e della sincronia a quello dell'imprevedibilità e della complessità, dalle rendite di posizione all'assenza di recinti.

E' impressionante - in un mondo così profondamente cambiato - l'immobilismo del nostro sistema industriale, la cui specializzazione produttiva è rimasta inalterata negli ultimi vent'anni. Nonostante la rivoluzione tecnologica che ha investito il mondo a partire dagli anni '90, continuiamo a

produrre beni ad alta intensità di manodopera e a basso valore aggiunto. Beni che abbiamo la certezza di non poter più produrre in modo competitivo nel futuro prossimo.

Come hanno fatto gli Stati Uniti negli anni '80, dobbiamo rivitalizzare oggi la nostra industria manifatturiera dopo i danni causati dalla crisi dell'ultimo decennio, che ha privato l'Italia di buona parte dei grandi gruppi imprenditoriali e ha portato lo scompiglio nella piccola impresa.

Partendo da due consapevolezza fondamentali, che devono diventare i “pilastri” di ogni strategia politica, imprenditoriale, finanziaria per il rilancio del sistema-Italia. **Anzitutto, è impensabile in Italia – come nell’intero mondo avanzato - fare a meno dell’industria**, delle sue economie di scala e dei suoi investimenti in innovazione, ricerca, sviluppo tecnologico, perché su di essa si regge in realtà anche lo sviluppo dei servizi e, dunque, l'intero sistema produttivo di un Paese avanzato.

Allo stesso modo, è impensabile in Italia fare a meno dell’impresa familiare. Essa ha rappresentato, anzi, un modello di successo nel panorama dell’impresa mondiale del ventesimo secolo e costituisce, negli anni duemila, la principale ancora di fronte ai rischi di deriva del capitalismo italiano.

Contrariamente a quanto è stato detto e scritto finora, **l’impresa familiare non è affatto “un’anomalia” del nostro Paese.** A livello mondiale, secondo le stime più accreditate, le imprese di famiglia rappresentano tra il 65 e l’80% del totale delle aziende. Paradossalmente il Paese delle public companies – gli Stati Uniti - è quello a maggior diffusione delle imprese familiari. Se in Italia rappresentano il 90% delle imprese, negli Usa raggiungono addirittura quota 96%.

La particolarità italiana consiste, piuttosto, in un dato essenziale: nel nostro Paese – molto più che negli Usa e nel resto del mondo avanzato – **impresa familiare non è affatto sinonimo di piccola impresa**. Tra i primi 150 gruppi italiani per fatturato, il 44% è controllato da una o più famiglie.

Ma dobbiamo avere il coraggio di liberarci di un altro feticcio. **La cultura economica internazionale ha considerato per decenni la famiglia come elemento di “disturbo” rispetto ad una efficiente gestione dell’impresa**.

L’impresa familiare è stata per decenni una **“realtà senza volto”**, una straordinaria ricchezza economica privata della sua identità culturale, nella convinzione che fosse destinata a scomparire nell’era del turbo-capitalismo globale. “Il capitalismo dinastico è destinato al tramonto” scriveva nel 1967 uno dei più apprezzati economisti del pianeta, John Kenneth Galbraith.

Mai profezia si rivelò più sbagliata. Negli ultimi anni - a partire dagli Stati Uniti - le imprese familiari sono state oggetto di una forte “rivalutazione culturale”, rispetto ad un “capitalismo manageriale” nel quale la mancanza di controllo della proprietà sul management ha talvolta danneggiato le imprese, guidate da professionisti preoccupati soprattutto di massimizzare i risultati a brevissimo termine - e quindi i loro profitti personali - a discapito della sopravvivenza e dello sviluppo delle aziende stesse.

Nel mondo imprenditoriale, nella comunità scientifica, tra gli opinion maker si sta facendo largo l’idea che creare valore per gli azionisti non sia l’unica strategia possibile di un’impresa. Le nostre aziende familiari sono state capaci nei decenni di creare anche e soprattutto valore per le aziende stesse: crescita, investimenti, occupazione. E come dimostra il professor Faini, non è possibile sostenere da un punto di vista teorico né sotto il profilo empirico che

il modello della public company garantisca performance di crescita superiori a quelle dell'impresa familiare.

Come Giovani Imprenditori, come imprenditori giovani, dobbiamo avere l'orgoglio e il coraggio di affermare che **le famiglie imprenditoriali sono oggi il “motore primo” dell'economia italiana e che lo saranno ancora nei prossimi decenni.**

E' giunto il momento, dunque, di mettere gli oltre 5 milioni di imprese familiari al centro dell'agenda politica e delle strategie del sistema-Italia.

Finora, incredibilmente, non è stato così. L'Italia ha vissuto nei decenni la trasformazione da Paese agricolo a sesta potenza industriale del mondo in modo “spontaneistico”, confidando esclusivamente nello straordinario intuito dei suoi imprenditori e nella solidità delle loro famiglie. Quasi ignorando la sua vera ricchezza, o forse dandola per scontata.

Una ricchezza non solo economica ma sociale, capace di costruire uno sviluppo economico equilibrato, attento alla coesione sociale e alla qualità della vita. Gli imprenditori familiari – diceva l'Avvocato Agnelli – sono imprenditori non solo “in” un Paese, ma “per” il Paese. Il nostro tessuto di piccolissime, piccole e medie imprese familiari rappresenta ancor oggi una via originale di capitalismo, un modello analizzato dalle Università e dai centri di ricerca dell'intero pianeta.

Ma nonostante i successi del passato, dobbiamo riconoscere che questo modello potrà sopravvivere nel mercato globale solo a condizione di profonde mutazioni. L'unica strada percorribile è quella tracciata da Luca Cordero di Montezemolo nel suo discorso di insediamento alla presidenza di Confindustria: “la famiglia resta il fulcro dell'imprenditoria,

ma la famiglia imprenditrice non può essere una famiglia come le altre: essa deve avere la capacità di distinguere quando parla come proprietà e quando parla come gestione dell'impresa, e deve conquistare una cultura manageriale che è necessaria per crescere”.

Intuito, leadership, intraprendenza, sacrificio: i valori di base dell'imprenditore che crea dal nulla un'azienda. La rapidità delle decisioni e delle attività di negoziazione con sindacati e fornitori, la personalizzazione del rapporto con i dipendenti. A tutto ciò si aggiunge, negli ultimi anni, anche una sorta di “orgoglio di famiglia”: come ha dimostrato lo studioso di family business Walter Zocchi, la famiglia che fa impresa è percepita oggi da consumatori e risparmiatori di tutto il mondo come un valore positivo, come garanzia di affidabilità e di qualità dei prodotti e della gestione aziendale.

Ma oggi non è più sufficiente il solo istinto imprenditoriale. E' finita l'era dell'impresa elementare, che non ha più “diritto di cittadinanza” in un mercato globale caratterizzato dalla fortissima mobilità di tutti i fattori produttivi.

E così la grande maggioranza delle nostre imprese si è scoperta vulnerabile. Oggi le dimensioni delle opportunità globali e l'iper-competizione mettono molte aziende di fronte ad una drastica alternativa: crescere e specializzarsi, diventando soggetti di primo livello nella propria area di attività, o uscire di scena.

Per vincere la sfida globale, dobbiamo superare il nostro limite più grande. E' un limite culturale: l'imprenditore della piccolissima e piccola azienda italiana è ancora - troppo spesso – il “dominus” assoluto della sua impresa. La gestione e la proprietà sono concentrate nelle mani di una o

poche persone e vi è un forte coinvolgimento emotivo che rischia di “falsare” la gestione dell’azienda, privando della possibilità di percorrere tutte le strade per la crescita dell’impresa, a causa della scarsa “managerialità” della gestione e della difficoltà di valorizzare il talento dei giovani manager che non appartengono alla famiglia.

Dobbiamo avere il coraggio di ammettere che - in un’impresa che voglia crescere - le forze della famiglia possono risultare insufficienti. Almeno rispetto a due fattori strategici: le capacità gestionali e le risorse finanziarie. Quando ciò accade, la natura familiare diventa un freno allo sviluppo della singola impresa e dell’intero tessuto produttivo. Ed è proprio ciò che è accaduto in Italia negli ultimi vent’anni. Questa identificazione assoluta dell’azienda con la figura dell’imprenditore è anche la causa delle difficoltà di “sopravvivenza” delle aziende familiari nel passaggio generazionale.

“Ciò che hai ereditato dai padri riconquistalo, se vuoi possederlo davvero” scriveva Goethe. **Abbiamo voglia di far crescere le nostre aziende, di entrare in nuovi mercati, di innovare. Ma dobbiamo avere il coraggio di compiere scelte difficili, che non possiamo più rinviare.**

L’innovazione richiede innovatori. Secondo una ricerca realizzata dalla Sda Bocconi, tra gli imprenditori italiani che sono stati in grado di realizzare performance rilevanti di crescita aziendale spicca una categoria di giovani emergenti - nati tra il 1960 e il 1975 - protagonisti di un ricambio generazionale decisivo per le sorti del nostro sistema industriale.

Innovare è dunque la strada obbligata della nostra generazione di imprenditori. Ma potremo farlo solo se avremo il coraggio di adottare la “strategia dell’apertura”. Aprendo le porte delle nostre imprese ai

manager e ai capitali esterni, sviluppando nelle nostre famiglie la “cultura dell’azionista”. Cresce di più l’impresa che si dota - fin dal momento originario - di una struttura organizzativa da “grande impresa”, perché finalizzata allo sviluppo della produzione e alla conquista di nuovi mercati.

Tuttavia, la “strategia dell’apertura” delle nostre imprese deve essere diversificata a seconda della dimensione aziendale. Le medie imprese possono crescere solo aprendosi all’esterno, e quindi investendo negli strumenti tipici della grande impresa: ampio ricorso ai manager e forti deleghe operative, allargamento della base azionaria, coinvolgimento delle banche e di realtà finanziarie specializzate. Le piccole, invece, dovranno adottare strategie di apertura rivolte soprattutto al proprio interno, investendo in consulenze, creando consorzi, utilizzando lo strumento delle fusioni. Ma non si tratta, naturalmente, di “ricette della felicità” valide per tutte le imprese e in ogni contesto.

Nell’innovare i nostri modelli gestionali, organizzativi e finanziari **non dobbiamo disperdere però i valori e lo stile tipici del capitalismo familiare:** in particolare il rapporto strettissimo con il territorio in cui opera l’azienda e la sua comunità, che dà vita a **quell’antica e “naturale” responsabilità sociale dell’impresa italiana che oggi costituisce la nuova frontiera della moderna cultura d’impresa.**

La strategia dell’apertura è decisiva per raggiungere quella “dimensione minima” per competere sui mercati internazionali che le nostre imprese, oggi, non hanno. In pericolosa controtendenza con quanto sta avvenendo in tutti i Paesi industrializzati – come rileva nella sua analisi il professor Faini - la dimensione media dell’impresa italiana tende a diminuire negli ultimi anni e le

sue performance di crescita dopo la nascita sono inferiori a quelle che si registrano a livello internazionale.

In realtà, non tutte le piccole imprese debbono necessariamente diventare più grandi. E' essenziale, però, che raggiungano la dimensione ottimale per competere su scala europea.

Crescere è, in Italia, un “percorso ad ostacoli”, che l’impresa di famiglia è costretta a compiere spesso in splendida solitudine. La leva più importante per lo sviluppo delle nostre aziende risiede nella finanza d’impresa. Ma è un terreno sul quale siamo in forte ritardo: **ancora oggi la struttura finanziaria delle nostre pmi è meno evoluta rispetto ai concorrenti europei, minore è l’offerta di capitale di rischio, molto meno diversificati gli strumenti a disposizione.**

In realtà le banche - imprese per le imprese - manterranno anche in futuro un ruolo centrale nel finanziamento delle nostre aziende. Per questa ragione sono opportuni una maggiore concorrenza nel settore - affinché tariffe e servizi forniti siano in linea con gli altri sistemi avanzati - e un maggior supporto degli istituti di credito nell’internazionalizzazione delle nostre piccole imprese.

Non possiamo, tuttavia, limitarci a questo. Dobbiamo diventare protagonisti di un nuovo rapporto tra banche e aziende, oggi finalizzato - in gran parte - alla gestione quotidiana delle nostre imprese. Ciò dipende dall’approccio tradizionalmente “passivo” dei nostri istituti di credito, ma anche dalla tradizionale diffidenza degli imprenditori nei confronti di “occhi esterni” capaci di esaminare l’andamento dell’azienda.

Se vogliamo che le banche diventino il “grande alleato” dello sviluppo delle piccole imprese italiane, dobbiamo condividere i nostri progetti di crescita, cercare di rendere più visibili le nuove opportunità di business accanto alle tradizionali garanzie.

E’ illusorio, tuttavia, pensare che il peso del “deficit di credito” che strozza lo sviluppo dell’impresa italiana possa essere risolto solo mediante un nuovo rapporto con le banche. Occorre attrarre in Italia il capitale che si muove a velocità vorticoso sui mercati della finanza mondiale, in cerca dell’allocazione più redditizia, per ampliare fortemente l’offerta di capitali a disposizione delle pmi in crescita.

Spesso l’impresa minore non ha la possibilità concreta di scegliere tra diverse fonti di finanziamento, penalizzata dalla scarsa presenza di venture capital e private equity, di soggetti finanziari che possano investire sullo sviluppo delle nostre imprese. Dobbiamo aprire il mercato a questi nuovi strumenti, incentivando il loro arrivo dall’estero, e “aprire” l’approccio culturale dei nostri imprenditori perché possano iniziare a percorrere queste strade alternative di finanziamento.

Ma non possiamo lasciare sole le imprese italiane nel momento più difficile della loro storia. Abbiamo un fortissimo bisogno di politiche industriali su scala europea e nazionale.

Dopo il clamoroso esito del referendum francese, l’Unione Europea sembra aver smarrito il coraggio e l’entusiasmo del suo straordinario progetto di integrazione. Eppure, **le imprese e i cittadini italiani hanno bisogno di un’Europa più forte**, per guidare la rapida e difficile trasformazione delle economie del Vecchio Continente.

Ma il bilancio comunitario sembra ancorato ad un'Europa che non c'è più, perché investe risorse molto più ingenti sull'agricoltura che sull'economia della conoscenza.

Non dobbiamo lasciar cadere la proposta della Commissione Europea di raddoppiare le spese in ricerca nel bilancio comunitario 2007-2013 e di sostenere l'innovazione nelle piccole imprese. In particolare, **realizzare uno “spazio europeo per la ricerca”** – che finanzia progetti dal costo insostenibile per un singolo Stato, capaci di creare ricadute sull'industria europea – sarebbe la risposta migliore dell'Unione Europea alle sfide del XXI secolo.

Il driver decisivo per rilanciare il nostro sistema industriale rimane, in ogni caso, lo Stato. Nonostante le ristrettezze di bilancio, è necessario recuperare risorse per finanziare una politica nazionale capace di accompagnare questa trasformazione delle nostre piccolissime e piccole imprese, che ha un'importanza vitale per l'economia italiana e per il futuro del nostro Paese.

E' necessario premiare gli imprenditori che crescono, innovano, internazionalizzano: non solo per rendere più conveniente lo sviluppo, ma anche per suscitare un “effetto imitazione” da parte di altri imprenditori, sul piano culturale e operativo.

Nel decreto competitività il governo ha dato una prima positiva risposta a questa esigenza. Ma è una risposta parziale. Se rimanesse l'unica, rispetto alle sofferenze dell'economia italiana il decreto competitività sarebbe come un'aspirina somministrata ad un malato grave.

Serve invece una terapia d'urto. E' urgente e necessaria una strategia molto più articolata e incisiva, sulla scia dei provvedimenti già adottati in Francia e in Germania. Perché non creare anche in Italia – sulla scia di quanto fatto dal governo Raffarin – un'Agenzia per l'Innovazione che finanzi progetti di sviluppo nel settore high tech, favorendo partnership tra pubblico e privato? La Francia oggi ha una politica industriale, capace di selezionare settori e strategie d'intervento, l'Italia no: non è casuale che il Pil d'oltralpe cresca in percentuale più del doppio di quello italiano.

Non basta accompagnare la crescita e l'innovazione delle nostre imprese. E' forse ancor più importante supportare l'uscita delle nostre aziende dai confini domestici, nel tentativo di trasformare la crescita globale in una leva di sviluppo. Confindustria sta investendo energie e risorse in questo ambito, per guidare i nostri imprenditori nel mondo.

Ma l'Italia non ha una strategia-Paese per la Cina, l'India, il Brasile e la Russia: ovvero, per i mercati che nei prossimi anni guideranno lo sviluppo mondiale. **Chi sarà dentro questi mercati correrà con loro, beneficiando del loro tumultuoso sviluppo: chi sarà fuori, sarà destinato ad un inevitabile declino economico.**

Nei prossimi anni, in particolare, è prevedibile che la forte crescita economica e sociale di un gigante planetario come la Cina determini un forte aumento delle sue importazioni. Oggi, infatti, la Cina rappresenta quasi l'8% delle importazioni dei Paesi dell'Unione Europea, ma soltanto il 3,4% delle sue esportazioni. Perché le economie occidentali non perdano questa straordinaria occasione di crescita, è fondamentale tuttavia che le nostre imprese possano affrontare una competizione internazionale basata su criteri di reciprocità rispetto ai concorrenti dell'Estremo Oriente.

Dobbiamo essere consapevoli - al tempo stesso - che la Cina rischia di non essere un'opportunità per tutti, ma solo per chi riesce a riconvertire la produzione spostandola verso settori a più alto valore aggiunto, a qualificare il brand, a innovare.

Come Giovani Imprenditori abbiamo il compito di spingere l'Italia a voltare pagina. **A monte di ogni strategia di politica a favore dell'impresa, va completamente ripensato in Italia il rapporto tra rischi e ricompense dell'attività d'impresa.** L'assunzione del rischio di intraprendere andrebbe premiato e non punito.

Eppure, tempi e costi per avviare un'impresa nel nostro Paese sono uno dei record negativi nel mondo avanzato. E la sanzione nel caso di fallimento dell'attività d'impresa è molto alta: è una sorta di marchio indelebile sul piano sociale, alla quale si sommano pesanti conseguenze giuridiche. A questi rischi non corrisponde una ricompensa adeguata: la tassazione sull'impresa è molto pesante - così come su tutti i redditi derivanti da lavoro - a differenza di quella che colpisce le rendite finanziarie e speculative.

E' giunta l'ora, inoltre, di innovare il tacito patto su cui in Italia si è fondato, a partire dalla seconda guerra mondiale, il rapporto tra Stato e impresa. Dobbiamo avere il coraggio di lasciarci alle spalle la "simpatia ideologica" che la classe politica italiana ha sempre nutrito per la piccola impresa e per l'idea di un'imprenditorialità diffusa e parcellizzata. Un approccio che si è tradotto nella costruzione di un mondo normativo, fiscale, lavoristico che ha incoraggiato finora il mantenimento di dimensioni ridotte e non ha evitato il dilagare del "sommerso", tollerato come leva di competitività di chi rischiava capitali propri.

Invochiamo oggi una “mobilitazione per lo sviluppo” delle nostre imprese familiari, come strada per la loro sopravvivenza nella giungla globale.

Chiediamo alla politica, anzitutto, di porre rimedio ad un grande paradosso: nella “patria” dell’impresa familiare non esiste una normativa ritagliata sulle esigenze di questa diffusissima realtà: ad esempio, in tema di successione, di fiscalità o di accesso al credito.

Abbiamo un fortissimo bisogno di un fisco che stimoli la crescita, di una burocrazia di livello europeo, di un forte ampliamento del credito: insomma, di un Paese capace di costruire lo sviluppo. E al tempo stesso di costruire un sistema imprenditoriale e finanziario più trasparente, capace di distribuire in modo più equo il carico fiscale disincentivando l’evasione.

Il primo passo è la riduzione dell’Irap sul costo del lavoro, in modo diretto e proporzionale, senza discriminare le imprese industriali. Secondo l’Ocse, questa sola misura potrebbe consentire fino ad un punto percentuale in più di crescita.

Il contesto normativo non distingue, oggi, in base alle dimensioni delle imprese: gli oneri burocratici gravano quindi in modo sproporzionato sulle piccole imprese. Alcuni Stati membri dell’Unione Europea hanno introdotto “deroghe amministrative” per le pmi: perché non pensare a meccanismi di questo tipo anche nella Patria della piccola impresa? Anche la qualità della legislazione – in Italia come in Europa – è deficitaria. Inoltre, manca nel procedimento legislativo una “valutazione dell’impatto sulle imprese” del provvedimento che si intende adottare.

Non possiamo dimenticare, però, che il vero punto debole del sistema-Italia è la prevalenza della rendita sul profitto. Il recente check up sulla competitività elaborato dal centro Studi di Confindustria conteneva un dato clamoroso: negli ultimi vent'anni la quota di reddito nazionale destinata al lavoro si è ridotta dal 50 al 40%, mentre quella della rendita è aumentata dal 20 al 30%.

Se la rendita prevale sul profitto la società si ammala e le forze dello sviluppo declinano a vantaggio degli interessi parassitari. **La lotta alle rendite, dunque, deve diventare la bussola del ceto dirigente del Paese** e di chiunque voglia ricostruire l'economia e la società italiana per renderla competitiva e dinamica, premiando il rischio, il merito, l'innovazione. **E' necessario mettere in campo meccanismi che diano all'Italia più industria e meno finanza speculativa.**

Ma mentre chiediamo alla politica un impegno coraggioso a favore dello sviluppo, siamo consapevoli di dover dare – per primi – il buon esempio, mostrando in modo chiaro e ineludibile la volontà di abbandonare comode pratiche del passato. **Per costruire una società che attribuisca il giusto valore allo spirito imprenditoriale, è necessario avere il coraggio di guardare anche in casa nostra.**

Dobbiamo combattere anche al nostro interno l'evasione fiscale e il sommerso: fenomeni comuni ai Paesi avanzati, ma che in Italia continuano ad avere proporzioni gigantesche e rappresentano il freno più rilevante alla crescita economica del Paese. **Solo per questa via avremo titolo per invocare una nuova etica pubblica,** che costituisce premessa indifferibile di qualsiasi strategia di rilancio del sistema-Italia nella fase più difficile dal dopoguerra.

Dobbiamo, in ultima analisi, dire no al “capitalismo rapace”, che crea profitto nel breve ma non costruisce sviluppo duraturo.

Vogliamo essere gli imprenditori della crescita, la “Generazione Sviluppo”. E’ questa la missione, la responsabilità che ci è stata affidata.

Non soffriamo del “complesso del figlio di papà”. Crediamo che – come ha ricordato di recente il Presidente della Repubblica – “la soluzione dei problemi della crescita sta soprattutto a noi, alle nostre decisioni”.

Siamo impegnati a creare nuove imprese e, soprattutto, a trasformare la successione in leva strategica per rendere più competitive le aziende dei nostri padri. Siamo convinti che la crisi del nostro tessuto produttivo possa preludere ad un “nuovo inizio” per il made in Italy.

Far crescere le nostre imprese significa anche – come afferma in un recente saggio Innocenzo Cipolletta - dar vita ad una “nuova borghesia”, ad un ceto dirigente capace di favorire l’innovazione sociale, di promuovere il merito, di valorizzare i giovani. Siamo convinti infatti che il futuro del nostro tessuto produttivo risiederà nell’“umanesimo produttivo” delle nostre imprese familiari, che si fonda sull’idea di una “produzione fatta bene”. E’ la prospettiva del Nuovo Rinascimento che lanciammo a Capri due anni fa.

In ogni caso è il fattore-uomo, in ultima analisi, la vera leva per garantire il futuro delle imprese familiari. “E’ la sua intelligenza che fa scoprire le potenzialità produttive della terra e le multiformi modalità con cui i bisogni umani possono essere soddisfatti” ci ricordava Giovanni Paolo II nella “Centesimus Annus”.

Solo la disponibilità di un capitale umano eccellente e il ricorso ad un management esterno potranno trasformare l'intuizione originaria dei padri o dei nonni in innovazione continua e trasversale. Un alto livello di capitale umano consente di spostare le produzioni verso settori a più alto valore aggiunto, aumenta la produttività permettendo di assorbire le nuove tecnologie, favorisce la crescita delle imprese e ne agevola il processo di internazionalizzazione.

Proprio il deficit di capitale umano, infatti, spiega perché il nostro sistema imprenditoriale abbia colto meno di altri le opportunità offerte dalla rivoluzione tecnologica e dalla globalizzazione dei mercati. Ma questa consapevolezza non si è tradotta in priorità dell'agenda politica.

Il sistema-Italia, anzi, concentra le risorse pubbliche disponibili sulle generazioni più anziane e su impieghi "passivi", dando vita - come denunciava Anna Maria Artoni lo scorso anno da questo stesso palco - ad una pericolosa "piramide rovesciata".

L'importanza del fattore-uomo non è ancora sufficientemente diffusa neanche nella teoria economica ed è assente nelle valutazioni della ricchezza di un'azienda. **Perché non creare, dunque, un sistema di valutazione del "valore uomo" delle imprese**, definendo un parametro che possa influire sui rating delle aziende?

L'imprenditore è, in fin dei conti, un sognatore così ambizioso da cercare di tradurre il suo sogno in realtà. Ed è il sogno l'unica vera motivazione capace di spingere un imprenditore a dedicare all'impresa tutta la sua vita ed un gruppo di collaboratori a seguirlo.

Siamo giunti alla fine di un'era straordinaria del nostro capitalismo familiare. **Ma non dobbiamo avere paura del futuro. Al contrario, dobbiamo pensare in grande. Partendo dal vero punto di forza del nostro tessuto produttivo: l'impresa familiare è in realtà "un'impresa generazionale".** Perché, come scriveva Falck nella sua lettera-testamento ai figli, "è come se ogni generazione che arriva in azienda creasse una nuova impresa".

Le imprese familiari sono oggi il vero banco di prova della nostra generazione di imprenditori. Non è importante solo creare nuova impresa. E' ancora più importante, oggi, sviluppare le nostre imprese per portarle sui mercati del nuovo boom economico.

In questo modo riscopriremo l'orgoglio del fare impresa in Italia. L'orgoglio di produrre beni e servizi che hanno "qualcosa in più", perché sono "figli" della straordinaria osmosi tra l'impresa, il suo territorio e la sua comunità. Sono i moderni eredi di un patrimonio di cultura, arte e creatività unico al mondo.

Ma in un Paese stanco e sfiduciato, gli imprenditori devono farsi carico di una responsabilità in più. Dobbiamo ricostruire la speranza nel futuro, la voglia di rischiare, forse la stessa identità italiana. E per essere credibili, non possiamo solo chiedere.

Dobbiamo dare l'esempio da seguire. Unendoci mentre la politica si divide, sfidando i mercati del mondo mentre la società sembra ripiegarsi in un illusorio provincialismo.