

Museimpresa e Cibus Off La presentazione de «La memoria e il futuro»

L'identità, ricetta vincente

Zaghi: «Il successo di aziende diverse? Il fattore umano»



Mettersi in gioco

Andrea Zaghi racconta le storie di Alberti, Amarelli, Barilla, Bracco, Campari, Cimbali, Intesa Sanpaolo, Lavazza, Piaggio, Pirelli, Same: imprese diverse, ma accomunate dall'importanza del fattore umano.

«Perché certe imprese sono state capaci di arrivare a essere l'eccellenza in tutto il mondo? Non sono le capacità economiche o tecnologiche a fare la differenza, bensì il fattore umano, le persone giuste: dall'uscire al presidente». Parole del giornalista e scrittore Andrea Zaghi nel presentare ieri al complesso monastico di San Paolo il libro «La memoria e il futuro. Alle radici dell'innovazione nell'industria del Terzo Millennio» (ed. Luiss University Press): undici storie di impresa, di aziende che sono state capaci di attraversare la storia, crescendo, spesso rinascendo e mettendosi continuamente in gioco.

Nel corso dell'incontro, moderato dal giornalista Paolo Massobrio e organizzato da **Museimpresa** e **Cibusoff**, è stata subito messa in luce la cosa più importante: l'identità. Fil rouge capace di unire racconti di aziende diverse tra loro ma speculari, dotate di grande capacità produttiva e forte carica umana come Alberti, Amarelli, Barilla, Bracco, Campari, Cimbali, Intesa Sanpaolo, Lavazza, Piaggio, Pirelli, Same.



«Aziende che hanno in comune non solo una grande competitività, ma anche una forte attenzione per la loro storia, valorizzata con la creazione di luoghi come archivi, musei e fondazioni in grado non solo di conservare e recuperare la loro identità, ma anche di metterla a disposizione di tutti», ha

Eccellenze

«Fondamentale, oltre alla competitività, l'attenzione per la propria storia»

proseguito il giornalista già collaboratore della Fondazione Pirelli e del quotidiano *Avvenire*.

«Gran parte del fatturato agroalimentare italiano è fatto dalla nostra provincia: il tema dell'impresa alimentare nel nostro territorio è centrale, un sistema virtuoso con l'obiettivo finale di diventare veramente capoluogo del cibo», ha poi dichiarato l'assessore alle Attività produttive, Agricoltura, Commercio e Turismo Cristiano Casa.

Sull'importanza del legame con il territorio si è poi espresso il coordinatore dei

San Paolo

L'assessore Cristiano Casa: «Gran parte del fatturato agroalimentare è prodotto dalla nostra provincia».

Musei del Cibo di Parma Giancarlo Gonizzi, spiegando il significato del progetto museale. «Un luogo dove si vive un'esperienza per imparare a conoscere non solo la terra, ma tutto quello che c'è dietro. Se nel cibo che noi mangiamo c'è l'identità: allora nei musei troviamo la nostra identità, una realtà non scalfita nell'acciaio, ma in continua evoluzione».

E in questa sintesi perfetta tra tecnica e cultura umanistica «l'aspetto storico assume un ruolo fondamentale per rafforzare il rapporto con il territorio», ha infine spiegato il docente di storia economica e di impresa del nostro Ateneo, Luciano Maffi, entrando nel merito del welfare aziendale.

Un libro per addentrarci nell'orgoglio industriale di una cultura di impresa capace di andare oltre il profitto: e in cui il fattore umano è senza dubbio la carta vincente. L'importante è non dimenticarlo, poiché come dice l'incipit rubato a Shakespeare nella prefazione di Antonio Calabrò: «Il passato è il prologo, il futuro è nelle vostre mani».

Mariacristina Maggi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

