

L'ANIMA DELL'IMPRESA

Il viaggio
nell'Italia
che produce



Carlo Bonomi.
Presidente
di Confindustria

Imprese & Territori
L'Italia che produce

— Servizi alle pagine 26 e 27

L'anima dell'impresa, viaggio nell'Italia dei grandi produttori

Cultura d'Impresa. Evento di Confindustria al Mudec per raccontare aziende, imprenditori e comunità del territorio. Video interviste del regista Festinese

Sono 14 le storie e le voci d'azienda protagoniste del racconto di Confindustria *L'anima dell'impresa*: un percorso video, con la regia di Riccardo Festinese, nell'Italia che produce. Attraverso lo sguardo e le parole di chi, quell'impresa, la guida.

L'anteprima è stata presentata ieri a Milano, al Mudec, alla presenza di Carlo Bonomi, presidente di Confindustria, Antonio Calabrò, presidente di **Museimpresa**, Mirja Cartia d'Asero, amministratrice delegata del Sole 24 Ore, Katia Da Ros, vicepresidente di Confindustria per Sostenibilità, Ambiente e Cultura. L'iniziativa, co-organizzata da Confindustria, il Sole 24 Ore e **Museimpresa** ha rappresentato il momento conclusivo della XXI Settimana della **Cultura d'Impresa**, la rassegna di eventi che ha messo al centro l'impresa e la sua identità, i suoi valori, il lavoro, le persone.

«In questo percorso – ha commentato Carlo Bonomi – emerge la passione di uomini e donne e la loro vocazione a fare impresa, sempre e comunque, nonostante i pregiudizi, gli ostacoli e i vincoli esterni. Per il bene dell'impresa, della sua comunità e del territorio in cui operano». Il racconto corale mette a fuoco il cuore, l'anima,

la parte più irrazionale del fare impresa. Storie di successo, di visioni perseguite con determinazione.

Che cosa significa essere imprenditore? Sono 14 le risposte. Hanno in comune il cambiamento, la responsabilità sociale e civile, quella economica, la passione, la produzione del valore, la capacità di prendersi cura, il legame con il territorio. Uno spaccato che va al di là dell'imprenditore visto come attore esclusivamente economico.

«Il mondo dell'impresa si è impegnato a fare bene, ma non a rappresentarsi. Eppure è ricco di storie da raccontare: esperienze, persone, fatti,

trasformazioni, difficoltà, successi, avvenimenti. Come l'accordo dei Cerretto con Sol Lewitt», ha sottolineato Antonio Calabrò.

Ma non c'è solo l'elemento umano, avanza la sostenibilità: «Dopo 200 anni di industria fatta pensando che le risorse fossero illimitate, oggi le imprese devono avere ancora di più un ruolo di responsabilità, essere una forza di cambiamento. E lo dobbiamo raccontare. Dobbiamo aumentare la consapevolezza degli imprenditori riguardo a questo ruolo, che dal prendersi cura della comunità si allarga all'ambiente, al pianeta. E trasmetterlo», ha aggiunto Katia Da Ros.

«Il Sole 24 Ore da oltre 150 anni racconta le storie degli imprenditori. Il gruppo sente la responsabilità di dare una descrizione fedele di quello che succede nelle imprese perché abbiamo un ruolo sociale. Con le difficoltà strutturali e congiunturali, stare al loro fianco è ancora più importante. L'impresa ha bisogno di *faire, savoir faire, e faire savoir*. Noi ci occupiamo di quest'ultimo: storia, evoluzione e valore etico dell'impresa», ha commentato Mirja Cartia d'Asero.

— Sa.D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Uno spaccato del Paese che va al di là dell'imprenditore visto solamente come attore economico

IL VIDEO «L'ANIMA DELL'IMPRESA»

“L'anima dell'impresa”, dell'autore e regista Riccardo Festinese, raccoglie e sintetizza le storie e voci di 14 imprenditori italiani, dei loro volti, della loro

passione e delle fatiche che condividono con le persone che lavorano insieme nelle imprese, del valore creato per e con il territorio vicino e lontano, dei valori (la [cultura d'impresa](#)) che defini-

scono l'anima del tessuto imprenditoriale. Nel video le voci degli imprenditori si alternano con quelle dei dipendenti; comunità legate molto (ma non solo) dal lavoro

I casi d'impresa



Automotive. Nicolò Codini della Disa Diesel Iniezione



Mulino Caputo. Antimo Caputo amministratore delegato

Meccatronica

Disa: la passione capace di guidare l'impresa

«Sono un conduttore di uomini e un distillatore di tecnica». Così si descrive Nicolò Codini della Disa Diesel Iniezione di Magenta (Milano), azienda fondata nel 1941 che produce pompe di iniezione per grandi motori diesel. «Sono fortunatissimo perché ho avuto la possibilità di fare ciò che è stato il sogno della mia vita: condurre questa azienda». Se essere innamorati del proprio lavoro è qualcosa di «estremamente appagante», diventa anche la molla per un'energia totale, che ha come obiettivo «la produttività, ma non per tenere i profitti per sé: per essere l'amministratore della cosa comune. E suddividere i profitti tra tutti coloro che hanno contribuito a formarli». Una visione che mette al centro la comunità aziendale come una famiglia, con storie di necessità e di aiuto. E rapporti umani. «È difficilissimo, ma per il bene dell'azienda cerco di delegare ogni giorno sempre di più. Non sempre ci riesco: la cosa più difficile da delegare è il rapporto con il personale»: una risorsa che la concorrenza non può comprare. Le macchine sono all'avanguardia, ma «la capacità dell'uomo di discernere se un certo tipo di tolleranza è idonea oppure no, non può essere automatizzata».

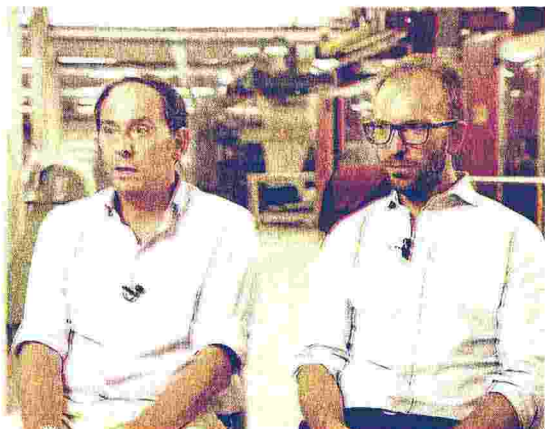
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Alimentare

Mulino Caputo: il valore che viene dalla comunità

«Io appartengo a quella generazione d'imprenditori che ha avuto la fortuna di nascere e giocare in azienda. Per me il mulino era un luogo di gioco. Io non sono mai venuto a lavorare qui, non so che cosa voglia dire». A parlare è Antimo Caputo amministratore delegato del Mulino Caputo di Napoli, fondato nel 1924, quarta generazione della famiglia alla guida dell'azienda che produce farine per prodotti da forno: dolci, pizza, pane. Ha iniziato facendo la gavetta, lavorando insieme ai collaboratori: «Dai valore a loro solo se sai quello che stanno facendo, se non l'hai mai fatto non puoi sapere che cos'è», spiega. «Io creo valore per quest'azienda e per gli altri. Valore umano, storico, professionale, del gruppo. Tutti valori che fanno parte di un'azienda, di una comunità», continua Antimo raccontando la propria esperienza: «È difficile distinguere l'imprenditore, quello che tu vivi, dall'azienda: se non sei fisicamente insieme non sei comunità». Tanto più a Napoli, dove il mulino vive «un legame osmotico con una cultura gastronomica» del territorio. Un valore che poi viene riconosciuto anche dal mercato. «L'Italia è uno dei mercati più competitivi al mondo per la qualità. Avere clienti molto esigenti ti spinge a una tale e tanta qualità, che ti fa vincere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tintoria Finissaggio. Marco Bardelle e Dino Masso

Tessile

Tintoria Finissaggio 2000: la sfida della cura

«L'essenza del nostro lavoro è prendersi cura dei tessuti, delle persone che lavorano per noi e delle risorse che utilizziamo per produrre». Così Marco Bardelle, con Dino Masso alla guida della Tintoria Finissaggio 2000 di Masserano (Biella), prova a ragionare sulla missione dell'imprenditore. Che è solo e deve prendere delle decisioni. «Non puoi andare avanti se non credi in quello che fai»: è un punto fermo della loro filosofia, portata avanti con persone che condividono il progetto e i valori aziendali. «Fondamentale è la responsabilizzazione», spiegano: «Se io continuo a dirti che cosa devi fare, non è più una cosa tua. Chiunque, per fare bene una cosa, deve sentirla propria». Durante il Covid, hanno raccontato i due imprenditori, hanno aperto la possibilità ai collaboratori di presentare un progetto aziendale: «Ne sono arrivati 56, di cui 20 andati poi in produzione»: si sono comportati come se si stessero occupando di cose loro». Il fattore umano si specchia anche nell'automazione, che non sarà mai totale, ma capace di portare «un miglioramento del lavoro dei dipendenti che si possono concentrare su quello che il computer non farà mai». Perché l'intelligenza delle mani non si può eliminare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CULTURA D'IMPRESA

Confindustria ha organizzato a conclusione della XXI Settimana della Cultura d'Impresa l'evento "L'anima dell'impresa. Viaggio nell'Italia che

produce" in collaborazione con Museimpresa e Il Sole 24 Ore.

Un'operazione verità del "fare impresa" attraverso lo sguardo e la voce di chi oggi in Italia guida un'azienda



Azienda vitivinicola. Roberta Ceretto

Vitivinicolo

Ceretto: la costruzione di un intero territorio

«Abbiamo sempre creduto che questo fosse il posto più bello del mondo: bisognava farlo conoscere». Roberta Ceretto, dell'omonima azienda vitivinicola di Alba che produce vino dal 1937, racconta come un barolo ottenuto da una vigna sia diverso da quello di un'altra. «Qui vince la natura: puoi fare mille progetti, ma tanto se la natura ha deciso in un senso, è lei che ha l'ultima parola», spiega. A partire da questo è nata l'avventura dei Ceretto nelle Langhe. L'intuizione dell'importanza della terra inizia negli anni 60 «con l'acquisto della prima vigna di barolo, in un'epoca in cui nessuno comprava vigne perché erano investimenti a perdere: siamo stati i primi a farlo. E a valorizzare la terra. Prima che il barolo acquistasse questa nomea e questo successo», continua Ceretto, che indica la svolta successiva: progetti per la valorizzazione del territorio e di quello che offre, attraverso la tavola, con il ristorante tristellato Piazza Duomo di Alba nato nel 2005, e gli interventi artistici e culturali. «Ci piaceva l'idea di permettere di restare di più sul territorio. Intrattenendo le persone con i ristoranti, magari con le opere d'arte, con le cantine architettonicamente stravaganti. È stato un passaggio fondamentale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Scheda eventi-convegni



KATIA DA ROS
vice
presidente
Confindustria



RUOLO DI RESPONSABILITÀ

«In questo momento, le imprese devono avere un ruolo di responsabilità, essere una forza di cambiamento, che deve essere raccontata»



**MIRJA
CARTIA
D'ASERO**
ad
Sole 24 Ore



COMUNICARE VALORI

«Siamo orgogliosi di poter essere al fianco delle aziende per comunicare i loro valori e la loro storia d'impresa»



**ANTONIO
CALABRÒ**
presidente
Museimpresa



STORIE DA RACCONTARE

«Il mondo dell'impresa si è impegnato a fare bene, non a rappresentarsi. Ma ci sono storie da raccontare: esperienze, persone, fatti»

