

Introduzione

Questo libro nasce, prima di tutto, da una grande passione e da una esperienza per la microimpresa, quel luogo produttivo e ideale in cui l'essere umano è artefice e protagonista della propria esistenza lavorativa, ben lungi dalla fabbrica fordista del famoso film di Charlie Chaplin, *Tempi Moderni*. Dopo la passione, però, un po' come nel primo amore, arriva la meditata riflessione sul da farsi e, grazie a questa, l'ambizione di poter contribuire al riordino di idee e concetti che possono garantire il successo diuturno del nostro paese, l'Italia, nel mondo.

Chiunque oggi chiedesse in giro alle persone che incontra per la strada o nella cerchia di amici e conoscenti quale tipo di futuro lavorativo immagina per i propri figli, difficilmente si sentirebbe rispondere, credo, un ufficio, una fabbrica o un posto nel pubblico impiego, non tanto perché non rappresentino più l'ambizione media degli italiani ma, semplicemente, perché non sono più in grado di offrire occupazione.

Ecco perché è inevitabile puntare sulla microimpresa, quella della manifattura, dei servizi, del commercio o dell'agricoltura, una forma organizzativa che è molto più diffusa di quello che comunemente si crede: pensate, le microimprese con meno di 20 addetti rappresentano in Italia il 98% circa di tutte le imprese esistenti.

Vi sono motivazioni profonde, insomma, per interessarsi della microimpresa ed il contesto tecnologico della nostra epoca non solo non limita le peculiarità presenti nel DNA italiano, quali sono l'ingegno e la creatività, ma ne esalta le caratteristiche ed è in grado di spalmarle, potenzialmente, in tutto il "mondo piatto" ben descritto da esperti e guru.

Un avvertimento è necessario: in un contesto di macrocompetizione, le imprese italiane dovrebbe puntare al sempre maggiore valore dei prodotti e servizi realizzati. È un certo tipo di innovazione la chiave di volta per gli imprenditori italiani che, da sempre, so-

no attenti per aggiungere peculiarità e valore al loro lavoro, quella innovazione che spesso non si vede, quella fatta giorno dopo giorno con l'ossessione della perfezione, quella invisibile che sta dentro le catene globali del valore, quella che ormai si sviluppa nelle reti e nei collegamenti del mondo globale, quella, in sintesi, di cui racconta questo libro.

Nel libro, ovviamente, non si tratta solamente della componente artistica o della genialità tutta italiana che pure è il motore da cui spesso si avvia una microimpresa, ma di come questa debba adattarsi e ricomporsi alla luce della nuova macrocompetizione della nostra epoca.

Che cosa si intende per nuova macrocompetizione? Che cosa è la microimpresa? Quali sono i sentieri da intraprendere? Ecco, tenterò di dare una risposta a queste domande, dal mio punto di vista.

La nuova competizione, in due parole, è una competizione che vede le imprese aprirsi al mondo oltre i confini locali e tradizionali e le costringe a competere non più grazie alla leadership di costo, ma sulla complessità dei prodotti, sulla complementarietà degli attori, sulla deverticalizzazione delle grandi imprese, sull'emozione dei consumatori.

Un tempo le grandi aziende italiane erano chiuse nel recinto dei nostri confini nazionali, le Alpi e il Mediterraneo, e le microimprese vivevano di luce riflessa rispetto a quelle o avevano mercati di sbocco di prossimità. Ora non è più così, di luce riflessa non se ne parla più molto, i clienti e i mercati di riferimento sono lontani ma non impossibili da raggiungere. Tutto qui!

Fine della storia? Assolutamente no, però occorre scolpire a chiare note tale premessa non perché sia un dogma inconfutabile ma perché è una ricostruzione talmente condivisa nei dibattiti che se ne deve prendere atto. E l'obiettivo non è quello della mera ricostruzione della situazione ma è quello di tracciare dei suggerimenti per "ripartire" anche immaginando nuove formule adatte alla microimpresa. Voglio tracciare, insomma, una terza via per il percorso delle imprese, una via non delle grandi imprese (che stanno sempre più diventando multinazionali finanziarie), una via non dei piccoli che vogliono rimanere tali ma un percorso per le microimprese dinamiche disposte a comporre e scomporre giorno per giorno

la collaborazione e l'integrazione con le altre microimprese presenti sul territorio per dare vita a reti di conoscenza funzionale e di innovazione.

Cari lettori, non siamo più i cinesi d'Europa; una volta la *svalutazione* era l'emblema della *competizione*, ora non si può più competere solo rincorrendo il taglio dei costi di produzione, è necessario che i prodotti italiani abbiano un valore aggiunto sempre maggiore sul mercato. Questo valore si genera sugli aspetti tangibili e materiali dei manufatti ma anche sul livello di servizio, assistenza, emozione, personalizzazione che riescono a incorporare. Non è un sogno e si può fare, vi sono tanti esempi di vero successo e ne vedremo alcuni; tutto poggia però su un binomio indissolubile: "innovazione e aggregazione" delle microimprese in un diuturno "gioco" di composizione e scomposizione di conoscenza e collaborazione tra i competitori del territorio!

La mappa concettuale del libro è la seguente:

