

Arte di vincere a cura di A.D.D. s.r.l. Consulenza di Direzione per l'impresa – Andrea Dalledonne e Michele Battaglioli

Il riposo del samurai

Alle Olimpiadi di Stoccolma del 1912 partecipò l'allora ventenne Shizo Kanaguri, il maratoneta della delegazione giapponese, composta da due atleti e quattro giudici.

Kanaguri era un ottimo fondista, capace di qualificarsi con il ragguardevole tempo di 2 ore 32 minuti e 45 secondi, risultato non certo paragonabile con quello dell'emiliano Baldini, tuttavia da considerarsi di tutto rispetto per l'epoca.

Il giorno della maratona olimpica il clima era torrido e umido, al punto che parecchi atleti accusarono in maniera eccessiva la fatica e i crampi, e l'insolazione fu fatale per il portoghese Lazaro.

Kanaguri, al contrario, resistette bene, filò via sicuro con un buon passo, conquistando le prime posizioni al fianco del sudafricano McArthur (il vincitore finale della maratona, che tuttavia deve il proprio successo al fatto di non aver mantenuto la promessa di aspettare il connazionale Gitsham, fermatosi a bere).

A circa tre quarti della corsa, anche il giapponese non riuscì più a sopportare quel caldo infernale che quasi non lo lasciava respirare.

Fu allora che Kanaguri vide uno spettatore comodamente seduto davanti a casa sorseggiare un succo di frutta. Si fermò, e con gli occhi appesantiti dalla stanchezza fissò quella bevanda che in quell'istante doveva apparirgli come ambrosia, nettare divino. Lo sguardo parlò da solo: lo svedese capì e invitò il ragazzo a entrare. Probabilmente, proprio la consapevolezza di essere tra i primi convinse Shizo che una breve sosta non avrebbe compromesso la sua gara. Pochi chilometri lo separavano dal traguardo: una bevanda per riprendere forza, un minuto di riposo e poi sarebbe ripartito per godersi la gloria e la vittoria. Si sedette, trangugiò avidamente il succo di frutta offertogli e a quel punto nulla gli parve più desideroso che appoggiare un attimo, solamente un minuto, la testa allo schienale della poltrona mentre allungava le gambe per sciogliere i muscoli induriti. Fu proprio allora che Morfeo,

vigliaccamente, ebbe il sopravvento su di lui. Il fresco della bevanda e l'eccessiva stanchezza si propagarono in tutto il corpo, il piacere lo cullò fino a farlo addormentare di botto come un sasso.

Quando si svegliò era già mattina, la corsa era terminata da oltre dodici ore e la polizia svedese lo stava cercando con apprensione.

Il mondo gli cadde addosso: il sogno della vittoria infranto, l'onore di un guerriero infangato dalla vergogna di essersi addormentato il giorno della battaglia. Kanaguri non capiva, non poteva accettare l'accaduto: era chiaro a tutti che lui era il più forte, aveva dominato la gara fino a dodici chilometri dall'arrivo, avrebbe vinto in maniera plateale se solo avesse stretto i denti ancora per pochi minuti...

Il riposo del samurai e l'incapacità di accettare la notizia della sconfitta assomigliano tanto alla crisi che sta vivendo parte del mondo industriale, laddove le vecchie generazioni che hanno costruito il nostro paese sono ormai troppo stanche per correre e combattere più a lungo, mentre i successori sembrano incapaci o non vogliono sacrificarsi allo stesso modo dei padri.

Crisi generalizzata dei mercati, scenari politici ambigui e instabili, surplus di offerta rispetto alla domanda, euro forte, moneta unica e quindi impossibilità di adottare politiche monetarie nazionali capaci di rilanciare le esportazioni, concorrenza nuova e spietata, sistema bancario inadeguato, assenza di infrastrutture moderne, riforme al palo, sono solamente alcuni degli elementi che hanno fiaccato il mondo imprenditoriale che era riuscito a costruire e promuovere l'immagine del nostro paese nel mondo. Comprendo e condivido la stanchezza di questi "guerrieri". Tributo loro gli onori che spettano ai coraggiosi samurai. Tuttavia, la battaglia iniziata allora, e dominata fino ad oggi in maniera quasi incontrastata, continua. Non è certo il momento di fermarsi, nemmeno un minuto, per bere e riposare le membra. Il traguardo è ancora lontano, occorre riscoprire la tenacia e l'entusiasmo dei primi chilometri.

Nel tradizionale discorso di fine anno, il Presidente della Repubblica aveva esortato i giovani a svegliarsi presto la mattina. Al di là di un semplicistico precetto, avevo

suggerito di leggere nelle parole del Presidente un monito per le sfide sempre più serrate che l'economia mondiale pone innanzi.

Il riferimento all'alba, forse, altro non è che una metafora, un invito ad essere pronti, a tenere duro, a stringere i denti proprio come avrebbe dovuto fare Kanaguri.

Svegliarsi prima significa essere in tempo, anticipare, saper riconoscere e cogliere al volo le occasioni che si presenteranno. Per recuperare terreno e vitalità è necessario ripensare al modello di sviluppo del nostro territorio, lo stesso che ci ha consentito di cavalcare l'onda dello sviluppo, affermarci sui mercati internazionali, imporre uno stile di vita. Nell'economia di oggi il vantaggio competitivo non va all'azienda che ha le fabbriche più grandi, o la dotazione finanziaria più ricca, ma all'azienda che gestisce meglio i propri asset immateriali.

Occorre rivisitare le proprie strategie aziendali, spesso imperniate su inattuali politiche di prezzo. Nel medio-lungo periodo, scegliere come alternativa competitiva la variabile prezzo rappresenta un sicuro elemento di insuccesso: come ricorda una regola base di buonsenso commerciale: "ci sarà sempre qualcuno disponibile a vendere ad un prezzo più basso".

Il risultato può essere diverso, se – come d'altronde già avviene in alcune realtà – si decide di modificare il profilo del confronto, caratterizzandolo in maniere differente grazie all'entrata in gioco di altre variabili, i cosiddetti "fattori intangibili": la leadership, l'esecuzione della strategia, la comunicazione e la trasparenza, il valore della marca, la reputazione, i network e le alleanze, la tecnologia e i processi, il capitale umano, l'organizzazione del lavoro e la cultura organizzativa, l'innovazione, il capitale intellettuale, l'adattabilità. Se la differenziazione è la chiave del successo, ecco quali sono le reali opportunità di differenziazione.

La forza inattaccabile e inimitabile del "made in Italy", ovvero la creatività artistica racchiusa in ogni prodotto che esce dalle nostre fabbriche, la capacità delle nostre imprese di coniugare tecnica, ricerca e innovazione, la genialità degli uomini, la loro abilità nel produrre arte e cultura, sono solamente un esempio di sintesi estrema della gestione degli intangibili. Ma non bisogna affidarsi esclusivamente al successo del

“made in Italy”, e nemmeno credere che tutto ciò che è stato fatto in passato sia sufficiente a garantire la sopravvivenza dell’impresa: comportarsi in questo modo significherebbe guidare la propria azienda tenendo gli occhi puntati sullo specchietto retrovisore.

Nelle prossime settimane racconteremo la storia dei singoli “intangibili”, portando in luce piccole e medie imprese nazionali, campioni d’eccellenza, che a differenza di Kanaguri hanno trovato nuovi stimoli per proseguire la corsa e agognare al podio.