

Le imprese crescono anche grazie agli errori

Pubblicato: Martedì 24 Novembre 2015



Nel **ghetto ebraico di Venezia** c'è una delle cinque **sinagoghe**, quella spagnola, che ha un bel pavimento a caratteri geometrici. Se lo si osserva con attenzione si può notare che in una parte c'è un errore, per niente casuale. Il posatore ha infatti voluto ricordare a tutti gli uomini che entrano in quella schola che solo Dio è perfezione. Null'altro.

Posto dunque che il tema dell'errore è questione che non riguarda il divino, per quanto riguarda l'uomo la valenza dell'errore dipende molto dal contesto culturale in cui è inserito. **Mauro Porcini, chief design officer della PepsiCo**, cioè uno dei più grandi manager in circolazione (tra l'altro **ex studente del liceo scientifico Galileo Ferraris di Varese**) sostiene che uno dei **tabù principali** delle imprese italiane sia proprio la **paura di sbagliare**, mentre è spesso negli errori che ci sono i semi del progresso.

Durante la tavola rotonda organizzata da Provex, il consorzio per l'internazionalizzazione della **Camera di Commercio di Varese**, per le celebrazioni dei 40 anni dalla fondazione, gli imprenditori presenti hanno sottolineato l'importanza dell'errore nel percorso di crescita delle loro aziende. «Tutti gli sbagli che si potevano fare, li abbiamo fatti – ha detto **Flavio Raddrizzani, presidente della Adr spa** azienda meccanica di **Uboldo** -. Ma non ci siamo mai demoralizzati, anzi dagli errori si impara moltissimo. Un esempio? Non bisogna vendere il prezzo, ma il prodotto. Oggi questa affermazione può sembrare scontata, non lo era però 40 anni fa».

Michela Conterno, amministratore delegato di **Lati spa**, azienda di Veduggio leader nel settore plastico, ascoltando il collega di Uboldo ha annuito e aggiunto che: «Quando si sbaglia ci sono le migliori condizioni per imparare, anche quando devi fare investimenti all'estero. Noi dopo vari tentativi nell'approccio di alcuni mercati, abbiamo ridefinito il nostro modello di business».

Il cambiamento strategico della Lati avviene alla fine degli **anni '80**, con la decisione di investire per lo sviluppo di prodotti speciali e ad alte prestazioni. «L'internazionalizzazione ha contrassegnato la piena maturazione della società – ha continuato Conterno -. Oggi le multinazionali tascabili devono avere modalità di ingresso diverse a seconda del paese e del mercato che vogliono avvicinare. Ad esempio, in Cina noi abbiamo fatto accordi con terzisti locali, nel nostro caso giapponesi».

Un errore è anche rifiutare il cambiamento. **Rinaldo Corti di Elmec Informatica di Brunello** la prima volta che è entrato nell'azienda di famiglia ha rottamato il telex e al suo posto ha installato fax in tutti gli uffici. «La nostra azienda più che esportare, per molto tempo ha importato computer dai grandi produttori – ha detto Corti -. A un certo punto abbiamo capito che occorreva invertire questo modello di business, concentrandoci sui servizi. Quando ti avvicini ad altri mercati è quasi impossibile non sbagliare e così anche noi abbiamo stabilito accordi con partner locali, in questo modo diamo supporto in circa 60 paesi in tutto il mondo. Mentre in **Svizzera** abbiamo aperto una nostra filiale».

Quando un'azienda sbaglia, in genere i primi a voltargli le spalle sono le banche che nella migliore delle ipotesi chiedono all'imprenditore un piano di rientro in tempi veloci. Secondo **Raddrizzani**, però, le cose non sempre vanno così. «Noi siamo qui perché le banche ci hanno aiutato. Anzi noi esistiamo anche grazie alla Bnl, perché le banche francesi all'epoca non ci consideravano».

Un assist perfetto per **Alberto Galletti**, direttore commerciale corporate **Nord Ovest di Bnl**, che di fronte alla foltissima platea del centro congressi delle **Ville Ponti** ha giurato di non essersi messo d'accordo con l'imprenditore di Uboldo. «Faccio parte di un gruppo – ha detto Galletti – che è internazionalizzato da oltre 102 anni. Siamo presenti in 84 paesi con competenze specifiche e in genere scegliamo la strategia insieme all'imprenditore».

Sbagliare con o senza banca non sposta i termini del problema che rimane culturale, non è un caso che in Italia il **venture capital (capitali di rischio)** è quasi inesistente, rispetto ad altri Paesi dove il fallimento non solo non è peccato mortale ma è considerato parte del processo che conduce al successo. «Negli Stati Uniti – ha concluso **Enrico Argentiero**, direttore di Provex – c'è un'alta mortalità di start-up e questo non rappresenta certo un problema. Anzi, il fallimento di alcune iniziative ha poi ricadute positive su alcuni settori industriali. C'è chi attribuisce la presenza del tabù dell'errore alla cultura cattolica del nostro Paese. Interpretazione discutibile che tra l'altro stride con il concetto di perdono».

Leggi anche

- **Varese** – Dal telex allo smartphone. Provex festeggia i suoi primi 40 anni
- **Economia** – Cresce il venture capital. Lombardia leader di mercato

di **Michele Mancino**