

Il culto morale del valore

Niccolò Manetti

Battiloro, marchio storico italiano, da quasi due secoli si tramanda un sogno imprenditoriale che evolve nelle tecniche mantenendo una continuità nel culto dell'eccellenza.

La trasformazione di un lingotto d'oro in una foglia leggera risale alle grandi civiltà del passato, già presente presso gli Egizi, nel mondo greco... Aureo e aereo: l'arte del battiloro riesce nell'impresa di rendere il prezioso metallo più leggero dell'aria. La magia rincorre il mito della pietra filosofale in grado di trasformare tutto in oro, Battiloro riesce nella magia di rendere docile il metallo nobile. Produrre una foglia d'oro richiede oggi 10 ore di lavorazione, a cui vanno aggiunti i 183 anni che sono stati richiesti per farlo senza sbagliare mai.

Estendere le superfici richiede sempre una tecnica di alto artigianato, una conoscenza e una sensibilità estrema per ridurre a livelli infinitesimali lo spessore delle preziose foglie d'oro: oggi la tecnologia consente di arrivare a lamine di pochi micron, ma l'arte della battitura a mano, l'esperienza artigianale, è ancora fondamentale in alcuni delicati passaggi della lavorazione. È necessaria una perfetta interazione macchina uomo, un controllo di qualità che richiede l'esperienza e la sensibilità di decenni di apprendistato. La materia lavorata diventa foglia che basta soffiare e vola via, come la bravura artigianale che è contenuta nel software più prezioso e volatile nella cultura dell'impresa contemporanea, quello della professionalità umana basata sulla sensibilità artigianale.

Non c'è mai stata un'epoca in cui l'oro non sia stato protagonista dell'eccellenza e metafora dell'assoluto senza confini.

Il richiamo al culto del sole, ma anche alla sacralità dell'icona, lo splendore abbagliante dello spettacolo della ricchezza, l'aristocrazia del lusso più inaccessibile... Pensiamo al Louvre, a Versailles, a Buckingham Palace, al Cremlino... Luoghi della consacrazione del potere assoluto della bellezza. Intere sale decorate d'oro per incantare lo spettatore sotto l'effetto ipnotico dell'ebbrezza dorata della ricchezza magnificente. L'oro contiene questa potenza infinita e segreta carica di suggestione: una autentica attitudine naturale a sedurre. Nessun metallo è in grado di comunicare semplicemente attraverso il linguaggio silenzioso della propria pura presenza, di cui Battiloro ne custodisce i segreti più esoterici.

Oggi l'Azienda sta realizzando un significativo nuovo investimento proprio in Italia: la decisione di reinvestire nel nostro Paese arriva dopo un quindicennio di delocalizzazioni.

La filosofia di fondo è associare il marchio al fascino e alla suggestione della tradizione di una manifattura di altissima qualità: un prodotto interamente «made in Italy» o meglio «in Florence».

Una testimonianza di coraggio industriale e fiducia nel proprio Paese: negli anni più difficili occorre andare controcorrente e investire nel miglioramento tecnologico del prodotto, nell'innovazione di processo, nella formazione delle risorse umane.

In un momento di massima difficoltà della congiuntura internazionale dovuta alla concorrenza e alla crisi dei mercati, diversamente dai tanti imprenditori che di fronte alle incertezze del futuro decidono di trasformare gli stabilimenti in rendita, abbiamo perseguito una scelta coerente con la nostra storica filosofia di tenacia e spirito imprenditoriale: resistere e continuare la sfida del mercato globale.

Senza un orizzonte etico di legittimazione morale, il senso dell'agire imprenditoriale come pura attività del fare con un fine intrinseco di puro successo non avrebbe potuto garantire una vita centenaria a un marchio come il nostro. Senza l'ispirazione e l'aspirazione a un agire fondato su un'autoregolazione etica non è possibile costruire un rapporto di lungo periodo con il mercato, con il sistema di relazioni che ogni giorno consentono alla *business community* di generare valore in un contesto intersoggettivo di fiducia reciproca.

Proprio il tema della reciprocità nelle relazioni di scambio diventa cruciale in un orizzonte di economia globalizzata dove, a fronte di un pensiero unico del business, ci si trova a operare in un contesto multiculturale all'interno del quale i concetti di etica degli affari possono assumere variabili e declinazioni molto differenti da un'area all'altra, da un paese all'altro. Culture molto diverse tra loro ed etiche spesso in antitesi tra loro si trovano a condividere una situazione di prossimità e di vicinanza al punto da richiedere una riguardosa e pregnante attenzione, una priorità nella capacità di interpretare al meglio le sensibilità differenti nel rispetto dell'Altro. L'etica richiede di riconoscere il paradigma della complessità che modella con i suoi confini incerti lo spazio globale dell'economia e degli affari. Il nostro Paese chiede un approccio condiviso per una vera cultura del rispetto delle regole, che sappia andare oltre un atteggiamento di puro utilitarismo. Solo in questo modo sarà possibile correggere gli squilibri e ricomporre le fratture che servono a ristabilire una maggiore equità nel rispetto dello spirito di una sana competizione e di una giusta tutela del merito.

L'etica rappresenta il carburante indispensabile, l'autentica energia in grado di rimettere in moto la motivazione ad agire. L'etica è una necessità assoluta non solo per il nostro Paese, ma per il sistema mondiale degli scambi. L'etica è la sobrietà della trasparenza e la forza calma dell'affidabilità della parola.

I valori autentici trascendono il business autoreferenziale della turbofinanza virtuale e sono invece ancorati al saper fare, al produrre qualità riconoscibile, al costruire identità. In fondo, non si può dimenticare che le imprese sono fatte da persone.

L'impresa contemporanea è un propulsore culturale innovativo in grado non solo di giocare un ruolo all'interno del sistema economico del Paese, ma anche di essere veicolo di coesione e di interconnessione tra i rapporti sociali di una comunità.

Nelle aziende storiche è depositata una stratificazione di valori, un vero serbatoio di idee per il futuro del sistema-Paese, a cui attingere in un momento di crisi come quello che stiamo attraversando.

Il cambiamento va governato dando maggiore spazio all'innovazione e alla valorizzazione del principio di responsabilità nei confronti della leadership e delle élite, che hanno l'onore ma anche l'onere di guidare l'Italia verso una ripresa ancor prima morale che economica.

Si deve riconquistare credibilità e spessore al fare imprenditoriale attraverso un'azione etica e pragmatica in grado di riqualificare il concetto autentico e giusto di meritocrazia in un contesto di maggiore trasparenza e rispetto delle regole del gioco, etiche prima ancora che giuridiche.

La chiave dello sviluppo della nostra azienda è data proprio dalla sintesi, l'armonizzazione di tradizione e futuro, di identità e capacità di parlare il linguaggio poliglotta della bellezza declinandola nelle varianti culturali nazionali e internazionali, privilegiando l'eccellenza.

La necessità di costruire un business fondato sulla comprensione delle sottili ma decisive differenze culturali dei singoli mercati rende inderogabile per l'industria italiana la formazione di manager di livello capaci di sviluppare una presenza capillare nel mondo. Una presenza sui mercati, attraverso una mediazione dei codici etici di comunicazione oltre l'autoreferenzialità dei valori. La trasparenza dell'agire imprenditoriale è un valore irrinunciabile per contribuire a parlare un linguaggio di moralità in grado di contribuire a costruire identità nell'eticità come fattore di autentica riconoscibilità. Per questo il manager non può semplicemente essere l'uomo dei numeri e fatturati e della gestione della propria nicchia di mercato, ma è necessaria una grande capacità di mediazione e di relazione, la capacità di modulare le proprie proposte su mercati altamente differenziati per storia, valori, estetica.

Il futuro dell'Italia è legato a un doppio filo: quello dell'autenticità della tradizione artigiana da una parte, e quello dell'innovazione e modernizzazione dall'altra.

Occorre riscoprire, dentro la ricchezza delle proprie migliori aziende, motivazione, eticità ed eccellenza affinché questo doppio filo dello sviluppo si riannodi in un unico filo d'oro in grado di generare autentico benessere. Solo interpretando con coraggio e saggezza etica il cambiamento vi è la garanzia di occupare un ruolo da veri protagonisti.

(Niccolò Manetti, presidente della Giusto Manetti Battiloro)