

PERCHÉ CI SERVONO NUOVI MANAGER

Il Covid-19 ha mostrato che i nostri problemi non sono di quantità

Si deve puntare alla formazione diffusa della classe dirigente

È un obiettivo prezioso per tutti, anche per il Terzo settore

Università Cattolica, master in direzione delle imprese locali e globali



La qualità oggi conta e conterà sempre di più, sia nel profit che nel non profit, e soprattutto pesa e peserà la preparazione degli imprenditori e i loro valori. Il management dei sussidi, delle «scorciatoie», dei contratti a tempo, degli opportunismi, del cortotermismo e della precarietà non portano da nessuna parte

di **MARCO GRUMO***

Il Covid-19 ci ha mostrato che i nostri problemi non sono più tanto di quantità, bensì di qualità e che ogni organizzazione quando lavora da sola fallisce poiché i fenomeni economico-sociali sono sempre più complessi e globali. Per questo motivo, le imprese (incluse le imprese sociali) sono chiamate a un grande «salto di qualità» e con esse gli imprenditori e i manager che quotidianamente le guidano. In altri termini, abbiamo bisogno di imprenditori e manager sempre più preparati, di alta qualità, ma anche di valore e di valori. Inoltre, dato che i confini tra profit e non profit sono sempre meno marcati, dobbiamo anche imparare maggiormente dalle migliori imprese e dai migliori imprenditori e manager: in primis quelli che guidano le imprese (spesso familiari) del nostro Made in Italy, il quale infatti, prima che essere il «Made in Italy» dei prodotti e dei servizi di alta qualità, è anzitutto il «Made in Italy» dei nostri valori. Quali ad esempio: il valore del lavoro intenso e di qualità, dell'impegno in famiglia e nell'impresa, della centralità dei dipendenti e del cliente come persona, delle relazioni positive con la propria gente e con i propri territori.

Questo è il vero «Made in Italy» che portiamo tutti i giorni anche nei mercati internazionali; un «Made in Italy» molto peculiare e sempre più importante nell'attuale economia della standardizzazione («ribassista») dei comportamenti, dei prodotti e delle relazioni umane e territoriali. Un inse-



gnamento prezioso per tutti, anche per il Terzo settore. La qualità oggi conta e conterà sempre di più, sia nel profit che nel non profit, e soprattutto contano e conteranno la preparazione degli imprenditori, la loro qualità e i loro valori.

Il Covid ci ha fatto vedere che il management dei sussidi, delle «scorciatoie», degli opportunismi, dei contratti a tempo e della precarietà, delle fragilità delle imprese e del cortotermismo non portano purtroppo da nessuna parte. La nostra economia e la nostra società avranno magari un po' di sollievo nel breve periodo, ma nel lungo termine esse non risolveranno le proprie debolezze strutturali. Questo vale anche (e soprattutto) nell'economia del recovery fund, il quale infatti avrà una fase (più facile) di spesa e poi una (più difficile) di inevitabile «rientro». Non ci sono altre strade. È il momento quindi della formazione imprenditoriale e manageriale diffusa e di qualità, della professionalità ma anche della responsabilità sociale vera, sia verso l'interno che verso l'esterno. Manager e imprenditori di qualità non ci si improvvisa, e per questo motivo, bisogna anche studiare!

Inoltre in questo contesto, sarà utile imparare anche dalle imprese profit, soprattutto quelle di medie dimensioni che costituiscono il nostro vero patrimonio di eccellenza e di futuro; quelle cioè che tutti i giorni conciliano le dinamiche della famiglia con quelle dell'impresa; quelle che operano nei territori e con la gente della comunità; quelle che fanno impresa vicino ma anche più lontano, portando nel mondo l'eccellenza del nostro impegno e della nostra creatività; quelle che investono in qualità e sulle persone (che costituiscono appunto investimenti e non costi); quelle che offrono servizi sempre più «chiavi in mano» e che creano imprese e reti sempre più internazionali e interculturali.

Stiamo parlando di imprese medie ma di grande eccellenza, proprio come molte realtà del Terzo settore; imprese che si danno percorsi di crescita sempre più progettuali e «calcolati», meno istintivi, andando a competere con player sempre più «agguerriti» e dotati sul piano finanziario; aziende che si prendono rischi sempre crescenti e che fanno scelte molto precise, anzitutto a livello strategico. Negli attuali scenari economici e sociali, la qualità, la formazione (quella correttamente finalizzata e impostata) e i valori contano e conteranno sempre di più nel successo di tutte le imprese, sia quelle profit che quelle non profit. Una sfida importante, forse quella vera.

Anche la positiva «contaminazione» a «360 gradi» con la cultura e con le esperienze di mercato delle imprese business oggi risulta molto importante. Proprio per sviluppare imprese sempre più virtuose e performanti, ma anche per imparare dalle migliori imprese business, [l'Università Cattolica](#) ha lanciato il master in direzione delle imprese locali e globali (new global business), 70% online. Un'occasione preziosa per imprenditori e manager business, ma anche per il Terzo settore, per crescere in modo veramente nuovo, al di là dei tradizionali schemi culturali e operativi. (Info: <https://offertaformativa.unicatt.it/master-direzione-delle-imprese-locali-e-globali>)

* Professore di economia aziendale [Università Cattolica](#)
Esperto di economia business e Terzo settore