



## CARI IMPRENDITORI ITALIANI...

*Visti dal centro  
del capitalismo  
globale, sembrate  
i principi  
delle città-stato  
del Rinascimento*

**C**he cosa dovrebbe fare l'Italia da grande? È una domanda che ci poniamo spesso noi italiani espatriati, e tanto più noi che viviamo a New York, centro del capitalismo globale, straordinario punto d'osservazione sulla competizione mondiale tra i sistemi paese.

Chi ha a cuore il futuro nostro e ancor più dei nostri figli, le loro chance di trovare posti di lavoro decenti, deve interrogarsi per forza sul problema della "vocazione nazionale", da definire, da ritrovare, o da reinventare. Un'angolatura interessante proprio qui a New York me la fornisce un grande manager italiano che come me vive ormai all'estero da (quasi) sempre.

Lui dirige una nota multinazionale americana, la sua vita si divide tra New York e l'Asia, con rare puntate in Italia. Eppure è rimasto affezionato al nostro paese, e non si capacita di un grande vuoto di strategie imprenditoriali. Il suo cruccio, lo riassumo così. «Con Bulgari che è finito sotto il controllo di Louis Vuitton Moët Hennessy (Lvmh)», si sfoga, «ecco un altro gioiello, letteralmente, del lusso italiano che se ne va dentro la multinazionale francese. Ma perché? Dove stava scritto che dovessero essere di proprietà francese i poli mondiali del lusso, a cui soccombono uno dopo l'altro tutti i grandi italiani?».

**Prima di Bulgari, hanno seguito la stessa strada Fendi, finito sotto il controllo di Lvmh; Gucci, che gravita nella sfera dell'altro "campione" francese Ppr di François Pinault.**

Un'altra marca più piccola della moda italiana, Brioni, mentre scrivo sta scivolando ugualmente verso l'impero Pinault. La lista è ben più lunga. Eppure non era davvero ineluttabile questa colonizzazione francese del lusso italiano. Negli anni 80 e anche 90, quando un imprenditore come Bernard Arnault co-

minciò la costruzione del suo impero, poteva accadere qualcosa di simile anche in Italia. Avremmo potuto avere noi il nostro Arnault o un Pinault; e i vari Dior e Saint Laurent potevano finire risucchiati sotto l'ombrello di imprese italiane?

**Non che sia drammatico per questo o quel marchio della moda italiana, avere degli azionisti stranieri: anzi, a volte è la condizione per la sopravvivenza di aziende familiari** che non resistono alla scomparsa dei loro fondatori. Però il fatto che i centri di controllo finanziario stiano a Parigi, significa che là si prendono decisioni strategiche anche sul futuro delle nostre aziende. E là si creano posti di lavoro qualificati, che potevano interessare i nostri neolaureati in Economia (in un momento in cui abbiamo disperatamente bisogno di posti di lavoro, a tutti i livelli, anche per le lauree migliori).

Il mio interlocutore italiano a New York mi racconta in modo confidenziale di aver tentato personalmente delle "avances" verso i protagonisti del lusso italiano che ancora hanno il controllo delle proprie aziende. Perché non dovrebbe poter nascere un vero polo del lusso nazionale, per esempio attraverso l'unione tra Giorgio Armani e Diego Della Valle? La conclusione del mio interlocutore italo-americano: purtroppo chiunque provi ad accarezzare un simile progetto, si scontra con degli individualismi insormontabili, delle personalità fortissime, degli "ego" che non concepiscono simili alleanze. Neanche in nome della "perennità" da garantire alle rispettive aziende. Non è una storia limitata al settore del lusso. Anche un altro pilastro della nostra qualità nazionale, l'alimentazione, ha seguito una traiettoria analoga. Già sono finiti sotto controllo straniero gruppi come Parmalat (alla francese Lactalis), Buitoni Perugia e San Pellegrino (alla svizzera Nestlé). Saremmo ancora in tempo a costruire un polo italiano nell'agroalimentare: partendo dall'alleanza tra Ferrero e Barilla, per esempio. Ma è realistico? Le "famiglie" rispettive accetterebbero una fusione? Anche in quel settore, l'immagine del made in Italy resta fortissima nel mondo intero e in particolare qui negli Stati Uniti. Però, visti da lontano i nostri imprenditori, anche i più geniali, a volte assomigliano ai principi delle città-stato del nostro Rinascimento: sempre impegnati a difendere le bandiere cittadine, sempre intenti a guerreggiare fra loro, fino a quando hanno trovato rifugio sotto la protezione di qualche potenza straniera.