
Storytelling di imprenditori

Autore: Michele Zanzucchi

Fonte: Città Nuova

Guarda caso, proprio nel giorno del 24° anniversario dell'Economia di Comunione, fondata da Chiara Lubich in Brasile nel 1991, alcune testimonianze questa volta europee – siamo in Africa, e i due terzi dei partecipanti sono africani – dicono quanto l'intuizione iniziale fosse una piccola-grande visione dell'economia, in ogni caso profetica.

Così due imprese francesi, una di carpenteria e una di giardinaggio, evidenziano come l'ispirazione "ideale" alla base dell'impresa EdC debba essere forte e decisa, per poter resistere giorno dopo giorno alle "tentazioni" e agli "scivoloni" che il maneggiare soldi e affari porta inevitabilmente con sé. Nel loro storytelling semplice ma efficace, con le parole dei loro mestieri, raccontano di lavoratori cui hanno dato fiducia, di crisi superate grazie a commesse arrivate al momento giusto, di compensi rifiutati perché in nero, di concorrenti non vituperati né temuti, ma rispettati e anche favoriti...

Due sorelle slovacche raccontano da parte loro della loro impresa di ceramiche artistiche nel centro di Bratislava che si è sviluppata nonostante le difficoltà della crisi economica, mentre un'imprenditrice abruzzese racconta della sua nascente avventura nel proporre una "mutua assicurazione etica solidale, di comunione", qualcosa di rivoluzionario in un mondo, come quelle delle assicurazioni, che è una giungla senza pietà.

Quel che stupisce di più, in fondo, non è il business piano le strategie manageriali, né la tecnica organizzativa. Stupisce che testa, cuore e mani vadano assieme in questi imprenditori di EdC: l'intelligenza in effetti non può fare a meno della dimensione affettiva e nemmeno di quella strettamente manuale, operativa, fisica, se si vuole che l'impresa contribuisca al bene comune e abbia una forte vocazione sociale. Non è uno sforzo, quello di tali imprenditori, per tenere assieme testa, mani e cuore, ma un'esigenza etica, culturale e spirituale fondamentale.

Se si vuole oggi essere testimoni credibili in campo economico bisogna sì avere successo, quindi fare benefici, ma conservando una dimensione di legalità assoluta, una qualità di relazioni elevata, una onestà di fronte allo Stato senza infingimenti. Certo, lo storytelling di questi imprenditori evidenzia società di dimensioni ancora umane, piccole o medie, non delle multinazionali, aziende che non hanno particolari esposizioni finanziarie... Ma forse le cose grandi nascono piccole, nascono da un seme che in sé contiene già il fiore, l'arbusto, la pianta, l'albero.