

LAVORO

Perché e come restare in Italia

di Alberto Ferrucci

Ci ha lasciato Walter Baldaccini, imprenditore umbro di Economia di Comunione, che nelle vacanze seguiva attività sociali in Africa e che aveva aperto l'azionariato della Umbria Cuscinetti ai lavoratori che con lui avevano reso l'azienda un grande fornitore mondiale di quegli stabilizzatori delle ali dei grandi jet dalla cui affidabilità ed efficienza dipende la vita di tutti noi.

I suoi figli hanno raccontato a LoppianoLab come, sulla traccia del padre, stanno portando avanti l'azienda in questo momento di crisi: invece di affidarsi alla sola riduzione di costi, hanno avviato nel salernitano una nuova attività di ricerca che ha creato per gli stabilizzatori un software capace di affrontare problematiche più vaste, consolidando così la clientela senza guerre di prezzi: potendo trasferirsi negli Usa accanto al cliente più importante, sono rimasti invece in Umbria.

In questi giorni, al contrario, dalla borsa di Milano sono sparite le azioni Fiat, trasformata Fca, quotata a New York, con sede legale in Olanda e fiscale in Gran Bretagna; in Italia rimangono gli stabilimenti con metà dei lavoratori in cassa integrazione e rimane la Ferrari, guidata però dall'amministratore della Fca.

Complice di questo esodo è l'Unione-europea, che impone regole pignole in ogni settore ma dimentica di sanzionare le leggi societarie e fiscali dei Paesi del Nord che favoriscono l'evasione fiscale delle multinazionali; responsabili dell'esodo sono pure le nuove generazioni che guidano le aziende, che antepongono calcoli economici di breve respiro alla missione dell'azienda tracciata dai fondatori, nel caso Fiat così legata al territorio da inserire nella sigla aziendale il nome della città di Torino. I passaggi generazionali non sono eludibili e rispettare la *mission* aziendale non significa vivere nella tradizione: occorre comunque adeguare l'attività aziendale ai tempi e ai mercati. Questo vale in particolare per noi italiani, i cui prodotti non potranno mai competere nel prezzo con quelli dei Paesi in cui il lavoro è poco tutelato. Dobbiamo puntare sull'inventiva, la qualità, la cultura di chi opera in azienda: i nostri prodotti saranno più preferiti solo perché "speciali". ■