

**IMPRESE ITALIANE****Storie di protagonisti  
con una marcia in più**

**È** difficile non farsi cogliere da un "pessimismo della ragione" ascoltando i dati sull'economia italiana o la posizione del nostro Paese nelle classifiche internazionali su competitività, attrattività e persino libertà di stampa. Poi però può capitare di leggere le testimonianze di imprenditori italiani raccolte da Mauro Castelli. Passando dal quadro complessivo — quello dipinto dai dati statistici aggregati — ai particolari, alle storie di singoli uomini e donne, tutto cambia. Forse si riesce persino a tornare ottimisti. Alcuni dei "brand" citati sono molto noti, ad esempio MomoDesign; lo stesso vale per alcuni nomi, legati a quello dei prodotti, come Alberto Bauli per i pandori e Mario Galbusera per i biscotti.

E naturalmente Cesare Ragazzi, diventato un personaggio quasi mitico grazie anche a una delle prime pubblicità in cui l'imprenditore appare in prima persona, testimonial del suo prodotto. Un esempio poi seguito da molti: basti pensare, in tempi recenti, a Giovanni

Rana e ai suoi tortellini e ravioli. Ma la maggior parte degli imprenditori raccontati da Castelli hanno nomi sconosciuti ai più. O per una naturale vocazione alla riservatezza, o perché i prodotti hanno un nome diverso dalle persone che li hanno inventati o resi famosi. È il caso degli orologi Breitl, un marchio di orologi (e da non molto anche di gioielli) familiare a tutti anche senza conoscere il nome di Marcello Binda, classe 1960, che ha portato l'azienda fondata dal padre Mario a fatturare 230 milioni di euro nel 2005.

Nelle classifiche generali di cui parlavamo all'inizio l'Italia è quasi sempre spaccata in due o più parti, le eccellenze sono raggruppate in alcune zone e le differenze tra aree diverse appaiono a volte incalcolabili. Nel libro di Castelli invece gli imprenditori «con una marcia in più» sono distribuiti in modo uniforme sul territorio. Nel Nord-est c'è ad esempio Enrico Zanin e la sua Doria — l'azienda dei Bucaneve, i gustosissimi frollini col buco e la glassa tutto intorno — che si trova a Orsago, un paesino da 35mila abitanti in provincia di Treviso. Al Sud

possiamo citare la Carlo Pellegrino & C., che a Marsala produce vino ed è leader per quello da "Santa Messa", prodotto con uve autoctone liquorose come il Grillo e il Nero d'Avola.

Ma forse la storia che colpisce maggiormente, visto che non passa giorno senza che qualcuno ci ricordi quanto poco il nostro Paese investa in ricerca e innovazione, è quello di Giovanni Recordati, numero uno dell'omonimo gruppo farmaceutico fondato dal padre Arrigo (anche se tutto era iniziato con una "farmacia", rilevata nel 1820 da Giovanni Battista, bisnonno di Giovanni). Oggi la Recordati è la terza realtà italiana in un settore dominato dalle multinazionali e un suo farmaco (lo Zanidip) è leader, non solo in Italia, per curare l'ipertensione, una delle malattie più diffuse nel ricco Occidente. La teoria, le ricerche, i dati sono senz'altro importanti. Ma forse, per capire cosa vuol dire essere un imprenditore o guardare al futuro, è meglio sentire raccontare delle storie. (G.Cr.)

**Mauro Castelli, «Una marcia in più. I conti che tornano del made in Italy», Il Sole-24 Ore, Milano 2006, pagg. 352, € 24,00.**

