



## *LO SQUALO*

# Vita ... da IMPRENDITORE... ma anche da pesceCANE

Ricordo di aver letto da qualche parte che lo squalo è costretto a nuotare sempre perché altrimenti morirebbe; insomma non può e non deve stare fermo!

Riflettendo sulla situazione imprenditoriale di questi ultimi anni, che la crisi finanziaria ha solamente in parte, amplificato, mi è sembrato di vedere una vita parallela tra quella del "povero" squalo e quella dello sfarzoso imprenditore. Mi spiego meglio.

***Una azienda è giornalmente impegnata in una gara nella quale esiste solo lo start di "partenza" perché non esiste lo striscione "arrivo".***

Ricordo quando, studente universitario, lavoravo alla mia tesi presso il CED (centro elaborazione dati, dove esistevano gli IBM e tutti gli altri erano dei miseri IBM compatibili), che anche il mio prof di Economia Aziendale parlava della IBM come di un colosso invincibile, inarrivabile, un eroe inavvicinabile ... ma la storia di una manciata d'anni mi sembra abbia riservato al colosso bocconi molto amari e molti dolori al fondo schiena!

### ***Chi si ferma è perduto!***

Fermarsi significa farsi superare! Fermarsi significa farsi buttare nel fosso! Chi si ferma ha perduto l'azienda! **Ma che cosa significa in termini aziendali fermarsi?**

Bé è ovvio che il concetto non è semplicemente motorio e nemmeno operativo (molti imprenditori che conosco da mesi masticano migliaia di miglia per ... bo?!) Da quel che vedo mi sembra che tutto 'sto viaggiare non abbia prodotto soluzioni anzi molti (ma per fortuna non tutti!) sembrano più che mai disorientati e preoccupati.

Francamente ho la sensazione che si cerchi di esorcizzare il problema o peggio che vogliano giustificarsi facendo vedere si corre e che quindi si sta facendo il proprio dovere, insomma vogliono mettere in pace la propria coscienza avvolgendola di carte di imbarco dalle destinazioni più varie.



Il numero estivo di Harvard Business Review ha parlato della **capacità dei leaders, nell'adattarsi al cambiamento**: gestire incertezza continua, senso di urgenza, rischi più alti, smarrimento dei confini competitivi. A risposta di tutto ciò i nostri "capitani d'industria" sembrano ancora non pronti del tutto. **Ma è veramente così che stanno le cose?**

Personalmente ho la sgradevole sensazione che gli imprenditori **abbiano atrofizzato**, nel periodo di vacche grasse, la loro **capacità imprenditoriale** ed in particolar modo **la loro creatività**.

Tutti i guru del mondo grandi, piccoli, in erba o acclamati dicono, scrivono, ripetono, strillano, tutti la stessa identica cosa: l'imprenditore deve INNOVARE. Ottimo, ... dove si compra? direbbe quell'imprenditore furbo dal portafoglio grande, oppure, quello più sofisticato risponderebbe che viaggia apposta per quella cosa: a caccia dell'innovazione.

Il guaio è che le cose, spesso, non stanno così. Per innovare bisogna avere la **mente sgombera** di inutili e delegabili pensieri, **coraggiosa**, non deve mancare la **perseveranza**, gli occhi devono brillare *come i bambini quando fanno ooohh!* Non solo, l'elemento "sine qua non" è "uccidere". **Sì, uccidere il sistema aperto prima che lui uccida noi!**

*<< ... non tutto quello che si può contare "conta" e non tutto quello che "conta" si può contare ... >> Albert Einstein*

**Non può esserci innovazione senza la creatività. Ma la creatività si nutre sostanzialmente attraverso due sistemi: quello chiuso e quello aperto.**

**Il sistema aperto** è quello legato "alla ricerca degli stimoli" viaggi, fiere, eventi importanti, tendenze, ecc. ecc.

**Questo sistema**, di per se del tutto nobile e legittimo, **ha però portato ad esercitare** in maniera raffinata e professionale **l'arte della sbirciatina nell'orto del vicino**, della contraffazione e rappresenta una via comoda per "fare" o meglio "produrre" cose nuove senza spaccarsi più di tanto la testa.

Al contrario possiamo citare tanti personaggi che hanno "lavorato" sostanzialmente a **sistema chiuso**.

(F. Dostoevskij scrive la sua migliore opera in uno stato di grave indigenza e pesantissime sofferenze; L. W. Beethoven migliora la sua attività da sordo; L. Euler, il gigante della matematica, esalta la sua capacità dimostrativa da cieco; Watson guardando un film di E. Williams coglie dalla superficie dell'acqua di una piscina la forma a elica del DNA ecc. ecc. )

Ovviamente non è questa l'occasione per approfondire la questione ma il messaggio mi sembra abbastanza chiaro e forte.



**Concludendo, il nostro imprenditore dovrebbe come lo squalo muovere, nello stesso fluido, continuamente la testa (e non le gambe) nel modo fluido, elegante e bellissimo come il nostro famelico pesce muove la sua filante coda.**

#### ***Siamo davvero alla frutta?***

Credo che sia arrivato il momento in cui chi ha davvero gli attributi o i requisiti per competere lo dimostri e a chi pensa di averli, congeniti o di serie, potrebbe profilarsi l'amara sorpresa di vedere le proprie capacità coperte di uno sgradevole, impedente e spesso strato di ruggine. Penso che nei prossimi 12/18 mesi, purtroppo, molti potrebbero soccombere, in particolare coloro che non hanno intrapreso un processo di riorganizzazione, coloro che non coglieranno i cambiamenti in atto e/o coloro che non hanno un vero spessore imprenditoriale.

**Dovranno dimostrare di SAPER OSARE , dovranno essere audaci, capaci cioè di individuare più rapidamente le opportunità e ancor più rapidamente mettere in atto tutto ciò che sarà necessario per il conseguimento degli obiettivi.**

La numerosità e la complessità delle decisioni che dovranno prendere sottoporranno gli imprenditori ad un terribile esame e ad una pressione senza precedenti.

E così il nostro bravo predatore dei mari *muovendosi sornione aspetta la sua opportunità pronto a scattare, attraverso la sua formidabile forza propulsiva, per catturare l'obiettivo.*

*A voi tutti imprenditori, piccoli o grandi che siate, vi auguro in **bocca al "pescecane"!***

**[Livio Giuliadori-Docente e consulente strategia aziendale](#)**

#### **Articoli Correlati:**

**[Oceano Blu 1-parte-chi innova con successo](#)**

**[Oceano Blu 2-parte-innovare: quale metodo](#)**