

# La molla istintiva dell'imprenditore

ALBERTO FELICE DE TONI



Nella rubrica dello scorso mese abbiamo argomentato come i sogni siano il motore del cambiamento. Ora vogliamo declinare questo concetto in ambito imprenditoriale. Cosa spinge un imprenditore a intraprendere il suo percorso?

Una prima risposta ce la suggerisce il grande Luigi Einaudi: "Migliaia, milioni di individui lavorano, producono e risparmiano nonostante tutto quello che noi possiamo inventare per molestarli, incepparli, scoraggiarli. È la vocazione naturale che li spinge; non soltanto la sete di denaro. Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare, acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste, ampliare gli impianti, abbellire le sedi, costituiscono un molla di progresso altrettanto potente che il guadagno".

## BISOGNO DI AUTOREALIZZARSI

È, quindi, una specie di vocazione la causa prima che porta a costruire, spesso dal nulla, un'impresa di successo. La molla non è tanto da ricercare nel desiderio di una maggiore gratificazione economica, quanto piuttosto nella soddisfazione di creare qualcosa di nuovo, di proprio, di distintivo. L'imprenditore desidera innanzitutto dar vita a un'esperienza che possa rispondere a un'intuizione o a un desiderio profondo, magari cullato fin dall'adolescenza. La spinta è istintiva, per certi aspetti un po' incosciente e, spesso, rincorre un vero e proprio 'sogno'. Il suo desiderio di fare impresa è correlato al suo bisogno di autorealizzazione. C'è una

forza, un'energia che cresce dal profondo dell'animo.

## COME NASCE UN'AVVENTURA

Le componenti istintive ed emotive nelle motivazioni dell'uomo imprenditore sono predominanti rispetto a quelle di natura razionale ed economica. Crediamo di poter individuare nell'inseguimento di un 'sogno' la motivazione fondamentale della nascita di un'avventura imprenditoriale. La passione vera che guida l'imprenditore nel suo viaggio verso il proprio futuro è riconducibile alla grande forza del proprio: *I have a dream*.

## ATTITUDINE TUTTA UMANA

Nel film di Steven Spielberg "Artificial In-

teligence" del 2001 il robot John afferma: "Solo gli umani credono in ciò che non si può vedere o misurare". Forse è proprio per questa ragione che, di tanto in tanto, un umano più 'umano' degli altri vede uno scorcio di futuro che ritiene possibile, anche se questa possibilità non è 'misurabile', e si dedica a crearlo fondando un'impresa. Lo stesso Steven Spielberg ha denominato la propria società cinematografica con un nome che fa del sogno il suo marchio di fabbrica: "Dreamworks", appunto, "lavori da sogno".

Un altro grande imprenditore che credeva

che nel potere dei sogni fu il fondatore della Honda Motor Corporation, Soichiro Honda. Decise di chiamare "Dream" il suo primo motociclo, e non è un caso se ancora oggi lo slogan del marchio Honda continua a essere "The power of dreams".

## FILOSOFIA DENTRO GLI SPOT

Perché i sogni sono così importanti per gli individui? Perché "è solo nei loro sogni che gli uomini sono davvero liberi"; così recita Robin Williams nell'indimenticabile film "L'attimo fuggente". Quanto i sogni siano importanti lo testimoniano anche note campagne di comunicazione: "Non smettere di sognare" (Sky); "Dream ideas" (Panasonic); "Se non avessimo sogni, non potremmo realizzarli" (Bmw); "Nulla ferma chi ha deciso di sognare senza vincoli" (Audi); "Teniamo uniti i vostri sogni" (Trenitalia); "Mi sento protagonista di un sogno" (Vodafone); "Nuova classe S. Il sogno continua" (Mercedes Benz); "Il più grande assortimento di sogni" (Flou); "Lunga vita ai sogni" (American Express); "A tutti quelli che hanno un sogno; dedichiamo una banca su misura per realizzarlo" (Unicredit).

per realizzarlo" (Unicredit).

## IMMAGINAZIONE E PRESUNZIONE

Gli imprenditori di successo sono dei sognatori che agiscono: uniscono la capacità di immaginazione di ciò che è possibile con la presunzione necessaria a realizzarlo. La condizione indispensabile per diventare imprenditori è il fare. È un po' come andare in bicicletta: si riesce a non cadere solo stando in sella e pedalando. Per gli imprenditori vale l'insolita sequenza: pronti, sparare, mirare. In altre parole: sognare, agire, pianificare.

