

Presentazione del volume “Giannino Bassetti. L’imprenditore raccontato”

20 dicembre 2004

Sono evidenziate in rosso le parti dell’intervento riportate in audio

Intervento di Piero Bassetti – testo editato

Io lo faccio volentieri. E lo faccio spiegando come e perché siamo arrivati qui.

Nell’ambito della Fondazione Giannino Bassetti e del Suo Consiglio abbiamo ritenuto, fin dall’inizio del nostro lavoro di dover pagare un giusto tributo di omaggio a chi aveva reso possibile la nascita della Fondazione, cioè lo zio Giannino.

Si è pensato così all’idea della sua biografia. Una biografia da fare tenendosi lontani da qualunque tentazione agiografica. Non ce n’era, del resto, bisogno; fare dell’agiografia non ci interessava e non ci interessava perché ci rendevamo conto che il personaggio in oggetto, cioè Giannino Bassetti, era in sé di interesse adeguato per non averne bisogno. Se mai, si rivelava personaggio che, malgrado il suo spessore e il suo valore, era non di meno, assai difficile da raccontare e lo era non soltanto perché aveva lasciato pochissimi documenti ma perché poneva una serie di problemi legati alla specificità del suo ruolo personale dentro una generazione difficile come è stata la sua.

Da qui la scelta Centro per la cultura di impresa, istituzione che conoscevamo bene dalla Camera di commercio e di cui conoscevamo bene l’animatore che è qui con noi: Giulio Sapelli.

Perché il Centro? Perché il Centro per la cultura di impresa - che è stato fondato anche per volontà della Camera di Commercio - ha proprio questo scopo: estrarre elementi fattuali e descrittivi dalla storia e dalla cronaca della nostra realtà, dar loro evidenze e spiegazioni.

Si tratta di una realtà che per una Camera come quella di Milano è difficile da definire perché non è certo solo cittadina e nemmeno solo provinciale ma è certamente anche nazionale e spesso anche metanazionale. Estrarre contenuti

culturali – che non sono solo la memoria – dalla prassi imprenditoriale non è mai cosa facile.

Eppure si può. E, aggiungo io, anche si dovrebbe.

Il Centro sta facendo molto in questa direzione e non lo fa solo operando nel campo della conservazione archivistica e della memoria, lo fa anche e, forse, soprattutto, occupandosi criticamente della evoluzione della cultura imprenditoriale milanese.

Certo, il suo compito di conservazione è tutt'altro che secondario e, a questo proposito, io vorrei dire a tutti gli imprenditori presenti che il Centro ritira gli archivi delle imprese che troppo spesso, in base alla considerazione che le carte “infesciano”, disperdono e bruciano la totalità della loro memoria.

Certo, lo fa selezionando la parte di qualche concreto rilievo storico. Proprio per questo, deve dotarsi e continuamente aggiornare una propria visione culturale perché, appunto, ciò di cui il Centro si occupa non è soltanto la “memoria” dell'impresa ma è anche, secondo il nome, la cultura dell'impresa. Di qui il suo interesse per la prassi e per il significato storico (se si può usare tra virgolette questa espressione) che certe esperienze economico imprenditoriali indubbiamente hanno avuto, hanno e sempre avranno, e che il Centro vuole far emergere ponendole dentro le sfide culturali del Paese e, in particolare, di Milano.

*Non c'è dubbio che fare la saldatura fra il business e la cultura, fra *i danè e il ball* - per usare un'espressione nella quale Antonio Marinoni, qui presente, si riconosce subito – (sogghigno!) è qualcosa di cui Milano ha molto bisogno proprio perché, secondo me, molte nostre carenze politiche vengono proprio da qui: non avere la capacità di tenere insieme la sicurezza economica e la consapevolezza politica.*

Una capacità che, invece, città come Torino ha sempre chiaramente avuto: che altre città come Ivrea hanno pure dimostrato di avere.

Le performances del business molte volte sono, invece, cultura a pieno titolo. Essendo tali sono pregiudiziali all'arricchimento della società civile e quindi alla preparazione di ogni suo ruolo politico.

Secondo me, questa tradizionale carenza ambrosiana - ma qui Rumi credo che può dircelo molto meglio - è anche dovuta al fatto che, in fondo, c'è una tendenza, proprio a Milano, a considerare il business qualcosa che fa soldi ma non fa storia.

Per dirla sinteticamente. Mentre la politica consuma soldi ma fa o dovrebbe fare storia, il business, no. E, invece, non è vero! Semmai è vero il contrario!

Orbene, in tutta questa materia, Sapelli ha, invece, fatto le scelte giuste. Per il compito che la Fondazione Giannino Bassetti ha voluto affidare al Centro, ha saputo scegliere, con Roberta Garruccio e Germano Maifreda, entrambi qui con noi, due storici che hanno mostrato nei fatti, almeno questo è il mio parere, una eccezionale capacità di narrazione e di descrizione della vicenda che qui ci ha riunito. L'amico Paletta, dal canto suo, ha presieduto alle soluzioni degli altri problemi tra i quali quello non banale di trovare l'editore all'altezza del compito. E l'ha trovato.

Di solito nelle cerimonie di presentazione di un libro si cerca anche di venderlo: non voglio certo sottrarmi, rinunciando alla raccomandazione ai presenti di comprarlo! E tanto più sapendo che gli introiti vanno all'editore non essendo questa un'operazione di fund raising della Fondazione bensì un'operazione schiettamente editoriale.

Ciò che in altri termini noi vorremmo, e mi pare che i primi segni dicano che questo potrà accadere e che sul mercato editoriale l'opera si affermi per i suoi intrinseci valori librari. Valori che il Centro e l'editore si sono incaricati di garantire.

E adesso, brevissimamente, qualche parola nel merito della biografia che stiamo presentando.

La presentazione di stasera ci ha infatti spinto tutti - noi che al libro abbiamo lavorato - a rileggerlo con cura alla ricerca del suo vero significato e senso.

Un senso che, secondo me, emerge soprattutto nella prefazione e nelle conclusioni. Laddove cioè la biografia redatta da Maifreda e dall'insieme delle interviste è sbalzata e commentata e dove, a mio parere, viene fuori un po' tutto quello che volevamo cercare e fare emergere: **l'imprenditore innovatore e, come ha detto benissimo Chevallard, un imprenditore su cose che contano; perché**

appunto, certamente contano l'organizzazione distributiva di un paese, l'innovazione apportata ai suoi modi consumo e di vita, gli impatti sulla geografia economica di un Paese che alcune scelte di Giannino Bassetti hanno innegabilmente avuto.

Pensate, per esempio, che cosa ha voluto dire in proposito un fatto apparentemente banale ma in realtà di grande rilevanza di costume come la standardizzazione delle dimensioni dei letti dello stivale da Aosta a Trapani. Operazione che, assieme alla Pirelli, è stata fatta fundamentalmente dalla Bassetti sotto l'impulso di Giannino Bassetti.

Come la Tv ha unificato certi aspetti linguistici e di costume consumistico italiano, così, nel caso in questione, la produzione ha saputo unificare gli strumenti di un grande momento della vita degli italiani: il loro modo di dormire. Voi sapete tutti, certamente che il letto, il letto matrimoniale in particolare è un fatto culturalmente di grande rilevanza, che Francesco Alberoni ha contribuito a mettere in evidenza, proprio per la Bassetti, ma che Omero aveva già evidenziato nell'Odissea.

Ha infatti un sacco di significati: sacralità, funzionalità, radicamento, ecc.ecc. Significati che mai prima erano stati gestiti in sede industriali con piena consapevolezza culturale.

Viene fuori un imprenditore innovatore, non solo da un punto di vista degli strumenti impiegati, come per esempio, la pubblicità che mai era stata usata prima da produttori di telerie, oppure come il colore mai usato prima nei corredi, o come l'imbottito (il piumone) mai usato prima in Italia. Ma innovatore anche nelle finalità che, attraverso l'attività imprenditoriale perseguiva.

Quando Giannino Bassetti contribuisce in misura rilevantissima a riorganizzare il sistema di distribuzione tessile nazionale non innova solo nei mezzi ma innova nei fini della sua attività imprenditoriale.

Ciò che il libro rende possibile è pertanto qualcosa che prima, noi stessi non eravamo mai stati capaci di fare e cioè collocare questo imprenditore innovatore in un contesto preciso, un contesto nel quale il suo modo di esercitare la

responsabilità imprenditoriale, si rivela estremamente coerente non solo sul piano della razionalità economica, ma anche sul piano della coerenza valoriale.

E' questo un aspetto sul quale, secondo me, anche la stessa Camera di commercio può trovare interesse per una riflessione.

Il fatto cioè che c'è stato e c'è in questo caso qualcosa che spesso accade a Milano ma che i media non sanno rilevare e cioè la coerenza tra certi fatti produttivi e certi fatti civili e storici della vita della nostra città. Una connessione che, invece, dovremmo abituarci a saper cogliere.

Il Centro lavora in questa direzione. Noi riteniamo che anche questo libro lavori in questa direzione, perché nel mostrare un personaggio fortemente integrato in un contesto di cultura solida, specifica, magari discutibile, ma bene identificata con una sua coerenza evidente, con un suo rapporto stretto con la società che la circonda che ne fa un fatto di corrispondenza tra impresa e civiltà che la esprime, ci riporta a un processo non solo economico ma anche culturale. Che cosa è, infatti, una cultura se non la capacità di raccordare valori e interessi? E di farlo naturalmente; in milanese magari ...mescolando sfere di valori che stanno dentro i rapporti familiari, i rapporti aziendali, i rapporti finanziari e rapporti civili. Basta leggere le pagine in cui sono descritti i rapporti tra l'esperienza esistenziale di Giannino Bassetti e la beneficenza che è vissuta con una consapevolezza, questa tutta cattolica, ma che non è quella "di farsi perdonare", come qualche volta è la beneficenza del paternalismo, ma che è invece la consapevolezza delle responsabilità civili rispetto ai fenomeni che un innovatore e introduce. Quando Giannino Bassetti fa venire le ragazze dal Veneto o dalle alte valli e provvede, per esempio, ad ospitarle in un convitto egli mostra chiaramente di volere assumere una responsabilità civile rispetto a una mobilità indotta dai suoi interessi che oggi, per esempio, vediamo molto mal gestita rispetto al tema di un'altra mobilità, quella della immigrazione. Si può discutere se sarebbero queste, oggi, le soluzioni dei problemi che si ponevano allora ma, non c'è dubbio, che si sia trattato di scelte responsabili.

Non so quanti tra i presenti sanno che la Fondazione Giannino Bassetti ha proprio questo tema: il tema della responsabilità nella innovazione come sua missione.

Innovazione non intesa come la scoperta, i nuovi saperi, ma per quello che l'innovazione è nel suo significato proprio e cioè l'attuazione e la realizzazione di una possibilità che molte volte è resa possibile da nuovi saperi, ma in molti casi è resa possibile solo da nuovi modi di organizzazione di fattori esistenti in precedenza. E' il caso del passaggio dai grossisti ai dettaglianti. Quando un imprenditore mobilitando risorse, prevalentemente capitale, introduce un plus di sapere, elaborato dal mondo della scienza, nella prassi e in questo senso fa innovazione, egli non può sottrarsi alle responsabilità che gli vengono dalla consapevolezza che, così facendo, introducendo innovazioni che possono essere del tipo più diverso e che vanno dalla minigonna o dal piumone fino alla pecora Dolly, cambia il costume e questo si può fare responsabilmente, cioè con un esercizio colto della sua responsabilità, o irresponsabilmente trincerandosi dietro alla sua legittimazione all'inseguimento del profitto. E' inutile fingere di non vedere. Ciò che è valso per il politico Truman quando ha deciso l'attuazione della bomba atomica, può valere oggi per una multinazionale che si dedica a produrre OGM o di un farmaco di non provata sicurezza.

Il problema non è quello di controllare il sapere. Il problema è quello di controllare il rapporto tra il sapere e la prassi produttiva perché è qui che si fa la storia. Fare questo responsabilmente è difficilissimo e non può che essere affidato sostanzialmente a un sistema di valori sui quali la Fondazione in questo momento sta riflettendo e che coinvolgono la problematica del rapporto tra le decisioni di innovazione produttiva e le decisioni politiche.

Il tema della democrazia rappresentativa, deliberativa, cioè di un potere capace di essere insieme democratico e consapevole è, del resto, tutto qui.

Io ho finito, e vorrei concludere ritornando sul tentativo di ritornare sul senso che per noi ha avuto questa operazione e che mi auguro possa avere per il pubblico. L'idea non era e non è quella di raccomandare di venire a sapere chi era Giannino Bassetti, cosa che in fondo può interessare pochissimo o a pochissimi. Era ed è quello di vedere quali sono stati, in un'epoca diversa dalla nostra i meccanismi attraverso i quali Milano è cresciuta contemporaneamente in civiltà, in produttività e ricchezza nonché in valori. Io credo che questa è una sfida aperta, in

cui l'invocazione di modelli - e a Milano non mancano, penso per esempio a come ha fatto riflettere tutti noi l'epistolario di Alberto Pirelli a suo figlio Giovanni - possa aiutarci a riflettere su come si comportavano le classi dirigenti di allora, possa consentirci di verificare quali erano le ipotesi valoriali oltre che di razionalità imprenditoriale che li animavano.

Perché io credo che noi possiamo uscire dalle difficoltà che ci circondano se non ritroviamo i paradigmi lungo i quali, aggiornandoli e modernizzandoli, si può trovare una via per poter diventare classe dirigente politica oltre che classe dirigente economica. Essere capitale morale vuol dire essere capitale suscettibile di diventare correttamente anche capitale politica.

Sono le sfide che gli uomini come Giannino Bassetti sentivano istintivamente e che noi dobbiamo imparare a conoscere per poterle praticare.

Grazie.