

Industriali e corsi

IL BON TON AIUTA L'IMPRESA

di **Edoardo Segantini**

Un bravo imprenditore, come dice la parola, deve saper intraprendere, cioè lavorare, organizzare, innovare per il successo della sua impresa e, sperabilmente, delle persone che ci lavorano e la fanno prosperare. In realtà però deve saper fare anche molte altre cose e, tra queste, molto importante, gestire al meglio le relazioni. Infatti - oltre ai risultati economici - la sua faccia, le sue maniere, il modo come parla e si veste, dell'impresa sono la bandiera.

Ecco perché l'iniziativa dell'Unione Industriali di

Roma di promuovere seminari per imprenditori e manager sulle «buone maniere» - di cui ha scritto su queste pagine Lilli Garrone - è un'ottima idea. Ottima e anche un po' in controtendenza rispetto a uno «spirito del tempo» che sembra relegare la cortesia, l'attenzione alle parole, il rispetto anche formale del prossimo, nel sottoscala delle priorità comportamentali. Ottima e anche appropriata, perché gli imprenditori italiani - nella fascia alta tra i migliori del mondo - sono spesso persone che si sono fatte da sé. Sono «nuovi». Concentrati sul lavoro, non hanno sempre avuto il tempo di badare agli

aspetti che vengono definiti «immateriali».

Tuttavia l'esigenza più sentita da molti di loro è quella di saper parlare: quando vengono invitati a un convegno, sollecitati a raccontare la loro storia, o, più semplicemente, partecipano a una cena.

continua a pagina 2

L'editoriale

Il bon ton più aiutare gli affari degli imprenditori

SEGUE DALLA PRIMA

E qui le buone maniere non bastano. Bisogna padroneggiare argomenti che esulano dalle competenze specifiche.

E non solo la situazione della Capitale. Ma per esempio dialogare sui grandi drammi del mondo, che oggi si affastellano con un grado di concentrazione straordinario: la guerra in Ucraina, la situazione sanitaria, l'emergenza climatica. O altre notizie per fortuna meno cupe, che riguardano la cultura, così importante per Roma.

Vestirsi in modo appropriato è importante, d'accordo, ma poi bisogna saper dire cose di un qualche rilievo anche quando si esce dal seminato abituale: perché è



Peso:1-10%,2-9%

anche su quel terreno che si è valutati. Forse servirebbero, come chiamarli?, dei manuali di conversazione, in forma di scritti o di incontri con esperti delle varie materie, che aiutassero imprenditori e manager a farsi un punto di vista interessante e non banale sugli argomenti di cui si parla. Certo, il manuale di conversazione più efficace e sperimentato è da sempre il giornale quotidiano.

Ma ciò non esclude che non si possano inventare anche altri strumenti più diretti e personalizzati.

Edoardo Segantini



Peso:1-10%,2-9%