

# La progettazione del futuro di un'azienda parte dall'investire nel passato (e nel progetto condiviso)

## Narrazione d'impresa Storie dinamiche

Il futuro appartiene a chi ha un grande passato, recitava una campagna pubblicitaria di qualche anno fa. Ma oggi più che mai quella storia per le aziende viene valorizzata in una narrazione epica e al tempo stesso contemporanea. Così qualche mese fa uno dei player mondiale del videogioco ha deciso di scommettere sulla sua storia secolare, creando nell'headquarter di Kyoto un museo di impresa per raccontare gli esordi del 1889 con la sua storica fabbrica di carte da gioco. «Investire nel passato significa progettare il proprio futuro. Non è un ossimoro, ma è l'unico modo per dare

continuità ad una storia. La narrazione d'impresa ha questa capacità trasformando linee temporali in linee emozionali. È proprio rivivendo le emozioni della genesi di un'impresa – cosa l'ha portata ad essere oggi una realtà imprenditoriale con una propria identità e la spinta di scrivere nuove entusiasmanti pagine – che si oltrepassano i confini del tempo», afferma Andrea Bettini, curatore di Dialoghi D'Impresa, festival giunto alla seconda edizione, promosso dall'Università Ca' Foscari di Venezia.

La storia diventa però dinamica nel suo svolgersi: «Si tratta di storie evolutive: il c'era una volta lascia lo spazio al cosa saremo e l'io del singolo, riferendosi a un fondatore, diventa noi come persone che si sentono parte di un sogno comune. Le narrazioni che

abbiamo avuto modo anche di sentire durante questa seconda edizione hanno intrinsecamente questa caratteristica», precisa Bettini. Sul palco del festival si sono alternate le storie di grandi e piccole realtà, segno di come lo *storytelling* di impresa sia pervasivo e trasversale, oltre il mero elemento dimensionale. Così Francesco Giondi, 34enne ad del Club del Sole, attivo nelle vacanze outdoor al mare, ha raccontato la storia di una famiglia alla terza generazione che decide di mettersi in gioco e aprire il capitale a un fondo di *private equity*. Davide Ceccarelli, ad di Technowrapp, specializzata in avvolgitori automatici, narra una filosofia aziendale basata sull'ascolto attivo delle persone.

Perché comunque le storie di impresa evolvono grazie a tutti coloro

che si sentono parte di un progetto comune e condiviso. «Non esistono storie statiche, soprattutto se si parla di narrazione di impresa. Una storia è dinamica per sua natura. Di certo ha solo un inizio, ma il suo evolversi è in mano agli interpreti, le persone. È tutto un addivenire, dove si è sempre alla ricerca di equilibri dinamici. Ma c'è di più. In passato la narrazione era molto legata a figure individuali, come potevano essere i grandi cavalieri d'impresa. Oggi sono racconti più corali. Il tema della squadra e della centralità delle persone emerge ripetutamente», conclude Bettini. La storicità non zavorra per nulla il racconto, ma lo abilita in modo plurale verso nuovi capitoli da scrivere insieme.

—G.Col.



LA SQUADRA  
**Una volta il racconto era centrato sui capitani d'impresa, oggi al centro c'è sempre la coralità**

© RIPRODUZIONE RISERVATA