# Lintelligenza di chiedere aiuto

scritto da Fabio Piccoli | 8 Maggio 2020



In queste settimane sono frequenti gli appelli delle organizzazioni professionali al Governo, all'Unione Europea affinché aiutino le imprese in una fase emergenziale così complessa.

Ma noi oggi non vogliamo concentrarci su questa tipologia di richiesta di aiuto ma in quella più individuale, relativa ai singoli produttori.

E non vogliamo soffermarci sul chiedere aiuto "solo" in fasi così drammatiche come questa, dove la richiesta può apparire più "facile", ma in generale quando si è di fronte a problematiche che difficilmente possono essere risolte da soli.

Siamo stati stimolati per questo editoriale dal bravo Robert Joseph che su Meininger's Wine Business International ha scritto un interessante articolo dal titolo "There is no shame

in wineries asking for help” (non c’è vergogna per le cantine che chiedono aiuto).
“Ammettere che hai bisogno di assistenza – scrive Joseph – è spesso molto difficile, sia a livello personale che aziendale. È’ più facile “indossare” la faccia coraggiosa del soldato piuttosto che ammettere che, per qualsiasi motivo, non puoi farcela da solo”.
In estrema sintesi il noto giornalista inglese evidenzia come Covid-19 rappresenti un vero e proprio tsunami, una sfida troppo grande che difficilmente può essere superata senza aiuti. A questo riguardo Robert scrive: “Se miliardari come Richard Branson (il noto imprenditore britannico fondatore di Virgin Group ndr) sono disposti a rivolgersi a governi per finanziamenti di emergenza per le loro compagnie aeree, non deve esserci nessuna vergogna nelle aziende vinicole più piccole nell’alzare le mani”.
Ma la “provocazione” di Joseph ci è molto utile per allargare il fronte di analisi oltre il Coronavirus. Anzi, paradossalmente, proprio questa problematica così drammatica, ci offre l’opportunità di capire quanto sia importante la “richiesta di aiuto”.
La richiesta di aiuto, infatti, parte da un elemento fondamentale dell’azione imprenditoriale o manageriale, la consapevolezza dei propri mezzi ma anche, e soprattutto ci viene da dire, dei propri limiti.
Nella nostra attività di consulenza aziendale una delle principali, se non addirittura la più evidente, problematica in cui ci imbattiamo è proprio quella della consapevolezza dei propri limiti da parte dell’imprenditore o del manager.
E spesso tutto questo non è determinato da una miopia imprenditoriale ma da una sorta di tabù psicologico, atavico e cioè che l’ammettere i proprio limiti sia di per sé una sconfitta.
Il problema è che questo tabù determina una serie di gravi errori nella gestione dell’impresa dettati quasi sempre dall’incapacità del titolare e dei suoi manager di affrontare una serie di problematiche.

Il chiedere aiuto, pertanto, non va ritenuto giustificabile "solo" di fronte a situazioni di emergenza assoluta come questo – dove è scontato che senza il supporto "pubblico" molti soggetti della filiera vitivinicola pagheranno conseguenza molto gravi – ma deve essere una "leva" che ogni imprenditore deve tenere sempre in considerazione.
Quante volte, invece, abbiamo assistito ad imprenditori o manager che hanno ritenuto possibile fare tutto da soli? Spesso magari giustificando questa scelta come un obbligo "economico": della serie non sono in grado di pagare certe competenze e allora non mi rimane altro che provarci da solo.
Ma questa, perdonateci la franchezza, è stata, è la madre di tante delle problematiche del nostro sistema vitivinicolo.
Covid-19 sicuramente rappresenta una sfida difficilissima ma non dobbiamo dimenticare che i limiti del nostro settore, a partire dalla gestione delle nostre imprese, trovano la loro origine ben prima dell'arrivo di questo malefico virus.
Ma siccome i vecchi saggi ci hanno insegnato che l'uomo si muove, reagisce solo in presenza di pericoli gravi impellenti, cerchiamo allora di "approfittare" di questa situazione così difficile per imparare a "chiedere aiuto senza nessuno scrupolo".
L'avevamo scritto all'inizio di questa pandemia che il pesante lockdown doveva servirci per fare una autoanalisi approfondita delle nostre imprese. Guardarci dentro senza filtri per capire al meglio punti di forza e di debolezza.
Siamo convinti che molti imprenditori e manager l'hanno fatto, alcuni di essi ce l'hanno confessato con trasparenza nelle tante interviste che abbiamo realizzato in questi due mesi.
Ma da questa autoanalisi ci auguriamo nasca una nuova consapevolezza che possa portare il vino italiano ad un indispensabile progresso imprenditoriale che finalmente metta al primo posto il valore delle competenze, delle professionalità.
Chiedere aiuto oggi significa essere più forti domani.