

Tempo ed economia. L'esperienza del Gruppo Loccioni.

di Simonetta Recchi

La questione del rapporto tra tempo ed economia sta diventando sempre di più una sfida anche per le imprese, luoghi in cui rigenerare legami attorno a progetti comunitari rappresenta ormai una questione prioritaria. Questa sfida per le organizzazioni è resa oggi ancora più intensa dallo sgretolarsi di confini. Dinamiche complesse che richiedono profonda cura di sé, delle relazioni e dell'umanità. Cosa può fare infatti l'economia senza il sostegno di una visione dell'uomo come espressione di relazioni? Di cosa ha bisogno l'economia per riprendersi dall'*impasse* che sta attualmente vivendo? Quali sono gli strumenti, i valori sui quali investire affinché il mondo imprenditoriale possa riprendere a promuovere un lavoro a tempo indeterminato e luoghi di espressione dell'umano che siano vitali per sé, per gli altri e per il benessere sociale? L'impresa deve essere prima di tutto *giovane* e non solo da un punto di vista anagrafico: deve essere innovativa, proattiva, capace di prevenire e anticipare i problemi e i bisogni futuri e abile nel gestire i cambiamenti, deve lasciarsi guidare da valori quali l'energia, l'immaginazione, la responsabilità, la *trad-innovazione* e, affinché questi valori diventino l'*humus* per affrontare le nuove sfide e crescere insieme all'organizzazione, c'è bisogno di persone preparate, competenti, curiose e dinamiche in grado di affrontare le sfide. Una persona vive pienamente, mette energia nelle cose che fa, entusiasmo, passione, iniziativa... quando è inserita all'interno di reti sociali nelle quali cresce, coltiva la propria socialità, ed è utile a qualcuno e per qualcosa. Questo richiede un ripensamento dell'orizzonte temporale di riferimento, intendendo con questo una maniera diversa di affrontare la realtà per agire e pensare secondo un orizzonte infinito sempre presente che orienta le scelte concrete. Questo sguardo prospettico al tempo, quello da cui proveniamo (storia) e quello verso cui andiamo (futuro), ci porta a prenderci cura del presente, consapevoli che ogni azione umana ha delle conseguenze sul futuro, nel rispettare l'ambiente e le persone che lo abitano e nel guadagnarsi la fiducia di clienti, fornitori e collaboratori.

L'esperienza del Gruppo Loccioni riassume lo spirito di un'impresa che vive la prospettiva del tempo, che non vive di rendita, non poggia su vecchie intuizioni ma si *tradinnova* costantemente. La *trad-innovazione* è l'unione del valore della tradizione, della cultura contadina, cui è legata la nascita di Loccioni, dell'ascolto e dell'utilizzo dell'esperienza con la spinta a proiettarsi nel futuro. È la freccia che più indietro si tira, più avanti riesce ad andare. È il recupero dei valori culturali fondanti, della saggezza antica, che porta a vivere l'innovazione come comportamento responsabile verso il territorio, verso le persone, verso l'organizzazione, verso la tecnologia. Il Gruppo Loccioni, nato dalla volontà di creare sul territorio, e diffondere, un modello imprenditoriale che sviluppasse lavoro e conoscenza, integrando idee, persone e tecnologie, richiama il suo operato al concetto di

profondità del tempo. Occorre seminare per crescere, vivere l'impresa come un nodo di una rete che abbia la capacità di attivare legami con i personaggi più importanti del panorama tecnologico, vivere il territorio come il primo patrimonio da salvaguardare per rompere le barriere tra impresa, pubblico e privato e nel quale accogliere persone, collaboratori, clienti, fornitori, idee¹. La cura del cliente è un altro elemento cardine del Gruppo Loccioni ed è Loccioni stesso a evidenziarlo. Il primo passo da compiere per la riuscita di un'avventura imprenditoriale è prendersi cura delle persone. Bisogna tornare ad essere produttori di ricchezza, ma prima che a livello di mercato, a livello di relazioni; bisogna farsi garanti e sostenitori dell'intangibile, dei valori immateriali prima di quelli materiali.

Chiunque, anche un semplice contadino, che voglia intraprendere un'esperienza imprenditoriale, può farlo. Basta che sia mosso da una sana ambizione, la stessa ambizione che ne *La Serva Padrona* di Pergolesi, la serva, insieme a un desiderio di emulazione, mostra nei confronti della sua padrona. Lasciarsi guidare dall'esperienza di chi ne sa di più è un ottimo punto di partenza per dare il via a grandi imprese basate su un comune sentire, sulla collaborazione tra persone che si prendono cura insieme del tessuto relazionale.

È espressione di ciò il progetto 2KM di Futuro®, nato per mettere in sicurezza il vicino fiume Esino, che versava in uno stato di abbandono. Senza l'investimento del Gruppo Loccioni, non sarebbe stato possibile ricostruire un'area di 16 ettari di demanio pubblico, che ora è tornato ad essere un bene collettivo rispettato e preservato dal lavoro delle persone che lo abitano.

La grandezza del Gruppo sta proprio nella ricchezza delle persone che vi collaborano, capaci di creare valore e, in più, ovviamente, nella loro preparazione tecnica.

Un'impresa che voglia stare al passo con i tempi ha bisogno di persone con diverse abilità e conoscenze, che sappiano assumersi il rischio di impegnarsi in aree di business diversificate.

Oggi, infatti, i team Loccioni integrano e sviluppano la competenza distintiva della *Misura*, offrendo ai clienti soluzioni in cinque settori distinti: Energy, Environment, Industry, Humancare e Mobility.

La longevità è quindi declinata in due modi nel Gruppo: da una parte l'obiettivo più alto è quello di creare ancora nuove imprese, favorire l'imprenditoria, tenere sempre accesa la fiamma di chi ci vuole provare, promuovendo diversi progetti innovativi. Uno di questi è "Avvia l'Impresa", che nasce con l'obiettivo di dare a tutti i collaboratori del Gruppo Loccioni l'opportunità di intraprendere un'attività autonoma grazie al supporto iniziale del Gruppo stesso. D'altra parte, è altrettanto importante riflettere sul modello di business. Tra dieci anni infatti sarà tutto diverso, le

¹ Proprio l'amore per il territorio ha portato tre ragazzi al di sotto dei trent'anni ad aprire le tre sedi internazionali del Gruppo. Grazie alla loro voglia di portare il proprio territorio al di là dei confini marchigiani e italiani, sono infatti riusciti a stringere rapporti con i leader mondiali dei settori chiave.

esigenze del mercato cambieranno e ci saranno nuove sfide da affrontare. Per questo l'impresa, per rimanere giovane, deve imparare a cavalcare le nuove tecnologie di misura, i nuovi progetti dell'Unione Europea, le nuove direttive, sviluppando nuovi accordi con centri di ricerca di eccellenza.

La cura dei passaggi di conoscenza tra le generazioni è un'altra delle caratteristiche che permette al Gruppo di restare una "impresa giovane".

Il Gruppo Loccioni è un esempio lampante di come i legami intergenerazionali possano produrre ricchezza economica e sociale. Recita un antico detto africano: "da soli si va più veloci, ma insieme si va più lontano". Ciò significa che la rete è la fonte principale di opportunità e sviluppo e i progetti *Bluzone* e *Silverzone* del Gruppo lo dimostrano. Per quanto riguarda il progetto *Bluzone*, ogni anno l'impresa ospita decine e decine di studenti provenienti da scuole e università del territorio, per dedicarsi alla loro formazione. L'obiettivo è quello di aprire gli occhi ai giovani, fin dalla quinta elementare, mostrare loro un mondo che altrimenti potrebbe rimanere inesplorato per far sì che essi comincino a vivere in parallelo lo studio e il lavoro.

Accanto al progetto *Bluzone* c'è poi *Silverzone*, un'area virtuale per accogliere persone di esperienza e saperi, che con il loro valore e la loro passione sostengono l'innovazione e contribuiscono allo sviluppo del Gruppo Loccioni. Le persone "belle" che rientrano in questa rete, basata sulla stima e sulla fiducia, sono ultrasessantacinquenni e usciti dal mondo lavorativo che il Gruppo ha incontrato lungo la strada. Sono ex collaboratori, clienti, fornitori, partner, ricercatori, consulenti, professori e manager, con un bagaglio ricco di esperienze di vita e di racconti che con gioia e generosità mettono a disposizione dei giovani. Sono le persone che hanno contribuito a costruire il Gruppo e che continuano ad arricchirlo con momenti di incontro, occasioni di confronto, collaborazioni su progetti e testimonianze. Si creano così team comuni e ponti generazionali, basati su interessi condivisi e sul gusto di lavorare insieme. Un brevetto nel settore dell'*automotive*, intestato a un collaboratore di ventotto anni e a un ingegnere di ottantadue, numero uno dell'Alfa Romeo, è uno dei tanti esempi di una collaborazione viva, di uno scambio continuo di conoscenze, che trasformano l'impresa e la proiettano al di là del business, divenendo così un nuovo luogo d'incontro e di espressione dell'essere umano.

Simonetta Recchi

Ph. D. Student Gruppo Loccioni

Per approfondire

S. Alberton-V. Blasquez-A. Martone, *Age management. Creare valore con i lavoratori maturi*, IPSOA, Milanofiori Assago 2013.

M. Bartocci, *Animal Spirits in Vallesina. Enrico Loccioni e "l'impresa come gioco"*, Luiss University Press, Roma 2013.

T. Botteri, *S-Age management. Gestire con saggezza generazioni diverse*, Egea, 2012

M. L. Varvelli-R. Varvelli, *2KM di Futuro. L'impresa di seminare la bellezza*, il Sole 24 Ore, Milano 2014.

Profilo dell'autore

Simonetta Recchi, è dottoranda in *Human Sciences curriculum Psychology, Communication and Social Sciences* presso l'Università degli Studi di Macerata, dove ha precedentemente conseguito la laurea magistrale in Scienze Filosofiche. Il suo dottorato afferisce al bando Eureka della Regione Marche, dedicato a progetti di ricerca applicati alle realtà imprenditoriali del territorio. È, infatti, impegnata attualmente nel Gruppo Loccioni e si sta occupando di "Innovazione e responsabilità sociale: il ruolo dell'*active ageing*, dell'*employability* e delle *workplace challenges* nella realtà d'impresa". Diplomata in conservatorio in solfeggio e pianoforte complementare, sta proseguendo gli studi musicali di violino presso l'Istituto musicale G. Sieber di Offida.