

## Centenario della nascita di Pietro Barilla

*Milano, 16 aprile 2013 – Università Bocconi*

Intervento di Luigi Bordoni, Presidente Centromarca

Questo incontro, dedicato al Centenario della nascita di Pietro Barilla, è per Centromarca anche l'occasione per rivisitare le fasi di creazione della nostra associazione: lo spirito, la visione, gli intenti, che nei primi anni Sessanta animarono un ristretto gruppo di imprenditori nel dar vita ad un Centro di studi e di attività sui temi che ruotano intorno alla Marca. Un Centro d'avanguardia – esistente allora solo in Francia e in Germania, oggi in tutti i Paesi industrializzati – di cui Pietro Barilla fu Presidente Fondatore. Insieme a lui, Alberto Alemagna, Bruno Buitoni, Enrico Chiari, Michele Ferrero, Danilo Fossati, Luigi Lazzaroni, Guido Mosterts, Aldo e Angelo Zegna, Giordano Zucchi ed i presidenti delle prime grandi multinazionali dei beni di consumo arrivate in Italia: erano soliti riunirsi periodicamente per scambiarsi valutazioni su questioni emergenti, che avessero riflessi sui mercati dei beni di consumo.

Fu Pietro Barilla a portare in quel contesto i temi della Marca: lo fece mettendo a fuoco gli aspetti più qualificanti e nel contempo più impegnativi per le imprese, collocandoli in una visione prospettica di medio e lungo termine, prevedendo trasformazioni e criticità che sarebbero divenute, nel corso degli anni, assolutamente centrali.

Nel suo discorso alla prima Assemblea del Centromarca (1966, una ventina di aziende associate, oggi quasi 200), il Presidente Fondatore indica valori e ruolo economico-sociale della Marca, attraverso riflessioni che anticipano di molto le elaborazioni teoriche dei maggiori studiosi in questo campo (da Kapferer, a Thoenig, ad Aacher). *“Dopo 15 anni di sviluppo impetuoso – dice Pietro Barilla – l'industria di Marca è ora in prima linea, ma questo non solo e non tanto perché investe somme ingenti in pubblicità [280 miliardi di Lire nel 1965], ma perché abbiamo saputo intraprendere un'azione di rinnovamento, spesso anticipando le esigenze dei consumatori ed indicando loro nuove possibilità, nuove soluzioni... attraverso una forma dinamica di offerta, caratterizzata da innovazione continua, per soddisfare il crescente bisogno di servizio che i nuovi modi di vita richiedono”.*

L'industria di Marca è all'avanguardia, perché non solo interpreta e soddisfa i bisogni, ma addirittura li anticipa con soluzioni inattese... grazie all'impegno nella ricerca, che Pietro Barilla considera contributo fondamentale ad un rapporto di vicinanza e di risonanza con consumatore e quindi ad un organico e ordinato incontro fra domanda e offerta. Ma accanto a questo impegno egli pone subito i vincoli della responsabilità del produttore di Marca.

*“Più che una particolare forma di prodotto - dice Barilla – il prodotto di Marca è espressione della significativa scelta industriale, in termini di politica di mercato, attraverso la quale il produttore – indipendentemente dagli obblighi imposti dalla legge – si assume una complessa responsabilità, verso il singolo consumatore e fino all'ultimo consumatore, garantendo qualità omogenea nel tempo e nello spazio, identificabilità, informazione, quindi garanzia e affidabilità, disponibilità ovunque se ne faccia richiesta”.*

Colpisce, in questo passaggio, il riferimento ad una responsabilità complessiva, liberamente assunta e non imposta dall'esterno, verso il singolo consumatore... fino all'ultimo consumatore! Espressione di un istintivo senso di rispetto e di umanità nei confronti delle persone, che prescinde da forme di opportunità ed assume invece i significati del dovere e della missione. Fra l'altro (su un piano più tecnico), il richiamo al singolo consumatore, sembra in qualche modo anticipare di qualche decennio le teorie del "Segment of one marketing": ancora una volta l'intuito e la passione dell'imprenditore prefigurano soluzioni che saranno rese pienamente possibili dai progressi della tecnologia e dell'informatica. Il richiamo alle prospettive di medio e lungo termine, la necessità di prefigurare le possibili evoluzioni del contesto, erano un suo tratto distintivo, come sanno bene tutti coloro che si sono rapportati con lui.

Negli anni della presidenza di Centromarca, Pietro Barilla era pienamente consapevole che l'impetuoso sviluppo, che le imprese stavano vivendo e che durava ormai da tre lustri, era determinato da condizioni particolarmente favorevoli e che un simile trend non poteva essere automaticamente assicurato per gli anni a venire: *"Vi sono condizionamenti esterni che possono anche notevolmente ridimensionare le aspettative: la tendenza dei Poteri Pubblici a limitare la libertà dell'imprenditore attraverso una legislazione restrittiva; la concentrazione della domanda a livello distributivo; i possibili movimenti di opinione che intaccano la fiducia del pubblico verso il prodotto di Marca. Le nostre imprese, pertanto, dovranno fare assai più che salvaguardare il patrimonio acquisito: dovranno prendere coscienza della necessità di non vedere compromesse le opportunità future"*.

Coglie segnali deboli delle forti criticità future! E, sul piano associativo, dà il via a programmi di intervento – divenuti poi permanenti in Centromarca e che continuano tutt'ora – volti ad affermare valori, ruolo, potenzialità dell'IdM e dei suoi prodotti presso i pubblici di riferimento ed in funzione della crescita e dell'evoluzione economica e sociale.

Intuizione, coraggio e ottimismo, sono caratteristiche comuni ai grandi imprenditori di Marca, che hanno contribuito a scrivere la storia economica e sociale del nostro Paese.

Insieme alla passione per il proprio mestiere, che porta a vincere le sfide più difficili.

In questo difficilissimo e interminabile periodo che il Paese sta attraversando, può essere incoraggiante e stimolante pensare ad un'epoca in cui l'Italia non si è rassegnata ed ha saputo impegnarsi e mobilitarsi con coraggio, riuscendo a superare distruzioni e divisioni; riuscendo a crescere, ad alimentare visioni e talora anche sogni, creando comunque la prospettiva di un avvenire migliore. Il nostro Paese poté allora contare su generazioni coraggiose e temperate; su personalità dotate di straordinarie capacità e di assoluto rigore: sono le persone che hanno costruito l'Italia migliore e delle quali sentiamo oggi un grande bisogno e della cui mancanza tanto soffriamo.

Pietro Barilla fu uno di questi uomini!