

# La lezione di Bottura per le imprese

di **Max Bergami**

**L'**Osteria Franciscana di Modena, opera di Massimo Bottura, è il miglior ristorante del mondo. L'ha stabilito un'autorevole giuria internazionale, composta da 1.000 esperti di tutte le regioni del mondo, che ogni anno incorona «The World's 50 Best Restaurants».

È la consacrazione di Bottura e il riscatto della cucina italiana che finalmente riesce a smarcarsi dallo stereotipo della tovaglia a quadretti e dalla banalizzazione dei reality televisivi. In soli 20 anni Bottura parte da zero e conquista il mondo, scrivendo una storia italiana di lavoro, di passione, di ricerca e realizzando un sogno tanto impensabile. Un ristorante come l'Osteria Franciscana è a tutti gli effetti un'impresa, con una complessità molto maggiore di quanto si possa pensare, perché viene valutata secondo standard molto elevati che riguardano la creatività, la qualità dei prodotti e l'affidabilità del servizio, solo per citarne alcuni. Chi conosce l'Osteria Franciscana, tuttavia, sa che non si tratta solo di un'impresa, ma contemporaneamente di un atelier, di un laboratorio di ricerca, di un crocevia di idee.

Gli ingredienti di questa storia di successo sono anzitutto la competenza tecnica, il rispetto per il territorio e per i produttori, la creatività e la capacità di guidare un team di alto livello; a questo si aggiunge una sensibilità culturale molto spiccata, derivante dalla passione per la musica e per l'arte contemporanea, che trasforma i piatti in esperienze multisensoriali e intellettuali. Alcuni di questi ca-

ratteri sono presenti anche in altri grandi interpreti dell'identità italiana in cucina, ma sono l'orientamento internazionale e la capacità di pensare in grande che hanno dato a Bottura quel quid in più che ha consentito di raggiungere la vetta. Un aspetto che si potrebbe aggiungere riguarda il rapporto con la moglie Lara Gilmore dal quale scaturisce una creatività relazionale e una stabilità evidente. Questo modo originale di interpretare un'avventura umana ha portato Bottura a evolvere nel corso del tempo, pur mantenendo la propria identità, fino a occuparsi di sostenibilità e filantropia, come nel recente progetto del Refettorio Ambrosiano per i poveri durante Expo.

Durante la premiazione di lunedì, Bottura ha invitato tutti i suoi colleghi a Rio de Janeiro durante le Olimpiadi per cucinare in una favola, candidandosi così inconsapevolmente alla leadership di un nuovo movimento della cucina internazionale che guardi a temi sociali contemporanei di rilevanza globale, come l'educazione alimentare e la riduzione del food waste. Di fronte a questa storia, è lecito chiedersi se si tratti di una vittoria nazionale o del successo di un individuo e del suo gruppo, raggiunto con una carpietà visionaria che la razionalità non avrebbe suggerito di perseguire. Indubbiamente, la comunità dei cuochi italiani di alta qualità ha fatto passi da gigante negli ultimi anni, così come le istituzioni hanno iniziato a intuire il potenziale di comunicazione internazionale offerto

da questo settore, non solo per l'agrifood, ma anche per il turismo, per i prodotti del made in Italy e per l'immagine del Paese nel suo insieme. D'altro canto, è altrettanto vero che fino a oggi non sono presenti azioni di sistema che valorizzino la cucina italiana per quello che può dare, come invece è stato fatto con successo da altri Paesi, palesemente meno ricchi di risorse in questo campo. Un progetto nazionale in questo settore non può limitarsi a un road show, per quanto ben organizzato, ma deve basarsi su una serie di azioni coordinate volte ad aumentare la competitività del Paese nei segmenti alti del mercato; queste azioni dovrebbero includere il consolidamento della relazione tra ristorazione di qualità e produttori del territorio, progetti di distribuzione internazionale dei prodotti italiani anche mediante le nuove tecnologie, iniziative di diffusione della cultura alimentare italiana in Italia e all'estero, lo sviluppo del turismo enogastronomico e, infine, un significativo investimento in formazione manageriale che offra alla maggioranza di piccoli imprenditori la possibilità di sviluppare le competenze per la crescita.

Questa è una storia italiana, simile a molti casi di successo che riguardano piccoli imprenditori in altri settori, ma diversa perché molto più visibile e riguardante un settore in cui l'Italia può giocare un ruolo di leadership molto maggiore di quanto abbia fatto in passato. Non perdiamo l'occasione.

Bologna Business School  
 Università di Bologna

© RIPRODUZIONE RISERVATA

