

L'esperienza dell'immobiliarista in un saggio-racconto Crisi, il "caso Toscano": per i pesci piccoli lezioni di mare aperto

Travolgere le difficoltà e tramutarle in opportunità. Rimbocarsi le maniche e iniziare a fare. Pensare in grande e tenere i piedi per terra.

Si che si può. Anche anche in periodi di crisi come quello che sta soffocando l'economia italiana. Ilario Toscano, conoscitissimo imprenditore romano di 56 anni, ne è convinto. E, per dimostrare che le sue non sono parole vuote, ha messo nero su bianco la sua trentennale esperienza. Cominciata dal nulla, a 21 anni, dopo aver lasciato un sicuro lavoro in banca, eppure capace di creare una delle società più importanti d'Italia nel settore immobiliare.

Metà saggio e metà racconto, "Per fare impresa: il caso Toscano" (edizioni Franco Angeli, 158 pagine, 21 euro) è un libro fitto di «consigli e tanto vissuto». L'aspirante imprenditore viene accompagnato in un percorso che parte da un'idea, fissa gli obbiettivi, sceglie i collaboratori, studia il mercato, affronta le difficoltà. «Dobbiamo imparare a navigare nelle turbolenze avendo la certezza che tutto può essere risolto», scrive Toscano. «Sapere che si sta lavorando per il superamento delle difficoltà per arrivare al risultato desiderato è

un fattore automotivante». Del resto, il case history è eloquente: nei primi anni Novanta la situazione economica era grave e molte agenzie chiudevano, altre si ridimensionavano. Per Ilario Toscano, invece, quel periodo è stato un trampolino di lancio: «Cambiammo tipo di organizzazione e riuscimmo a tenere in pugno il mercato andando addirittura in controtendenza: mentre altri concorrenti chiudevano noi aprivamo nuove agenzie». Possibile? Sì: in un momento in cui il mercato metteva

in crisi alcune realtà im-

to eliminare inefficienze e costi, dall'altro prestare maggiore attenzione alle linee da seguire». Anche in questo momento difficilissimo «ci sono aziende che, pur soffrendo, si rinnovano per aggredire il mercato non appena si invertirà la tendenza negativa. Altre, addirittura, nascono proprio ora: usando il vantaggio competitivo della loro piccola dimensione si inseriscono nello spazio commerciale lasciato libero da chi è stato costretto a chiudere».

Il libro si sofferma, infine, sul ruolo dell'imprenditore e

sul rapporto coi suoi collaboratori che «non devono mai sentirsi un numero. Solo se

avranno la possibilità di confrontarsi con gli altri nel rispetto delle regole si sentiranno veramente coinvolti». L'imprenditore deve evitare di imporre le proprie decisioni, al contrario deve «ricercare il consenso, fin quando è possibile». Non solo: il successo di un imprenditore è legato alla creazione di ricchezza che a sua volta non può prescindere da «posti di lavoro durevoli. Un'idea imprenditoriale che non preveda questo risultato non offre continuità di formazione di ricchezza».

M. Francesca Chiappe

RIPRODUZIONE RISERVATA

**«Ci sono aziende che soffrono ma crescono
Ce la fa chi coinvolge i dipendenti
e sa creare posti di lavoro duraturi»**

prenditoriali il coraggio di insistere permise al giovane imprenditore romano di «inserirsi nello spazio di mercato che i nostri competitor liberavano». Insomma, la chiave del successo stava nel «coraggio di cambiare». Ma, quella ricetta è valida anche oggi, con una crisi che morde e talvolta uccide? Nel libro Toscano riflette sul fatto che «dal 2008 la crisi internazionale ha bloccato tutti i settori economici. Le transazioni immobiliari sono diminuite e il fatturato ha registrato meno 21 %». Ora, insomma, è più dura. Così «è stato necessario da un la-