

Educare a uno “spirito imprenditoriale”. La lezione di Marco Aurelio

Cosimo Costa

Università LUMSA
P.zza delle Vaschette, 101 - 00193 Roma
cosimocst@gmail.com

Abstract

Educating towards an “entrepreneurial spirit”. The lesson of Marcus Aurelius

The promotion of an “entrepreneurial spirit” is now one of the political objectives that characterize the various action plans of the EU and its Member States. The reasons and tools to support its development are many and different. But how do understand this “spirit”? which way to address it? and then, how to consider entrepreneurship? How to support it? trough what form of education? And above all: how to point through it to the formation of man and citizen? These are questions that despite the various interests are still looking for answers and that are investigated in the present contribution through the lesson of an ancient “entrepreneur”, Marcus Aurelius, who was able to do the good of his empire by duty and profession.

Keywords: Entrepreneurship education; Training; Motivation; Stoicism; Marcus Aurelius.

Resumen

Educar a un “espíritu emprendedor”. La lección de Marco Aurelio

La promoción de un “espíritu emprendedor” es ahora uno de los objetivos políticos que caracterizan los diversos planes de acción de la UE y sus Estados miembros. Las razones y las herramientas para apoyar su desarrollo son muchas y diferentes. Pero, ¿cómo

entender este “espíritu”? ¿De qué manera abordarlo? Y luego: ¿cómo considerar el emprendimiento? ¿Cómo apoyarlo? ¿A través de qué forma de educación? Y sobre todo: ¿cómo señalarlo a través de la formación del hombre y el ciudadano? Estas son preguntas que, a pesar de los diversos intereses, aún están buscando respuestas y que en la presente contribución se investigan a través de la lección de un antiguo “empresario”, Marco Aurelio, que pudo hacer el bien de su imperio por deber y profesión.

Palabras clave: Educación empresarial; Formación; Motivación; Estoicismo; Marco Aurelio.

1. Lo “*spirito imprenditoriale*”

Da quando, nel 2006, il Parlamento Europeo pose lo “spirito di iniziativa e di imprenditorialità” tra le otto competenze chiave per l’apprendimento permanente¹ l’educazione all’imprenditorialità, oltre che acquisire una sua collocazione tra le differenti forme attraverso cui l’evento educativo si realizza, ha trovato anche una particolare definizione che la trasmette come «strumento attraverso cui aiutare lo sviluppo delle competenze e della mentalità, necessarie a far sì che [i giovani] possano trasformare idee creative in azioni

¹ Tra le otto competenze si delineano anche «la comunicazione nella madrelingua; la comunicazione nelle lingue straniere; la competenza matematica e competenze di base in scienza e tecnologia; la competenza digitale; imparare a imparare; le competenze sociali e civiche; la consapevolezza ed espressione culturale», Allegato a *Raccomandazione del Parlamento europeo e del Consiglio del 18 dicembre 2006 relative a competenze chiave per l’apprendimento permanente*. GU 30.12.2006 L 394/14.

imprenditoriali»². Da qui, nel corso degli anni, anche i suoi compiti sono stati precisati. La Commissione europea, infatti, mentre da un lato sottolinea che per sostenere produttività e crescita sarà indispensabile investire in istruzione e formazione, dall'altro mira a far recepire tale tipo di formazione non tanto come fattore chiave per ridurre la disoccupazione e lo *skill gap*, quanto come strumento per diffondere e facilitare "lo sviluppo di una nuova mentalità". Già nel 2012, in una comunicazione dal titolo *Ripensare l'istruzione: investire nelle abilità in vista di migliori risultati socioeconomici*, si legge:

Gli Stati membri dovrebbero promuovere le abilità imprenditoriali attraverso metodi di insegnamento e di apprendimento nuovi e creativi fin dalla scuola elementare [...]. A partire dall'apprendimento basato sui problemi e attraverso collegamenti con le imprese, l'esperienza del mondo reale dovrebbe costituire parte integrante di tutte le discipline in forme adattate a ciascun livello di istruzione³.

² Fondata sulla definizione quadro stabilita a Ginevra il 18 gennaio 2012 da un gruppo di lavoro internazionale interessato alla formazione imprenditoriale includente rappresentanti ETF, GIZ, OIL e UNESCO-UNEVOC.

³ Commissione europea, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, *Ripensare l'istruzione: investire nelle abilità in vista di migliori risultati socioeconomici*. COM/2012/0669 final. Tale indicazione è supportata anche da ricerche recenti che dimostrano l'impatto significativo derivante dall'introduzione dell'educazione all'imprenditorialità sin dal livello più precoce, vale a dire la scuola primaria, cfr. L. Rosendahl Huber, R. Sloof, M. Vaan Plag, *The Effect of Early Entrepreneurship Education: Evidence from a Randomized Field Experiment*, in «European Economic Review» 72 (2014), pp. 76-97.

Ma l'attenzione può rivolgersi anche al *Piano d'azione Imprenditorialità 2020* (2013)⁴, alla *Raccomandazione del Consiglio* (2014)⁵ e non per ultima alla *Risoluzione del Parlamento europeo* (2015)⁶. Sommariamente si tratta di "indicazioni" che collocano l'imprenditorialità in una dimensione formativa tesa a definire uno "spirito imprenditoriale" aperto non tanto al successo e al denaro quanto a un miglioramento della vita privata e sociale dell'individuo.

Autorevoli opinioni, provenienti da ambiti disciplinari prettamente economici, rafforzano quanto appena affermato. Dietmar Grichnik, docente di *Entrepreneur-*

⁴ I tre ambiti di intervento sono: «1. istruzione e formazione all'imprenditorialità in modo da sostenere la crescita e la creazione di imprese; 2. rafforzamento delle condizioni quadro per gli imprenditori rimuovendo gli attuali ostacoli strutturali e fornendo loro un aiuto nelle fasi cruciali del ciclo di vita dell'impresa; 3. dinamizzazione della cultura dell'imprenditorialità in Europa: allevare la nuova generazione di imprenditori», Commissione europea, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni. Piano d'azione Imprenditorialità 2020, *Rilanciare lo spirito imprenditoriale in Europa*. COM/2012/0795 final.

⁵ Conclusioni del Consiglio sull'imprenditorialità nell'istruzione e nella formazione, GU C 17/2, 20.01.2015, pp. 2-3

⁶ Risoluzione del Parlamento europeo dell'8 settembre 2015 sulla promozione dello spirito imprenditoriale nei giovani attraverso l'istruzione e la formazione (2015/2006 INI). Si ricorda anche il *Libro verde sull'imprenditorialità in Europa* del 2003 che includeva l'istruzione intesa come fattore fondamentale per compiere progressi; l'Agenda di Oslo per l'educazione all'imprenditorialità in Europa del 2006 in cui si definiscono alcune proposte mediante cui sostenere i progressi compiuti nel campo dell'educazione all'imprenditorialità attraverso azioni sistematiche ed efficaci da attuare a livello europeo, nazionale, regionale e istituzionale; si ricorda anche la *Towards Greater Coherence in Entrepreneurship Education* (2010), una ricerca sull'introduzione di strategie sistematiche nell'educazione all'imprenditorialità, inclusa la presentazione del modello di avanzamento ("Progression Model").

ship e direttore dell’Institut für Technologiemanagement dell’Università di San Gallo, indica la “passione per il prodotto” e la “volontà di fare la differenza” come fattori chiave per il successo imprenditoriale⁷. E lungo tale direzione si osservano anche le opinioni di Stylianos Kavadias, direttore del Centre for Entrepreneurship della Judge Business School di Cambridge, secondo cui la nuova idea di imprenditorialità dev’essere prima di tutto segnata dalla “creatività”, da incoraggiare, amplificare ed esplorare⁸; o di Steve Blank, imprenditore della Silicon Valley e docente in varie università americane, secondo cui la figura dell’imprenditore dev’essere paragonata per *vision*, passione e spinta a quella di un “artista” capace di vedere nella realtà qualcosa che altri non vedono⁹. Ma la nostra idea è supportata anche dalla maggior parte delle ricerche di stampo prevalentemente psicologico, svolte dagli anni Sessanta ad oggi. Da esse, infatti, può dedursi che il futuro imprenditore è caratterizzato dal bisogno di autorealizzazione, autonomia, cambiamento, propensione al rischio, innovazione, creatività¹⁰, quindi da speciali “caratteristiche personali” che Dean Shepherd, professore di *Entrepreneurship* al Mendoza College of Business della Notre

⁷ Cfr. D. Grichnik, *Entrepreneurial Living – Unternimm dein Leben. In sieben Zügen zur Selbstständigkeit*, München, Carl Hanser Verlag, 2016.

⁸ Cfr. S. Kavadias, C. H. Loch, *Project Selection Under Uncertainty. Dynamically Allocating Resources to Maximize Value*, Boston, Kluwer Academic Publisher, 2004.

⁹ S. Blank, B. Dorf, *Startupper. Guida alla creazione di imprese innovative*, Milano, EGEA, 2013.

¹⁰ V. Caggiano, *Educazione imprenditoriale. Aspetti psicologici dell’imprenditore*, Roma, Anicia, 2014, pp. 35-36.

Dame University, ritiene più importanti delle stesse idee di *business* o delle stesse strutture industriali¹¹.

Quanto appena riportato induce a riconsiderare una domanda frequente nel campo imprenditoriale, ma forse poco approfondita: “imprenditori si nasce o si diventa?”. Di certo non si vuole contrastare la risposta di un serio studio statistico inquadrato in una varietà di cause¹², ma non si vuole nemmeno semplificare il legame etico-pedagogico che in genere si instaura tra le cause e il loro fattore primo nonché la motivazione¹³. Porre rapidamente l’accento su tale aspetto al fine di una migliore comprensione della nostra questione mi sembra dunque cosa lecita. Per l’analisi mi avvalgo della tesi di Josef Derbolav, che apre alla questione attraverso la profondità di significato caratterizzante la parola “azione”.

È noto che ogni motivazione nasce quando si è disposti a rischiare e a diventare protagonisti della pro-

¹¹ Cfr. D. Shepherd, E. Douglas, *Entrepreneurial attitudes and intentions in career decision makers*, Paper presented to the International Council for Small Business, San Francisco, 1997.

¹² Giuseppe Notarstefano raggruppa le cause in due tipi di variabili: la prima riguardante realtà oggettivamente misurabili quali genere, età, titolo di studio, etnia, confessione religiosa, classe sociale di appartenenza, esperienza professionale; la seconda è relativa a tratti personali come valori, credenze, opinioni, innovatività, creatività, G. Notarstefano, *Imprenditori si nasce o si diventa? La rilevazione delle attitudini imprenditoriali: modelli di misura ed evidenze empiriche*, in G. Fazio, A. Purpura (a cura di), *Impresa, Innovazione e Territorio*, Milano, Franco Angeli, 2014, p. 24.

¹³ Momento indispensabile allo spirito imprenditoriale. Esso è in genere posto tra una «tensione individuale a ricercare, attraverso l’impresa, un modo possibile di realizzarsi economicamente e una fitta interazione tra motivi contingenti collegati al contesto familiare, sociale, industriale in cui la scelta imprenditoriale a volte è legata a bisogni di livello superiore, altre alla realizzazione di bisogni immediati ed elementari», *Ibid.*, p.6.

pria vita¹⁴. Ma quand'è che l'azione mediante cui la motivazione si esterna assume il carattere di "comportamento"? Secondo l'autore, l'azione potrà assumere tale carattere sia nel rapportarsi ad oggetti naturali che ad essenze razionali. "Comportarsi" potrà pertanto significare formazione ed elaborazione dell'oggetto naturale secondo principi finalistici che trasformano quest'ultimo in bene o mezzo utilizzabile per i bisogni umani; o, nel caso di soggetti, di «agire nei confronti dell'altro» in una dimensione comunicativa comprensibile di significati anche quando non si tratterà di contrasto o conflitto polemico¹⁵. In entrambi i casi, l'azione si manifesterà come "energia": fissata sulla soddisfazione immediata di altri bisogni che non tengono conto della totalità della persona e/o rivolta a conservare la struttura e ad assicurare l'integrità del soggetto per il futuro. Si deduce che l'azione in genere è proiettata verso mete racchiuse nella struttura stessa dell'uomo. Essa dipende infatti da una intenzione che la fa nascere e vivere, da una volontà che ne costituisce l'avvio, da una scelta con cui si fa propria la stessa volontà e da una realizza-

¹⁴ Oltre alla ricerca di campo (cfr. R.H. Blockhaus, P. S. Horwitz, *The psychology of the entrepreneur*, in D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, Ballinger, 1986, pp. 25-48) anche l'esempio di alcuni famosi imprenditori confermano quanto si sta affermando. Si guardi ad Howard Schultz, cresciuto nelle case popolari di Brooklyn, oggi considerato come il soggetto che diede un significativo incremento agli utili di Starbucks, nonché alla sua internazionalizzazione; Steve Jobs, il cui padre adottivo faceva il meccanico per auto e la madre adottiva era una contabile, tra i primi a intuire la potenzialità del mouse e dell'interfaccia grafica basata sull'impiego di icone e di finestre per menu a tendina; Jack Ma che da giovane fu respinto da varie aziende ed oggi è fondatore di una fra le maggiori compagnie di commercio online, la Alibaba Group.

¹⁵ J. Derbolav, *Schizzo di un'etica pedagogica*, in J. Derbolav-W. Flitner, *Problemi di etica pedagogica*, Brescia, La Scuola, 1988, pp. 47-48.

zione che è il suo concreto configurarsi nella realtà. L'azione, rivolta al fine, potrà pertanto configurarsi o con una «dimensione tecnica del fare», quindi con un ruolo regolato istituzionalmente quale la professione, o con una «dimensione etico-pratica», quindi con un sistema di norme regolato dalla coscienza morale. La pratica delle due dimensioni, secondo Derbolav, potrà cogliersi mediante il postulato della «doverosità». Nella dimensione produttiva, i doveri saranno imposti dalla tradizione e da un *ethos* professionale per confluire in una competenza di carattere prettamente tecnico; al contrario, nella dimensione morale dell'azione i doveri si manifesteranno come esigenze alle quali la persona risponderà tramite «virtù abituali»¹⁶. Dalla tesi di Derbolav si evince qualcosa di importante per la risposta alla nostra iniziale domanda, e indirettamente per comprendere le fondamenta che reggono lo “spirito” qui indagato. La motivazione collegata al fine, quindi a un progetto di vita, dovrebbe escludere qualsiasi pre-terminazione non derivante dall'autentica natura di colui che la compie. Per sommi capi, essa dovrebbe dunque configurarsi come “decisione esistenziale”, nonché come “libero atto” in cui il soggetto individua come oggettivare il suo essere tramite un'attività sociale, quindi come la sua individualità potrà dare un nuovo e originale apporto sia a se stesso che alla società¹⁷.

¹⁶ La qualità morale dell'azione si lascia acquisire anche mediante l'esercizio ma non completamente in esso: sono piuttosto le esigenze molteplici della situazione che pongono il soggetto di volta in volta di fronte a decisioni che richiedono l'impegno morale e possono anche facilmente indurre in errore, cfr. *Ibid.*, pp. 49-50.

¹⁷ Secondo tale direzione, il “nuovo” di cui parla Joseph Schumpeter – «l'imprenditorialità consiste nel fare cose nuove o fare cose che si stanno già facendo in modo nuovo», J.A. Schumpeter, *La reazione creativa nella storia economica*, in A. Pagani (a cura di), *Il nuovo imprenditore*, Milano, Franco Angeli, 1967, p. 69; cfr. J. A.

2. Educazione, formazione e imprenditorialità

Lo spirito imprenditoriale a cui mira la Commissione europea, oltre che finalizzarsi ad una nuova "mentalità", punta anche, e soprattutto, ad una «corretta ripresa di un percorso di crescita economica»¹⁸. E visti i tempi, di certo su tale fine non si può obiettare. Supportati però dagli argomenti prima tracciati, ciò che di seguito interesserà sarà soprattutto finalizzare tale "mentalità" all'attuazione di un'antica ma attuale questione: essere al contempo un buon uomo e un buon cittadino. A tal fine non può celarsi il bisogno, oserei dire primario, di un originale "approccio educativo" in grado di qualificare l'intero sistema di istruzione e formazione. Le difficoltà non mancano. Efficacemente evidenziate, esse sono confermate da alcune ricerche¹⁹ oltre che dalle tesi di alcuni importanti autori. Si ricorda Anders Hoffman, secondo cui l'insegnamento formale non è l'unica attività in grado di influire sulla capacità degli studenti di diventare "grandi" imprenditori, non a caso, secondo l'autore, «ai metodi pedagogici tradizionali dovrebbe affiancarsi anche una dimensione etica, pratica e di partecipazione»²⁰; ed Elisabetta

Schumpeter, *Il processo capitalistico. Cicli economici*, Torino, Boringhieri, 1977 -, non nascerà dalla cosa esterna, spettacolare o di importanza storica ed economica. Esso piuttosto si svilupperà quando si pone l'accento su quelle "virtù abituali" attraverso cui identificare opportunità e, di conseguenza, nuovi modi di sviluppo, cfr. V. Caggiano, *Educazione imprenditoriale. Aspetti psicologici dell'imprenditore*, cit., p. 18.

¹⁸ *Ibid*, p. 22.

¹⁹ Tra cui il rapporto *Eurydice* della commissione europea o anche i risultati del Gruppo tematico sull'educazione all'imprenditorialità.

²⁰ A. Hoffmann, T. Fuglsang, L. Vestergaard, *Measuring Entrepreneurship Education*, in Commissione europea. *Entrepreneurship*

Agus, secondo cui formare imprenditori non sarà formare macchine capaci di dar vita a imprese o capitale, piuttosto dovrà essere un atto in grado di coinvolgere individui «i cui comportamenti sono azioni osservabili che riflettono sia il contesto, sia le preferenze personali»²¹.

S'intuisce che nel panorama imprenditoriale avviene sì importante aprirsi al contesto, ma soprattutto alle "preferenze" di un soggetto che agisce o agirà in un contesto. A tal fine i campi di indagine privilegiati dalla ricerca psicologica sono i processi di "scelta" e di "intenzionalità", convalidati da vari "modelli". Tra i tanti si ricordano: il "Modello di Scott e Twomey", in cui vengono rilevati tre fattori in grado di influenzare le aspirazioni a diventare imprenditori²²; gli "Effetti dei Modelli di ruolo" di Scherer, Adams, Carley e Wiebe, interessati agli effetti dei modelli parentali sulla futura scelta professionale dei figli, in particolare quella imprenditoriale²³; il "Modello dell'Intenzionalità Impren-

determinants: culture and capabilities, Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 2012, p. 105.

²¹ E. Agus, *Influenza di caratteristiche personali e contestuali sulle competenze imprenditoriali*, in «Risorsa Uomo», IX, 3-4 (2003), p. 329.

²² Essi sono i *fattori di predisposizione* che gli individui già possiedono e che possono assimilarsi a modelli parentali, esperienze lavorative e di tempo libero, personalità, background economico e socio-culturale...; i *fattori scatenanti situazionali* quali la ricerca di un lavoro o di una occupazione, l'eventuale condizione di disoccupazione, i consigli sulla carriera...; il possesso di una *idea imprenditoriale* considerata come la chiave per far emergere le aspirazioni imprenditoriali, M. G. Scott, D. F. Twomey, *The Long-Term Supply of Entrepreneurs: Students' Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship*, in «Journal of Small Business Management», 26, 4 (1988), pp. 5-13.

²³ R. F. Scherer, J. S. Adams, S. S. Carley, F. A. Wiebe, *Role model performance effects on development of entrepreneurial career performance*, in «Entrepreneurship, Theory and Practice», 13, 3 (1989), pp. 53-71.

ditoriale" di Bird, fondato sull'idea che gli individui creano la propria intenzione imprenditoriale in base ad una combinazione di fattori personali e contestuali da cui scaturiscono tre tipi di azione: mantenere una tensione temporale, sostenere un *focus* strategico, sviluppare una posizione determinante²⁴; il "Modello sull'autoefficacia e delle intenzioni imprenditoriali" di Boyd e Vozikis, che inserisce nel modello precedente una variabile, la *self-efficacy*, importante nello sviluppo dell'intenzionalità e delle azioni imprenditoriali, perché evidenzia come non tutte le intenzioni si trasformeranno in azione²⁵; il "Modello del potenziale imprenditoriale" di Krueger, secondo cui la desiderabilità percepita (personale e sociale) e la fattibilità percepita (in termini di *self-efficacy* individuale e collettiva) determinano le intenzioni e il conseguente comportamento²⁶; il "Modello cognitivo Cross-Culturale" di Busenitz e Lau, che tenta di spiegare l'intenzione di fondare una nuova impresa cercando di integrare fattori cognitivi e aspetti culturali²⁷.

Da un punto di vista pedagogico, per una corretta formazione all'imprenditorialità, ciò che può cogliersi dai "modelli" riportati tocca specialmente l'importante concetto di "soggettività". Grazie ad esso, infatti, s'intuisce il

²⁴ B. J. Bird, *Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention*, in «Academy of Management Review», 3 (1988), pp. 442-453.

²⁵ N. G. Boyd, G. S. Vozikis, *The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions*, in «Entrepreneurship Theory and Practice», 18, 4 (1994), pp. 63-77.

²⁶ N. F. Krueger, D. V. Brazeal, V. Deborah, *Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs*, in «Entrepreneurship Theory and Practice», 25, (1994), pp. 91-104.

²⁷ L. W. Busenitz, C. M. Lau, *A cross-cultural model of new venture creation*, in «Entrepreneurship Theory and Practice», 20 (1997), pp. 25-39.

valore di declinare la parola “educazione” con un termine di spessore più ampio qual è “formazione”, al fine di poterla leggere sia come sviluppo di attitudini, abilità, conoscenze, sia come stimolo per “quella” motivazione in grado di rendere responsabili e intraprendenti, nonché capaci di trasformare correttamente idee in azioni. Sotto tale declinazione, “educare all’imprenditorialità” assume un senso più ampio. Esso non rimanda soltanto all’attività economica, spesso protesa alla creazione di imprese e in quanto tale allo sviluppo di sole capacità intellettuali, ma anche a tutte quelle aree di vita da cui far derivare le più intime capacità. In tale direzione, sia a livello comunitario²⁸ che a livello nazionale sembra si stiano muovendo vari progetti. Alcuni esempi provengono dal programma denominato “Impresa in azione” promosso dal MIUR e basato su una modalità didattica di *learning-by-doing*, in grado di offrire un’esperienza pratica a stretto contatto con le imprese e il territorio locale in un arco di tempo relativamente breve; e dalla legge 107/2015 su “La Buona Scuola”, in cui si invita a sperimentare “creatività e imprenditività” attraverso diversi modi quali l’ampliamento di Alternanza Scuola-Lavoro, l’utilizzo di progetti innovativi d’integrazione tra i percorsi formativi e il mercato del lavoro, il superamento dell’analfabetismo finanziario, oltre che un coinvolgimento delle diverse organizzazioni sociali e di volontari a livello individuale come i *manager* in pensione.

S’intuisce che l’approccio educativo allo spirito imprenditoriale deve fondarsi su qualcosa di molto profondo, rappresentato *in primis* dalla conoscenza che

²⁸ Si rimanda al testo già citato *Ripensare l’istruzione. Investire nelle abilità in vista di migliori risultati socioeconomici* pubblicato dalla Commissione europea nel 2012.

l'individuo deve avere di se stesso per il bene proprio e della cittadinanza. In fondo

l'imprenditorialità è un valore in sé, una competenza complessa, da promuovere nei soggetti da educare, dal momento che attiene non solo alla capacità di ideare e sviluppare un'attività produttiva indipendente ma anche a un approccio autonomo, creativo, originale, coraggioso e consono al proprio progetto di vita²⁹.

3. Dal mondo antico: la lezione di Marco Aurelio

Chi si ferma a riflettere e, soprattutto, chi non è distratto dai soliti e abituali esiti di profitto potrà quindi comprendere che, nella prospettiva prima avanzata, il mondo classico forse potrebbe rappresentare una "lezione", soprattutto al fine di ri-pensare ciò che prima è stata "ristrettamente" definita come «sviluppo delle competenze e della mentalità»³⁰. In fondo, i metodi, gli strumenti e le teorie non mancano. In una "società liquida" quale la nostra, ciò che manca è un'etica dell'azione. Il rischio che si prospetta sta infatti nel formare imprenditori incapaci di comprendere l'origine della propria creatività, che casualmente si affidano ai tanti modelli per soddisfare un'azione spesso risultante irrispettosa e sfuggente.

Formare all'imprenditorialità non equivale all'induzione di un comportamento non proprio. Essa punta piuttosto a far conoscere le proprie e più intime potenzialità, a far comprendere il corretto "ufficio da com-

²⁹ V. Caggiano, *Educazione imprenditoriale. Aspetti psicologici dell'imprenditore*, op. cit., p. 123.

³⁰ Il riferimento non è a caso, e si rivolge alla già citata definizione di educazione imprenditoriale.

piere”, a far riscoprire la volontà che si esterna nella scelta del proprio essere. Ne deriva quindi il bisogno di rideterminare l’azione per riviverne correttamente il significato e la forza. Ma per fare ciò bisogna uscire dall’ignoranza. Bisogna affinare il senso attraverso cui discernere il bene dal male, il giusto dall’ingiusto. Pertanto, nella prospettiva che si sta cercando di definire, contrariamente a quanto potrebbe credersi, lo studio della classicità costituisce un giusto e doveroso antidoto alle disinvolute amnesie oggi dilaganti. Esso potrebbe far entrare in confidenza con “modi di pensare” che hanno originato la storia, i costumi, le tradizioni, i rapporti tra lo Stato e il cittadino, e che indirettamente potrebbero rappresentarsi come le “radici del nostro essere”.

Una breve premessa per sondare la possibile rilevanza del mondo classico tra le fonti dell’educazione imprenditoriale e per rigettare uno sguardo veloce ad un “imprenditore” che del dovere e della professione seppe fare il bene del proprio impero. Mi piace qui ricordare un maestro antico, un maestro della romanità che ha parlato a lungo: a secoli fra loro molto disomogenei, e a generazioni fra loro del tutto sconosciute. Mi piace ricordare quel Marco Aurelio che da imperatore seppe far conoscere la ricchezza della parola stoica, mai assopita e banale, capace di parlare all’uomo dell’uomo. Lo ricorderò però solo in alcuni suoi pensieri, in quelli che più si associano alle “necessità” che caratterizzano la “novella” educazione imprenditoriale e insieme ad essa l’ormai “vecchio volto” dell’imprenditore.

Marco Aurelio appare attuale come pochi. Egli scava nell’umano, e sa posizionarsi come educatore e come servitore del *logos* nell’orizzonte sia delle pagine antiche, sia delle pagine moderne. Indubbiamente, ap-

parirà cosa strana accostare i pensieri dell'imperatore alle tante e attuali teorie imprenditoriali. Ma si badi bene, scopo dell'economia è servire l'uomo. E il punto sta nel farlo servire rettamente e non farlo divenire servitore di essa mediante l'ansia di accumulare sempre più ricchezze e la paura della povertà, della malattia e della morte. Marco Aurelio dunque ritorna perché è l'"umano riuscito" e non l'uomo vincente o di successo. È l'uomo in armonia con se stesso e con gli altri, capace di contagiare chi gli sta vicino.

E circa le necessità da cui partire, il "senso del dovere" mi pare sia uno dei pensieri che oggi maggiormente tocca chi si accinge a formare all'imprenditorialità. Il modo con cui Marco Aurelio agisce è alquanto originale: sente il peso dell'impero, ma cerca di vederne anche tutta la bellezza³¹. Dice a se stesso in un passo notissimo: «Guarda bene, non ti devi "incesarire"; guardati dalla sozzura. È cosa che potrebbe avvenire»³². È una invocazione, una meta necessaria e pressante: non assumere la parte di Cesare senza essere niente dentro. Piuttosto "conserva te stesso" come uomo «semplice, buono, intemerato, dignitoso, sincero, amico del giusto, religioso, benigno, affettuoso, tenace nel compiere il dovere». Quindi come uomo che conserva quei "risvolti" che lo rendono umano mediante la cura e il corretto assolvimento del proprio "ufficio". Come uomo che si mantiene secondo i dettami della "filosofia", nonché come essere pronto ad andare incontro agli altri, ad essere energia di salvezza e di re-

³¹ La natura dell'uomo è razionale e sociale ed è comune a tutti gli esseri (cfr. Marco Aurelio, *Ricordi*, trad. E. Turolla, Milano, BUR, 2004. VI, 44; VII, 68, 72), prendersi cura di tutti gli uomini è vivere in armonia con la natura (cfr. *ivi*, II, 1; V, 6; VI, 7; VII, 74; XI, 4).

³² *Ibid.*, IV, 30.

cupero per gli altri. «In tutto mostrati discepolo di Antonino»³³. Una “intenzionalità” da cui emerge una condotta robusta; in cui alle eccellenze interiori si uniscono le virtù del compito: «fermezza efficace e sicura» nonché stabilità in ciò che si pensa; «compiere le cose secondo ragione»; avere un «umore eguale in ogni occasione» per ben convivere. E poi una serie di tratti semplici ma importanti: «la serenità del volto e la dolcezza dei modi», «il disprezzo per la gloria e l'entusiasmo a scrutare gli eventi», «tollerare le critiche ingiustamente rivolte senza rivalersi», «non fare mai nulla affrettatamente», «non accogliere nessuna delazione», «essere giudice attento e scrupoloso delle azioni e dei caratteri, senza essere maldicente o pavido, o sospettoso o sofisticato», «accontentarsi di poco», «sopportare e amare il lavoro», «essere longanimi», «sopportare i pareri sinceramente e apertamente espressi ma contrari ai propri», essere «profondamente religiosi senza superstizioni». In direzione uomo, se le ultime ondate pedagogico-didattiche sulla formazione imprenditoriale consegnano tecniche attraverso cui agire, le parole dell'imperatore esprimono un principio importante per la professione: l'interno va curato come interiorità e l'esterno viene qualificato dall'interno. Le eccellenze di Antonino in fondo erano efflorescenze di una radice interiore riversata all'esterno per l'utilità comune.

Costante è anche il richiamo di Marco Aurelio ad altre necessità che oggi spesso caratterizzano l'imprenditorialità. È con la volontà propria che qui bisogna giocare la sfida formativa. Una volontà che l'imperatore riesce a cogliere da Epitteto, caro maestro di Stoicismo. E la volontà sta nel definire quell'ἔφ' ἡμῖν καὶ οὐκ ἔφ' ἡμῖν che

³³ *Ibidem*; cfr. *Ibid.*, II, V; III, 12; IV, 12; V, 3; VI, 1, 2, 11, 18, 22, 30.

demarca lo spartiacque tra la dipendenza del proprio volere dalla natura o dalla propria libera determinazione. È comprendere l'esempio dato dai predecessori. Quale di essi mi appartiene e quale non mi appartiene? E Marco Aurelio ringrazia e nell'esempio coglie ciò che gli appartiene da suo nonno, da sua madre, dal suo bisavolo, dal suo precettore³⁴.

È questo uno dei libri più interessanti per formare all'imprenditorialità. Da esso si potrà osservare la volontà dell'imperatore di comprendere le proprie eccellenze non attraverso presentazioni indotte, ma mediante realtà vissute. Ed ecco, di conseguenza, alcuni suggerimenti pratici per divenire "umanità riuscita": l'imparare ad ascoltare, il non lasciarsi mai accecare dall'ira, l'essere d'esempio, il non misurare le proprie azioni solo con il metro del giudizio altrui, il cercare di capire cosa pensa l'altro, il parlare alle persone con garbo e chiarezza, l'accogliere i suggerimenti di chi può essere utile, il ricordarsi che chi offende non fa altro che offendere se stesso.

Si sa bene che alcune delle necessità caratterizzanti l'imprenditorialità riguardano concetti quali la collaborazione, la convivenza, il rapporto con l'altro. A tal proposito l'imperatore scrive

Siamo nel mondo per reciproco aiuto come piedi, come mani, come palpebre, come i denti di sopra e di sotto in fila; in conseguenza è contro natura ogni azione di reciproco contrasto. Ed è contrasto l'ira e la reciproca avversione³⁵.

Ognuno è responsabile degli altri. È contro natura ogni azione di reciproco contrasto, e il contrasto più grosso è dare il senso sbagliato di ciò che è bene e di ciò che è male. Si nota il senso della convivenza, il be-

³⁴ *Ibid.*, I, 1-16.

³⁵ *Ibid.*, II, 1.

ne e l'utile comune, e non per ultima la professionalità che dà il senso della partecipazione individuale alla qualità della convivenza.

Ma formare all'imprenditorialità è anche far comprendere che essa è da cogliere immediatamente e quotidianamente, tale da poterla "curare" e farla entrare in tutti gli eventi della vita umana. Marco Aurelio addottrina su tale questione prospettandola come una componente del potenziale umano. Il tempo è ciò che si vive nel presente, rappresenta il presente e nulla può sul passato o sul futuro. Esso è azione, è vita. E vita «è guerra, viaggio d'un pellegrino»³⁶. Sopportare nella gran lunghezza di tempo sarebbe cosa impossibile, sopportare come richiede la natura dell'essere è cosa che invece fa parte dell'uomo. E la natura del suo essere, Marco Aurelio la trova nella sua interiorità. A tal proposito scrive

Alcuni cercano luoghi solitari, dimore fra i campi, sulle rive del mare, sui monti [...]. Ma tutto ciò è stoltezza vera e propria, in quanto è possibile ritirarsi in se stesso in ogni istante, quando si desidera [...]. Soprattutto poi chi abbia dentro così pregiate cose che solo uno sguardo ivi rivolto dona la pace del cuore, e con questa pace voglio intendere disposizione di ordine perfetto³⁷.

Quindi, continua Marco Aurelio,

da oggi in poi devi ricordare che c'è un piccolo podere, una piccola villa di campagna, pronto rifugio al tuo dolore, podere e villa che hanno un nome: interiorità tua³⁸.

Marco Aurelio invita a concentrarsi su se stessi ed a prendere coscienza del valore infinito del momento presente, ma apre anche alla necessità di collocare il

³⁶ *Ibid.*, II, 17

³⁷ *Ibid.*, IV, 3.

³⁸ *Ibidem*

momento nella prospettiva dell'altro. Infatti, laddove l'uomo perde il contatto con l'altro, smarrisce anche se stesso. L'altro è dunque orizzonte infinito della vita, enigma dell'esistenza, *horror et divina voluta*. Quello dell'imperatore è un pensiero che presuppone uno sforzo comune, una comunità di ricerca, di aiuto reciproco, di sostegno mirabile.

Questa è la lezione di Marco Aurelio e di quel mondo classico a quel mondo nuovo dell'imprenditorialità. Un semplice invito a "trasformare se stessi". Scrive Spinoza

se, ora, la via che ho mostrato condurre a questa meta sembra difficilissima, tuttavia essa può essere trovata. E senza dubbio deve essere difficile ciò che si trova sì raramente. Come mai, infatti, potrebbe accadere, se la salvezza fosse a portata di mano, e si potesse trovare senza grande fatica, che essa fosse trascurata quasi da tutti? Ma tutte le cose sublimi sono tanto difficili quanto rare³⁹.

³⁹ B. Spinoza, *Etica e trattato teologico-politico*, Torino, Utet, 1997, pp. 650-651.

Riferimenti bibliografici

- Agus, E., *Influenza di caratteristiche personali e contestuali sulle competenze imprenditoriali*, in «Risorsa Uomo», IX, 3-4 (2003), p. 327-344.
- Argentero, P. - C. G. Cortese - C. Piccardo, *Psicologia del lavoro*, Milano, Raffaello Cortina, 2008.
- Bird, B. J., *Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention*, in «Academy of Management Review», 3 (1988), pp. 442-453.
- Blank, S., - B. Dorf, *Startupper. Guida alla creazione di imprese innovative*, Milano, EGEA, 2013.
- Boyd, N.G., - G.S. Vozikis, *The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions*, in «Entrepreneurship Theory and Practice», 18, 4 (1994), pp. 63-77.
- Busenitz, L. W. - C.M. Lau, *A cross-cultural model of new venture creation*, in «Entrepreneurship Theory and Practice», 20 (1997), pp. 25-39.
- Cafferata, R. - G. Dossena (ed.), *Spirito imprenditoriale e formazione di impresa. O risultati di un'indagine empirica nazionale*, Bologna, il Mulino, 2010.
- Caggiano, V., *Educazione imprenditoriale. Aspetti psicologici dell'imprenditore*, Roma, Anicia, 2014.
- Chahinian, R., *L'imprenditorialità nella conoscenza e nell'innovazione*, in «L'industria», 1 (2010), pp. 93-122.
- Commissione delle comunità europee, *Libro verde. L'imprenditorialità in Europa*. Bruxelles, 21.1.2003, COM (2003) 27 def.
- Commissione delle comunità europee, *Piano d'azione: un'agenda europea per l'imprenditorialità*, Bruxelles 11.02.2004, COM (2004) 70 def.
- Commissione europea, *Educazione allo spirito imprenditoriale. Relazione finale del gruppo di esperti "educazione allo spirito imprenditoriale"*. Progredire nel promuovere gli atteggiamenti e le capacità imprenditoriali nella scuola primaria e secondaria, 2004.
- Commissione europea, *Ripensare l'istruzione: investire nelle abilità in vista di migliori risultati socioeconomici*, Strasburgo 20.11.2012, COM/2012/0669 final.
- Commissione europea, *Entrepreneurship determinants: culture and capabilities*, Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 2012.

- Commissione europea, *Piano d'azione Imprenditorialità 2020, Rilanciare lo spirito imprenditoriale in Europa*. Bruxelles, 9.1.2013. COM/2012/0795 final.
- Commissione europea, *L'educazione all'imprenditorialità a scuola in Europa. Rapporto Eurydice*. Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, EACEA/Eurydice, 2016.
- Costa, C., *L'umano riuscito. Una ermeneusi dei Ricordi di Marco Aurelio*, Roma, Anicia, 2011.
- Derbolav, J. - W. Flitner, *Problemi di etica pedagogica*, Brescia, La Scuola, 1988.
- Fazio, G. - A. Purpura (ed.), *Impresa, Innovazione e Territorio*, Milano, Franco Angeli, 2014.
- Favretto, G. - R. Sartori, *Le età dell'impresa: giovani imprenditori e lavoratori esperti*, Milano, Franco Angeli, 2007.
- Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea, 30.12.2006, L 394/14.
- Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea, 20.1.2015, C 17/2.
- Grichnik, D., *Entrepreneurial Living – Unternimm dein Leben. In sieben Zügen zur Selbstständigkeit*, München, Carl Hanser Verlag, 2016.
- Kavadias, S. - C.H. Loch, *Project Selection Under Uncertainty. Dynamically Allocating Resources to Maximize Value*, Boston, Kluwer Academic Publisher, 2004.
- Krueger, N.F. - D.V. Brazeal - V., Deborah, *Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs*, in «Entrepreneurship Theory and Practice», 25, (1994), pp. 91-104.
- Marco Aurelio, *Ricordi*, trad. E. Turolla, Milano, BUR, 2004.
- Mussati, G. (ed.), *All'origine dell'imprenditorialità. La nascita di nuove imprese: analisi teorica e verifiche empiriche*, Milano, ETASlibri, 1990.
- Notarstefano, G. (a cura di), *Imprenditorialità: tratti, fatti e ritratti. Misure e modelli per l'analisi del fenomeno imprenditoriale*, Palermo, Antepima Editore, 2002.
- Pagani, A. (ed.), *Il nuovo imprenditore*, Milano, Franco Angeli, 1967.
- Rosendahl Huber, L. - R. Sloo - M. Vaan Plag, *The Effect of Early Entrepreneurship Education: Evidence from a Randomized Field Experiment*, in «European Economic Review», 72 (2014), pp. 76-97.
- Scherer, R. F. - J.S. Adams - S.S. Carley - F.A. Wiebe, *Role model performance effects on development of entrepreneurial career performance*, in «Entrepreneurship, Theory and Practice», Spring, 13, 3 (1989), pp. 53-71.

- Schumpeter, J. A., *Il processo capitalistico. Cicli economici*, Torino, Boringhieri, 1977.
- Scott, M. G. - D.F. Twomey, *The Long-Term Supply of Entrepreneurs: Students' Career Aspirations in Relation to Entrepreneurship*, in «Journal of Small Business Management», 26, 4 (1988), pp. 5-13.
- Sexton, D. - R. Smilor (eds.), *The art and science of entrepreneurship* Cambridge, Ballinger, 1986.
- Shepherd, D. - E. Douglas, *Entrepreneurial attitudes and intentions in career decision makers*, Paper presented to the International Council for Small Business, San Francisco, 1997.
- Spinoza, B., *Etica e trattato teologico-politico*, Torino, Utet, 1997.