

“Ben vengano nuove norme, ma prevalga sempre il merito”

L'intervista/1 Laura Caputo

Non chiamatele «imprese rosa, perché sembra che debbano essere distinte per colore, quando c'è ben altro di importante». È questa l'idea di impresa di Laura Caputo, Sales & Operation Director di OMPM, azienda dell'agro nocerino sarnese, specializzata nella progettazione e produzione di componenti e segmenti integrati per l'ala fissa e mobile di strumenti per l'aerospazio. Cosa deve guidare l'azienda gestita da una donna?

«Partiamo da un presupposto: c'è sempre più necessità di una maggiore consapevolezza professionale della donna che fa impresa. Ben vengano le garanzie di legge che diano la possibilità di emergere alle donne in contesti complessi, tuttavia il pilastro fondante deve essere la meritocrazia, quali che siano le caratteristiche, il sesso o la storia personale. Non mi piacciono le classificazioni delle aziende in base al colore: servono le competenze, servono i professionisti, i tecnici, serve la capacità di gestire un team, di farlo crescere e superare le difficoltà. La donna ha quel plus di maggiore attenzione sulle questioni sociali, ma è solo un aspetto».

Cosa vuol dire, per lei, fare impresa?

«Per me ha voluto significare raccogliere l'eredità del sogno di mio padre. È stato un atto di presa di responsabilità, e di ferma volontà, da parte mia, di dare un contributo al progetto iniziato prima di me. Ci vuole coraggio, ci vuole dedizione ogni giorno, e ci vuole grande senso di responsabilità. Ma per fortuna non sono sola, perché credo che uno dei segreti per costruire un'azienda sana sia appunto la presenza di un team in cui regni il confronto costruttivo che serve a tutti per crescere. D'altro canto, il plus della donna è nella capacità di operare una sintesi tra le logiche industriali e quelle sociali, garantendo un approccio più umano e un equilibrio nelle scelte che si ripercuotono sull'intera organizzazione aziendale».

E ci sono state delle difficoltà?

«Ogni giorno ci sono difficoltà e, mi creda, sembrerebbe strano il contrario. E le difficoltà sono di vario genere: si va dalle piccole, quotidiane, in cui serve semplicemente una maggiore comunicazione interna o un confronto, fino ad arrivare alle sfide grosse legate ai grandi cambiamenti di contesto, oppure la necessità di aumentare la competitività dell'azienda, anche attraverso l'aumento delle competenze per fare in modo che ciascun componente della squadra sia in grado di affrontare sfide sempre più complicate e specializzate».

Tra le difficoltà non ha annoverato il Covid.

«Eh, perché non la ritengo una difficoltà, piuttosto una tragedia. Il comparto nel quale opera la mia azienda non solo è stato uno dei più colpiti dalla pandemia sanitaria ed economica, ma soprattutto ad oggi è uno di quelli che vive ancora la maggiore incertezza sui tempi di ripresa. Ecco perché la sfida attuale sta nell'iniziare a pensare e a programmare la presenza dell'azienda nei mercati, quando tutto inizierà a muoversi con un ritmo diverso».

di.tu.

Fonte il Mattino del 29 Aprile 2021© RIPRODUZIONE RISERVATA