

## Il commento

# IMPRESSE COESIVE E SOSTENIBILI, ORGOGGIO ITALIA RIPARTE DA QUI

di **ANTONIO CALABRÒ\***

**È** necessario legare «sviluppo economico e inclusione sociale», sostiene il Presidente del Consiglio Mario Draghi, reduce dal pur parziale successo del G20 a Roma. E proprio l'intreccio tra green economy e digital economy, ambiente e innovazione, segna un discorso pubblico sempre più consapevole che investe ambienti politici, esperti d'economia e imprese, in questa stagione dell'anno in cui, nonostante ombre e contraddizioni, la speranza d'uscita dalla crisi da pandemia e recessione si inserisce nella strategia più ampia di un «cambio di paradigma» per tutta l'economia mondiale. Le imprese italiane, nel nuovo corso che si va pur faticosamente delineando, hanno un ruolo di primo piano. Sono esemplari, nel contesto europeo, per parecchi successi nell'economia circolare, nella gestione dei rifiuti (ricchezza da riutilizzare e non scarti), nell'utilizzo delle energie rinnovabili nei processi di produzione. Ed è crescente il numero degli imprenditori che prendono atto di come la sostenibilità sia un fattore fondamentale di competitività: non una scelta furba di marketing e di comunicazione, ma una strategia di lungo periodo che sa tenere insieme l'attenzione all'ambiente e ai diritti sociali con la cura per la «bellezza» (il design), il miglioramento della produttività con la maggiore attrattività di prodotti e servizi sui mercati internazionali. Un impegno a «fare bene e fare del bene».

fare bene e fare del bene».

Una connotazione forte di un capitale sociale positivo al servizio delle comunità. Lo confermano le presenze di imprese italiane nel Dow Jones Sustainability Index World, la più prestigiosa classifica internazionale sulla sostenibilità (Pirelli, Enel, Intesa San Paolo, Leonardo, Prysmian, Moncler, Saipem, Snam, Generali, Poste, Italian e Terna) e le frequenti indagini di Symbola sugli impegni Esg (la sostenibilità ambientale e sociale e le responsabilità di governance).

Ed è sempre Symbola a documentare come le «imprese coesive» siano molto più competitive: la valorizzazione delle persone, il premio alle competenze al di là delle differenze di genere, provenienza geografica e sociale, cultura e fede religiosa, l'inclusione per merito nei migliori percorsi professionali, la tutela dei diritti a cominciare da quelli su salute e sicurezza sul lavoro sono formidabili spinte per rafforzare l'appartenenza, la creatività e il senso di responsabilità di chi vive in azienda. Tutti intangibili assets che migliorano produttività e qualità. Con conseguenze importanti anche sulle filiere, le catene di fornitura e i clienti. È proprio la storia dell'impresa italiana (ben documentata pure nei musei e negli archivi d'impresa) a potenziare le inclinazioni alla qualità. Industrie legate ai territori, che proprio dalla sapienza manifatturiera diffusa ricavano le conoscenze per reggere una competizione severa nelle nicchie a maggior valore aggiunto dei mercati globali. Comunità operose, in cui l'impresa si afferma come ascensore sociale che premia l'intraprendenza e il gusto del saper fare. Tendenze all'innovazione adattativa che migliora processi produttivi e prodotti e utilizza creativamente gli strumenti dell'economia digitale e dell'intelligenza artificiale. E una sensibilità crescente per la «fabbrica bella», progettata da grandi firme dell'architettura, luminosa, trasparente, sostenibile e sicura, in cui vivere e lavorare bene. D'altronde, non si può fare certo il meglio nel made in Italy in un sottoscala. Il nostro paradigma produttivo è dunque un cardine di sviluppo. Fondato su valori sociali e culturali. E il nostro «orgoglio industriale» può fare da sicuro riferimento anche per gli altri Paesi della Ue.

*\*Presidente Museimpresa*

© RIPRODUZIONE RISERVATA