

Impresa 21

Orizzonti e Principi

“Siamo ancora in tempo a prendere un’altra direzione. Bisogna tuttavia, perché ciò avvenga, che la realtà della crisi sia riconosciuta dall’insieme di coloro che prendono decisioni in materia di economia e politica; il che significa che dovrebbero fare la loro comparsa nuovi politici e nel contempo nuovi imprenditori, capaci di rimanere a stretto contatto con le popolazioni.”

Denis de Rougemont – Manifesto ecologico per un’Europa diversa

Orizzonti

Il Sistema Paese necessita di nuove configurazioni sociali, economiche, culturali territorialmente fondate. Non si tratta soltanto di creare contatti o di promuovere il dialogo tra parti sociali: occorre connettere attorno a nuovi valori e nuovi traguardi attori eterogenei, consapevoli del loro ruolo civile e delle loro responsabilità sociali, capaci non soltanto di produrre ricchezza, ma di redistribuirla in modi e forme diverse sul territorio.

Da molto tempo è in atto nel nostro Paese una frattura tra Impresa e Società. Una visione anacronistica e superata dalla realtà relega l’agire d’impresa in una sfera lontana dalle dinamiche della società civile. La ricchezza e lo spessore del fare impresa sono stati troppo a lungo mortificati e avviliti, e molte aziende si sono purtroppo adeguate al clima di velenosa diffidenza che le ha circondate. Oggi il mondo è profondamente cambiato: le imprese reclamano di vedersi riconosciuto il ruolo di protagonista sociale che ad esse spetta.

L’economia di mercato, e con essa la gran parte delle imprese, da tempo aderisce acriticamente a modelli organizzativi e di business tipici della cultura imprenditoriale anglosassone, divenuta, sfortunatamente, un modello di riferimento quasi ovunque.

All’interno di questo paradigma imprenditoriale il profitto è vissuto come obiettivo di impresa e non invece come strumento di partecipazione dell’azienda alla piena realizzazione del benessere individuale e collettivo, nel rispetto della sostenibilità ambientale.

E’ ampiamente condivisa la sensazione che l’attuale modello economico non stia rispondendo efficacemente ai problemi del nostro tempo e, anzi, che sia la causa di molti di essi. In

particolare, l'economia di mercato, così come attualmente strutturata, è responsabile dell'eccesso di sfruttamento delle risorse del pianeta, contribuisce fortemente alla riduzione della biodiversità ed alla crisi climatica, non sta dando serie risposte ai problemi della disoccupazione e di una equilibrata distribuzione delle ricchezze. E' responsabile anche, unitamente ad altri fattori, della profonda crisi di valori e di democrazia cui stiamo assistendo, ed in ultima analisi, potremmo dire in senso più ampio, della crisi del "senso delle cose".

In aggiunta, la profonda crisi internazionale causata dall'emergenza epidemiologica Covid-19, in assenza di immediate ed appropriate azioni correttive del nostro agire, non potrà che acuire ulteriormente il disagio sociale e le sofferenze economiche diffuse.

Tutto ciò deve stimolare tutti, ed in primis le imprese quali motori dell'economia, ad una seria riflessione su come orientare le scelte in direzione di un futuro che risponda maggiormente alle esigenze di benessere collettivo.

Se dunque un cambio di modello risulta obbligato, dobbiamo innanzitutto comprendere cosa non ha funzionato, per introdurre gli elementi correttivi in grado di orientare il sistema nella direzione voluta. Non ha certamente funzionato il modello della competizione per la ricerca del massimo profitto, e non ha funzionato il modello finanziario che sottende tale obiettivo, reso totalmente svincolato dall'economia reale anziché suo strumento di supporto, con la possibilità che i capitali siano generati più facilmente dal denaro che non dal lavoro. Un radicale cambio di questa impostazione richiede che il profitto, comunque fondamentale per la vita delle imprese, da fine di qualsiasi attività economica venga più correttamente ed utilmente reso strumento per il perseguimento di altri e più ampi obiettivi.

I valori che muovono l'impresa devono inoltre trovare piena *incarnazione* nella *persona* dell'imprenditore. Mai come oggi un diverso modo di fare impresa implica una rinnovata figura di imprenditore, capace innanzitutto di pensare e vivere in modo nuovo sé stesso, gli altri, la realtà in cui opera.

In particolare l'economia, e con essa tutte le imprese, deve tendere a:

- tutela della dignità umana e del benessere delle persone
- più equa distribuzione delle ricchezze
- salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità
- cooperazione tra imprese e altri attori sociali

- coinvolgimento dei lavoratori al processo di cambiamento
- valorizzazione dei principi di onestà e fiducia tra persone, imprese, soggetti sociali
- attenzione alla salvaguardia ambientale, culturale e sociale dei territori
- investimenti in economia reale più che finanziaria
- produzione di beni e servizi di qualità, nel rispetto di indirizzi di sostenibilità, estetica, etica.

In sintesi, potremmo definire i nuovi orientamenti a cui l'economia e le imprese devono tendere come "agire etico per un benessere sostenibile".

Impresa21 intende fare dell'Italia un simbolo e una guida per l'economia e l'impresa del XXI secolo, partendo dalla valorizzazione del pensiero di menti visionarie che sono state troppo presto dimenticate.

Pensiamo, molto concretamente, alla grande tradizione olivettiana di impresa sociale, vicina ai dipendenti ed al territorio e allo stesso tempo capace di agire a livello internazionale. Impresa che non trascura le caratteristiche culturali del nostro paese, puntando non solo all'efficienza ed al sociale, ma anche al bello, alla cultura e all'arte.

Allo stesso tempo, non possiamo dimenticare il Club di Roma, fondato da Aurelio Peccei. Il Club di Roma, dopo aver commissionato uno studio approfondito al Massachusetts Institute of Technology sui rischi di uno sviluppo e di una crescita demografica incontrollati, per primo ha lanciato un grido di allarme, con la pubblicazione nel 1972 de "I limiti dello Sviluppo". Lo studio sosteneva che, senza serie correzioni al modello di sviluppo, la terra sarebbe andata incontro ad un collasso entro il XXI secolo. Il testo può essere considerato una pietra miliare dell'ambientalismo moderno e i suoi contenuti sono attualmente ancora validi e confermati dai più recenti studi scientifici.

Tutto ciò impone l'elaborazione di una nuova narrazione d'impresa, capace di energizzare il mondo imprenditoriale restituendo alle donne e agli uomini che imprendono il gusto, il piacere, l'orgoglio, la fiducia e la bellezza del fare impresa per nobili scopi e alti traguardi.

Principi

Impresa21 intende porre le basi e le linee guida per le imprese che intendano adottare un agire etico e perseguire il benessere sociale e ambientale.

1. Organismo Vivente

L'impresa è una **community** e non una semplice **commodity**. In quanto tale obbedisce alle leggi che governano gli organismi viventi, può vivere e prosperare solo grazie a logiche e dinamiche fondate sulla **complessità** e sull'**integrazione** di tutte le sue parti costituenti.

Caratterizzano la vita dell'impresa **aspetti di carattere storico, antropologico, filosofico, psicologico, sociologico, biofisico**. L'aspetto economico finanziario ne costituisce condizione necessaria, ma non indipendente. L'impresa, quand'anche globalizzata, non può essere decontestualizzata dal territorio, dal periodo storico e dalle persone che la vivono.

2. Razionalità economica eticamente fondata

L'impresa si fonda su una gestione complessa, che coniuga la **razionalità gestionale**, intesa come determinazione a perseguire un obiettivo nel modo più efficace ed efficiente, con la **ragionevolezza gestionale**, intesa come determinazione a perseguire ciò che si ritiene il bene comune, sulla base di considerazioni etico-valoriali.

3. Impegno civile e sociale

L'impresa è una **protagonista sociale**, in dialogo e confronto costante con la Scuola, gli Enti Locali, le Istituzioni pubbliche. E' attenta e partecipe delle conseguenze e delle ripercussioni, anche future e indirette, che il suo agire ha sull'ambiente, interno ed esterno all'organizzazione, e sulla società.

E' generatrice di **valore condiviso**. Sviluppa e restituisce in modo congiunto e integrato valore

economico, valore civile, valore sociale e valore ambientale.

4. Cultura del lavoro

L'impresa costituisce un centro di forze in cui, attraverso il lavoro - inteso **come sintesi di saper fare e saper essere** - si esprimono intelligenza del fare, cultura d'impresa, conoscenze, stili di vita, vocazioni produttive.

Il lavoro d'impresa si fonda sull'innovazione continua, sulla ricerca e sulla formazione permanente.

5. Asset intangibili

L'impresa esprime un progetto produttivo identitariamente fondato, animato da un'idea dell'essere umano e del lavoro, e da una visione della vita.

Per l'impresa italiana ciò significa la riscoperta dei **valori della cultura sud europea e mediterranea**, dei suoi caratteri e della sua originalità. I prodotti e servizi dell'impresa devono veicolare con orgoglio un mondo produttivo fatto di efficienza e contemporaneamente di **rispetto per l'essere umano, di empatia, di bellezza**.

6. Triarticolazione d'impresa

• **Cultura della Persona**. Se riconosciamo che il lavoro è vita, l'impresa non deve produrre soltanto beni o servizi, ma deve essere **generatrice di vita**. Tocca, modifica e indirizza esistenze. Eleva - o degrada - la vita di coloro che sono coinvolti nelle fasi produttive. Si impegna a favorire, all'interno e all'esterno, un progetto di **civile felicità** caratterizzata da dinamiche di relazionalità e reciprocità. L'impresa deve quindi essere in grado di rappresentare il giusto completamento della vita delle persone e deve essere uno strumento a supporto della piena realizzazione e del benessere degli individui.

• **Economia della Sostenibilità**. L'impresa deve impegnarsi a **circolarmente garantire** reddito e efficienza, disponibilità e qualità dei suoi servizi e prodotti nella consapevolezza di operare in un mondo finito. Deve quindi essere attenta ad agire nel rispetto della salvaguardia delle risorse naturali, della riduzione degli sprechi, della qualità della vita animale e vegetale.

- **Politica del Territorio.** L'agire d'impresa deve riconoscere e valorizzare la territorialità, articolare la propria attività all'interno di **ecosistemi lavorativi e filiere integrate** culturalmente fondate e consapevoli, valorizzare in maniera inclusiva **culture e comunità locali** aprendosi contemporaneamente a relazioni e mercati globali.