

Da Antonio Genovesi a papa Francesco: cultura d'impresa responsabile
Oltre al profitto, la cura delle persone e dell'ambiente
I molti casi italiani (arrivati prima del documento dei 180 manager Usa)
Ecco come e per quali motivi un'economia equa oggi è possibile

PIÙ COMPETITIVI PERCHÉ SOSTENIBILI

di ANTONIO CALABRÒ*

«**R**ebuild the World», è il claim del nuovo, efficacissimo spot della Lego, con un cacciatore che si ritrova armato di carota e un coniglio che, dopo un inseguimento da trascinate film d'azione, domina la scena, puntando un arco contro il cacciatore-cacciato. Costruire un mondo migliore. Lego, con i suoi mattoncini ecologici, sicuri, in plastica riciclabile, ha tutti i numeri per mettersi in prima fila nell'elenco delle imprese che della sostenibilità hanno fatto un cardine della propria competitività. Sono, i nostri, tempi difficili e controversi. Di crisi di meccanismi e modelli di produzione e consumo. E di necessità di un vero e proprio «cambio di paradigma». L'orizzonte di riferimento è, appunto, la sostenibilità ambientale e sociale: green economy e solidarietà, cura attenta per l'ambiente e rispetto per le persone. Un'originale testimonianza di economia circolare e civile (in cui il monito della *Laudato si'* di Papa Francesco si lega alla recente letteratura economica neo-keynesiana di Krugman, Stiglitz e Fitoussi e alla riscoperta della lezione d'un grande economista napoletano del Settecento, Antonio Genovesi, amico degli illuministi dell'*Encyclopédie* e maestro di Adam Smith). Una scelta di cultura d'impresa responsabile. Nella stagione in cui, dopo la Grande Crisi dal 2007 a oggi, le imprese occidentali sono in cerca di una migliore legittimazione sociale, di un rapporto con l'opinione pubblica che ne riconosca il ruolo positivo di attori del cambiamento, vale dunque la pena provare a tracciare nuove mappe in cui le caratteristiche del fare impresa (produrre ricchezza, lavoro, innovazione) si riquilibrano alla luce di più esigenti sensibilità ambientali e sociali.

Ha suscitato, appunto, grande clamore il documento della Business Roundtable, firmato nel cuore d'agosto da più di 180 top manager della Corporate America (Amazon, Apple, Accenture, BlackRock, Ibm, Goldman Sachs, Coca Cola, General Motors, At&T, etc.), che rovescia la *shareholder theory* di Milton Friedman ("La responsabilità sociale delle imprese consiste nell'aumentare i profitti") che ha nutrito e distorto pensieri e azioni economiche dagli anni Ottanta a oggi e sostiene che, accanto ai profitti, compito delle imprese sia quello di arricchire la vita dei propri dipendenti, dei consumatori, dei fornitori e delle comunità, nel rispetto dei diritti e dei valori delle persone e dell'ambiente. Una svolta opportunistica, per cercare di salvare con una riverniciata green gli interessi di un business che incontra crescenti critiche etiche e sociali, dicono gli os-

servatori più disincantati. Una vera e propria «sterzata nella filosofia degli imprenditori», s'è entusiasmato The Wall Street Journal. Opportunista o meno che sia «la svolta etica del capitalismo», le dichiarazioni formali dei documenti hanno una loro forza, una certa solennità. E risentono comunque degli orientamenti di un'opinione pubblica che, soprattutto tra i millennials (i nati tra il 1981 e il 1996), come manager ma anche come consumatori, mostra una crescente sensibilità per il temi ambientali e gli equilibri sociali.

La svolta sostenibile della Corporate America, peraltro, arriva dopo le impegnative prese di posizione di imprese e associazioni imprenditoriali in Francia e in Germania, oltre che naturalmente in Italia,

con la scelta di Confindustria che aveva reso pubblico, già nel 2018, il «Manifesto per la responsabilità sociale d'impresa per l'Industria 4.0», legando innovazione hi tech e sostenibilità. E sono molte le associazioni e le fondazioni d'impresa che sostengono le battaglie e le ricerche di [Symbola](#), guidata da [Ermete Realacci](#), una delle personalità più autorevoli dell'ambientalismo e le attività di Sodalitas e dell'Asvis, l'associazione per lo sviluppo sostenibile, presieduta da Enrico Giovannini e impegnata a tradurre in pratica i principi dei Sustainable Development Goals degli accordi Onu di Parigi 2015. Ecco dunque la leva essenziale della green economy. Ispirare già le iniziative della nuova Commissione Ue guidata da Ursula von der Leyen. Ma anche i programmi del nuovo governo italiano, che sul legame tra competitività e sostenibilità può giocare

molte carte positive, stimolando innovazione e crescita delle imprese. Le nostre imprese, d'altronde, sono particolarmente virtuose. L'Italia, Paese povero di materie prime, ha il primato per il riciclo dei rifiuti (il 76,9%, più del doppio della media Ue), per il basso consumo di materia seconda, per gli investimenti in green economy, per l'uso di energie rinnovabili. E il 30% delle industrie manifatturiere (con punte del 42% per le chimiche) ha investito in prodotti e tecnologie eco-sostenibili, nel quinquennio 2014-2018. Pirelli, Enel, Barilla, Terna, Banca Intesa, UniCredit, Cnh sono ai vertici delle classifiche internazionali della sostenibilità. Una conferma importante di un orizzonte di riequilibrio: l'impresa del «bello e ben fatto» sa essere, pur tra limiti e contraddizioni, protagonista d'una «economia giusta».

*Vicepresidente di Assolombarda

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Italia, Paese povero di materie prime, ha il primato per il riciclo dei rifiuti, per il basso consumo di materia seconda, per gli investimenti in green economy, per l'uso di energie rinnovabili. E il 30% delle industrie manifatturiere ha investito in prodotti e tecnologie eco-sostenibili nel quinquennio 2014-2018