



**PROSPETTIVE** Le scelte sui valori sociali e ambientali rinforzano anche la competitività internazionale

# Le imprese innovative sono solide perché più sostenibili e inclusive

L'economia "giusta" secondo papa Francesco trova spazi migliori nella "fabbrica bella" (cioè sicura ed efficiente)

di **Antonio Calabrò**

■ Le imprese migliori sono innovative, coesive e inclusive. E la loro dimensione di sostenibilità ambientale e sociale è un asset fondamentale della competitività. Non si tratta, naturalmente, di un'indicazione generica di buona volontà.

Ma d'una valutazione sempre più condivisa, dalle analisi del World Economic Forum (da un paio d'anni gli incontri annuali dei principali attori dell'economia internazionale a Davos hanno al centro dell'attenzione le scelte per una crescita più equilibrata) alle implicazioni dei "Sustainable Development Goal" dell'Onu concordati da 193 Paesi a Parigi nel 2015, dagli studi dell'Asvis (l'Associazione per lo sviluppo sostenibile presieduta da Enrico Giovannini, economista di rilievo internazionale e sostenuta da grandi imprese e fondazioni) alle ricerche di Symbola sulla "coesività" (partecipazione, inclusione, buoni rapporti con il territorio, con effetti positivi sulla redditività degli investimenti, l'export e l'occupazione) e sulla "green economy", che accertano come proprio le nostre imprese italiane siano all'avanguardia in Europa sull'attenzione



Il World Economic Forum di Davos; a destra, Antonio Calabrò, vicepresidente di Assolombarda

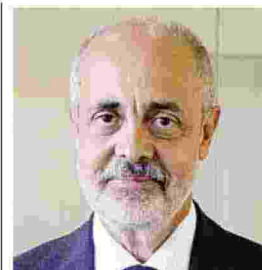
ai temi ambientali e il conseguente miglioramento della competitività.

Alla diffusione di quest'attenzione concorrono molti elementi. Le indicazioni etiche di Papa Francesco sull'"economia giusta" (ribadite di recente in una intervista a "Il Sole24Ore" su lavoro, impresa, responsabilità sociale). La

più qualificata letteratura economica (le opere dei premi Nobel Stiglitz, Deaton, Spence, tanto gli altri).

L'impegno di organizzazioni imprenditoriali (dalle scelte sulla sostenibilità di Assolombarda alle iniziative di Confindustria Vicenza sul "fabbricare valori", per dare solo un paio di indicazioni). E la

consapevolezza sulla convenienza, anche economica, d'una scelta di fondo: non puoi reggere la concorrenza internazionale sui prodotti alto di gamma e a maggior valore aggiunto se non nel contesto di meccanismi di produzione sostenibili. In altri termini, non puoi produrre "cose belle che piacciono al mondo" se non in am-



bienti di lavoro innovativi, sicuri, efficienti, luminosi, con basso impatto energetico e con rapporti positivo con tutti gli stakeholders.

L'orizzonte è quello della "fabbrica bella". Ben progettata e attenta alla qualità del lavoro e del prodotto. Ce ne sono molte, ormai, in Italia, dalla Pirelli di Settimo Torinese disegnata da Renzo Piano agli stabilimenti Zambon di Michele De Lucchi, dalla "Nuvola" Lavazza firmata da Cino Zucchi agli impianti Siemens, ABB, Maserati, GE Avio, Loccioni, Cucinelli, Prada e tanti altri ancora. Strutture d'eccellenza, sostenibili e produttive.

La sintesi è chiara. Fare. E fare bene. Per l'impresa è una scelta civile, una prospettiva di sviluppo. E conviene. ■

**L'INTERVENTO**

**PROSPETTIVE** Le scelte sui valori sociali e ambientali rinforzano anche la competitività internazionale

**Le imprese innovative sono solide perché più sostenibili e inclusive**

**WORLD ECONOMIC FORUM**

**COMITATO DI DIREZIONE**

**UNIVERSITÀ** **STRAPE** **TOWOTA**

**CARRILLI ELEVATORI** **VIA DELL'INNOVAZIONE 10/20 - CREMONE** **MADE IN ITALY**

**DA 50 ANNI IL PARTNER DI PRIMA SCELTA PER LA MOVIMENTAZIONE E LOGISTICA DELLE PIRELLI**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.