



Dal 27 al 29 giugno il seminario di Fondazione **Symbola** a Mantova: ecco come essere competitivi
Ermete Realacci: «Abbiamo un'occasione preziosa per rendere economia e società a misura d'uomo»
L'indagine Ipsos - Camera di Commercio di Brescia: qualità, paura, etica, driver di cambiamento

«Coesione e relazioni per far funzionare comunità e bilanci»

di **Elena Comelli**

Da soli non si vince. Per le aziende come per i Paesi, non conviene presentarsi isolati sui mercati internazionali: è la rete delle relazioni che rafforza la competitività. L'importanza della coesione è al centro del rapporto che sarà presentato al seminario estivo di Fondazione **Symbola** con Intesa Sanpaolo e Unioncamere, dal 27 al 29 giugno a Mantova: un evento organizzato in collaborazione con Tea e Saviola. «Le buone relazioni - rileva il direttore di **Symbola**, Domenico Sturabotti - sono la base della competitività per le imprese sostenibili. Le relazioni con i propri dipendenti, la filiera, il territorio, il Terzo settore, sono essenziali per la crescita organica delle imprese. Chi cura queste relazioni ha una maggiore competitività. Chi le trascura è invece destinato a perdersi per strada».

Modelli

Gli esempi di quanto siano efficaci queste reti sono infiniti. Dalla strategia di Ducati, che condivide con la filiera lo sviluppo di nuovi modelli, emerge l'effetto moltiplicatore sull'innovazione grazie a un si-

stema organico in cui i fornitori innovano ogni singolo pezzo. «Grazie a relazioni stabili e strategiche con i propri partner - prosegue Sturabotti - Ducati sviluppa innovazioni che da sola non sarebbe in grado di ottenere». Stesso discorso per le relazioni con i dipendenti: là dove le persone si sentono parte di una grande famiglia aziendale, come nel caso di Honda, il loro impegno contribuisce alla crescita dell'impresa e le proposte che arrivano dalla base diventano una chiave di volta per la competitività. E ancora: le relazioni con il Terzo settore portano nell'impresa un'intelligenza sociale che può darle una marcia in più. «Si pensi a Illy - cita il direttore di **Symbola** - che coltiva il caffè nei Paesi in via di sviluppo, in Africa o in America Latina: non si può fare il caffè migliore del mondo se non si intrattengono relazioni positive con le comunità locali. E il Terzo settore qui assume il ruolo di mediatore culturale». Altre collaborazioni col Terzo settore si dimostrano cruciali per aprire a comunità altrimenti difficili da raggiungere: «Coop Lombardia si è

appoggiata a PizzAut per rivedere tutta la segnaletica e il design di vari negozi, in modo da renderli più accessibili alle persone autistiche».

E le relazioni sociali dipendono dalla responsabilità individuale. «Noi siamo i tempi» è lo slogan del seminario di quest'anno (programma su **symbola.net**). «È un motto estrapolato dalla frase di Sant'Agostino: *Sono tempi cattivi, dicono gli uomini. Vivano bene e i tempi saranno buoni. Noi siamo i tempi*. Lo abbiamo scelto proprio per richiamare le nostre responsabilità - culturali, economiche e sociali - per affrontare le crisi presenti e future: climatica, demografica, energetica e geopolitica», spiega il presidente di **Symbola**, **Ermete Realacci**. E sottolinea: «La sostenibilità non solo è necessaria, ma rappresenta una grande occasione per rendere l'economia e la società più a misura d'uomo e più capaci di futuro. E specie in Italia la sostenibilità è intrecciata con la coesione, la bellezza e l'innovazione».

Il senso di responsabilità verso le scelte sostenibili, se-

condo **Realacci**, sta crescendo nei consumatori come dimostra una recente indagine condotta con Ipsos e Camera di Commercio di Brescia: «La percezione di una maggiore qualità nei beni prodotti in modo sostenibile - dice - è la spinta principale verso acquisti più responsabili». I tre driver che spingono a una maggiore attenzione alla sostenibilità, secondo l'indagine, sono appunto la qualità (70,3%), la paura (22%) e l'etica (7,7%). Con la sola etica dunque non si va molto lontano, ma gli altri due fattori - specie il primo - rappresentano una spinta decisiva. «La politica invece è incerta e non possiamo permettercelo. Pensiamo al ritardo sulle energie rinnovabili: 510mila imprese italiane negli ultimi cinque anni hanno investito in green economy e i green jobs sono 3,2 milioni. Gli investimenti in transizione verde e rinnovabili - conclude **Realacci** - aumentano la stabilità finanziaria, riducono i costi a medio termine per famiglie e imprese, rafforzano la nostra indipendenza energetica». Non possiamo fermarci adesso.

@elencomelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Più sensibilità

Sta crescendo il senso di responsabilità verso le scelte sostenibili da parte dei consumatori

