



# L'Italia ha mostrato che coesione è competizione

Le sfide

Manuela Rafaiani

**S**ecundo gli ultimi dati Istat sul commercio dell'Italia con l'estero, ad aprile l'export è aumentato su base annua del 10,7% in termini monetari. Il riscontro migliore è nei mercati extra Ue ma la crescita si registra anche nei Paesi dell'Unione, e riprende in Germania dopo un anno di stallo. Oltre che nel valore monetario, le esportazioni aumentano in volume, del 7,9% rispetto al 2023. Gli stessi dati affermano che l'Italia ha resistito bene alle crisi recenti mostrando una maggiore competitività. Già oggi in molti settori, dall'industria all'agricoltura, dall'artigianato ai servizi, dal design alla ricerca, il nostro Paese è protagonista: lo dimostrano ogni anno «I 10 Selfie» di **Symbola**. L'asset competitivo del Made in Italy si fonda su un ordito composto da diversi fattori naturalmente uniti: l'identità territoriale che si intreccia con la dimensione internazionale, la tradizione che si perfeziona con l'innovazione, la capacità di valorizzare le materie seconde nata per superare carenze, e oggi trasformata in ricerca a vantaggio della sostenibilità.

La cura per le persone e l'attenzione alle risorse era già nel Dna dell'impresa italiana quando, nel 1987, la parola sostenibilità entrò nel vocabolario comune grazie al rapporto «Our common future» della Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo delle Nazioni Unite. Basti pensare ad Adriano Olivetti, Enzo Ferrari, Michele Ferrero o Luisa Spagnoli, imprenditori illuminati che hanno creato fortune grazie alla loro visione, passione, e soprattutto grazie al rispetto per le loro persone e i loro territori. In questi anni, anche nella percezione comune, la sostenibilità si è arricchita di componenti sociali e soprattutto economiche. Fino a diventare una parola di uso comune radicata nelle nostre sensibilità: gli individui - e le aziende - sono sempre più disponibili a mettere in discussione abitudini consolidate e stili di vita per aderire ai principi della sostenibilità.

Il Rapporto 2024 «Sostenibilità è qualità» di Fondazione **Symbola** e Ipsos ha confermato i tre driver principali che spingono verso una maggiore attenzione alla sostenibilità: l'etica, la paura per il futuro del pianeta e la qualità. L'enfasi posta dagli individui sul concetto di qualità del prodotto sostenibile rappresenta una svolta culturale significativa. Per i consumatori, ma prima ancora per le aziende che credono che la sostenibilità sia un vantaggio competitivo sul mercato. Oggi l'Italia è un laboratorio nazionale che sa convogliare la spinta innovativa e l'energia trasformativa proprie dell'impresa in una nuova direzione. Una direzione che va imboccata con urgenza: i problemi del nostro Paese sono grandi e antichi, ma l'Italia è in grado di introdurre risorse ed esperienze che spesso non siamo in grado di sfruttare, combattendo per una sfida comune e senza lasciare indietro nessuno. Come afferma **Realacci** non c'è nulla di sbagliato nel nostro Paese che non possa essere corretto con quanto di giusto c'è nel nostro Paese. Se l'Italia fa

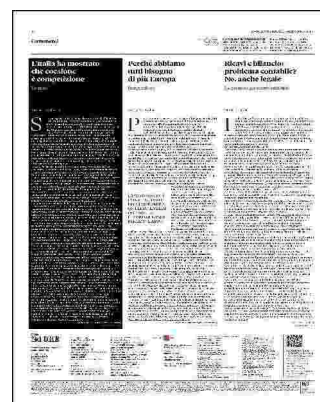


L'Italia possiamo essere protagonisti del futuro. Quando, qualche anno fa a Treia, **Symbola** presentò lo slogan «Coesione è Competizione», si accese un dibattito intellettuale sul contrasto fra i due termini. La competizione fu inizialmente intesa da alcuni come una gara fra avversari che non può prevedere alleanze fra i concorrenti. L'esperienza italiana prova invece che le imprese che portano meglio il Made in Italy nel mondo sono proprio quelle "coesive", che mettono al centro le persone e stringono relazioni virtuose con le altre imprese, le comunità, le istituzioni, i consumatori e il terzo settore. Sono quelle aziende che si pongono alcune domande centrali: il mondo è migliore perché la nostra azienda è presente? In altre parole: è sufficiente non inquinare o si deve abbracciare un concetto più ampio? E ancora: clima first o social first? Ha ancora un senso pensare all'ambiente e non inglobare nei piani strategici i diritti umani, il salario minimo, le diversità e altre questioni correlate? La coesione sociale è un fattore produttivo? Oggi, l'avvento dell'intelligenza artificiale pone un nuovo quesito: è possibile coniugare empatia e tecnologia? E infine: l'obiettivo ultimo è la massimizzazione del profitto a breve termine oppure la capacità di incorporare il valore sociale in quello economico? Risposte già scritte da quelle numerose aziende italiane, motore della transizione del Paese che dal 27 al 29 giugno saranno a Mantova al XXII Seminario estivo della Fondazione **Symbola** per dialogare insieme a scienziati, intellettuali e rappresentanti dell'economia, della politica, della cultura e della società. Aziende che combattono e vincono quotidianamente la sfida della sostenibilità e delle responsabilità individuali e collettive, sfide necessarie per scegliere di essere competitivi oggi e protagonisti in futuro.

Membro del Cda della Fondazione **Symbola**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



074078