

Le imprese come “vettori di sostenibilità”

Giuseppe Lasco

Condirettore Generale Poste Italiane S.p.A

Mentre il mondo sta cambiando a una velocità e a una intensità senza precedenti, stiamo via via verificando che i modelli che hanno guidato le organizzazioni per decenni sono inadeguati e inefficienti. La sempre maggiore complessità e instabilità richiedono un ripensamento del modello di sviluppo globale ormai non più sostenibile, non solo sul piano ambientale, ma anche su quello economico e sociale.

L'emergenza sanitaria che ha travolto il mondo intero nel corso degli ultimi due anni (e dalla quale stiamo pian piano emergendo) ha ulteriormente evidenziato le vulnerabilità del sistema attuale, impattando in maniera consistente su buona parte dell'economia nazionale, creando forti disagi a livello sociale e spingendo al limite le condizioni di sopravvivenza delle imprese. Lo sviluppo finora era incentrato su obiettivi di equilibrio finanziario e produttivo, con una debole considerazione delle altre fondamentali componenti del benessere collettivo e individuale quali la salute, l'inclusione sociale e il rispetto dell'ambiente. Ma uno sviluppo economico fondato sul mero accrescimento quantitativo di beni e prodotti finisce inevitabilmente per urtare contro

i limiti delle risorse naturali o della qualità e diventa esso stesso un elemento di fragilità per l'intero sistema sociale ed economico.

Questa crisi, che non ha precedenti nella storia recente, ci offre, quindi, l'opportunità di affrontare le fragilità esistenti, favorendo l'evoluzione verso una maggiore sostenibilità economica, politica, sociale e ambientale. Oggi possiamo affermare che le aziende che hanno posto al centro delle proprie strategie le politiche di sostenibilità hanno dimostrato di saper uscire meglio e più velocemente dall'emergenza sanitaria e, più in generale, dalle ulteriori situazioni di crisi che stiamo vivendo in questi mesi. Chi ha saputo integrare nei propri modelli economici la creazione di valore condiviso con il territorio ha avuto maggiore capacità di ripresa e di successo rispetto a chi non lo ha fatto.

Essere “sostenibile” oggi è, quindi, un fattore critico di successo per un'impresa che vuole mantenere una posizione solida sul mercato nel lungo termine.

La sostenibilità, però, non è una mera dichiarazione di intenti, ma deve entrare a far parte della cultura aziendale, attraversando in modo profondo e trasversale tutta

la struttura organizzativa e guidando la revisione dei processi, dei prodotti e, più in generale, del modo di fare business e di come comunicarlo.

Diventare davvero sostenibili per un'impresa significa andare oltre i confini della propria realtà aziendale e disegnare la strategia anche attraverso l'ascolto e il coinvolgimento delle comunità sul territorio.

In Italia i fattori di disuguaglianza territoriale sono evidenti tra il Nord e il Sud del Paese, tra i grandi centri urbani e le aree interne, tutti quei territori fragili che, in ragione della distanza dai principali centri di erogazione dei servizi – di mobilità, salute e istruzione – sono interessati da fenomeni di abbandono, spopolamento e ritardo nello sviluppo.

La Pandemia da Covid-19 ha ulteriormente aggravato i divari territoriali esistenti. La risposta delle diverse aree geografiche italiane all'emergenza sanitaria è stata, infatti, disomogenea e disarticolata sotto diversi profili. E proprio la riduzione di questa disparità territoriale deve essere una delle priorità del Piano di Ripresa del Paese, attraverso la realizzazione di investimenti che vanno dalle infrastrutture, alla mobilità sostenibile, dagli interventi per sanità e sociale, a quelli per la digitalizzazione e agli interventi per la promozione della cultura.

Per il prossimo futuro dovremo avere il coraggio di realizzare nuovi programmi di sviluppo sostenibile che

coniughino la crescita economica, lo sviluppo sociale e la salvaguardia del patrimonio naturale, attraverso progetti chiari e ben articolati che soddisfino le necessità espresse dal territorio.

E in questo programma le imprese possono fungere da "vettori di sostenibilità", contribuendo a innescare la ripresa in tutti i territori attraverso una stretta collaborazione con le istituzioni e con tutti gli altri enti impegnati quotidianamente nella diffusione della cultura della sostenibilità.

A tal fine assumono un ruolo propulsivo quelle iniziative che promuovono un confronto sistematico tra le imprese per l'attuazione di progetti efficaci e coordinati che permettono di avvicinare il mondo della sostenibilità e della cultura a quello imprenditoriale.

Ne è un esempio l'Associazione Civita, che da sempre sostiene la cultura come una risorsa capace di generare non solo conoscenza e accrescimento morale, ma anche sviluppo economico, contribuendo a consolidare i valori di sostenibilità dai quali far ripartire la ripresa.

Se saremo in grado di dare concretezza a quanto pianificato e sapremo cogliere insieme le opportunità insite nella crisi potremo trasformare profondamente il nostro Paese più di quanto si sia saputo fare negli ultimi decenni, per dare alle giovani generazioni un futuro migliore.