

La rinascita dell'Italia è possibile, ma solo con una vera cultura d'impresa

DI ANTONIO CALABRÒ*

«Capitale Italia», ovvero «la cultura imprenditoriale per la rinascita del Paese» è lo slogan scelto quest'anno per la XIX Settimana della cultura d'impresa, organizzata da Confindustria e Museimpresa dal 5 al 20 novembre. Una settimana particolarmente fitta di appuntamenti, dibattiti, webinar, tour digitali di musei e archivi d'impresa e dialoghi a distanza con le scuole, tra cui quello che sta al centro del Pmi Day, la tradizionale giornata in cui le piccole e medie imprese incontrano studenti e professori. Quest'anno la Settimana si carica di valenze particolari. Vediamo emergere tutte le fragilità sociali ed economiche di meccanismi di sviluppo disattenti ai grandi temi dei beni comuni: la salute e una sanità che non si limiti alla cura ma sappia dare risposte sia di prevenzione sia di intervento efficace per le emergenze; l'attenzione all'ambiente, sapendo che «non si può rimanere sempre sani in un

mondo malato», per usare le parole di Papa Francesco; l'impegno per ridurre le disuguaglianze sociali e i divari educativi e culturali. È tempo d'un radicale «cambio di paradigma» per un'economia più «giusta», sostenibile, circolare, inclusiva, insomma una «economia civile», per riprendere la lezione di Antonio Genovesi, illuminista, essenziale riferimento culturale del padre dell'economia liberale Adam Smith e, un paio di secoli dopo, del maestro del liberalismo con forti venature sociali John Maynard Keynes. La pandemia accelera le trasformazioni necessarie. Sono questioni politiche di gran peso, naturalmente. Sfide di portata globale, cui l'Unione Europea mostra finalmente una significativa capacità di risposta, con il Recovery Plan Next Generation. E naturalmente sfide che proprio qui in Italia

vedono le imprese in primo piano come attori fondamentali dei progetti e delle iniziative di sviluppo sostenibile. Le imprese sono creatività, innovazione, lavoro, ricchezza, benessere diffuso e inclusione sociale. Competitività e solidarietà. Un motore fondamentale, dunque, del cambiamento positivo. E i loro valori, la concorrenza corretta negli ambiti della legalità, il mercato, il premio al merito, la produttività da far crescere, con ricadute positive sui salari, il gusto del «bello e ben fatto», per costruire equilibri migliori sono oggi cardini non solo di crescita economica, ma di migliori assetti civili. Cultura d'impresa, dunque, come lievito di nuovi equilibri sociali. L'Italia ha sempre mostrato una sofisticata capacità di resilienza. Dalle crisi si è ripresa e ricostruita, pur se faticosamente. Ci riusciremo anche stavolta

grazie a una «cultura politecnica» che sa legare sapienza umanistica e conoscenze scientifiche e fa vivere concretamente un «umanesimo industriale» in cui le radici del saper fare rafforzano l'intraprendente ambizione verso un migliore futuro. È l'avvenire della memoria. Dalla documentazione del passato dobbiamo cogliere le chiavi per superare questa ennesima sfida, consapevoli che non si può essere resilienti senza innovare e viceversa è impensabile essere innovativi senza essere resilienti nei periodi di crisi e di difficoltà. La nostra cultura d'impresa, insomma, racconta come si tengono insieme conoscenze, tecnologie, valori personali e sociali, produttività. E testimonia ancora una volta, proprio in tempi di crisi, che del cambiamento sappiamo essere interpreti. E rafforzare così il nostro capitale sociale al servizio dell'intero Paese. (riproduzione riservata)

*presidente Museimpresa e vicepresidente Assolombarda

