

Territori e imprese

L'egoismo lungimirante che fa crescere

di **Marco Magnani**

Negli ultimi anni il sistema delle imprese italiane è stato messo a dura prova. Alla sfida della globalizzazione si è aggiunta la crisi economica. Dal 2008 sono fallite quasi centomila aziende e si sono persi oltre un milione di posti di lavoro. E all'orizzonte c'è un altro tsunami — la rivoluzione digitale — il cui impatto è difficile da prevedere. Davanti a questi cambiamenti epocali, tornare a investire nel territorio può essere per l'impresa una mossa difensiva, ma anche diventare un vantaggio competitivo. A due condizioni. La prima è che il territorio si rinnovi e diventi più attrattivo. I distretti tradizionali devono trasformarsi in reti aperte che sappiano attrarre competenze e integrare conoscenze. Pur conservando la propria specificità, devono aprirsi all'esterno stimolando l'insediamento di nuove imprese e trattenendo quelle esistenti. La seconda condizione è che l'impresa investa nel territorio non per filantropia ma per interesse, si potrebbe perfino dire per egoismo. Un «egoismo lungimirante» — o un altruismo interessato — suggerito dalla consapevolezza che territorio e impresa crescono insieme, e che quindi investire in modo intelligente nel primo dà vantaggi anche alla seconda. Inoltre il territorio va considerato non solo come luogo geografico di produzione ma nelle sue molteplici dimensioni. Per l'impresa sono territorio anche scuola, formazione, università, ricerca.

continua a pagina 15

Territori e imprese

L'egoismo lungimirante che fa crescere

SEGUE DALLA PRIMA

Lo sono le comunità che producono la materia prima e l'intera filiera, così come i dipendenti e i collaboratori, la cultura e l'ambiente.

Le best practice non mancano, anche in Emilia-Romagna. A cominciare dalla Motor Valley, dove imprese di settore e la Regione hanno investito in scuola, formazione e università, creando sulla via Emilia un polo di eccellenza. Numerose anche le imprese che investono in welfare aziendale, sapendo che l'ambiente di lavoro influisce sulla produttività. È il caso di Ferrari, Barilla e Technogym con le tante iniziative per i dipendenti e le loro famiglie. Ma anche di aziende meno note, come la reggiana Comatrol, da anni classificata tra i Top Employers, o la modenese Cms, che sostiene il volontariato in orario lavorativo retribuito.

Quanto all'ambiente, Dallara investe per ridimensionare i consumi delle auto grazie all'uso di materiali compositi che ne riducono il peso, all'efficienza aerodinamica e ai motori elettrici. E ne ottiene un ritorno in termini di acquisizione di competenze e innovazione di materiali e processi. Tetra Pak, con stabilimenti a Modena e Rubiera, ottimizza i sistemi di confezionamento per ridurre consumi energetici, scarti e volumi da trasportare. Con vantaggi sui costi e sviluppo di materiali.

Il legame impresa-territorio funziona non solo nel manifatturiero ma anche in servizi e retail. La cooperativa Camst ha aperto al resto del territorio gli asili nido realizzati per i figli dei dipendenti. A Bologna Eataly di Oscar Farinetti sta realizzando Fico: una vetrina di 8omila metri quadrati

per la filiera dell'agroalimentare italiano.

Anche a fronte di grandi cambiamenti, il rapporto impresa-territorio rimane quindi uno dei cardini della competitività. A patto che il territorio sappia «aprirsi» e sostenere le aziende nella loro crescita e l'impresa estenda il concetto di territorio, investendo nelle sue diverse dimensioni.

Marco Magnani

Economista, autore di «Terra e Buoi dei Paesi Tuoi» (Utet)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

