

IL LIBRO

Come rifare la reputazione all'imprenditore sociale

ECONOMIA

26_04_2015



**Ruben
Razzante**



La storia d'Italia degli ultimi decenni lascia ben intendere che i problemi economici di un Paese non si risolvono con le elemosine di Stato o con gli aiuti a pioggia o con la demonizzazione della ricchezza. Un Paese che intenda risollevarsi e percorrere con

risolutezza virtuosi sentieri di crescita deve rimettere al centro della scena la figura dell'impresa sociale, che coniuga il proprio bene con il bene comune.

Di questo sono convinti Giorgio Fiorentini, Giulio Sapelli e Giorgio Vittadini, che nei mesi scorsi hanno dato alle stampe un interessante volume dal titolo: *Imprenditore: risorsa o problema? Impresa e bene comune* (editrice Bur). Raccogliendo le riflessioni di alcuni tra i principali imprenditori e manager italiani, da Oscar Farinetti a Giorgio Squinzi, da Pasquale Natuzzi a Pietro Modiano, da Benito Benedini a Gianfelice Rocca, il volume riflette sulle profonde trasformazioni che sta vivendo l'industria italiana e sui nuovi modi di fare impresa. L'iniziativa del volume è figlia della spiccata sensibilità della Fondazione per la sussidiarietà per i temi della cultura d'impresa e per l'idea di impresa come soggetto fondamentale, in grado di svolgere un ruolo sociale per il bene comune.

La sfida è essenzialmente di tipo culturale. L'imprenditore italiano, come scrivono nell'introduzione Giorgio Vittadini e Paola Garrone, «vive uno dei momenti più bassi in quanto a reputazione e considerazione del suo ruolo nel consenso sociale». È visto, cioè, come «un signore che, sfruttando i dipendenti, inquinando l'ambiente e non pagando le tasse, persegue il proprio tornaconto a discapito di altri». Mezzo secolo fa, invece, «era considerato un esempio positivo, di "riuscita", veniva offerto all'imitazione dei giovani ed era oggetto di gratitudine perché dava lavoro a tanta gente».

Le ragioni di questa degenerazione reputazionale del capitalismo imprenditoriale italiano sono da rintracciare, secondo Giulio Sapelli, nello spirito del Sessantotto. Quello è un vero passaggio epocale «perché viene meno il principio di autorità nel senso manzoniano e cattolico del termine, come autorevolezza, e parallelamente comincia ad affermarsi un'idea protestante di ricchezza». «In questo contesto», prosegue Sapelli, «la borghesia ha perduto la sua egemonia culturale, non sapendo più rivolgere una proposta alle generazioni successive». Di qui il propagarsi di un'accezione manichea della ricchezza e di una visione demoniaca dell'imprenditore come sfruttatore capitalista. Peraltro, in ragione di tale mutamento culturale, «anche i fenomeni di malaffare esplosi negli anni recenti –fenomeni che, per certi versi, sono fisiologici in qualsiasi sistema socio-economico- vengono amplificati e portati come prova di quest'assunto: l'imprenditore mira esclusivamente a esercitare una funzione utilitaristica, di arricchimento personale».

Anche la Chiesa, sempre secondo Sapelli, fu presa alla sprovvista da questa trasformazione, se si eccettua don Luigi Giussani «che aveva intravisto gli inizi di questa deriva molto prima del Sessantotto, negli anni Cinquanta». Particolarmente acute le riflessioni svolte, all'interno del volume, da Bernhard Scholz, presidente della

Compagnia delle Opere, che riporta il passaggio dell'enciclica Centesimus Annus di Giovanni Paolo II sull'impresa come «comunità di uomini che, in diverso modo, perseguono il soddisfacimento dei loro fondamentali bisogni e costituiscono un particolare gruppo al servizio dell'intera società». Scholz si sofferma sul concetto di responsabilità sociale d'impresa e conclude affermando che «il desiderio e la consapevolezza di contribuire alla realizzazione del bene comune non attenuano lo spirito imprenditoriale, anzi, costituiscono un movente più grande della ricerca della ricchezza personale».

Considerazioni per certi versi complementari si rintracciano nella seconda parte del volume, in particolare nel saggio, assai articolato e dal taglio più scientifico, di Giorgio Fiorentini, che scrive: «In quest'ottica, assumendo il concetto che il fine generale dell'impresa è "concorrere per molteplici vie alla promozione della persona umana", e che il reddito non è il fine esclusivo dell'impresa, ma è "una parte del sistema dei valori" della dinamica economica, appare evidente che il concetto di impresa sociale è legittimato, sia dal punto di vista economico aziendale sia dal punto di vista giuridico». L'impresa, come dice Rocca nell'intervista rilasciata ai curatori del volume, «è la molecola dello sviluppo», è fatta «di individui che prendono in mano il proprio destino senza delegarlo ad altri». Chissà se l'Italia avrà mai un governo illuminato e in grado di valorizzare appieno le potenzialità del tessuto imprenditoriale, in particolare quello delle piccole e medie imprese, capaci di generare sviluppo umano e crescita sociale e di perseguire, attraverso la molla del profitto non fine a se stesso, il bene comune.