

## Persone, risorse sostenibili della terra

di Francesco Donato Perillo

Dopo due decenni di visione economica ristretta, affetta dalla miopia del breve termine perché dominata dalle pressioni dei mercati finanziari, comincia ora a farsi più chiaro questo punto: la competizione non si vince solo sul prezzo, ma sulla duplice capacità di promuovere una domanda nuova, allargando i propri clienti, e di investire sui fattori localmente disponibili. La competitività di un'impresa e il benessere delle comunità che la circondano sono strettamente interconnesse.

È il principio del 'valore condiviso', proposto da Michael Porter al World Business Forum del 2012<sup>1</sup>, che sembra finalmente poter aprire una nuova prospettiva al modello economico del capitalismo in crisi.

Un principio semplice ma ancora poco praticato, basato sulle enormi possibilità di mercato che hanno le aziende che riescono a intercettare la vastissima domanda di bisogni sociali presenti nei territori che le circondano. Una scelta di business utile soprattutto al nostro Mezzogiorno: perché non investire, ad esempio, in Campania, invece di delocalizzare le attività in regioni del mondo a più basso costo di manodopera, ma andando incontro a notevoli inefficienze e diseconomie? Mercati arretrati e socialmente disagiati, come quelli offerti non solo dai Paesi in sviluppo, ma proprio dal nostro stesso depresso Sud, sono potenziali vastissimi mercati di nuovi clienti e di risorse sottoutilizzate.

A patto però di cambiare la rotta dal tradizionale *trade off* costi/benefici al calcolo di una diversa produttività, e di porci criticamente di fronte alla domanda: quanto incide sul prodotto lo spreco di energia elettrica, di acqua, di carta, di plastiche, di confezioni per l'imballaggio? Quanto il mancato riciclaggio delle energie e dei materiali? Quanto l'uso indiscriminato dei carburanti bruciati per percorrere gli innumerevoli chilometri che ci separano dai mercati 'globali' di approvvigionamento e di vendita? E chiedersi se il gettare rifiuti di fronte al tuo stabilimento, il non comprendere l'impatto e gli effetti della tua gestione sull'ecosistema, non creino pesanti ipoteche sul futuro dell'azienda.

Non si tratta di giocare in piccolo e di tornare alla dimensione locale. La sfida è invece quella di ritrovare proprio nelle comunità locali le fonti del valore. Il nostro territorio, con la sua storica forbice tra Nord e Sud, può offrire nelle sue regioni più povere d'Europa, il vantaggio di acquistare da fornitori locali competenti, fidelizzabili e affidabili, capaci di un apprendimento e di una flessibilità più rapidi, tali da compensare ampiamente il costo del lavoro più conveniente dei Paesi emergenti.

Un rapporto più organico tra aziende e territorio genera più valore economico: 'valore condiviso' appunto e non predatorio, stabile nel tempo e non volatile. Ma ciò richiede una nuova cultura manageriale, un modo di gestione delle persone anch'esso 'sostenibile', come l'azienda stessa.

L'AIDP – l'Associazione Italiana per la Direzione del Personale, che riunisce oltre 3000 professionisti HR – ha posto al centro del suo 43° congresso nazionale (Bergamo, 22-24 maggio) proprio il tema del lavoro, della sua qualità e del suo essere determinante per il benessere e la dignità delle persone, delle organizzazioni e delle comunità: *Persone, risorse della terra*, un tema esplicitamente collegato anche al messaggio che l'Expo di Milano darà al mondo.

Il gruppo campano dell'associazione, con la Confindustria di Salerno e con l'assessorato al lavoro della Regione, ha promosso il convegno *Persone, risorse sostenibili per la Campania Felix*<sup>2</sup>, con istituzioni e università del territorio, enti di cultura come l'Istituto Adriano Olivetti, e con gli amministratori di un campione di aziende d'eccellenza, operanti in ciascuna delle province della Regione. Una vetrina di esperienze imprenditoriali e gestionali di grande vitalità internazionale che testimoniano un'instancabile voglia di crescere proprio sul terreno locale.

Dalla 'terra dei fuochi' e del sommerso possono svilupparsi potenzialità per aziende e manager che puntano sulla sostenibilità come fattore di innovazione. Anche un convegno può innescare un cambio di passo, contribuire nel suo piccolo a generare una convinzione, un cambiamento possibile e autodiretto, senza assistenza pubblica e senza alibi.



<sup>1</sup> M.Porter, M- Kramer, *Come reinventare il capitalismo – e scatenare un'ondata di innovazione e di crescita*, in Harvard Business Review, gennaio-febbraio 2011, n. 1/2.

<sup>2</sup> Il convegno si è tenuto il 12 aprile 2014 al Lloyd's Baia Hotel di Vietri sul mare (SA).