

Impresa, istituzioni e responsabilità sociale

*di Alberto Mattioli**

Gli auspici e le indicazioni delle istituzioni

Impresa, istituzioni e responsabilità sociale, non è solo un titolo: rappresenta ciò che dovrebbe essere. Ciò che dovrà essere sempre più in futuro. In tutte le sedi opportune e con ogni coerente premura. Per non soffermarmi su generiche ipotesi, ma volendo esporre un esempio che possa definire un vasto, seppure riconoscibile ambito, mi avvalgo di un riferimento preciso, che per noi, per il nostro Paese, riveste un particolarmente significato: il *Made in Italy*.

Made in Italy che, in un concetto attuale e consapevole, deve andare oltre il mero riferimento geografico o il semplice marchio di riconoscimento di un prodotto o di uno stile: deve essere espressione della qualità italiana, in senso generale.

Deve essere una sorta di missione per la Nazione, che trova la sua manifestazione compiuta quando

istituzioni, società e imprese, lavorano insieme per un obiettivo comune: l'eccellenza in ogni manifestazione e in ogni aspetto.

E questo richiede, ovviamente, anche il maggiore coinvolgimento dei soggetti interessati a tali processi, affinché possano condividere gli strumenti politici adatti a valorizzare le potenzialità presenti sul territorio.

C'è bisogno, insomma, di trasformare il Paese e ciò che rappresenta, facendo leva e dando impulso

alle risorse migliori disponibili.

Tutto questo, prevede una ridefinizione delle strategie operative, che dovranno comprendere presupposti e criteri conformi. Tanto da stabilire una nuova idea di economia e società, capace di coniugare cultura dello sviluppo, basata sul valore delle relazioni e delle produzioni, cultura dei rapporti con il territorio, cultura della responsabilità sociale e cultura del rispetto delle regole, per affermare l'Italia nello scenario globale come uno dei più avanzati, suggestivi e corretti *network* delle qualità.

Diventa quindi indispensabile avere la capacità e il coraggio di scommettere con fiducia sul futuro: l'Italia, come tutti i Paesi avanzati, infatti, deve puntare su ricerca, innovazione e conoscenza.

Ma deve puntare anche sul rispetto della qualità della vita. E, al tempo stesso, valorizzare alcune sue caratteristiche peculiari: un'esclusiva combinazione tra realtà



* Vice Presidente della Provincia di Milano.



urbane e patrimonio storico-culturale, ambiente naturale e paesaggio, prodotti tipici e creatività e forza imprenditoriale, capacità di realizzare e valorizzare cose che piacciono e che sono utili al mondo. Una strategia che, oltretutto, può rivelarsi vincente anche per resistere alla sempre più pressante concorrenza dei mercati stranieri emergenti: puntando sulla specializzazione e sul pregio del *design*, dei materiali e delle lavorazioni. Puntando maggiormente sulle soluzioni compatibili con il territorio, con la sicurezza e la salute dei cittadini.

Elementi che hanno reso unico il nostro Paese. E che, grazie alle suddette premure, possono consentire una rinnovata visione del *Made in Italy*, appunto, e trasformare in opportunità una globaliz-

**DOBBIAMO DEFINIRE
E PRESENTARE UNA
NAZIONE NUOVA
CHE NON DIPENDA
UNICAMENTE
DAL PROFITTO FINE
A SE STESSO**

zazione che rischia di omologare interventi e applicazioni.

Dobbiamo, in pratica, definire e presentare una nazione nuova, attraverso realtà che hanno compreso l'importanza di uno sviluppo che non dipende unicamente dall'economia o dalle logiche che tendono a privilegiare il profitto fine a se stesso.

Noi, la Provincia di Milano, questo percorso l'abbiamo da tempo

cominciato, con opportune iniziative mirate a sensibilizzare e a sostenere il rinnovamento o la trasformazione o la creazione di attività, di opere pubbliche o di interventi destinati a ciò che comunemente definiamo Progresso Sostenibile. Ma che è ben altro e ben di più.

Questo, nella consapevolezza del come e del quanto sia responsabilità primaria delle istituzioni, centrali e locali, attuare riforme e provvedimenti capaci di agevolare, diffondere e guidare l'indispensabile applicazione di simili concetti e, soprattutto, di simili principi.

Certo è una grande sfida. Ma noi, come testimonia la nostra storia, abbiamo capacità, risorse professionali e valori, per poterla vincere.