

RELAZIONE INTRODUTTIVA

Patrizia Di Dio

Presidente nazionale Terziario Donna Confcommercio

Siamo giunti alla 5° edizione del nostro Forum annuale Donne motore della ripresa, evento organizzato da Terziario Donna Confcommercio, l'Organizzazione rappresentativa delle imprenditrici, lavoratrici autonome e professioniste del Commercio, dei Servizi, del Turismo, delle piccole e medie imprese associate a Confcommercio-Imprese per l'Italia.

Il nostro Forum è un appuntamento per riflettere sull'economia del futuro, su nuove visioni e nuove prospettive imprenditoriali, su nuovi modelli di sviluppo, con lo sguardo rivolto al cambiamento in atto non solo nel tessuto economico, ma anche nella società, per la definizione di strategie per la competitività delle nostre imprese e del nostro Paese.

Quest'anno il nostro Forum è inserito come evento nell'ambito del Festival dello sviluppo sostenibile 2018, promosso dall'Asvis, rivolto a tutti coloro che, pur non essendo addetti ai lavori, sono comunque interessati ad approfondire i temi che si è data la comunità globale con l'approvazione dell'Agenda 2030 per il monitoraggio di obiettivi di prosperità e di sostenibilità.

. Anche noi contribuiamo a diffondere questa cultura, cercando di rendere lo sviluppo sostenibile un tema di attualità e di richiamare l'attenzione nazionale e locale sulle problematiche e le opportunità connesse al raggiungimento degli obiettivi che possono contribuire a portare l'Italia su un sentiero di sviluppo che sia contemporaneamente di valore dal punto di vista ambientale, economico e sociale.

Ricordiamo che i 17 SDGS (*Sustainable Development Goals*), ovvero gli obiettivi di sviluppo sostenibile sono:

1. Porre fine a ogni forma di povertà nel mondo
2. Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile
3. Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età
4. Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti
5. Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze
6. Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie
7. Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni
8. Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutti
9. Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione

10. Ridurre le disuguaglianze
11. Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili
12. Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo
13. Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere i cambiamenti climatici
14. Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile
15. Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre
16. Pace, giustizia e istituzioni forti
17. Rafforzare i mezzi di attuazione degli obiettivi e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile



Come individui che abbiamo a cuore i diritti umani universali e il futuro nostro, e di chi verrà dopo di noi, siamo coinvolti in tutti gli obiettivi.

Come imprenditrici e imprenditori in molti di essi.

Come donne siamo poi ancora più coinvolte per l'obiettivo 5, che è un richiamo alla indispensabile equità che dobbiamo raggiungere non solo de iure ma anche de facto, ma in generale siamo chiamate in causa per la nostra speciale sensibilità, verso i diritti umani e per il nostro approccio verso la sostenibilità, riconducibile al nostro senso di cura, al nostro saper prenderci cura delle persone e delle cose.

Le scelte politiche non vanno in questa direzione e, come rivendichiamo la presenza delle donne nel mondo imprenditoriale, e il loro modus operandi come la chiave del cambiamento, altrettanto decisamente esigiamo politiche di sostegno chiare e convinte a favore della famiglia perché non tolleriamo che sia ancora possibile tacere sull'ipocrisia di fondo che vizia ogni ragionamento sul ruolo delle donne come soggetto economicamente rilevante.

La componente femminile della società deve essere posta nelle condizioni di operare serenamente e compiutamente nel mondo del lavoro.

L'agenda 2030, inoltre, ci riconduce al Bes, acronimo di Benessere Equo e Sostenibile, redatto dall'ISTAT che, nel 2016, è entrato a far parte del processo di programmazione economica. Per un set ridotto di indicatori è previsto un allegato del DEF (Documento di economia e finanza) che riporta un'analisi dell'andamento recente

e una valutazione dell'impatto delle politiche proposte. Inoltre, a febbraio di ciascun anno vengono presentati al Parlamento il monitoraggio degli indicatori e gli esiti della valutazione di impatto delle policy.

I 12 indicatori del Rapporto Istat sul Bes sono:

1. Salute
2. Istruzione e formazione
3. Lavoro e conciliazione tempi di vita
4. Benessere economico
5. Relazioni sociali
6. Politica e istituzioni
7. Sicurezza
8. Benessere soggettivo
9. Paesaggio e patrimonio culturale
10. Ambiente
11. Ricerca e innovazione
12. Qualità dei servizi

A proposito di Benessere Equo e Sostenibile, siamo chiamati in causa perché tutti questi indicatori ci riguardano e in particolar modo su alcuni di essi incidiamo.

A proposito di Benessere Equo e Sostenibile noi di confcommercio siamo imprenditori e imprenditrici che si interrogano sulla dignità del proprio lavoro e delle proprie imprese.

Siamo coloro che affermano che un'impresa senza valori non ha valore.

Siamo coloro che ci sentiamo una comunità di senso e cerchiamo di dare senso al nostro lavoro e a ciò che facciamo.

In particolare per noi donne, le imprese non sono solo un fatto economico, ma sono anche una delle espressioni della "rigeneratività" insita in noi e l'esperienza di affermare il nostro punto di vista nel mondo, il nostro sistema di valori, promuovendo la dimensione autenticamente umana e modelli di sviluppo sostenibili basati su qualità, cultura, relazioni, rispetto dell'ambiente, senso di comunità, siamo quelli che rendono un luogo città e fanno di una città una comunità.

Nella società del mercato in cui la domanda è «quanto costa», noi siamo quella parte di operatori economici che ritengono che la nuova stagione si debba basare anche "sul quanto vale", sui Beni relazionali, la fiducia, la giustizia, la solidarietà, l'amore, l'empatia, Beni che non si comprano ma che permettono alle persone di riconoscersi.

Crediamo che l'economia del futuro debba essere l'economia del Bene Essere fondata su nuovi modelli di sviluppo che perseguono, oltre ovviamente all'intuizione di mercato e all'abilità imprenditoriale:

- una visione dello scambio di beni e servizi che ponga al centro il valore della persona e le sue emozioni
- uno sviluppo inclusivo e rigenerativo, indirizzato sia alla realizzazione economica, sia al miglioramento sociale e ambientale del proprio territorio
- la creazione di imprese più urgenti, più sensate, più umanamente opportune, in grado di generare non solo redditività per la propria attività, ma anche coesione sociale e benefici per i territori dove operano e per la comunità che le ospita, non solo competitività e innovazione ma anche valorizzazione del capitale umano, non solo valore economico ma anche valore sociale
- un'economia basata sulla conoscenza, sull'identità, la storia, la creatività, la qualità, il rispetto dell'ambiente, che si contrapponga all'economia basata sull'idea di dovere aumentare varietà e quantità dei beni abbassando i prezzi "non-importa-come". Perché in quel "non-importa-come" si nascondono molto spesso effetti negativi sui beni per noi più preziosi (dignità del lavoro, qualità dell'ambiente, relazioni umane, salute).

Crediamo che l'economia del futuro debba essere anche quella che chiamiamo l'economia del nuovo Umanesimo, anzi del Womanesimo. Nell'attuale condizione dominata da una massiccia presenza della

tecnologia, riteniamo importante coltivare la nostra dimensione umana e mettere al centro delle scelte imprenditoriali anche l'importanza delle relazioni tra l'individuo, l'impresa, i lavoratori e la comunità sociale, riportando la tecnologia ad essere strumento e non fine.

L'impresa può contribuire al cambiamento, muovendosi nella direzione di un'economia consapevole del livello valoriale della società che le dà vita.

Siamo anche convinti che l'affermazione di questa impostazione non sia soltanto idealistica, ma sia anche di creazione di un'opportuna identità d'impresa, per contribuire ad essere "riconosciuti" dai nostri clienti e per sviluppare le nostre attività sul bisogno di relazionarsi proprio di ciascun individuo e di entrare in contatto con gli altri.

Crediamo che l'economia del futuro debba essere anche quella che chiamiamo l'economia della Bellezza per la valorizzazione più piena del nostro Paese, dei nostri territori e dei nostri saperi, per una crescita economica che sia di pari passo a quella civile.

L'economia della Bellezza ci richiama al nostro Paese, da tutto il mondo considerato il Bel Paese.

L'Italia è considerata sinonimo di Bellezza in virtù del suo patrimonio culturale, artistico, monumentale, paesaggistico, ma anche della sua qualità di vita, nell'alimentazione, nel gusto, nel design e nella moda.

Crediamo che l'Italia possa offrire la merce oggi più richiesta: il Made in Italy e lo stile di vita, che noi con le nostre imprese contribuiamo a sostenere e che sono gli elementi fondanti del nostro Bel Paese, perché oltre al paesaggio, la cultura, l'arte, il territorio, la storia ci sono il modo di vivere, l'identità, i saperi e proprio noi, con le nostre imprese, rappresentiamo quella rete di qualità che contribuisce a fare del nostro Paese un brand di successo.

Riteniamo ci sia un collegamento tra l'economia della Bellezza, il concetto della Bellezza e la responsabilità sociale di impresa.

L'esperienza della bellezza, ripresa dal "kalós kai agathos" come chiamavamo i Greci la bellezza, ricopre entrambi i significati di bello e di buono, a significare che bontà e bellezza sono elementi di un'unica visione.

Il termine kalós significa allo stesso tempo "bello" e "buono", in un'inseparabilità tra etica ed estetica.

Quindi c'è un collegamento tra l'economia della Bellezza e il senso etico della propria azienda e della propria vita, c'è un collegamento con quei valori in cui noi imprenditrici amiamo rispecchiarci, in cui una società civile, degna di questo nome, si identifica, ma soprattutto quei valori con cui educiamo i nostri figli, e di cui coerentemente nutriamo le nostre azioni quotidiane, specchio del nostro vivere civile, della nostra coscienza, della nostra onestà, della nostra dignità e della nostra anima!

Crediamo in un modello di sviluppo che crea valore economico e valori sociali, valori che non possono trovare sintesi nel PIL (Prodotto Interno Lordo), ma che devono essere integrati dalla FIL (Felicità interna Lorda), dalla felicità pubblica.

Crediamo che la felicità della persona dipenda non solo dai beni disponibili, ma anche e soprattutto dalla dignità del lavoro, dalla qualità dell'ambiente, dalla salute, dalla vita di relazioni e da prospettive serene di vita futura.

Noi imprenditori "Non siamo cittadini-spettatori. Siamo e ci sentiamo cittadini consapevoli e protagonisti. Non ci facciamo vincere dalla paura del declino. Combattiamo, invece, per la prosperità in una società giusta, condizione all'interno della quale ciascuno possa veder realizzata la propria piccola o grande porzione di felicità. È per questo che lavoriamo, che lottiamo, che ci rialziamo nonostante le delusioni, nonostante le difficoltà. Ogni giorno. Tutti i giorni. Ed è la fiducia in quello che siamo stati che ci dà il coraggio, ed è la fiducia in quello che siamo che ci dà la dignità. È la fiducia nel futuro che ci muove ancora."

(Carlo Sangalli, Presidente nazionale Confindustria-Imprese per l'Italia)

Tra vivere una società ed ESSERE UNA SOCIETÀ noi scegliamo la seconda opzione, perché la riteniamo più conducente anche al miglioramento economico e allo sviluppo delle nostre imprese.

La nostra è la cosiddetta soft economy, ovvero la capacità di creare economia, in base a valori quali i saperi, l'innovazione, la cultura, il paesaggio, la creatività, la storia.

Certamente il progresso economico è importante ma ci interroghiamo su come può migliorare la qualità della vita in maniera sostanziale, per l'individuo e per il territorio e pensiamo che vada perseguito insieme ad altri obiettivi.

Dentro la trasformazione della società e la ridefinizione dei modelli economici, proprio noi donne possiamo essere un traino per una cultura d'impresa che promuove comportamenti virtuosi, espressione delle specificità femminili di cura, visione dell'altro, "ricerca di senso", coraggio, istinto ecologico, cultura, relazioni, solidarietà.

Le nostre imprese possono concorrere responsabilmente a tale progresso e favorire l'accesso al benessere, divulgando un modello di creazione del valore economico, sociale ed ambientale rigenerativo e una cultura d'impresa lungimirante che contribuisce alla ricchezza di senso di vita e alla felicità dei cittadini.

Oggi presenteremo il Focus della collana Le Bussole, un lavoro che trae spunto dalle capacità imprenditoriali femminili, dalle soft skills tipiche femminili e ritrae in questo manuale semplicemente i nostri comportamenti presi come modelli di efficacia del marketing, ovvero proprio quello che gli esperti di neuro marketing prendono come modelli.

Marketing, neuromarketing...ma a noi piace chiamarlo più umanamente "filosofia dell'accoglienza", al limite marketing della felicità,

grazie a cui facendo con naturalezza e spontaneità quanto sappiamo fare, rendiamo più efficaci le nostre azioni nella vendita e nella conduzione aziendale.

Perché ciò che ci piace fare è anche ciò che ci riesce meglio!

Negli ultimi anni anche per le multi nazionali che puntano ad aumentare il profitto, la RSI ha assunto una grande valenza strategica proprio in termini di competitività. L'approccio filantropico ha ceduto il passo a un approccio strutturato, perché si è capito quanto certe attività e comportamenti creino valore e branding reputation.

La Responsabilità sociale dell'impresa è divenuta tratto distintivo di un'economia più sana e caratteristica delle imprese di successo.

Ma allora è più che mai importante e urgente riflettere sul fatto che le nostre "imprese diffuse" sanno essere "responsabili" di istinto, senza troppi ragionamenti.

Dobbiamo essere consapevoli che la sostenibilità e la responsabilità sociale non sono temi che hanno a che fare solo con l'etica, non esprimono solo un'economia virtuosa, ma sono anche un tema di competitività, una leva strategica vincente su cui puntare per migliorare le performance e i risultati delle nostre aziende e sono un patrimonio immateriale di capacità che noi già possediamo e applichiamo spontaneamente.

Fra i temi a cui questa Confederazione punta ci sono anche quelli legati all'ambiente e alla sostenibilità, che fanno parte dell'incarico specifico ricevuto dal Presidente Sangalli, che evidenziano una lungimiranza da parte del Presidente e di questa Confederazione tutta che porta avanti la visione della tutela dell'ambiente e di un modello di sviluppo e crescita sostenibile sociale, ambientale ed economica.

Sostenere l'Economia responsabile significa muovere l'Italia e dare valore al futuro.

Crediamo che la possibilità di dare senso alle cose faccia la differenza e porti felicità!

Un breve racconto...La storia dei tre spaccapietre: *C'è una vecchissima storia, che racconta di uomo che, recatosi in pellegrinaggio in una grande città del passato, vede per strada un tipo sudatissimo, stremato, che sta spaccando pietre. Si avvicina e gli chiede: "Che cosa state facendo, buon uomo?"*

E il tipo: "Vedete, signore, sto spaccando pietre. E' dura, ho mal di schiena, ho sete, ho caldo... faccio un mestiere da cani, non sono più un uomo..."

Il pellegrino prosegue, e vede più lontano un altro tipo, anche lui sta spaccando pietre, ma non ha l'aria così malmessa come il primo. "Cosa fate, buon uomo?"

"Eh, sì, mi sto guadagnando la giornata! Spacco pietre, non ho trovato un lavoro migliore per dar da mangiare alla mia famiglia, ma sono contento che almeno ho questo qua!"

Il pellegrino continua e si avvicina ad un terzo uomo. Anche lui sta tagliando pietre, ma è sorridente, energico, sereno. "Cosa fate, buon uomo?"

E il tipo risponde: "Ah, caro amico, io sto costruendo una cattedrale!"

È allora proprio il significato che costruiamo intorno alle nostre esperienze che ci permette di essere felici e invece, se manca, ci condanna alla deriva del vuoto, della contingenza più reativa, di un presente che, per quanto neutro o addirittura abbastanza buono, non nutre il nostro sé, non attiva alcuna energia. Essere felici...

Felicità un termine porta in sé valori profondi.

Deve guardare al futuro e costruire futuro

Le nostre attività imprenditoriali sono *pietre* o *cattedrali*.

Felicità è la responsabilità di cosa facciamo e come.

Questa differenza determina se spacciamo *pietre* o costruiamo *cattedrali*.

I valori che chiamiamo dignità, coscienza, responsabilità danno senso alla nostra quotidianità, al nostro cammino e ci portano alla felicità.

Tocca a ciascuno di noi ogni giorno decidere se essere *spaccapietre* o *costruttore di cattedrali!!!*