

Primo seminario delle fondazioni d'impresa *di Giuseppe Paletta*

L'8 maggio la Fondazione Aem ha organizzato a Milano presso la propria sede il primo seminario delle Fondazioni d'impresa in Italia dal titolo *Le fondazioni d'impresa: modelli organizzativi, ruolo istituzionale, valori*.

Al seminario hanno partecipato le Fondazioni selezionate in base al loro legame con famiglie imprenditoriali o con imprese operative, escludendo le sole fondazioni bancarie di erogazione.

I lavori sono stati introdotti da Giuliano Zuccoli, presidente del Consiglio di Gestione di A2A spa, il quale ha sottolineato la necessità per l'impresa investita da un intenso processo di crescita, di mantenere i legami con i territori e le comunità di riferimento.

Sono seguite poi le relazioni di Salvatore Carrubba (Sole 24 Ore), Alberto Sciumè (presidente Fondazione Aem) e Gianmaria Martini (Università degli studi di Bergamo).

Carrubba ha sottolineato la necessità che le Fondazioni non siano per le imprese una forma di comunicazione mascherata e ne ha definito le finalità in cinque punti:

- 1- costruire una reputazione d'impresa, esaminando in modo critico la relazione tra comportamenti dell'impresa e il nucleo vivo dei valori di riferimento;
- 2- tutelare e valorizzare il patrimonio storico non come occasione di marketing culturale, ma come risorsa di identità anche per gli *stakeholder* presenti sul territorio;
- 3- analizzare l'evoluzione del settore merceologico di riferimento con lo sguardo più distaccato di chi opera sul medio periodo e non ha da assumere decisioni operative in tempi contratti;
- 4- dare sostanza alle tematiche sulla responsabilità sociale dell'impresa evitando di "imbrogliare gli interlocutori" e ponendo attenzione a chi lavora all'interno dell'impresa;
- 5- contribuire a fondare un nuovo modello di *welfare* nella consapevolezza della crisi del *welfare state* e con una nuova attenzione al principio di sussidiarietà.

La relazione di Alberto Sciumè è partita invece dalle ragioni del difficile radicamento delle fondazioni in Italia originato da uno sfavore normativo e fiscale che discende dallo sguardo sospettoso dello Stato che rivendica a sé la tutela degli interessi generali.

Ciò nonostante la nascita delle Fondazioni d'impresa, a cominciare da Aem, rivelano che l'impresa riconosce la presenza al proprio interno di una sommatoria di valori immateriali e decide quindi di tutelarli istituendo una forma giuridica diversa da sé. Ciò genera una dialettica "distacco e legame" tra due poli: da un lato il legame, cioè la rivendicazione dell'intimo radicamento dei valori identitari nell'organizzazione dell'impresa; dall'altro l'accettazione del distacco come requisito

necessario perché attorno a quell'identità possa svilupparsi il riconoscimento e la condivisione delle comunità presenti sul territorio. Di qui l'importanza del patrimonio culturale che consente agli uomini di riconoscersi nelle fotografie, nelle carte e nei manufatti, e di associare il proprio vissuto a quello dell'impresa mediante un'interazione positiva tra dato personale e dato impersonale. Infine, il legame con il territorio rende necessario riconoscere e portare attenzione alle esigenze locali, atteggiamento che attenua la tradizionale separatezza tra fondazioni di erogazione e fondazioni operative.

Gianmaria Marini ha focalizzato l'attenzione sui dati della crisi economica in corso e sugli effetti di medio periodo che portano al depauperamento del patrimonio di imprenditoria diffusa che rappresenta la forza del sistema economico italiano. Di qui la riflessione sul ruolo di collante che le Fondazioni d'impresa possono esercitare sul terreno della sussidiarietà, soprattutto lì dove l'impresa di riferimento operi in mercati imperfetti ricavando utili dalla presenza di regimi concessori privilegiati.

Anche per Martini diventa centrale l'opera di individuazione degli *stakeholder* esterni e interni all'impresa, questi ultimi particolarmente importanti perché quotidianamente portati a condividere i valori e le scelte dell'impresa. Ne discende l'imperativo che l'impresa deve porre al centro del proprio operare la centralità della persona e una opportunità: la competizione economica può essere vista non come "selezione darwiniana", bensì come "costruzione di reti orizzontali e verticali" di natura cooperativa.

Il seminario ha consentito di verificare, attraverso gli interventi di presentazione delle Fondazioni presenti, l'ampio ventaglio di modelli operativi, il diverso grado di autonomia dall'impresa di riferimento e la varietà dei modi di interpretarne gli indirizzi.

Al termine dell'incontro, la Fondazioni hanno convenuto di sviluppare il confronto organizzando ulteriori sessioni di approfondimento delle tematiche emerse nei lavori.