

GREEN ECONOMY/1

Imprese familiari, nel Dna c'è la cultura della sostenibilità

Giovanna Gregori

Se lo sviluppo sostenibile è, per definizione, poter soddisfare i bisogni presenti senza compromettere la possibilità di soddisfare i propri, chi meglio delle imprese familiari, che per natura guardano al futuro a lungo termine e la cui missione è trasmettere valore, può farsi carico di questa *legacy*?

Di questo parleremo oggi nella sessione dedicata alle Imprese degli Stati generali della Green Economy, che ogni anno la Fondazione Sviluppo Sostenibile, di cui Aidaf è socia, organizza a Rimini nell'ambito di Ecomondo. Perché questi impegni e questa cultura siano condivisi con il maggior numero d'impresе possibili, perché possano ispirare, creare sinergie, collaborazione e prosperità per un numero sempre maggiore di persone.

Ispirata dai propri membri attivi e dall'impegno del proprio Consiglio direttivo e del proprio Comitato scientifico, due anni fa Aidaf, l'associazione delle imprese a proprietà familiare, ha proposto all'assemblea dei soci d'intraprendere un percorso di consapevolezza e poi d'azione, iniziato con un'integrazione dello Statuto (che prevede la guida dell'associazione in tutte le aree dello sviluppo sostenibile) e proseguito nel 2023, con il supporto di Nativa, con una riflessione sulla propria *legacy* - l'eredità valoriale ricevuta, aggiornata e da lasciare alle future generazioni.

A ispirarci è stata la «Lettera ai Figli» che il fondatore Alberto Falck scrisse nel lontano 1997, dove afferma che «ogni generazione deve rifondare l'azienda che ha ereditato». «Deve», non «può». Sulla base di questa urgenza – oggi sentita più che mai – il percorso è proseguito quest'anno con la messa a terra degli impegni presi nel primo *Legacy Book*, pubblicato da Aidaf nell'ottobre 2023, grazie a un Legacy Tour che porta su tutto il territorio nazionale le migliori pratiche nelle quattro grandi aree di impegno identificate – si tratta di Cultura e Bene comune, Benessere delle persone, Economia circolare, Transizione ecologica e Neutralità climatica – per misurare e supportare le imprese familiari con strumenti che vadano al di là della *compliance*, verso la costruzione o il rafforzamento di una cultura della sostenibilità che è già nel loro Dna.

Aidaf – Italian Family Business, *chapter* italiano dell'internazionale Family Business Network, nata nel 1997 da un'idea di Alberto Falck, raccoglie oggi trecento aziende su tutto il territorio nazionale.

Si tratta d'impresе diverse per dimensione e settore, per longevità e per geografia, con il denominatore comune della proprietà familiare (almeno il 51 per cento nel caso di

aziende private, almeno il 25 per cento nel caso delle quotate), ma soprattutto con quello di una cultura valoriale condivisa e di un modello d'impresa sana, etica, sostenibile.

Questo gruppo di aziende virtuose, non sempre alla ribalta della cronaca (che si conquista più facilmente per gli aspetti negativi che per quelli positivi), si preoccupa e si occupa quotidianamente e spesso silenziosamente del passaggio alle generazioni che verranno, formando giovani leader e riflettendo sui modelli di *governance* e di business più adatti a creare valore per i propri *stakeholder* (siano essi i collaboratori, i fornitori, i clienti e i consumatori, la comunità locale, la società *at large* e il pianeta) e a trasmetterlo a chi verrà dopo.

Si tratta di imprenditrici e imprenditori che, oltre a proseguire ed evolvere il paradigma olivettiano dell'azienda che si prende cura delle persone e – oggi con grande e necessaria attenzione – dell'ambiente, si preoccupano, in una semplice ma efficace frase, di «essere buoni antenati».

Executive Director, Aidaf – Italian Family Business

© RIPRODUZIONE RISERVATA