



Alla Fondazione Prada

Ambiente e formazione, i supermanager a lezione di sostenibilità aziendale

MILANO L'innovazione può essere sostenibile? Quale può essere la connessione tra innovazione e sostenibilità? Da dove si può partire per conservare la tradizione ma valorizzare anche le novità? Difficile rispondere, tanto che ci hanno provato imprenditori e manager di lungo corso, uomini di cultura e del mondo accademico internazionale, ma anche «semplici» studenti, come quelli del Master Imlux del Mip, vincitori del «contest» voluto da Prada. Tutti messi a confronto durante il convegno («Shaping a creative future») organizzato dal gruppo Prada, dal Politecnico di Milano School of Management e dalla Yale School of Management.

Un primo esempio di innovazione e tradizione? La digitalizzazione delle Poste, raccontata da Francesco Caio, probabilmente alla sua prima uscita quasi pubblica da chief executive officer in uscita del gruppo. Il digitale, ha sostenuto, è stato il vero «meccanismo di rottura» per l'azienda che ha diretto negli ultimi anni. Una visione precisa, che tuttavia un leader aziendale deve aver ben chiara, perché, come ha detto Gaetano Micciché, presidente di Banca Imi, è suo compito «valorizzare e mettere in evidenza le migliori caratteristiche di un'azienda». Senza dimenticare che «la creatività, la sostenibilità e la performance economica sono valori che definiscono un'azienda di suc-

cesso». Concetti risuonati anche nelle parole del presidente della spagnola Seat, Luca De Meo: se la cultura non si può copiare ed è ciò che attrae e trattiene i talenti, «le idee chiare sono importanti per realizzare profitti».

Ne è consapevole, ad esempio, il settore del fashion: il presidente della Camera della moda, Carlo Capasa, ha ricordato la «road map» avviata dai gruppi del lusso come Kering, la stessa Prada, LVMH, per una maggiore attenzione all'utilizzo di materiali riciclabili, che comportino un consumo energetico minore. Ma anche «i consumatori devono cominciare ad avere maggiore consapevolezza di quello che acquistano e devono chiedersi perché un vestito costa meno di un altro e chi ne paga il prezzo», ha spiegato.

Dalla moda alla tecnologia: è stato il compito di Carlo Purassanta, amministratore delegato di Microsoft Italia, spiegare quanto le tecnologie e l'intelligenza artificiale siano arrivate oggi a un livello di maturità tale da consentire ampi benefici per tutti. Tra i contributi alla sostenibilità della multinazionale americana: l'attenzione alla privacy e alla protezione dei dati. L'attenzione ai fornitori, che devono rispettare diritti umani, ambiente e rispondere a un rigoroso codice di condotta. Senza dimenticare l'impegno assunto con Microsoft Philan-

trophies, che sull'arco di tre anni e con un investimento di un miliardo di dollari lavorerà per acquistare tecnologie da destinare alle associazioni no-profit. Un ruolo importante anche quello del mondo dell'energia rappresentata da Maria Cristina Papetti, Head of Sustainability Projects and Practice Sharing presso Enel, che ha sottolineato l'importanza di fornire energia pulita e ha raccontato l'impegno di Enel in Brasile per aiutare le popolazioni disagiate, ad esempio con il riciclo della pelle del pesce.

Ma non si sono esposte solo aziende industriali. Non è mancato neppure il punto di vista di altri banchieri: Giuseppe Castagna, amministratore delegato di Banco Bpm, ha ricordato l'impegno della banca negli investimenti in formazione, in imprenditoria femminile, nella riqualificazione dei dipendenti. L'architetto Stefano Boeri ha ricordato come una maggior impronta «green» nelle città possa assorbire fino al 45% delle emissioni di CO₂ (l'esempio del bosco verticale). E infine Andrea Guerra amministratore delegato di Eataly ha incitato l'Italia a promuovere i prodotti nostrani anche all'estero cercando di non farsi rubare nicchie di mercato. Anche il food, insomma, può essere una strada per «modellare un futuro creativo».

Irene Consigliere

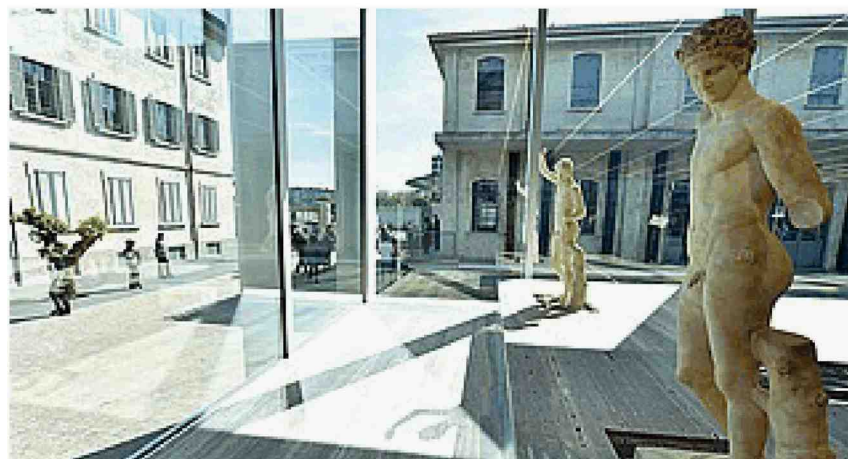


La road map

Per i gruppi del lusso c'è una maggiore attenzione all'utilizzo di materiali riciclabili

L'incontro

● «Shaping a creative future», dare forma a un futuro creativo, è stato il titolo dell'incontro (in due giornate) organizzato alla Fondazione Prada in collaborazione con Yale School of Management e Politecnico di Milano School of Management



La mostra «Serial Classic» nella nuova sede della Fondazione Prada curata nel 2015 da Salvatore Settis con Davide Gasparotto