Commenti

IN EDICOLA E LIBRERIA
Il libro di Eliana Di Caro è in edicola da oggi con Il Sole 24 Ore (€ 12,90) per un mese e in libreria dal 17 giugno € 14,90 e formato elettronico a € 9,99.

Beni di consumo tra civiltà materiale e crisi ambientale

Microcosmi
Aldo Bonomi

Mi interrogo sul destino del nostro capitalismo di territorio. È l'ossatura diffusa del made in Italy che si ritrova nel salto d'epoca verso sostenibilità-*green economy*-digitale per cogliere le opportunità di inserirsi e utilizzare il Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr). Pare tenere, se guardiamo ai numeri dei distretti e delle imprese che descrivono un capitalismo adattivo che ha nella sua antropologia opportunistica la capacità, come scriveva Giorgio Fua, «di coltivare settori poco bazzicati o tutti da inventare complementari allo sviluppo dei settori chiave dello sviluppo mondiale». Stiamo parlando dell'alimentare, del sistema moda, del sistema casa, della cura e dell'intrattenimento che Ibc (Industria beni di consumo) racconta come un aggregato di 32mila imprese per 100 miliardi di fatturato. Certo, settori "poco bazzicati" ai tempi del fordismo da grande impresa e anche oggi nell'epoca dei flussi, delle economie globali, degli algoritmi del capitalismo delle reti *hard* e *soft*. Flussi che impattano nei territori con Amazon o con normative sul cibo e sul vino o interrogandoci sul futuro del Salone del Mobile.
Anche il Pnrr è un flusso nel suo indicare opportunità e regole per ambiente, digitale e reti... Qui siamo e molto dipenderà da quanto il capitalismo adattivo nel fare impresa incorporerà innovazione da *green economy* sostenibile e digitale mutante, comunicazione e forme dei lavori, cogliendo le opportunità del Pnrr. Ma soprattutto, dall'avere coscienza di luogo e una identità nel fare impresa che colga che la metamorfosi che viene avanti fa dei beni di consumo, non più settori poco bazzicati, ma una iper-industrializzazione della vita quotidiana.
Ci siamo forse già scordati che la pandemia ha posto al centro del salto d'epoca il cibo, il vestire, l'abitare, il corpo e la socialità, ricordandoci che quello che decliniamo solo come sistemi produttivi sta dentro l'evoluzione della civiltà materiale di fronte alla crisi ambientale. Il produrre beni di consumo, il racconto del made in Italy si ritrovano al centro dei cambiamenti degli stili di vita. Da qui la necessità di scomporre e ricomporre il fare sostenibilità. Certo facendo *green economy* che vuol dire incorporare il concetto della qualità ambientale dall'agricoltura alla domotica alla moda ai turismi. Che non è una pura questione tecnologica o di modelli organizzativi di impresa o di nuovi materiali o di economia circolare, dove il nostro fare in Italia già ben si posiziona da sempre con il suo modello di impresa flessibile e attenta ai consumatori.
Il salto d'epoca declina la sostenibilità e mette le imprese in mezzo alla dialettica tra *green economy* e *green society*. Se non incorpora le passioni calde dei nuovi "consumattori", cioè gli attori del consumo che fanno tendenza nella crisi ambientale, la *green economy* dell'impresa da sola non basta. La catena del valore del produrre deve incorporare la ragnatela del valore del "consumattore" che fa e vuole *green society*. Tematiche sfidanti i nostri distretti e il capitalismo di territorio, anima e rete delle 32mila imprese della Ibc che innervano piattaforme che producono per competere nella globalizzazione. Sarà bene ricordare che fanno filiera e traino del capitalismo molecolare e non fermarsi a quei numeri, ma guardare anche all'intreccio tra alimentare e agricoltura, tra *artigiania*, design, moda e arredamento e che l'intrattenimento non è solo parchi a tema, ma creatività, lavoratori dello spettacolo ed enogastronomia e commercio.
Se guardiamo all'albero delle imprese del made in Italy, in cima ci sono multinazionali tascabili come Ferrero, un grappolo di medie imprese eccellenti, per questo spesso imitate e taroccate nel sistema moda-casa-arredamento. Ma è alle radici che occorre guardare, all'agroalimentare di nicchia e di denominazione territoriale patrimonio di biodiversità, così come alla microfisica dei saperi locali che alimentano l'*artigiania* di qualità che il mondo ci invidia. Il tema della sostenibilità e della *green economy* è ben presente ai piani alti dell'albero, basta guardare le loro campagne pubblicitarie, ma va fatta scendere e deve diventare non selezione, ma maturità e crescita del nostro saper fare. Perché anche nel salto alla sostenibilità nessuno si salva da solo ma, portandosi dietro fornitori o e subfornitori nelle piattaforme. A fare rete ci può aiutare l'altra polarità del cambiamento: la digitalizzazione che non è solo tecnologia, ma modello di strategia di impresa. Usando anche per l'albero delle imprese dei beni di consumo la metafora dei due capitalismi, quello di sgocciolamento dall'alto o del trascinamento inclusivo, spero in una stagione di trascinamento inclusivo del nostro made in Italy. Molto dipenderà anche dalle rappresentanze di impresa e dei lavori che sono nate partendo dai territori del nostro capitalismo.

bonomi@aaster.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Coraggio, passione (e solitudine) delle 21 Costituenti

Il libro

Adriana Castagnoli

Dal referendum istituzionale del 2 giugno 1946 la democrazia uscì nella forma di Stato repubblicano, votato a suffragio universale femminile e maschile per la prima volta nella storia del Paese. Contestualmente venne eletta l'Assemblea costituente incaricata di redigere la Costituzione.
La Carta oltre a disegnare una repubblica parlamentare assai articolata, stabiliva princìpi generali innovativi per il Paese non soltanto sul piano dei diritti politici del cittadino, ma anche di quelli sociali, di solidarietà, di tutela della persona, dell'ambiente e del lavoro. L'attuazione della Costituzione avrebbe richiesto l'abolizione di codici e leggi ereditati dal periodo fascista, ma ciò non avvenne.
Quella italiana era una democrazia bloccata e incompiuta.
Nello scenario internazionale, il mutamento determinato dalla guerra fredda e dalla contrapposizione ideologica Est-Ovest congelò l'alternanza democratica delle forze politiche al governo poiché l'Italia esibiva il più importante partito comunista dell'Europa occidentale.
La democrazia restò incompiuta a causa del retaggio di norme e di un sistema di valori che la limitavano, anche laddove non vi erano vincoli politici esterni a imbrigliarla.
Fu il caso delle donne, rimaste cittadine di serie B anche se la loro partecipazione alle prime elezioni del dopoguerra superò quella degli uomini. Il voto alle donne era stato concesso il 1 febbraio 1945. L'Italia non era il solo Paese europeo ad averlo accordato in ritardo rispetto alle richieste dei movimenti per il suffragio, ma fu uno degli ultimi poiché occorsero 74 anni dalla prima richiesta di estensione del voto presentata al Parlamento del Regno Unito nel 1871.
Il voto alle donne era stato a lungo ostaggio di codici e leggi che sancivano la loro minorità anche a democrazia conquistata. Nonché di stereotipi e di pregiudizi trasversali ai diversi partiti sul ruolo delle donne nella società e all'interno della famiglia. L'antropologia del Paese le confinava al ruolo di "spose e madri" che, in una società patriarcale, ne impediva l'emancipazione dall'autorità del marito e ne limitava il ruolo economico e nel mondo del lavoro.
Le storie delle 21 italiane elette il 2 giugno 1946 all'Assemblea costituente, ricostruite da Eliana Di Caro con agile stile narrativo e corredate da una raccolta di storia orale, sono vicende di coraggio, di passione e, sovente, di solitudine innanzitutto all'interno dei partiti d'appartenenza.
Nove comuniste, nove democristiane, due socialiste, una del Fronte dell'Uomo Qualunque; quattordici laureate; geograficamente rappresentavano l'intera penisola.
Fra le battaglie più impegnative per le Costituenti, vi furono l'accesso delle donne alla Magistratura e il diritto di famiglia. Malgrado il loro impegno si dovette attendere il 1963 perché i tempi fossero maturi per aprire le porte della Magistratura, e di altri percorsi sino ad allora preclusi, alle donne. E soltanto nel1975 si riuscì ad approvare la riforma del diritto di famiglia. La legge n. 151 diede infine sostanza e concretezza, come osserva Di Caro, a quei «princìpi messi nero su bianco nel '46 ma che ancora non trovavano attuazione nella società, in cui i ruoli dell'uomo e della donna all'interno del nucleo familiare erano regolati dal Codice civile del 1942». Si chiusero i capitoli della "potestà maritale" e della "Patria podestà" divenuta "genitoriale". In un passaggio vennero riequilibrate le norme relative al lavoro nelle imprese familiari, al cui interno le donne informalmente esercitavano ruoli imprenditoriali e di responsabilità, sul «diritto a partecipare agli utili e a prendere decisioni nella gestione».
Ma la democrazia italiana è rimasta incompiuta. Secondo il Global Gender Gap Report 2021, la posizione delle donne italiane è arretrata rispetto al 2006: per partecipazione al lavoro, opportunità economiche, istruzione, salute e sopravvivenza. La legittimazione è migliorata soltanto a livello politico. Un dato che fa riflettere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Centri commerciali e distribuzione nodi della ripartenza

Strategie di crescita

Valerio De Molli

Con un tasso di positività appena superiore al 2% con 1.820 casi nelle ultime 24 ore, in calo, la curva della pandemia continua a scendere come dato generale delle ultime settimane. La preoccupazione rimane forte e la salvaguardia della salute pubblica è la priorità assoluta da parte di cittadini, governi e istituzioni.
Le riaperture, iniziate a fine aprile, che a cascata stanno interessando tutte le attività economiche, evidenziano il tentativo di convivere con il virus nel rispetto di norme e regole per la tutela della salute. Secondo le stime di The European House – Ambrosetti, da qui alla fine dell'anno nell'ipotesi che non intervengano nuove restrizioni, la riapertura durante il fine settimana potrà generare un fatturato potenziale di 14,3 miliardi di euro aggiuntivi per il *retail* specializzato. Questo aspetto è rilevante alla luce del momento di estrema criticità in cui si è trovato il settore nell'ultimo anno, registrando una contrazione dei valori di vendita del 12,2 per cento. Non solo. La riapertura dei centri commerciali nel fine settimana genererà delle esternalità positive sull'intero sistema-Paese: 4,5 miliardi di euro di incassi per lo Stato. I centri commerciali si inseriscono in un settore, quello del *retail* specializzato, che ha un peso economico e sociale per il Paese più alto di quanto non venga percepito.
Dal punto di vista economico, dall'innovativa ricostruzione della filiera del *retail* realizzata da The European House – Ambrosetti emerge che il *retail* specializzato in senso stretto rappresenta 468mila aziende, genera 322,5 miliardi di euro di fatturato (+3,4% rispetto al 2013) e 58,8 miliardi di euro di valore aggiunto (+5,9% rispetto al 2013). Considerando invece la filiera estesa – intesa come le attività direttamente attivate dal settore a monte (che comprende la compravendita e locazione di immobili e la costruzione di edifici non residenziali) e a valle (che include i servizi di vigilanza privata, la pulizia generale di edifici e la logistica per la distribuzione di merci) – il peso del *retail* specializzato è ancora più considerevole. Nel 2019 si contano 768mila aziende, 430 miliardi di euro di fatturato, circa 2,4 milioni di occupati e 11,2 miliardi di euro in investimenti, che incidono per l'11% sul totale degli investimenti in Italia.
L'importanza della filiera estesa del *retail* specializzato è evidenziata anche dal dato sul valore aggiunto, pari a 98,6 miliardi di euro e superiore rispetto ad altri comparti: 1,5 volte più grande rispetto a quello del settore agroalimentare, 11,7 volte maggiore rispetto a quello registrato dal comparto *fashion* e 15,2 volte il valore aggiunto del settore dell'arredo.
A testimonianza della mancata percezione della rilevanza del settore dal punto di vista politico e istituzionale, non esiste un ministero dedicato al tema e/o un direttorato generale con competenze specifiche sul settore del *retail* all'interno del ministero dello Sviluppo economico, nonostante siano state assegnate le deleghe al commercio al viceministro Gilberto Pichetto Fratin. Diversamente dall'Italia, alcuni Paesi si sono dotati da tempo di un ministero dedicato al Commercio, quali ad esempio gli Stati Uniti nel 1913, la Francia nel 1958 e il Giappone nel 2001. Regno Unito (2016) e Spagna (2018) hanno istituito direzioni generali dedicate.
La mancanza di rilevanza politica si evince poi nell'assenza di riferimenti al settore del *retail* nel perimetro del Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr). Ciò è in contrasto con il contributo che il settore può offrire nell'ambito delle sei missioni del Piano lungo i tre pilastri di innovazione, sostenibilità e inclusione sociale. In tema di innovazione, il *retail* specializzato è stato tra i primi settori a introdurre sistemi di vigilanza, contapersone, termoscanner e protocolli di sicurezza, dimostrando capacità di innovazione e rapidità di risposta che potrebbero essere messe a sistema anche per altre filiere. Per quanto riguarda la sostenibilità, il tema dell'efficientamento energetico delle strutture, l'ottimizzazione della gestione dei rifiuti, le campagne di sensibilizzazione per la tutela ambientale e la formazione sono tra le priorità di investimento da parte dei *retailer*. Infine, il settore del *retail* specializzato ricopre un ruolo cruciale dal punto di vista dell'inclusione: più del 10% degli occupati in Italia è impiegato nel settore e di questi il 60% è donna, in un Paese che è ultimo nell'Ue per tasso di partecipazione femminile alla forza lavoro (56,5% nel 2019, -12,3% sotto la media Ue).
Partendo da queste riflessioni, The European House – Ambrosetti ha avviato nel 2021 la Community Retail 5.0, una piattaforma multi-*stakeholder* dedicata al *retail* specializzato in Italia, con l'obiettivo di presentare proposte per il rilancio del settore.
A oltre un anno dallo scoppio della pandemia, è fondamentale unire le forze per lavorare a un progetto di sistema in grado di rilanciare la nostra economia. I centri commerciali e la distribuzione specializzata devono essere messi nelle condizioni di contribuire alla ripartenza del Paese.

Managing partner e Ceo, The European House – Ambrosetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole 24 ORE

DIRETTORE RESPONSABILE
Fabio Tamburini

VICEDIRETTORI
Roberto Bernabò (sviluppo digitale e multimediale)
Jean Marie Del Bo
Alberto Orioli

CAPOREDATTORE CENTRALE
Roberto Iotti

CAPO DELLA REDAZIONE ROMANA
Giorgio Santilli

UFFICIO CENTRALE
Riccardo Barlaam, Fabio Carducci (vice Roma), **Balduino Ceppetelli, Giuseppe Chiellino, Laura Di Pillo, Mauro Meazza** (segretario di redazione), **Federico Momoli, Alfredo Sessa**

LUNEDÌ
Marco Mariani
Franca Deponti (vice caporedattore)

UFFICIO GRAFICO CENTRALE
Adriano Attus (creative director)
Francesco Narracci (art director)

RESPONSABILI DI SETTORE
Marco Alfieri (Online)
Marco Carminati (Domenica)
Luca De Biase (Nòva24)
Maria Carla De Cesari (Norme & Tributi)
Paola Dezza (Real Estate 24)
Marco Ferrando (Finanza & Mercati)
Attilio Geroni (Economia e politica internazionale)
Alberto Grassani (Imprese & Territori)
Lello Naso (Rapporti)
Francesca Padula (Moda24)
Stefano Salis (Commenti)
Giovanni Uggeri (Food24)
Gianfranco Ursino (Plus24)

SOCIAL MEDIA EDITOR
Marco lo Conte (coordinatore)

GRUPPO 24 ORE

PROPRIETARIO ED EDITORE
Il Sole 24 ORE S.p.A.

PRESIDENTE
Edoardo Garrone

VICE PRESIDENTE
Carlo Robiglio

AMMINISTRATORE DELEGATO
Giuseppe Cerbone

SEDE LEGALE - DIREZIONE E REDAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano
Tel. 023022.1 - Fax 0243510862

AMMINISTRAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano

REDAZIONE DI ROMA
P.zza dell'Indipendenza 23b/c - 00185
Tel. 063022.1 - Fax 063022.6390
e-mail: letterealsole@ilsole24ore.com

PUBBLICITÀ
Il Sole 24 ORE S.p.A. – SYSTEM

DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE
Viale Sarca, 223 - 20126 Milano
Tel. 023022.1 - Fax 023022.214
e-mail: segreteriadirezionesystem@ilsole24ore.com

© Copyright Il Sole 24 ORE S.p.A.
Tutti i diritti sono riservati.
Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici o meccanici quali la fotoriproduzione e la registrazione.

PREZZI
con "Pazzi per la matematica" nr.08 **€7,90** in più; con "Pazzi per la matematica" nr.09 **€7,90** in più; con "Pazzi per la matematica" nr.10 **€7,90** in più; con "Il Libro dell'Economia" **€12,90** in più; con "Il Libro del Business" **€12,90** in più; con "Napoleone e le sue isole" **€12,90** in più; con "Il futuro del lavoro è femmina" **€12,90** in più; con "Fiumi" **€12,90** in più; con "HCE-La vendita e l'ingaggio del cliente" **€12,90** in più; con [Primo] non comandare **€12,90** in più; con "Pazzi per il Coding-Videogames" **€7,90** in più; con "Crisis Therapy" **€12,90** in più; con "24 storie di bici" **€12,90** in più; con "Le madri della Costituzione" **€12,90** in più; con "Aspenia" **€12,00** in più; con "Codice delle Interpretazioni-Bonus 110%" **€9,90** in più; con "Guida al nuovo esame d'Avvocato 2" **€9,90** in più; con "Persone Fisiche" **€9,90** in più; con "Bitcoin e Criptovalute" **€9,90** in più; con "Acconto IMU 2021" **€9,90** in più; con "Società di capitali e di persone" **€9,90** in più; con "Redditi e Irap" **€9,90** in più; con "How To Spend It" **€2,00** in più.

Prezzi di vendita all'estero:
Costa Azzurra **€ 3**, Svizzera **SFR 3,90**

Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati di uso redazionale è il direttore responsabile a cui, presso il Servizio Cortesia, presso Winflow Società Cooperativa – Via Rizzoli, 4 20132 Milano. (telefono 02.30.300.600), ci si può rivolgere per i diritti previsti dal regolamento generale sulla Protezione dei Dati 2016/679. Manoscritti e fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono. — **Modalità di abbonamento al quotidiano:** Prezzo di copertina in Italia: €2,00 da lunedì a sabato, € 2,50 per l'edizione della domenica. Prezzo Abbonamento Italia per 12 mesi al quotidiano in versione cartacea: € 419,00 in caso di consegna postale. L'Abbonamento alla versione cartacea non comprende il magazine "How to Spend It". Sono disponibili altre formule di abbonamento all'indirizzo www.ilsole24ore.com/abbonamenti. Per l'abbonamento estero in Svizzera e Costa Azzurra, rivolgersi al Servizio Abbonamenti (tel. 02.30.300.600 oppure servizio.abbonamenti@ ilsole24ore.com). Per il resto del Mondo è disponibile solo l'abbonamento al quotidiano in versione digitale. Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la richiesta via EMAIL all'indirizzo servizio.abbonamenti@ ilsole24ore.com oppure via FAX al N. 023022.2885, oppure per POSTA a Il Sole 24 ORE S.p.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 10592 - 20111 Milano, indicando: NOME / COGNOME / AZIENDA / VIA / NUMERO CIVICO / C.A.P. /LOCALITÀ / TELEFONO e FAX/EMAIL. — **Servizio abbonamenti:** Tel. 02.30.300.600 (con operatore da lunedì a venerdì 8:30-18:00) - Fax 023022.2885 - Email: servizio.abbonamenti@ilsole24ore.com — **Servizio arretrati per i non abbonati:** (Non disponibili le edizioni cartacee più vecchie di 12 mesi dalla data odierna). Inoltrare richiesta via email all'indirizzo servizio.cortesia@ilsole24ore.com oppure contattare telefonicamente il numero 02 30.300.600 allegando la fotocopia della ricevuta di versamento sul c.c.p. 519272 intestato a Il Sole 24 ORE S.p.A. oppure via fax al numero 02 opp 06 3022.2519. Il costo di una copia arretrata è pari al doppio de l prezzo di copertina del giorno richiesto. Non verranno rimborsate le istanze relative ad edizioni più vecchie di 12 mesi dalla data odierna. — **Stampatori:** C.S.Q. - Centro Stampa Quotidiani, Via dell'Industria 52 - 25030 Erbusco (BS) - S.T.E.C. - Società Tipografico Editrice Capitolina, Via Giacomo Peroni 280 - 00131 Roma (RM) - Sardinia Printing s.r.l.s, zona industriale Predda Niedda, strada 47 n. 4 - 07100 Sassari (SS) - S.e.s. Società Editrice Sud S.p.A., via Uberto Bonino 15/c - 98124 Messina (Me). — **Distribuzione Italia:** m-dis Distribuzione Media S.p.A., via Cazzaniga 1 - 20132 Milano, Tel. 022582.1 — Registrazione Tribunale di Milano n 322 del 28.11.1965. La tiratura del Sole 24 Ore di oggi, 1 Giugno 2021 è stata di 101.265 copie

FIEG
Certificato nr. 8952 rilasciato il 5-05-2021