

Territorio: una parola logora? No, per le imprese di senso



di Gabriele Gabrielli



Territorio: se ne fa un gran parlare. Politici, amministratori e accademici, soprattutto economisti e imprenditori sottolineano sempre l'importanza di questa straordinaria parola in quello che pensano e dicono. Difficile però assegnarle un significato univoco. Solo il contesto in cui viene utilizzata potrà darci una mano a capirne il senso e le intenzioni di chi l'ha pronunciata. Qualche volta mi è capitato di provare disagio nell'ascoltarla, l'impressione che fosse evocata o scritta come una sorta di lasciapassare, un viatico per legittimare posizioni, proposte, proteste. Quasi per mettere avanti le mani, parandosi così da critiche e obiezioni. Una volta evocato il *territorio*, non ha bisogno di altre argomentazioni. "Basta la parola", proclamava lo storico carosello sulla fine degli anni sessanta che promuoveva il confetto Falqui! Qualcuno lo ricorderà.

Il *territorio* diventa così parafulmine e parola per aggirare la discussione di merito. Basta pronunciarla e l'immunità è garantita. Quando invece il suo uso è solo funzionale ad altro. Gianrico Carofiglio saprebbe aiutarci nel comprendere se alla parola corrisponde la realtà. Se *territorio* abbisogni di una manutenzione attenta, piena di cura, che ne rispetti il suo più sacro significato, le sue sfumature e colori. Perché le parole, quando si usano senza pensarci troppo su o in modo inconsapevole, perdono di significato e sono inghiottite da una realtà che il loro uso distorto ha contribuito a modificare, come cinico esito di un sordo ma efficace processo di manipolazione. Il rischio, infatti, è che la parola si logori e perda, attraverso un uso improprio e maldestro nel tempo, senso e vigore. Che occorre ristabilire, però, restituendo alla parola tradita la consistenza e la forza originarie. Il *territorio* è un contesto ad alta fertilità, sarebbe un peccato imperdonabile abbandonarlo all'incuria. Sul *territorio* nascono molti beni. Produce *storie*, quelle delle *persone* che hai incontrato nel tempo e che ti accompagneranno sempre, discretamente, nei tuoi percorsi.

Genera *legami* strutturalmente solidi; saranno la più autentica rete di sostegno e di comunione. Alimenta *affetti* e *sentimenti* così radicati che ti appariranno come i soli familiari. Nel *territorio*, poi, prendono forma quei *valori* da cui non riuscirai più a districarti. Sono invasivi, si faranno sempre sentire anche quando avrai occasione di tradirli, magari per un attimo, per una debolezza. In quel momento ritorneranno più forti, insieme ai volti di chi li ha testimoniati, persone conosciute, amate, rispettate. Il *territorio* produce *senso* per noi, per gli altri, anche per chi non avremo mai il tempo di conoscere. Veniamo alle imprese. I progetti che le fanno nascere e i suoi leader s'intrecciano profondamente con questa parola potente, profumata e ricca di significati. Ne possono costituire un tessuto prezioso se non si lasciano tentare dal solo profitto che incentiva comportamenti opportunistici e di breve periodo, senza anima e radici. Il *territorio*, però, almeno nella prospettiva che proponiamo, non può fare a meno di un orientamento temporale di lungo periodo. Sopravvive tenacemente all'angustia di trame fondate su scelte strumentali come quelle che possono prendere forma nell'adozione di comportamenti socialmente responsabili perché convenienti. Le imprese e i manager, invece, diventano sale per il *territorio* quando fondano la loro azione – scrive Bernardo Bortolotti - “sulla convinzione che vi sono limiti morali all'attività economica”. Quando il *territorio* conosce questa presenza, per molti pietra di scandalo, diventa un terreno straordinario di sviluppo economico, crescita civile, solidarietà e lavoro. Quel lavoro costitutivo ed espressione della persona che manca o che è soltanto sepolto sotto le macerie di un individualismo senza senso. Forse la teoria e la pratica che ammantano elegantemente la *corporate social responsibility* vanno allora riformulate. Occorre superarle per fondare un'altra economia sostenuta da leadership consapevoli ed etiche. Sono in molti a pensarlo.

Riferimenti

Carofiglio G., [La manutenzione delle parole](#), Rizzoli, 2010

Bortolotti B., [Crescere insieme](#), Editori Laterza, Roma-Bari, 2013

Profilo dell'autore

Gabriele Gabrielli è Presidente della Fondazione Lavoroperlapersona e docente di Organizzazione e gestione delle risorse umane all'Università LUISS Guido Carli e all'Università Politecnica delle Marche (sede di San Benedetto del Tronto) E' Direttore del programma Executive MBA della Luiss Business School. Giornalista pubblicitario, formatore e coach, i suoi ambiti di attività riguardano la consulenza, ricerca e educazione nel campo dello sviluppo organizzativo, leadership e risorse umane. Tra i suoi volumi più recenti ci sono (con Profili S.), [Organizzazione e gestione delle risorse umane](#), Isedi, Torino, 2012; [Post-it per ripensare il lavoro](#), Franco Angeli, Milano 2012; [People management](#), Franco Angeli, Milano 2010.

