



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Confcommercio, il valore dell'impresa etica e sostenibile

Confcommercio ha ospitato a Roma il convegno "*Etica e Business*", che ha visto la partecipazione tra gli altri del cardinale Peter Turkson, Prefetto del Dicastero per il Servizio dello Sviluppo Umano Integrale.

Confcommercio ha ospitato nella sua sede nazionale a Roma il convegno "*Etica e Business*", che ha visto la partecipazione tra gli altri del cardinale Peter Turkson, Prefetto del Dicastero per il Servizio dello Sviluppo Umano Integrale. Ad aprire i lavori è stato il presidente Sangalli, che ha sottolineato come *«produrre valore condiviso sia la forma più sostenibile d'impresa»*. Il Presidente ha poi analizzato il tema dell'innovazione con tutte le sue specificità. *«L'innovazione è, o dovrebbe essere, speranza di migliorare la vita. C'è vera innovazione dove la tecnologia ci aiuta a elevarci come persone»*. *«Anche per le nostre imprese - ha aggiunto Sangalli - l'innovazione è fondamentale, perché contribuisce a recuperare spazi urbani che danno un senso compiuto di comunità»*. *«La parola innovazione - ha quindi concluso - non vuol dire gettare via il passato ma valorizzarlo con occhi e strumenti nuovi»*. Nel suo intervento, il cardinale Turkson ha parlato della necessità di guardare al business come qualcosa di guidabile da principi etici fondati sulla dottrina sociale della Chiesa. *«In tutto ciò che facciamo - ha detto Turkson - dobbiamo guardarci intorno per vedere l'effetto che le nostre azioni producono su chi ci sta intorno. L'impegno etico nel business è basilare»*. *«La chiesa - ha aggiunto Turkson - non è mai stata contro il business nel senso di trasformare le risorse date in natura per metterle al servizio dell'uomo»*. Infine Turkson ha indicato le tre regole fondamentali che dovrebbe seguire il business: *«Produrre beni e servizi che servano veramente all'uomo; utilizzare il lavoro rispettando la dignità delle persone e creare profitti e benessere che non siano solo per i produttori ma anche per i consumatori»*.