

VERSO ASSISI

All'interno della tre giorni dello Spirito, il dialogo fra giovani di fede diversa in preparazione dell'evento voluto da papa Francesco. Inclusion e attenzione agli ultimi le radici comuni

da sapere

Dal 26 al 28 marzo 2020 la città di Assisi ospiterà "The Economy of Francesco", un evento internazionale rivolto a giovani economisti, imprenditori e change-makers impegnati nel pensare e praticare un'economia diversa. L'invito a partecipare arriva direttamente da Papa Francesco. L'evento è organizzato da un Comitato composto dalla Diocesi di Assisi, dal Comune di Assisi, dall'Istituto Serafico di Assisi e da Economia di Comunione.

«L'economia di Francesco» Grandi religioni a confronto

ANTONELLA PORZI
Assisi

Si sono interrogati sul contributo delle religioni per una nuova economia di pace i quattro giovani di diversa fede che hanno preso parte alla tavola rotonda di venerdì mattina al Sacro convento di San Francesco, in occasione della tre giorni dello Spirito di Assisi, in preparazione di «The Economy of Francesco». Dopo i saluti del preside dell'Istituto teologico, padre Giulio Michelini, il vescovo della diocesi di Assisi - Nocera Umbra - Gualdo Tadino, l'arcivescovo Domenico Sorrentino, ha sottolineato il forte legame che esiste tra l'economia e la giovinezza. Una relazione che riguarda il futuro dei giovani. «Mettendo insieme le nostre risorse - ha affermato il vescovo - ci accorgiamo che abbiamo tanto in comune, abbiamo tanto da costruire». La professoressa Annarita Caponera ha tenuto una relazione sul legame tra religione ed economia concludendo che, questi due ambiti, «si legano insieme perché c'è l'uomo che ne è il produttore e il beneficiario. Un'economia che non abbia un riferimento all'uomo e al suo modo di organizzare la vita, e la sua vita in comunità, non esiste. Il problema è quindi: quali sono le regole che devono essere osservate per garantire la produttività dei processi economici? La sfida è consentire alle religioni

di tornare a disciplinare eticamente, moralmente, il mercato economico». Nel merito dell'argomento sono poi entrati i giovani relatori della tavola rotonda, moderata dal presidente della commissione Spirito di Assisi, don Tonio Dell'Olio, che ha conversato con Yasmin Doghri, musulmana, Alessandro Busti (Bahá'í), Alessio Lanfaloni per i cattolici e Graziano Di Nepi, dell'Unione Giovani ebrei d'Italia (Ugei). «Il sistema economico islamico - ha affermato Yasmin Doghri - ha come obiettivo la creazione di una società sana ed inclusiva, volta ad uno sviluppo che si avvale di un approccio bottom up (dal basso verso l'alto, ndr). In virtù di ciò l'economia nell'Islam tutela l'individuo sottolineando la responsabilità di ciascuno nel dover contribuire alla creazione di un bene comune». L'abolizione degli estremi di ricchezza e povertà come principio della religione bahá'í è stato uno dei punti trattati da Alessandro Busti. «A livello

pratico - ha spiegato - l'umanità dovrà adottare una moneta unica mondiale per evitare, ad esempio, le speculazioni dovute al cambio della stessa. Non si può pensare ad un'economia di stati isolati. Nell'economia si cerca di applicare il concetto dell'unità nel rispetto delle diversità. Il nostro modello economico è basato sull'eticità che mette al centro il benessere di tutta l'umanità e non solo di una parte». «L'economia - ha detto Alessio Lanfaloni - è un mezzo concreto per mettere in pratica l'amore di Dio. L'anima di questa economia viene uccisa dalle ingiustizie. Se partissimo dalle vittime, persone che si impoveriscono o muoiono per questa economia che giustifica la produzione di armi, perché essa crea lavoro, se partissimo da questi fatti concreti potremmo risalire la china e dare un'anima all'economia». Sulla capacità di adattamento, anche a livello economico, si è soffermato Di Nepi. «Tutte le volte che ci sono state persecuzioni sono stati abbandonati beni immobili, ma anche mobili come azioni e obbligazioni. Le mura dei ghetti non ci sono più, ma i muri più grandi da abbattere sono quelli che stanno nelle nostre menti. Attraverso il cambiamento delle idee si può cambiare solo se ci prendiamo per mano e andiamo nella stessa direzione. Abbiamo la stessa origine e spero che possiamo avere la stessa direzione».



L'incontro nella Basilica Superiore di Assisi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

G. Micciché, Stella al Merito Sociale 2019

Il Presidente di Banca Imi e numero uno della Lega Calcio Serie A Gaetano Micciché ha ricevuto la Stella al Merito Sociale, riconoscimento per rispetto delle regole in economia e finanza, promosso dall'organizzazione

no-profit, Cultura&Solidarietà, presieduta da Francesco Vivacqua. Il premio viene assegnato a personalità che quotidianamente con il proprio lavoro offrono un contributo al miglioramento del tessuto sociale

del Paese ed è stato assegnato a Gaetano Micciché «per la sua determinazione nel promuovere in economia e finanza criteri di responsabilità sociale, trasparenza e rispetto delle regole».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

POSTE Rilancio sui piccoli Comuni

DINO FRAMBATI

Poste italiane e fasce tricolori dei sindacati ieri, nel complesso "la Nuvola" di Roma, per la seconda edizione di "Sindaci d'Italia", organizzata da Poste Italiane e dedicata alle 5.200 località con meno di 5 mila abitanti. Italia dei mille campanili esalta come «espressione di cultura e laboriosità» da una lettera del presidente della Repubblica, Sergio Mattarella. Luoghi dove l'ufficio postale è un presidio indispensabile. «Sono nato in un piccolo Comune, ma non è solo questione sentimentale - ha detto il premier Giuseppe Conte -. Il 16% della popolazione abita nei piccoli Comuni. Il governo lavora per dare risorse e valorizzarli. Sono contenitori di autentici tesori, centri di produzione per l'engostromia. Il 92% della produzione italiana nasce in quelli con meno di 5 mila abitanti e ci sono 890 mila imprese. C'è il rischio di spopolamento ma danno grande contributo all'eccellenza italiana, che ci rende ammirati nel mondo». Poste, per Conte, è «esempio di eccellenza sui comportamenti aziendali e il raddoppio del suo titolo offre il segno di come le performance economiche marcano di pari passo con le prassi socialmente responsabili». Poste Italiane sono presenti nelle piccole località «come i Carabinieri», ha detto Antonio Decaro, sindaco di Bari, presidente Anci. Del resto la società incide per 11,9 miliardi sul Pil, conta 184 mila occupati, produce 7,5 miliardi di reddito da lavoro e 3,7 su quello delle famiglie. Realtà su cui investire con le azioni salite da 6,27 ad oltre 10 euro. Una forza finanziaria rivendicata dal presidente Maria Bianca Farina, sottolineando la presenza «più capillare e vicina alle esigenze del Paese, che trae forza dalle esigenze del Paese di cui è uno dei perni». L'evento ha dato spunto a Decaro per ricordare come il sindaco di Moncenisio (40 abitanti) ha le stesse responsabilità di quello di Roma. «Se 9 comuni in Italia non hanno nessuno disposto a fare il sindaco, significa non democrazia», ha detto, proponendo «che i risparmi della politica vadano a far riconoscere indennità ai sindaci dei piccoli comuni». E il ministro dell'Economia e delle Finanze, Roberto Gualtieri, si è detto non contrario a un'indennità da 1.500 euro al mese ai sindaci attraverso «risorse recuperate». A chiusura dei lavori Matteo Del Fante, Ad di Poste Italiane, ha rivendicato il rispetto di tutte le promesse fatte: nessun ufficio chiuso né saranno chiusi, abbattute le barriere architettoniche, ristrutturati uffici e immobili ceduti a scopi sociali e, infine, maggiori aperture degli uffici. «Non ci fermiamo qua», ha aggiunto, annunciando più digitalizzazione per i pagamenti, 11 nuove cassette smart, metà delle quali nei piccoli Comuni. Dalla cassetta delle lettere alla digitalizzazione perché, è stato mostrato in un video, la cassetta è stata il primo social.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

notizie in breve

UNICREDIT

Tre milioni di clienti hackerati nel 2015

Il team di sicurezza informatica di UniCredit ha identificato un caso di accesso non autorizzato a dati relativo a un file generato nel 2015. Questo file conteneva circa 3 milioni di records, riferiti al perimetro italiano, e risultava composto solo da nomi, città, numeri di telefono ed e-mail. UniCredit sta contattando, esclusivamente tramite posta tradizionale e/o notifiche via online banking, tutte le persone potenzialmente interessate.

MODA

Lvmh conferma offerta per Tiffany

Dopo Bulgari un'altra icona della gioielleria entra nel mirino di Bernard Arnault. Lvmh ha offerto 14,5 miliardi di dollari in contanti per Tiffany e la proposta, «non richiesta e non vincolante» è ora sul tavolo del Cda del gruppo americano. La società invita gli azionisti a restare alla finestra in attesa che i suoi consulenti legali e finanziari analizzino la proposta ma la Borsa non aspetta e i titoli a Wall Street hanno preso il volo (+32% a 130 dollari) mentre resta cauta Lvmh (+0,13% a 380 euro).

GEDI

L'ingegnere lascia presidenza onoraria

Carlo De Benedetti lascia la presidenza onoraria di Gedi: «Confermando le mie divergenze sulla condizione e prospettive dell'azienda - ha comunicato - per coerenza rinunciato alla carica di presidente onorario».

A TIRANA LA 41ª CONFERENZA INTERNAZIONALE DEI GARANTI DELLA PRIVACY E TUTELA DEI DATI

Security, l'Italia è in forte ritardo

L'agenzia Kelony presenta il nuovo rating del rischio integrale (anche digitale)

MAURIZIO CARUCCI
Inviato a Tirana (Albania)

Tra sicurezza e protezione dei dati. Una scelta difficile per le imprese - ma anche per le Nazioni che sono ormai costrette a investire in risorse umane e capitali per tutelare dipendenti, clienti e comuni cittadini. Qui a Tirana - in occasione della 41esima Conferenza internazionale (che ha registrato 700 presenze al giorno) - si sono ritrovate le Autorità di garanzia di circa 100 Paesi di tutto il mondo per discutere di diversi temi: dalla privacy come diritto fondamentale e precondizione della democrazia, all'individuazione di strumenti globali, non solo normativi; dal "capitalismo della sorveglianza" alle sfide future. Uno studio realizzato da Accenture e Ponemon Institute, per esempio, stima in 1,7 milioni di dollari il costo medio che una azienda deve sostenere in un anno a causa di attacchi informatici. Tra gli invitati a questo appuntamento alba-

nese c'era anche Kelony: unica agenzia italiana in Europa di quantificazione e qualificazione del rischio presente a Tirana. «È stato davvero un onore per noi rappresentare l'Italia a questa 41esima Conferenza - spiega Angela Pietrantoni, general manager di Kelony -. Il nostro è un approccio rivoluzionario basato sul valore della protezione dell'uomo in tutti gli aspetti della vita. Innanzitutto il grado di civilizzazione dei Paesi e delle aziende. Abbiamo introdotto un elemento nuovo: il rating del rischio che misura la distanza tra il dichiarato e l'agito a livello globale su tutti i processi, incluso quello digitale. Attualmente più di quattro imprese italiane su cinque gestiscono la sicurezza in maniera frammentata e quindi non funzionano. Da qui la scelta di creare un ente di verifica e validazione dei processi di tutela». Nell'era della globalizzazione gli imprenditori devono farsi carico - anche alla luce della normativa europea (Gdpr-Regolamento generale della protezione dei dati) - di nuovi e gravosi compiti. Tutto ciò sta

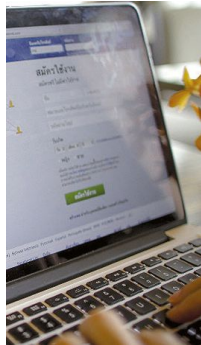
distogliendo risorse per assolvere adempimenti formali. Fare impresa, quindi, diventa ancora più difficile. Soprattutto oggi, con i rischi che aumentano e i costi aziendali e sociali che comportano. Per non parlare delle conseguenze amministrative e a volte anche penali. «Abbiamo creato AlgoSev - conclude Genéric Cantoumer, presidente di Kelony - l'unico algoritmo a logica quantistica che consente di guardare nella giusta direzione ed elaborare le corrette strategie di difesa. Kelony può innalzare la tutela dei singoli cittadini dando loro una guida per orientarsi su come scegliere lontano dai rischi, così come può aiutare le istituzioni e le aziende a migliorare la loro sicurezza. Con i nostri sistemi siamo infatti in grado di individuare i rischi che nessuno è in grado di valutare con le consuete metodologie e ai quali abbiamo dovuto dare un nome: gli apex e gli intercorrelati, cioè i principali responsabili di effetti deleteri capaci di far fallire un'impresa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'INCONTRO ALLA LUISS SULL'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE

Quando i social media mettono a repentaglio la reputazione di un'azienda



IGOR TRABONI

Non solo mercato, con i suoi alti e bassi: per un'azienda avere una discreta immagine - e una buona reputazione - è fondamentale. E quindi il cosiddetto "rischio reputazionale" è da mettere in conto se si vuole avere successo. Questo tema - che nel novero delle preoccupazioni aziendali è al secondo posto dopo quello del mercato - è stato affrontato in un incontro tenutosi nella sede romana dell'università Luiss. La formula adottata dagli organizzatori di "Valore D", nell'ambito del progetto "In the boardroom" ha visto gli ospiti in dialogo, coinvolgendo il pubblico nei due panel: il primo più prettamente economico e l'altro più giornalistico, ma sempre con il filo con-

duttore del tema "Il rischio reputazionale nell'era dei social media". «C'è gente che lavora tutta una vita per farsi una reputazione ma poi ci vuole pochissimo per vederla compressa - ha esordito la vice presidente della Luiss, Paola Severino, facendo poi anche un pacato riferimento a quello che è accaduto nei mesi in cui è stata ministro della Giustizia -. Si tratta di un tema molto sentito e che deve riguardare anche i cittadini. Chi scrive sui social non è un giornalista, ma è disintermediato rispetto alla notizia», ha aggiunto Severino, che ha poi definito «devastante» l'aggressione che può subire un soggetto e «appiccicosa» una notizia veicolata dai social «e poi per togliersela di dosso serve tempo e denaro». Un tema quest'ultimo affrontato da

vicino nel panel sui media, moderato dal direttore del Messaggero, Virman Cusenza e con gli interventi di Giuseppe Pignatone, già Procuratore di Roma e ora presidente del tribunale del Vaticano, di Giuseppe Corasaniti, sostituto procuratore generale della Corte di Cassazione e delle giornaliste Silvia Barocci e Fiorenza Sarzanini. Tornando alle aziende: quanto vale questo rischio? Lo ha spiegato Fabio Venturuzzo, vice presidente di Reputation Institute, leader mondiale nella misurazione e gestione della Corporate Reputation: «Nella scelta d'acquisto il prodotto "vale" sempre meno, ovvero il 33%, perché, pur rimanendo un fattore importante, ha perso la capacità di essere il fattore distintivo tra due aziende concorrenti». Ecco che nel 67% dei casi un consu-

matore preferisce acquistare un prodotto da un'azienda che possiede un'alta considerazione sul mercato. Qui l'esempio di un'azienda che questo rischio reputazionale lo ha corso, come nel caso esposto da Luigi Di Capua, della Net Insurance: cambiano i vertici della società e si scopre un ammanco di 26 milioni di euro in titoli di Stato. Scatta una serie di azioni, con la comunicazione che diviene fondamentale per dare la massima trasparenza, «perché per comunicare bisogna fare delle cose che siano comunicabili». Di esperienze concrete hanno parlato anche Antonio Colombo, di Poste Vita, Claudia Lanza, Geo di Alitura Labs, Fiorella Passano, gm manager di Edelman e Marilù Capparelli, legal director di Google.

© RIPRODUZIONE RISERVATA