

# Il ritorno ai valori riporta la mutualità in pole position

■ di GIAMPAOLO FABRIS

**E**sce, postumo, con la prefazione di Rita Levi-Montalcini il volume intervista ("Il volo del calabrone", Baldini Castoldi Delai) di Ivano Barberini. La sua scomparsa è una mancanza grave per il movimento cooperativo. Già presidente di Coop Italia, poi della Lega Nazionale Cooperative, dal 2001 rivestiva la carica di presidente dell'Alleanza Cooperativa Internazionale. Un prestigioso incarico di coordinamento della cooperazione a livello mondiale. Nel volo del calabrone, una metafora già usata anche per l'economia italiana, ci si domanda come il calabrone, alias mondo cooperativo, possa riuscire a volare quando le leggi della fisica dovrebbero impedirlo. Perché la modesta apertura alare non sarebbe sufficiente a sostenerne il peso.

In un'economia di mercato, praticamente monopolizzata dall'impresa capitalistica, che spazio può restare per altre tipologie con finalità diverse dal profitto, dalla crescita darwiniana? Soprattutto per un'impresa cooperativa che pure deve competere sul mercato con armi non dissimili da quelle dei competitor senza con questo perdere l'anima. Da ravvisare, laicamente, nei grandi valori della cooperazione: solidarietà, mutualità, partecipazione, intergenerazionalità nel senso di trasmettere le imprese con le loro strutture, capitali, risorse, ideali alle future generazioni. Barberini ci racconta - con un understatement che appare inversamente proporzionale al ruolo che ha svolto nel consolidare e sviluppare l'esperienza cooperativa, nei processi di riorganizzazione

*Responsabilità  
sociale e verso  
le generazioni  
successive: sono  
i principi della  
nuova economia*

delle cooperative di consumatori gettando così le basi per la loro successiva forte crescita - come ciò sia possibile. Perché quelli che apparivano un tempo come valori da guardare sì con rispetto e deferenza ma con il necessario, doveroso distacco per i lasciti del passato che sedimentano sempre un po' di polvere e appaiono un tantino anacronistici, divengono invece attualissimi. I valori della cooperazione, in questo passaggio d'epoca, stanno in-

fatti assumendo un protagonismo inedito nel sociale ma anche nell'agire delle imprese. Il primato dell'etica, delle responsabilità sociali - da sempre nel Dna della cooperazione - è oggi un tema di grande attualità, forse il tema, nel dibattito sull'impresa. Le problematiche legate all'ambiente hanno reso di drammatica attualità la responsabilità verso le future generazioni: un'attenzione che non fa parte, per l'impresa cooperativa, della consueta retorica ma che è impresso nei suoi documenti fondativi. L'impresa a rete, un effettivo coinvolgimento di chi vi lavora - due temi centrali e cruciali per l'economia - trovano nelle strutture cooperative - collegate tra loro, dove si attua una effettiva partecipazione ("una testa, un voto") e collaborazione gestionale - una esemplare traduzione. Nell'offerta di consumo l'attualità della proposta cooperativa - non è certo un caso che i prodotti a marchio Coop stiano registrando incrementi a due cifre anche in questa difficile congiuntura - si esprime con la presa di distanze dalla cultura degli eccessi (consumismo compulsivo, prezzi elevati, superfetazione esemiotica) la messa al bando degli Ogm, la relazione con i soci ed il territorio, una reale sensibilità ambientale. Se vi è un eccesso questo è di timidezza, nel non rivendicare, nel panorama attuale, un'effettiva egemonia culturale. L'impresa cooperativa non è più un calabrone: nemmeno una crisalide in attesa di una ulteriore evoluzione. E già un volare leggero e variegato di farfalle.

