



Cambiamento e nuove opportunità



*Lettera del Presidente
e dell'Amministratore Delegato*

Come è noto, anche il 2010 è stato caratterizzato da una emparse del sistema economico mondiale e in particolare di quello occidentale che, dopo la crisi finanziaria degli ultimi anni, ha dovuto fronteggiare per la prima volta lo spostamento dell'asse delle attività economiche verso Est.

La crisi ha messo in questi anni a dura prova gli Stati, i soggetti economici, le persone e, ciascuno a suo modo e secondo le proprie risorse, ha dovuto escogitare nuove strategie per andare oltre e reinventare il proprio progetto di sviluppo.

Del resto, la parola crisi (*krisis*) deriva dal verbo greco *krino*, separare, dividere e contiene diversi significati, fra cui quelli di scelta, esito, soluzione. Già dal significato etimologico appare dunque chiaro che si tratta di un crinale, di una linea immaginaria che in un rilievo montuoso funge da spartiacque tra un versante e l'altro. Estendendone il senso, la parola crisi indica appunto la separazione tra un prima e un dopo temporale e reca in sé i significati di scelta e soluzione.

Noi dunque interpretiamo la crisi attuale come occasione di cambiamento e di scelte innovative; in sintesi, come opportunità per ripensare un sistema quando appare evidente che l'assetto preesistente non sia più sostenibile.

È nostra convinzione che non potrà esserci svolta o soluzione, se non attraverso un'approfondita comprensione della realtà e un'individuazione attenta delle nuove opportunità che si profilano all'orizzonte.

Per rilanciare le economie e il sistema sociale – i momenti di crisi materiale sono sempre accompagnati da un'inevitabile perdita di fiducia nel futuro da parte delle persone coinvolte e da un generale abbassamento del fervore e dell'intraprendenza – è necessario dunque passare attraverso processi di innovazione in grado di coinvolgere e far sentire protagonisti il più ampio numero di attori, per creare quel circolo virtuoso tra benessere economico e libertà, il solo capace di edificare un sistema economico-sociale sano, solido e duraturo.

La mission di ERG, da oltre 70 anni, è quella di creare valore sostenibile nel tempo e distribuito a tutti i propri stakeholder: i risultati fin qui conseguiti ci confermano che in passato abbiamo agito bene ma la mutevolezza degli scenari impone continua attenzione e predisposizione al cambiamento, per non essere travolti dalla concorrenza dei mercati emergenti e per superare la stasi che in questo momento caratterizza sia l'Italia che l'Europa.

Per affrontare questa difficile congiuntura, ERG ha rapidamente compreso la necessità di innovare il modo di fare impresa e il rapporto con il mercato e ha messo in atto importanti cambiamenti che hanno riguardato l'assetto societario e organizzativo del Gruppo, con l'obiettivo di incrementare l'efficienza delle linee di business, snellire le procedure gestionali e rendere l'azienda più flessibile nel cogliere nuove opportunità di partnership e di crescita.

Il percorso, nel pieno rispetto del codice di valori che sempre ha accompagnato il nostro sviluppo industriale, è stato intrapreso con un occhio di riguardo alle persone, per coinvolgerle pienamente negli obiettivi delineati e per condividere con loro un adeguato senso di fiducia sul futuro.

Pur in presenza di uno scenario così complesso, il Gruppo ERG ha mantenuto l'impegno verso il Territorio (sia genovese sia siciliano) e, anche insieme a ISAB, ha attuato un programma di iniziative in stretta collaborazione con le istituzioni locali, in settori importanti come quello della sanità, della cultura e dello sport.

Uno degli elementi ispiratori della mission del Gruppo è infatti quello della creazione di "valore condiviso", ovvero la creazione di valore economico e culturale, non soltan-

to per l'impresa in quanto tale, ma anche per la società in cui opera, rispondendo a bisogni, aspettative e istanze locali. Questo "valore condiviso" può essere definito come l'insieme delle politiche e delle pratiche che rafforzano la competitività di un'azienda, contribuendo al tempo stesso al miglioramento delle condizioni socio-economiche della comunità in cui opera.

Questo processo è segnato dal passaggio da una logica meramente redistributiva della ricchezza all'identificazione dei bisogni delle comunità e degli stakeholder di riferimento che devono essere considerati come fulcro dell'attività di CSR (Corporate Social Responsibility) dell'azienda. Ma ERG ha fatto di più, ha privilegiato una visione in grado di trasformare i programmi di CSR – che si focalizzano principalmente sulla reputazione e hanno solo un'aderenza limitata al business – in programmi di CSV (Corporate Social Value), maggiormente funzionali alla creazione di valore economico, unitamente alla creazione di valore sociale e maggiormente orientati a interpretare le istanze proprie degli stakeholder. In questo ambito si sono inseriti i progetti sviluppati, internamente al Gruppo, sulla sicurezza, la razionalizzazione societaria, lo sviluppo tecnologico, lo sviluppo delle energie rinnovabili, nonché quelli esterni, volti ad affrontare

le aree significative emerse dall'indagine svolta da Coesis (territorio, ambiente, sport, giovani) sui nostri stakeholder. In conclusione, possiamo considerare molto attuali le riflessioni di Darwin quando di-

ceva che non sono i più forti o i più robusti a sopravvivere ma le specie che meglio e più rapidamente delle altre sanno adattarsi ai cambiamenti e sono in grado di interpretarli.



EDOARDO GARRONE
Presidente

ALESSANDRO GARRONE
Amministratore Delegato