



INTERGENERAZIONALITÀ e Rappresentante delle Future Generazioni

per orientare i processi decisionali al futuro
e rendere trasparenti le decisioni

Le imprese nascono, ma non crescono

“La vita media delle imprese italiane è di 12 anni”
(UNIONCAMERE).

L'agricoltura è il settore più longevo, con i 16 anni di vita media delle imprese che vi operano; seguono l'industria (15,7 anni), le costruzioni (12,5 anni), i servizi (11,8 anni) e le attività turistiche (9,2 anni).

Il metabolismo del nostro sistema socio economico è “regolato” su strutture che mediamente hanno una vita di 12 anni.



È una questione di sopravvivenza

Le imprese sono arche che si spostano nel tempo: ospitano persone, macchinari, materie prime, reti e saperi. Le imprese sono arche che possono essere rinnovate e spogliate delle parti logore, senza morire, per sopravvivere a chi le hanno create.

Perché allora le imprese vivono meno dei loro fondatori? Perché un corpo umano dovrebbe mai vivere meno dei suoi organi componenti? Perché una cattedrale dovrebbe essere abbattuta ogni 12 anni?



Abbiamo un problema

L'Economia moderna uccide i suoi figli ancora prima che diventino adulti, impedendo che la conoscenza del fare buona impresa si trasmetta in modo compiuto. Abbiamo sviluppato un modo di "fare impresa" che non permette ai propri figli di raggiungere l'età adulta, così da mettere in pratica compiutamente ciò che hanno imparato.

Per mantenere un tessuto economico vitale, occorre che milioni di imprese nascano e sostituiscano quelle che copiosamente muoiono giovani; oltre a ciò, cosa ancora più grave, ogni volta che un'impresa muore, i saperi in essa contenuti si disperdono.



Longevità e Intergenerazionalità

Basare un mondo su individui aziendali giovani può avere anche vantaggi nel breve periodo, ma nel lungo tempo non è sostenibile.

Il mondo ha bisogno di imprese esperte, saperi evoluti, processi originali, tutte qualità che trascendono spesso i singoli che compongono l'impresa.

Dobbiamo porci una domanda: quali azioni è necessario porre in atto affinché le imprese diventino finalmente entità intergenerazionali, soggetti con ottiche temporali secolari, che le rendano più longeve?



Il Rappresentante delle Future Generazioni

Il Rappresentante delle Future Generazioni (RFG) è una figura che ha lo scopo di allungare l'orizzonte temporale della Società Collaborativa o della Organizzazione Collaborativa, reintroducendo il concetto di «scelte pluriennali».

Il RFG può essere sia una figura interna che esterna e rimane in carica 5 anni (dopo 3 anni viene affiancato da un altro RFG).

È necessario anche redigere un Regolamento nel quale sono normate le modalità operative, le modalità di scelta e di insediamento del RFG.



Orientarsi al futuro

Il RFG ha il compito di trascendere la visione miope di breve periodo, che impedisce al sistema socio-economico di evolversi e di rendere trasparenti le proprie decisioni. Il RFG ri-orienta i processi decisionali al futuro, cercando di valutare al meglio le conseguenze del proprio agire.



Come rappresentare le future generazioni

Il RFG ha diritto di voto (in aggiunta all'eventuale diritto di voto che può già esercitare) su ogni decisione che riguardi:

- Politiche ambientali e azioni impattanti.
- Politiche sanitarie e prevenzione.
- Politiche sociali e del lavoro, applicazione di contratti aziendali e welfare aziendale.
- Decisioni strategiche sull'indirizzo dell'Organizzazione, comprese le scelte relative al piano di marketing e al posizionamento del brand.
- Indebitamento a medio lungo termine.
- Grandi opere infrastrutturali.
- Variazioni societarie impattanti, scissione, fusione, cessione.
- Partecipazione a gare o appalti pubblici.



Rappresentare le Future Generazioni nelle IMPRESE

Il RFG può essere individuato tra i componenti del Cda, dell'Assemblea dei soci, tra gli azionisti, tra i lavoratori (oppure può essere un Consulente esterno) e viene interpellato nei seguenti casi:

- Variazione dello scopo sociale
- Investimenti onerosi che incidano sulle future generazioni, sulla gestione e sulla strategia d'impresa, lavoro e ambiente.
- Acquisto di macchinari e impianti di produzione che modifichino la struttura imprenditoriale e lavorativa dell'impresa.
- Decisioni finanziarie di indebitamento sensibile rispetto al patrimonio, o situazioni che esponcano l'impresa a rischi finanziari aumentati.
- Cambio di pratiche commerciali.
- Cambiamenti di focalizzazione di mercato, o cambiamenti relativi alle produzioni e al loro impatto.
- Creazione o cessazione di rami di azienda, o specifiche attività che implicino rimansionamenti sostanziali e cambi di focus del mercato e degli approvvigionamenti.
- Fusioni, acquisizioni, liquidazioni, cessazioni di attività, chiusura e apertura nuovi impianti e trasferimenti di impianti, uffici e strutture.
- Pratiche di dismissione collettiva di lavoratori o funzioni interne.
- Variazioni di partnership commerciali e distributive sostanziali e sensibili.
- Nuovi rami di attività non direttamente afferenti dalle produzioni storiche.

Rappresentare le Future Generazioni

nelle PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI

Il RFG è un lavoratore che riceve un incarico ufficiale dal Sindaco.

Su quali temi viene interpellato:

- Politiche bilancio
- Politiche controllo del territorio
- Urbanistica
- Salute Pubblica.

In generale è soggetto alla valutazione e relazione del RFG tutto quanto afferente gli Assessorati e il lavoro di Delibera del Consiglio Comunale.

Rappresentare le Future Generazioni

nel TERZO SETTORE

Il RFG può essere un membro del Consiglio Direttivo oppure un socio ordinario.

Su quali temi viene interpellato:

- Variazione dello scopo sociale
- Nuove partnership
- Investimenti onerosi
- Indebitamenti
- Fonti di finanziamento
- Erogazione straordinaria di fondi a enti o terzi
- Iniziative straordinarie con particolare impatto sull'organizzazione della struttura.

Collaboriamo per dare nuove risposte a un'economia che cambia

DEMOCRAZIA DECISIONALE

INTERGENERAZIONALITÀ

COLLABORAZIONE