Fondazione S.Glovanni Gualberto

Osservatorio Foreste e Ambiente

I QUADERNI

14

Il bosco per l'uomo.

Il Terzo Settore nella gestione delle risorse forestali nazionali. Strategie nell'azione AIB.

> Atti del Convegno Vallombrosa, 13 giugno 2014

Il Convegno è stato organizzato da:

OSSERVATORIO FORESTE E AMBIENTE - CORPO FORESTALE DELLO STATO
REGIONE TOSCANA



Edizioni Vallombrosa

Benedetto Gui*

Il nuovo ruolo economico delle imprese sociali

"The business of business is business", scriveva Milton Friedman, insigne economista dell'Università di Chicago, vincitore del premio Nobel nel 1976. In effetti, se non ci fossero stuoli di idealisti che, anziché credere a Friedman che "il mestiere delle imprese è fare (buoni) affari", si ostinano a mescolare le più alte idealità con il profitto, tutto sarebbe più semplice. Per dirne una, è abbastanza facile valutare l'operato di un manager in un'impresa "normale", che abbia come obiettivo di arricchire i suoi proprietari (immaginiamo pure nel rispetto della legge): i profitti ottenuti dall'impresa, eventualmente confrontati con quelli ottenuti dalle imprese concorrenti, parlano da soli. Se risultano particolarmente alti, una volta verificato che la contabilità non sia stata troppo "creativa", possiamo concludere che l'amministratore delegato ha svolto egregiamente il compito affidatogli. Ma se ad un'impresa chiediamo pure di "fare del bene", anche i manager più incapaci avranno sempre l'alibi che se i conti non tornano è perché l'impresa ha fatto tante belle cose a vantaggio della società nel suo insieme, o dei suoi membri più sfortunati.

Il fatto è che in un mondo complesso le soluzioni semplici funzionano solo fino ad un certo punto. Per dirne una, il meccanismo del mercato, che dovrebbe rispondere ai bisogni dei consumatori assicurando loro un prezzo più basso o una qualità più alta, in certi casi finisce invece per danneggiarli. "Saprei bene come vendere quel contratto telefonico anche nei quartieri più poveri delle nostre città — mi diceva recentemente una giovane e brillante professionista asiatica, esperta di marketing strategico — ma mi ripugna, perché so che quei soldi servirebbero loro per cose più importanti. Per questo ho proposto alla società telefonica di realizzare prima un progetto di sviluppo in quei quartieri, e con mia sorpresa è stato accettato."

Ho trovato questa conversazione particolarmente interessante, perché da un lato ci porta nei mercati reali, che sono diversi da quelli dei libri di testo, e dall'altro ci mostra la disponibilità di un business a non fare

^{*} Università di Padova

solo business. La cosa non è poi così sorprendente, perché sono molte le imprese che non sono rimaste nello stretto campo loro assegnato dalla tradizionale divisione dei compiti. Valga per tutti questo esempio, trovato al primo colpo lanciando una ricerca in internet che mi ha fatto atterrare nel sito di SAP, un colosso del software per le applicazioni aziendali, dove si legge: "The Matching Gift program empowers individual employees to be personal grantmakers and have SAP match their monetary and time contributions to the organizations which they are most passionate about". In pratica, se i suoi dipendenti mettono tempo o denaro a disposizione di organizzazioni benefiche, SAP si impegna a donare a quelle organizzazioni un ammontare corrispondente.

Dato che i modi di fare "responsabilità sociale d'impresa" sono molti, viene da chiedersi perché SAP e molte altre grandi imprese abbiano scelto proprio questo. La risposta che mi sono dato è che i lavoratori non amano impegnarsi vedendo che l'effetto principale dei loro sforzi è di ingrassare padroni o azionisti; al contrario, sono più soddisfatti se l'organizzazione che li impiega bada anche ad obiettivi più elevati. E ovviamente, lavoratori più motivati sono più collaborativi, più restii ad andarsene e meno assenteisti.

Si potrebbe dire che anche le imprese normali cercano di beneficiare di quello che è un indubbio punto di forza delle organizzazioni "a movente ideale": la capacità di far leva sulle motivazioni più nobili dei loro collaboratori.

Non è certo l'unico punto di forza. Anzi, si potrebbe dire che le organizzazioni con finalità ideali ne hanno tanti quante sono le categorie di stakeholder (portatori di interesse): clienti, fornitori, investitori... Tutti costoro, infatti, nella misura in cui condividono la mission dell'organizzazione, possono rendersi disponibili a trattare con essa in termini più favorevoli per quest'ultima di quanto prevedono le normali condizioni di mercato: basti pensare ai "consumatori benevoli" che comprano comunque i prodotti del "commercio equo e solidale" anche quando il rapporto

I http://www.sap.com/bin/sapcom/sl_si/downloadasset.2012-06-jun-21-09.corporate-social-responsi bility-sap-matching-gift-program-pdf.html

² Si veda ad esempio: Becchetti L., Costantino M., Il commercio equo e solidale alla prova dei fatti, Bruno Mondadori, Milano. 2006

qualità-prezzo non è particolarmente competitivo; oppure ai "risparmiatori etici", per i quali non è prioritario ottenere alti rendimenti se le attività che vanno a finanziare sono in un senso o nell'altro "meritorie".

Dietro il moltiplicarsi di iniziative produttive con finalità ideali - iniziative che si propongono quindi di perseguire quelle finalità utilizzando lo strumento impresa - c'è un nuovo atteggiamento di molte persone di talento (giovani soprattutto) nei confronti di percorsi imprenditoriali non convenzionali, a cui contribuiscono: la scarsità di posti di lavoro ad elevata qualificazione (e retribuzione) offerti dalle imprese in questo scorcio di secolo, tanto più nei paesi dell'Europa del Sud, uscita particolarmente malconcia dalla grande recessione del 2008; la grande attenzione riservata alle start-up dai media, dalle università, dagli organismi pubblici di supporto all'economia, ecc...; un certo fastidio nei confronti delle grandi macchine da profitto transnazionali, divenute enormi centri di un potere potenzialmente pericoloso per i portatori di qualsivoglia altro interesse; l'idea di innovazione sociale, impellente necessità in un mondo in rapida trasformazione, che anche le imprese possono promuovere proponendo soluzioni originali; soprattutto per le iniziative rivolte a popolazioni povere, l'idea di "ricchezza alla base della piramide sociale" propugnata da autori come Coimbatore Prahalad, che sottolineano il grande potenziale economico nascosto in quei miliardi di persone che, pur vivendo con pochissimi dollari al giorno, purtuttavia lavorano e comprano;4 l'attenzione crescente riservata all'esperienza di vita che si "consuma" nel proprio contesto professionale, e quindi a valori come libertà, uguale dignità a dispetto delle gerarchie, collaboratività, ecc..

Tutto ciò ha portato ad un'abbondante fioritura di "imprese sociali". A questa espressione vengono tradizionalmente date due diverse declinazioni. Una declinazione collettiva, partecipativa, decisamente alternativa al mondo delle imprese for-profit e vicina invece al mondo dell'associazionismo, spesso associata alla formula giuridica cooperativa (magari aggiungendo l'aggettivo "sociale"), tipica dell'esperienza europea. L'Italia

³ Si veda ad esempio: Biggeri U., Il valore dei soldi. Banche, finanza ed etica oltre il mito della crescita, Edizioni San Paolo, Ciniscllo Balsamo, 2014

⁴ Si veda: Prahalad C.K., La fortuna alla base della piramide. Sconfiggere la povertà e realizzare profitti. Il Mulino, Bologna, 2007

⁵ Si veda ad esempio: Borzaga C., Facci L., Le imprese sociali, Carocci, Roma, 2011

è terra fertile a questo riguardo, con un continuo crescendo dagli anni '70 ad oggi. Un caso significativo, tra i tanti, sono le cooperative – talvolta riunite in consorzi o gruppi – nate nel Sud per creare posti di lavoro mettendo a frutto i beni sequestrati alla mafia. È questo il caso del Consorzio Sociale Goel di Gioiosa Ionica, le cui attività vanno da forme originali di inserimento dei rifugiati negli antichi borghi calabresi alla confezione di capi di moda con il marchio Cangiari, che hanno riscosso anche un certo successo.

L'altra declinazione dell'idea di "impresa sociale" – affermatasi principalmente nel contesto culturale anglosassone - è centrata invece sul ruolo di alcune figure di spicco che uniscono insolite doti imprenditoriali ad una forte motivazione sociale, che li portano a mettere in secondo piano il profitto e a puntare piuttosto a dare risposta ad un problema irrisolto che condiziona la vita di un gruppo sociale debole, o che minaccia l'intera collettività, attraverso la creazione e la conduzione di un'impresa che tipicamente utilizza la formula di società di capitali. Un interessante esempio italiano è Oltre Ventures, un fondo di "venture capital filantropico", ossia nel vaglio, finanziamento e accompagnamento di progetti di interesse sociale (in ambiti come microcredito, housing sociale, medicina low cost, etc.), utilizzando la formula di società in accomandita per azioni dove i sottoscrittori (sia privati che istituzionali) di "capitali pazienti" svolgono il ruolo di soci accomandanti, mentre socio accomandatario è la s.r.l. Oltre Gestioni, fondata e controllata da Luciano Balbo, un esperto professionista della finanza che è stato l'ideatore e promotore di questa iniziativa, come pure dell'associazione europea di venture capital filantropico.

In realtà, la distinzione tra i due tipi di imprenditorialità sociale non è così netta. A collocarsi in qualche modo a cavallo tra le due sono gli "Impact Hub", una formula nata a Londra e presente ormai anche in varie città italiane. Si tratta di luoghi di incontro e di co-working per attori economici non tradizionali, molti di essi giovani e con una marcata sensibilità sociale/ambientale, alcuni già titolari di vere e proprie iniziative imprenditoriali, altri lavoratori in proprio, spesso nelle innumerevoli attività di servizio che girano attorno ad internet. E se, da un lato, i frequentatori degli Hub hanno piuttosto le caratteristiche degli imprenditori sociali del tipo che più sopra ho chiamato "anglosassone", dall'altro il loro incontrarsi in modo regolare – per fare networking, per cercare sinergie tra le loro

competenze, per mettere in comune nuove idee imprenditoriali da perseguire associandosi a due a due o in piccoli gruppi – li avvicina in qualche modo alla connotazione "europea" di imprenditorialità sociale.

Da ultimo, per arricchire questa panoramica, qualche parola anche sulla "Economia di Comunione", un progetto di economia solidale in cui sono direttamente coinvolto, che ha al centro una rete internazionale di imprese che è lecito definire "sociali": un'iniziativa avviata poco meno di 25 anni in Brasile, di fronte all'enorme diseguaglianza tra ricchi e poveri di quel paese, da parte di una figura carismatica, impegnata da vari decenni a diffondere una cultura e una prassi di fraternità.6 Come è tipico delle imprese sociali, le imprese dell'Economia di Comunione si impegnano a finalizzare la creazione di ricchezza a beneficio di soggetti in difficoltà economica, e lo fanno attraverso la destinazione degli utili di fine esercizio, ma anche – e su questo si riscontra molta varietà – rendendosi disponibili ad offrire rapporti economici particolarmente favorevoli a stakeholder in condizioni economicamente deboli, come lavoratori difficilmente collocabili, o clienti a basso reddito, o piccoli produttori agricoli di materie prime deperibili.7 La loro specificità, tuttavia, sta nell'idea che gli esseri umani sono chiamati non solo a cooperare e a condividere, ma ad incontrarsi in una comunicazione profonda, fraterna, senza la quale la loro umanità non può realizzarsi pienamente; e nella convinzione che a tutto ciò la vita economica non possa restare estranea, perché troppo grande è il suo impatto sulla vita delle persone per poterla impunemente consegnare ad una logica meramente strumentale. Un progetto troppo ambizioso – si potrebbe pensare - eppure capace di motivare, sia giovani, che mai si sarebbero immaginati nel ruolo di imprenditori, sia persone mature ormai

7 Un esempio per ciascuno dei tre casi citati: il Consorzio Tassano di Sestri Levante; il Bangko Kabayan, una banca filippina impegnata nel microcredito; il caseificio argentino La Sagrada. Parte degli utili condivisi va anche per sostenere la dilfusione di una visione dell'economia solidale ed ac

cogliente verso tutti

⁶ Si tratta di Chiara Lubich, fondatrice del Movimento dei Focolari e animatrice di un gran numero di iniziative che spaziano dall'ambito economico-sociale a quello del dialogo interreligioso (si veda ad esempio: Torno A., PortarTi il mondo fra le braccia. Vita di Chiara Lubich, Città Nuova, Roma, 2011).
Dal 1991 la disuguaglianza in Brasile, pur restando elevata, è diminuita in modo significativo. Non altrettanto, purtroppo, si può dire della stragrande maggioranza dei paesi, che negli ultimi decenni hanno visto il divario tra ricchi e poveri tornare ad all'argarsi (si vedano i dati della Banca Mondiale sull'andamento dell'indice di Gini negli oltre 200 paesi considerati – http://data.worldbank.org/indicator/SLPOV.GINI)

stanche di condurre un'impresa secondo i canoni tradizionali.⁸

Non ho finora citato in modo particolare i temi ambientali, che pure vanno assumendo un ruolo crescente all'interno di tutte le manifestazioni di economia a movente ideale che ho fin qui citato. Lascio volentieri il compito di approfondire questo importante ambito a chi parlerà dopo di me. Vorrei chiudere questa breve introduzione con una citazione alquanto diversa da quella con cui la ho iniziata, di Muhammad Yunus, che, dopo essere stato il "banchiere dei poveri", è diventato promotore di varie esperienze di social business: "La gente vuole dare significato alla propria vita – quel genere di significato che deriva dal fatto di sapere che stai facendo la tua parte per fare del mondo un posto migliore".

⁸ Si veda, tra gli altri, il numero speciale della rivista Impresa Sociale "L'Economia di Comunione: sfide e prospettive", luglio-settembre 2009. Si veda anche: Biancofiore F., La sfida dell'Economia di Comunione. Un nuovo modo di fare impresa fra fraternità e reciprocità, Tau Editrice, Todi, 2012

⁹ Yunus M., Un mondo senza povertà, Feltrinelli, Milano, 2008