

IMPRESE La crisi mette alla prova la responsabilità sociale delle aziende. Chi trascura gli stakeholder viene punito dal mercato, spiega l'economista Molteni, sponsor di un concorso per progetti di business socio-ambientali

Sono etico. E mi conviene

CAMPUS

di Giampaolo Cerri

«**N**on scomoderei il tema della sostenibilità per dire che ci vuole correttezza nel mondo degli affari. Non confondiamola con la business ethics». Mario Molteni, 50 anni, varesino, ordinario di Economia aziendale alla Cattolica di Milano, è uno dei massimi esperti italiani di responsabilità sociale d'impresa e risponde con chiarezza quando si prova a stuzzicarlo con l'argomento della crisi, di Lehman o dei subprime. Molteni, direttore dell'Alta Scuola Impresa e Società-Altis dell'ateneo milanese, sta lavorando al round italiano della Global Social Competition, un concorso internazionale di idee imprenditoriali e venture capitalism che si concluderà a fine aprile nell'università di Berkeley. «Il tema della crisi sottolinea il valore della responsabilità», dice a *Milano Finanza*. «Chi fa business deve rispondere a clienti, contesto ambientale, collaboratori: interessante è che raramente le compagnie irresponsabili tengono, perché la realtà gli si rivolta contro». La corporate social responsibility (csr) secondo

Molteni sarà messa alla prova dalla congiuntura attuale. Sopravviverà, al tempo delle cartolarizzazioni tossiche, l'idea di un'azienda che faccia i conti non solo con i propri azionisti ma anche con gli stakeholder, ossia portatori di interesse, come Stato, clienti, i dipendenti, comunità locali? «La crisi ci dirà che cos'è davvero oggi la csr; se è solo donazioni, sponsorship, comunicazione, allora è giusto che sia tagliata, che venga spazzata via».

Una recente ricerca Altis ha fotografato la realtà di 62 imprese italiane quotate, mostrando che una su due adotta criteri socio-ambientali nella selezione dei fornitori e il 40% utilizza il bilancio di sostenibilità. Sarà tutto spazzato via dal terremoto post-swap? Molteni è convinto del contrario: «Se la csr è un modo di fare impresa che riguarda produzione, logistica e marketing, allora dovrà continuare. È strutturale, mentre la filantropia, in questo senso, è congiunturale». Strutturale come la sicurezza sul lavoro, la tutela della maternità, il cambiamento climatico, la crisi alimentare, le risorse umane. Lehman Brothers è appunto congiunturale. «In ogni caso, la difficoltà che stiamo attraversando», sottolinea l'economista, «riconde al fatto elementare che economia e sviluppo sono al servizio della persona e non viceversa, così come il nostro premio». Già, la Global Social Competition, in cui i venture capitalist premiano le idee di contenuto sociale, siano esse profit o non profit. «Un'impresa che dà profitto e remunera chi rischia può avere un

valore sociale fortissimo. Magari nelle energie rinnovabili, nelle attività di tutela ambientale, nei servizi alla persona è più evidente, ma anche la panetteria può averne». Insomma, che si realizzino beni e servizi utili all'uomo. «Il fatto che l'utile ricavato vada agli azionisti, come nel profit, o venga reinvestito, come nel terzo settore, è indifferente». Col venture capitalism poi c'è la saldatura con il mondo finanziario, che in questo caso finanzia i progetti imprenditoriali e le start-up. «I capitali di rischio sociali ci riportano a una finanza che è al servizio dell'economia», osserva Molteni. Insomma, anche il private equity può essere sociale. «Le regole sono importanti per limitare i comportamenti opportunistici, ma rimane intatta la questione della libertà degli individui che fanno le scelte economiche». E cita il poeta Thomas Eliott, che metteva in guardia contro le deriva «eticista» di quanti «sognano sistemi talmente perfetti che più nessuno avrebbe bisogno di essere buono». (riproduzione riservata)



Premi per 300 mila dollari

Rendere accessibile l'energia, rinnovabile e a basso costo, ai contadini poveri dell'India meridionale, tagliando 30 milioni di tonnellate di emissioni di Co2. È il progetto di impresa sociale della newyorchese Columbia University che, lo scorso anno, ha incassato l'assegno da 25 mila dollari messo a disposizione dalla Global Social Venture Competition dell'Università di Berkeley (California). Si tratta di un premio che vede in gara business school di atenei di tutto il mondo e, da quest'anno, anche l'Alta scuola Società e Impresa-Altis della Cattolica di Milano, che organizza il round italiano. I capitali di rischio ammontano a oltre 300 mila dollari per edizione e vanno a premiare numerosi progetti nei settori delle energie rinnovabili, dei servizi alla persona, dell'ambiente. «A oggi abbiamo ricevuto una ventina di progetti da tutta Italia», dice Mario Molteni. Come si possono convincere i venture capitalist a finanziare i progetti? Fondamentale è, ad esempio, presentare un social impact assessments, «per quantificare e monetizzare i benefici sociali desiderati», sottolinea Molteni. I vincitori del round italiano voleranno in California per disputare la finale dal 23 al 25 aprile. Info e iscrizioni su www.gsvc.it. (riproduzione riservata)