

L'outlook

I debiti verso il futuro non si pagano a rate

MAX BERGAMI*, BOLOGNA

Lo scopo primario del business è la creazione di valore per gli stakeholder: lo hanno sottoscritto i ceo più influenti
Ma ci si muove troppo lentamente

I grande dibattito su clima e sostenibilità punta il dito contro le imprese, ritenute colpevoli di perseguire il profitto, al di là del bene e del male. Dopo un lungo silenzio, interrotto solo dalla propaganda della corporate social responsibility e dall'impegno discreto di alcuni, la risposta delle imprese è arrivata. In agosto infatti, l'associazione Business Roundtable, composta dagli amministratori delegati delle principali società degli Stati Uniti, ha dichiarato che lo scopo dell'impresa è la creazione di valore per tutti i portatori di interessi, con buona pace dei libertisti ultraortodossi. Ci si potrebbe chiedere quale sia la notizia, visto che di stakeholders si parla da molto tempo, tuttavia un'affermazione così forte da parte del gotha del capitalismo americano è in parte sorprendente, considerando che l'elenco dei firmatari comprende i ceo di aziende come Amazon, American Airlines, American Express, Apple, Blackrock, Coca Cola, Ibm, John Deere, Ford Motor Company, Lockheed Martin, Marathon Petroleum, Raytheon e Walmart, solo per citarne alcune. Il testo sottoscritto da 191 capi azienda sancisce un impegno nei confronti dei clienti, dei fornitori, dei dipendenti e delle comunità; verso gli azionisti (gli shareholders), collocati all'ultimo posto dell'elenco, viene ribadito l'obbligo di generare valore, ma in una prospettiva di lungo periodo. Non è poco, perché una presa di posizione così corale e decisa non si era mai vista, tenuto conto che i firmatari sono ceo di imprese quotate e dunque coloro che controllano quasi tutte le decisioni. La risposta degli executive a Milton Friedman, che nel 1970 ha teorizzato la responsabilità primaria degli executive nei confronti degli azionisti, mettendo in guardia dall'impiego di risorse per finalità diverse dal profitto, è dunque arrivata con 49 anni di ritardo, ma è arrivata.

APPRENSIONE GLOBALE

Certamente ogni cosa è figlia del proprio tempo ed è ovvio che l'apprensione globale per la sostenibilità economica, sociale e ambientale possa aver avuto un ruolo in questo cambiamento. Ora l'attenzione si sposta sulle conseguenze di questa dichiarazione: non a caso i CEO delle imprese certificate "B-Corp" hanno rivolto una lettera aperta ai colle-

ghi della Business Roundtable, intitolata "Let's Get to Work" (mettiamoci al lavoro).

Questa nuova concezione di impresa pone infatti una serie di questioni che includono la misurabilità del valore per gli stakeholders, il processo di definizione degli obiettivi, il controllo, fino a toccare la governance. Sarà necessario pensare a rappresentanti degli stakeholders negli organi societari? Anche l'impegno verso le comunità rischia di essere un concetto scivoloso: ad esempio, qual è la comunità di un'impresa globale che opera su internet? Non certo la periferia in cui ha stabilito i propri quartieri generali e neppure il paesino nelle cui montagne ha nascosto i propri server. Questa nuova concezione di impresa, come soggetto destinato a generare valore per molti e non per pochi, pone problemi pratici. Le strade possibili

sembrano essere tre: norme di legge, adesione a forme societarie speciali o certificazioni da parte di soggetti indipendenti e, infine, comportamenti virtuosi spontanei.

Le auspicabili norme possano favorire un'evoluzione del ruolo sociale dell'impresa, ma richiedono tempo, anche per la necessaria armonizzazione internazionale.

La strada dell'adesione volontaria a forme societarie diverse dalle società profit, come le cooperative e le società benefit, è molto interes-

sante, anche se depotenziata dalla discrezionalità della scelta. Anche la certificazione presenta lo stesso limite, ma è una strada che merita attenzione; infatti, in questo caso, l'impresa si sottopone volontariamente a un sistema di regole che facilitano reali processi di apprendimento e cambiamento organizzativo. Le aziende che aderiscono al movimento B-Corp, come Alessi, Chiesi Farmaceutici, Davines e Nativa stanno dando vita a una comunità basata su sistemi di certificazione, advocacy verso i policy makers e strategie di community building (b-cities, b-consumers); si tratta di un approccio coerente con l'obiettivo di sviluppo sostenibile numero 17 che auspica la creazione di partnership per favorire l'efficacia e la rapidità del cambiamento.

I CASI VIRTUOSI

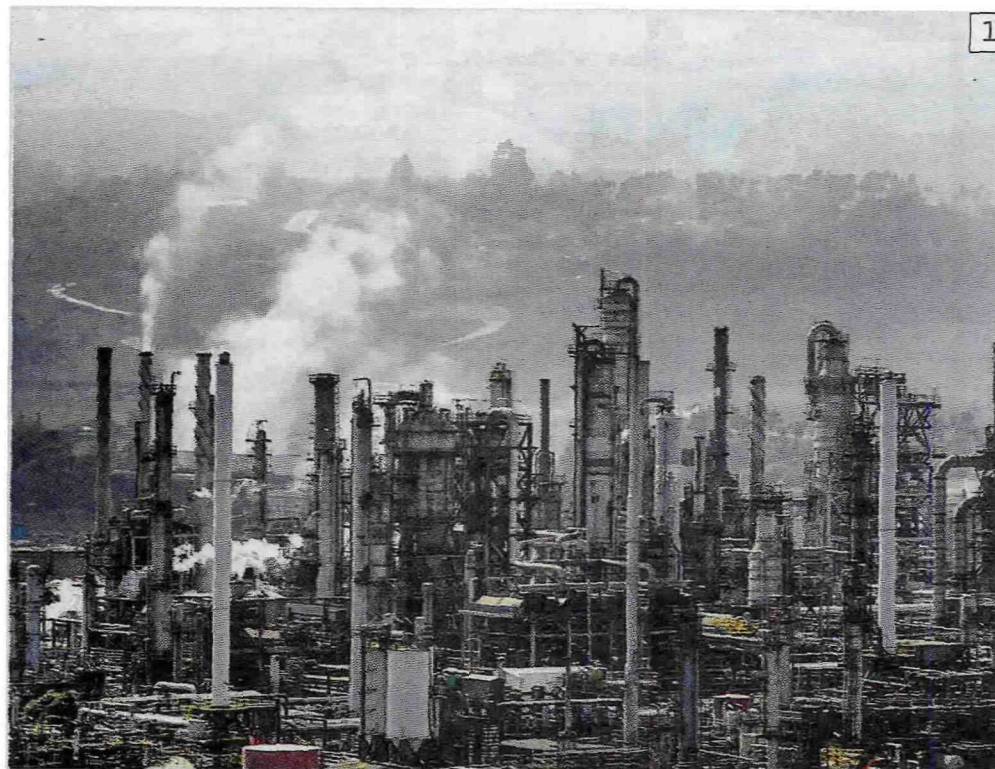
I casi virtuosi sono storie a parte e spesso offrono esperienze da cui si può imparare molto, ma difficili da copiare. In Italia, dove il capitalismo familiare rende sfumati i confini tra impresa e imprenditore, sono pochi gli esempi di netta separazione tra condotta virtuosa dell'impresa e filantropia imprenditoriale, come ad esempio nel caso di Isabella Seragnoli. In un modo o nell'altro comunque si sta diffondendo una maggior attenzione alle comunità territoriali che rappresentano spesso il giacimento di competenze e relazioni in cui l'impresa prospera. Quando Brunello Cucinelli, citando Pericle e riferendosi a Solomeo, dice "Qui ad Atene noi facciamo così" intende indicare una strada italiana, basata sul territorio e sulla comunità; si tratta di un'esperienza non pedissequamente replicabile, perché plasmata sull'unicità, ma imitabile nella misura in cui ogni impresa sappia riconoscere realmente i propri portatori di interessi. L'aspetto importante di questi segnali di cambiamento è che forse etica e business possono veramente incontrarsi, semplicemente cambiando la prospettiva temporale perché se nel breve periodo gli obiettivi sembrano contrastare, nel lungo periodo gli interessi degli stakeholders coincidono con gli interessi dell'impresa e dunque con quelli degli azionisti. L'aspetto preoccupante invece è che ci si sta muo-

vendo troppo lentamente, sia come imprese sia come istituzioni. Le dichiarazioni ufficiali, esperienze private, associazioni e reti sono fondamentali, ma sono urgenti anche

provvedimenti normativi perché le istanze di sostenibilità economica, sociale e ambientale non possono attendere: i debiti verso il futuro vanno pagati ora e non a rate.

* *Dean della Bbs, Bologna business school*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

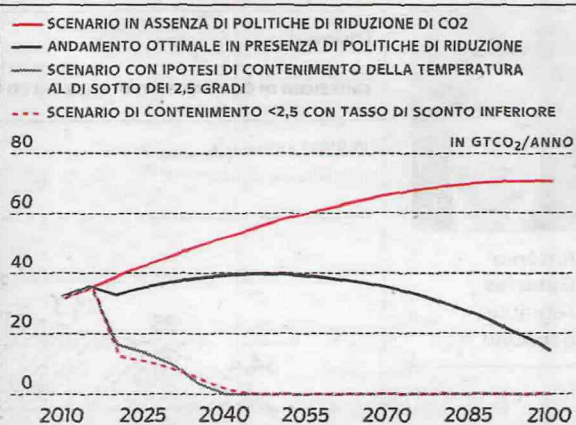


1

L'industria alla svolta: primo scopo è creare valore per tutti

I numeri

EMISSIONI DI CO2 NELL'INDUSTRIA



Focus

IL PROGETTO DI REPUBBLICA-A&F CON BBS

"Economia giusta, oltre la Csr" è un'iniziativa di Repubblica-Affari & Finanza in collaborazione con Bbs, Bologna business school. Questo dossier è il quarto di una serie di approfondimenti dedicati alla Csr, Corporate social responsibility, con uno sguardo "oltre" per immaginare e declinare il nuovo ruolo degli imprenditori e delle loro aziende. Docenti e ricercatori dell'Università di Bologna come di Atenei di altri Paesi, sono impegnati nella serie di articoli, a ricercare e proporre spunti innovativi per continuare nel cammino, sulle pagine di A&F e non solo, verso un nuovo modo, sostenibile, di fare impresa.

Il personaggio



Massimo Bergami
dean di Bbs, [Bologna business school](#)

3 mila

B-CORP

Le imprese B-Corp certificate a livello globale

191

CAPI AZIENDA

Riuniti nel Business Roundtable autori di una storica svolta

