

Sociale mondo

Così l'azienda crea progresso nelle terre ospiti

Abbandonata la logica della beneficenza, oggi le conoscenze e le tecnologie vengono messe al servizio delle comunità per migliorare le condizioni di vita

SIBILLA DI PALMA

Da Enel a Eni, l'obiettivo è creare progetti di lungo periodo che sfruttano il know how e le competenze dell'impresa per migliorare le condizioni di vita delle comunità locali. È il nuovo volto della Csr nei Paesi in via di sviluppo dove molte aziende si trovano a operare. «Negli ultimi anni si è passati da una logica di beneficenza, in base alla quale la società che opera all'estero realizza dei progetti che servono alla comunità, dagli ospedali alle scuole, a una fase in cui la Csr implica la valorizzazione di conoscenze e tecnologie aziendali per metterle al servizio della comunità», sottolinea Davide Dal Maso, membro del board del Csr Manager Network. «Questo significa mettere a disposizione il proprio know how per far crescere il capitale umano del Paese in cui si lavora, ad esempio coinvolgendo e formando manodopera locale, oppure per creare dei progetti che servono alla comunità». In questo modo, «la presenza dell'impresa straniera diventa occasione di sviluppo. Questo approccio permette inoltre di farsi accettare dai Paesi ospitanti e di accreditarsi come un interlocutore di lungo periodo, portatore di un capitalismo sostenibile».

Un trend incentivato anche dalla legge di riforma della cooperazione internazionale, che prevede un ruolo attivo in questo senso non più solo da parte delle Ong: «L'articolo 27 riconosce e favorisce infatti l'apporto delle imprese ai processi di sviluppo dei Paesi partner», spiega Francesco Perrini, presidente del comitato sostenibilità dell'Università Bocconi, che sottolinea inoltre come le aziende più all'avanguardia abbiano integrato la Csr nella loro strategia e alcune società quotate addirittura nella governance. «Questo vuol dire, per esempio, che un produttore di vestiti utilizza cotone proveniente solo da piantagioni controllate dove non si fa uso del lavoro minorile o che acquista e vende in generale le materie prime solo da organismi certificati».

Per Sibilla Gubelli, responsabile di Altis Consulting, unità dell'Alta Scuola Impresa e Società che si occupa di consulenza sui temi della

Csr, oggi si sta assistendo a un'evoluzione della responsabilità sociale d'impresa: «Si parla infatti di creating shared value, ossia le iniziative di Csr sono ormai integrate nel business dell'azienda e puntano a creare progetti portatori di valore condiviso con le comunità locali in un'ottica di lungo periodo». A muoversi in questa direzione, aggiunge Davide Dal Maso, sono poi «soprattutto le imprese specializzate in attività estrattive e infrastrutturali».

Un esempio italiano arriva da Enel: «Lo scorso anno ha attivato un nuovo impianto in Perù

realizzando contestualmente una serie di iniziative a favore della comunità locale, la cui principale fonte di sostentamento è la pesca delle alghe», racconta Sibilla Gubelli. Un trend che coinvolge comunque anche aziende di altri settori. STMicroelectronics, impresa che produce componenti elettronici a semiconduttore, ha costituito una fondazione che si occupa di promuovere corsi gratuiti di formazione tecnologica in tutte le aree del mondo in cui opera per combattere l'abbandono scolastico. Mentre la Coca-Cola dal 2011 è partner di Oxfam International, Ong che si occupa dello sviluppo dei piccoli imprenditori nei mercati emergenti.

Sulla stessa linea Paolo Maccarrone, docente presso il Mip (business school internazionale del Politecnico di Milano) per il quale a essere attive nei Paesi in via di sviluppo sono soprattutto le multinazionali globali «che tendono a puntare su progetti detti industry specific, ossia che sono strettamente correlati al business aziendale». Un esempio è quello dell'Eni «che partecipa a una serie di iniziative riguardanti l'oil & gas nei Paesi in cui è presente favorendo lo sviluppo delle comunità locali. Questo in generale sia per una questione di immagine, quindi per la pressione da parte degli stakeholder, sia per la maggiore disponibilità finanziaria rispetto a una piccola impresa». Ré sta inoltre la tendenza, anche se più in secondo piano rispetto al passato, a partecipare «a iniziative di più ampio respiro che non sono strettamente attinenti al business. Per esempio, molte grandi imprese collaborano con alcuni enti per capire come contribuire alla soluzione di alcune problematiche globali».

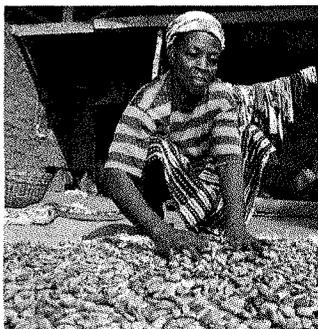
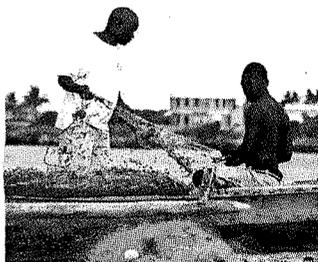
Su questo fronte, Maccarrone indica l'emergere di diversi filoni: «Permane una sensibilità verso temi storici come la povertà e la malnutrizione nei Paesi in via di sviluppo o il lavoro minorile. Inizia però a crescere l'attenzione nei confronti di temi nuovi, come la carenza di risorse primarie nelle zone più povere, la violenza sulle donne e i disastri naturali». Ma qual è il livello di sensibilità rispetto a queste problematiche? «Il Nord Europa ha sempre avuto una maggior sensibilità verso la Csr e anche gli Stati Uniti si sono attivati già da diversi anni», osserva Maccarrone. «Mentre il Sud Europa si è avvicinato al tema in tempi più recenti». L'attenzione alla Csr sta inoltre aumentando, aggiunge l'esperto, anche in diversi Paesi in via di sviluppo, tra cui alcuni nel continente africano. «In particolare c'è una maggior sensibilità verso gli impatti ambientali e sociali che il business delle imprese straniere può avere sul territorio. Non a caso, per operare in alcuni di questi Stati è richiesto l'impegno formale a sviluppare iniziative a favore del benessere delle comunità locali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

9%

Meno impegno
Su 319 aziende italiane che nel 2015 hanno investito nella responsabilità sociale d'impresa il 9 per cento ha deciso di farlo in Paesi esteri. Era il 18 per cento nel 2013

SVILUPPO FORMALIZZATO
Nella foto grande, una scuola in Africa. Per operare in alcuni Paesi le imprese straniere devono sottoscrivere impegni formali a sviluppare iniziative a favore delle comunità locali



22%

Denutrizione
Secondo l'indagine dell'Osservatorio Socialis, il 22 per cento delle imprese italiane intervistate ritiene che le iniziative di Csr dovrebbero combattere la fame nel mondo e le povertà estreme



INVESTIRE FA BENE
Oltre il 50 per cento delle imprese ha registrato un miglioramento del posizionamento, della reputazione e della notorietà. Nel 40 per cento circa dei casi è stato rilevato un aumento delle vendite e della fidelizzazione dei clienti. La stessa percentuale riscontra un miglioramento del clima aziendale (fonte: Osservatorio Socialis)

29%

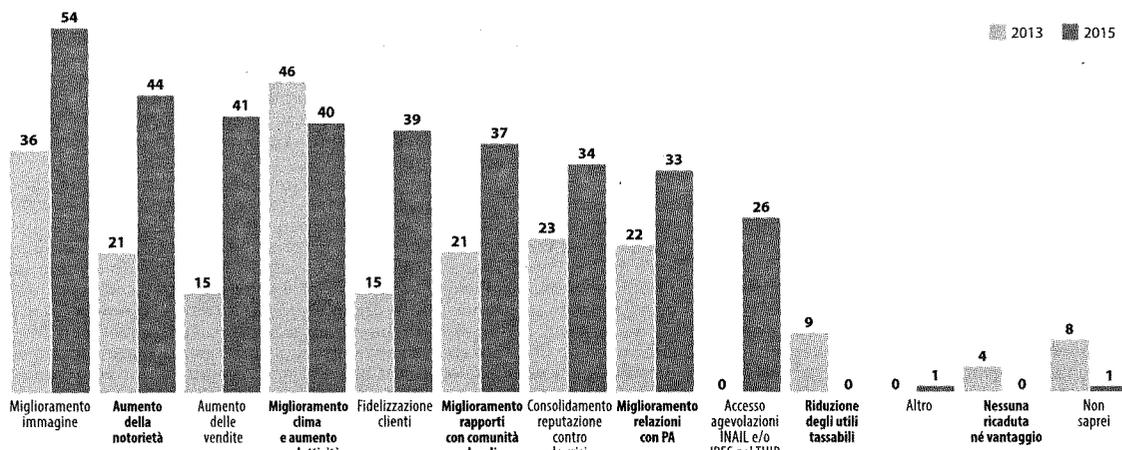
In diminuzione
La diminuzione del livello di fame nei Paesi in via di sviluppo dal 2000 a oggi (fonte: Indice globale della fame 2016 redatto dall'Ong Cesvi)

DIFENDERE I DIRITTI
Dall'alto, pescatori in Mozambico, dove Eni Foundation ha un progetto di salute pubblica in un distretto rurale. Una raccoglitrice di cacao: secondo l'ong Oxfam le multinazionali del cioccolato fanno troppo poco per le lavoratrici

I VANTAGGI

Quali sono state le ricadute, i vantaggi per la sua impresa delle iniziative di Csr realizzate nel 2015? Valori in % (più risposte consentite)

Base: 319 imprese che hanno investito in Csr



Fame nel mondo

Ancora grave ma c'è qualche buona notizia

La fame nel mondo è ben lontana dall'essere sconfitta. A tracciare il bilancio è l'Indice globale della fame 2016, redatto dall'Ong Cevsi, che ha analizzato 118 nazioni. In 43 i livelli di denutrizione rimangono gravi e in sette allarmanti. A vivere la peggior situazione è l'Africa a sud del Sahara, seguita a breve distanza dall'Asia meridionale. Tra i dieci Paesi con i più alti livelli di fame troviamo anche Repubblica Centrafricana, Ciad, Zambia, Haiti, Madagascar, Yemen, Sierra Leone, Afghanistan, Timor-Est e Niger. Secondo il rapporto, i

denutriti cronici sono circa 795 milioni, un bambino su quattro è affetto da arresto della crescita e l'8 per cento da deperimento. Il report evidenzia però anche segnali positivi: il livello di fame nei Paesi in via di sviluppo è diminuito del 29 per cento dal

2000 a oggi. Inoltre, per il secondo anno consecutivo, nessuna nazione (tra quelle di cui si dispone di dati) è rientrata nella categoria estremamente allarmante.

Un aiuto arriva inoltre dalle iniziative sviluppate a favore delle comunità locali. Per esempio, in Zimbabwe, dove oltre 2,8 milioni di persone sono affette da insicurezza alimentare, Cevsi ha sviluppato il progetto "Shashe Citrus Orchard" in cui gestisce insieme alla comunità di Shashe (località al confine con il Sudafrica e il Botswana) un aranceto di 90 ettari in una zona desertica, trasformata così in un'opportunità economica per la popolazione (nella foto sopra). (s.d.p.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Microcredito

I Paesi salvati dalle "banche dei poveri"

Sostenere imprenditoria e inclusione sociale con il microcredito. Una strada sempre più battuta nei Paesi in via di sviluppo dove milioni di famiglie hanno difficoltà ad accedere al prestito bancario a causa della mancanza di garanzie e delle ridottissime dimensioni imprenditoriali. La nascita di questo strumento risale al 1974: il Bangladesh era stato colpito da una violenta inondazione seguita da una grave carestia e l'economista Muhammad Yunus concesse un prestito di 27 dollari ad alcune donne che producevano cesti in bambù nella città di Jobra, vicino all'università dove insegnava. I cesti venivano venduti a un prezzo molto basso che a malapena consentiva di ripagare la materia prima, ma con la piccola somma ricevuta fu possibile imprimere un'accelerazione all'attività, ripagando il debito.

L'esperimento portò alla fondazione della Grameen Bank in India e in Bangladesh, conosciuta come "la banca dei poveri" perché ancora oggi concede microprestiti senza richiedere garanzie collaterali. I beneficiari devono solo dimostrare che il loro progetto è valido e affidabile. Oggi la Grameen Bank finanzia più di 500 banche che prestano fondi ai gruppi di auto-aiuto e lo strumento è uscito dai confini di India e Bangladesh per estendersi ad altri Paesi, soprattutto dopo la crisi finanziaria del 2009 che ha portato le banche ad accentuare la stretta al credito, tagliando fuori intere fasce di popolazione e di imprenditori. (s.d.p.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

