



Abbiamo tre impegni interdipendenti tra loro: sostenibilità delle filiere; benessere e felicità per tutti gli stakeholder; economia circolare. Non c'è qualità senza sostenibilità.

Andrea Illy, presidente Illycaffè

Dialogo tra la fondatrice di Human Foundation e il presidente di Gsg, rete globale della finanza a impatto
Si rischia una «cortina di fuoco» sempre più alta tra ricchi e poveri: «Le aziende devono muoversi per evitarlo»
L'importanza della «misurazione» dei risultati: cinque anni per arrivare a una «transparency» su scala mondiale

Melandri e Cohen: imprese **impact** anti-disuguaglianze

Ospitiamo in questa pagina un dialogo fra Giovanna Melandri e sir Ronald Cohen che presiede il Global Steering Group, rete mondiale della finanza ad impatto. In Italia è rappresentata da Social Impact Agenda, presieduta da Melandri

Ci conosciamo da dieci anni e condividiamo una convinzione: non è possibile cambiare il mondo, nella direzione di una maggiore giustizia sociale e ambientale, senza coinvolgere le energie migliori del capitalismo. Investitori e imprese devono combinare la ricerca del giusto profitto con la necessità di generare valore sociale e ambientale positivo, come cercano di fare anche le B Corp e le Società Benefit. **Impacto**, che è anche il titolo del tuo libro appena pubblicato in Italia per la Luiss University Press.

(C) «Infatti non può essere solo la politica a mobilitare risorse verso l'abbattimento delle conseguenze delle ingiustizie sociali e ambientali. I privati sono parte attiva, direi decisiva, per cambiare il paradigma socio-economico».

Secondo la World Bank 100 milioni di persone sono entrate in condizione di povertà assoluta. Con un intreccio conclamato tra crisi energetica e aumento delle povertà, come dimostrano l'impennata dell'inflazione, i nuovi conflitti bellici, il caro bollette. Cosa ci aspetta nei prossimi mesi?

«Rischiamo ancora una volta che una "cortina di fuoco" separi i ricchi dai poveri nelle nostre città, nei nostri Paesi e continenti. Le tensioni sociali rischiano di moltiplicarsi. Le imprese devono fare la loro parte. Giocano un ruolo importante nel determinare i cambiamenti climatici e le disuguaglianze sociali. Le loro emissioni determinano la quota maggiore del riscaldamento globale. Le loro politiche del lavoro possono comportare esclusione sociale ed economica».

Molti strumenti del Recovery Plan vanno nella direzione del sostegno all'impact entrepreneurship: un'impresa capace di fare bene sul piano degli utili e, al tempo stesso, di fare del bene e farsi protagonista di una triangolazione con l'attore pubblico e gli investitori pri-



Chi sono

Giovanna Melandri, presidente di Human Foundation e di Social Impact Agenda, con sir Ronald Cohen, che presiede il Global Steering Group (Gsg)



Il libro

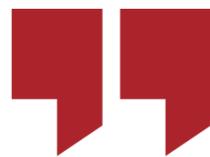
L'imprenditore e filantropo sir Ronald Cohen, ha dedicato 20 anni alla finanza sociale che racconta in *Impacto. La rivoluzione che sta cambiando il capitalismo* (Ed. Luiss University)

vati per mettere in campo azioni trasformatrice.

«Il Governo Italiano ha una grande opportunità: incoraggiare quegli investimenti capaci di accrescere la capacità delle imprese di generare valore. È questa la nuova frontiera dell'economia e della società italiana». **La "riconversione impact" delle imprese, come scrivi spesso, è un'operazione win-win? Perché?**

«Come spiego nel libro, il modello profit-with-purpose su cui si basano le impact company rappresenta una decisione di business sempre più

sensata, oltre che eticamente convincente. Intanto, la capacità di fornire prodotti e servizi a popolazioni sottoservite consente alle imprese di attingere a un'enorme domanda, il che a sua volta offre loro l'opportunità di crescere più velocemente di quelle che servono i mercati tradizionali a prezzi più elevati. Le imprese socialmente consapevoli inoltre evitano il rischio di imposte punitive che i governi potrebbero introdurre in futuro, come la carbon tax. Non solo: consumatori, dipendenti e investitori rifuggono sempre più spes-



Ma sono ancora troppe le realtà che mentono dichiarando attività con ricadute sociali: distinguiamo la verità dalle trovate di marketing

so dalle aziende nocive, e accolgono con favore gli imprenditori visionari e di talento».

L'impact economy, quindi, è pronta per uscire dalla sua nicchia e diventare mainstream?

«L'insediamento dell'International Sustainability Standards Boards (Issb) in sede di COP26 è stato un primo cruciale passo verso la creazione di un sistema trasparente per l'impatto delle imprese. La direzione è quella giusta».

Questa capacità delle imprese di generare valore sociale e ambientale, oltre che profitto, va misurata e certificata. Con Human Foundation lavoriamo da molti anni sulla diffusione della cultura della misurazione e della valutazione. E con Social Impact Agenda - il nodo italiano della rete mondiale che tu presiedi, il Gsg - siamo molto preoccupati del rischio «impact washing». Tu stai lavorando su scala mondiale a molte iniziative sulla impact integrity, tra cui quella sugli Impact Weighted Accounts. Di che si tratta?

«Ci vorranno dai tre ai cinque anni, a mio avviso, per arrivare a una piena "impact transparency". Noi, nel frattempo, stiamo investendo molto sulla Impact-Weighted Accounts Initiative (Iwai): un progetto congiunto fra il Global Steering Group for Impact Investment (Gsg), il motore del movimento a favore dell'impatto in tutto il mondo, l'Impact Management Project (Imp) e la Harvard Business School. L'originale approccio che segue prevede l'integrazione dell'impatto avuto da un'impresa nei suoi libri contabili ordinari. L'obiettivo è creare un sistema in base al quale l'impatto ottenuto dall'azienda influisca direttamente sul suo valore, in modo analogo al profitto. Sono troppe, oggi, le imprese che sostengono falsamente di svolgere attività che danno benefici sociali. Per alcune aziende, tali affermazioni sono poco più che una trovata di marketing».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il network

Social Impact Agenda per l'Italia è il network italiano che studia e promuove la finanza a impatto www.socialimpactagenda.it

BUONENOTIZIE
L'IMPRESA DEL BENE

SUPPLEMENTO DEL
CORRIERE DELLA SERA

Con il contributo di Fondazione Corriere della Sera

MARTEDÌ 22 FEBBRAIO 2022
ANNO 6 - NUMERO 7

Direttore responsabile
LUCIANO FONTANA
Vicedirettore vicario
BARBARA STEFANELLI
Vicedirettrici
DANIELE MANCA
VENANZIO POSTIGLIONE
FIORENZA SARZANINI
GIAMPAOLO TUCCI

RCS MEDIAGROUP S.P.A.
Sede legale: via A. Rizzoli, 8 - Milano
Registrazione Tribunale di Milano n. 268 del 27 settembre 2017

© 2022 COPYRIGHT RCS MEDIAGROUP S.P.A.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo prodotto può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.

REDAZIONE E TIPOGRAFIA
Via Solferino, 28 - 20121 Milano
Tel. 02-62821

CAIRORCS MEDIA S.p.A.
Sede operativa: Via A. Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02-25841 - Fax 02-25846848
www.rcspubblicita.it
Pubblicità: Sara Monzani
Marketing: Marco Quattrone e Beatrice Rotta

Responsabile: **ELISABETTA SOGLIO**
Vice-responsabile: Rossella Verga
In redazione: Paola D'Amico, Paolo Foschini, Davide Gorni (vice-caporedattore), Antonella Gesualdo (grafica)

Art Director: **BRUNO DELFINO**
Progetto: redazione grafica
a cura di **Michele Lovison**