

profitto
sociale

La responsabilità sociale va alla ricerca di un "impatto"

Si continuerà a pubblicare il bilancio sociale. A lavorare su certificazioni sociali e ambientali, codici etici. Insomma su tutta la ormai composita strumentazione della responsabilità sociale d'impresa, o csr. Tutte cose positive, sia chiaro. Ma oggi sono le stesse imprese ad avvertire la necessità di rinnovare il loro approccio alla csr, di fare qualcosa di diverso, anche per alimentarne una più coin-

volgente narrazione. E ciò spesso si traduce nel fare qualcosa insieme ad altri. In questo senso, rappresenta una novità assoluta in Italia quanto presentato in questi giorni da Gruppo Sea e Fondazione Opes. Il gruppo che gestisce il sistema aeroportuale milanese, nell'ambito della propria strategia di csr, ha effettuato verso la fondazione una donazione di 80mila euro. Queste risorse, però, si trasformeranno in investimenti. Poiché Opes è una delle poche realtà in Italia spe-

cializzate nell'impact investing, gli investimenti "a impatto", che mirano a obiettivi sociali definiti e misurabili oltre che al rendimento, generalmente equo, o low, e di medio-lungo periodo. Gli investimenti interessarono due imprese sociali in Africa, nate per favorire il progresso sociale e l'emancipazione dalla povertà. E alle quali Opes, che le ha individuate insieme a Sea, offrirà assistenza anche in termini di accompagnamento e sviluppo. Così il ruolo di Sea si trasfor-

merà da donatore a erogatore di capitale filantropico investito in progetti imprenditoriali a impatto. «È un intervento molto incoraggiante - dice Elena Casolari, presidente di Fondazione Opes -, un primo segnale di attenzione del nostro mondo corporate verso processi, diciamo, di csr evoluta, già presenti a livello internazionale». La prima impresa sociale oggetto d'investimento è KadAfrica, fondata nel 2011 a Fort Portal, Uganda, anche grazie a una partnership con la Ca-

ritas locale. Coinvolge nella produzione centinaia di donne delle comunità rurali, cui fornisce supporto tecnico e commerciale per aiutarle ad elevare significativamente il loro reddito. La seconda impresa sociale è Pure Fresh, che dal 2010 opera a Naivasha, in Kenya, un Paese dove il 43% della popolazione non ha accesso all'acqua potabile sicura. Pure Fresh estrae, purifica e commercializza acqua potabile in città. Garantendo, con prezzi contenuti, che anche famiglie a

basso reddito possano accedervi. «Ormai c'è consapevolezza che i fondi a dono - sottolinea Casolari - sono limitati in rapporto alle sfide titaniche che il mondo ha di fronte. È necessario un coordinamento diffuso di più attori e l'impact offre proprio questo: capitali da investire, che offrono un ritorno che viene poi reinvestito, e catalizzano ulteriori capitali».

Andrea Di Turi
© RIPRODUZIONE RISERVATA