

## Quando impresa e sociale si danno la mano

di **Giulio Sensi** | 07 ottobre 2016

Profit e non profit si incontrano per dialogare sul futuro dell'impresa sociale. In Italia si fa sempre più impresa nella dimensione sociale, ma anche viceversa



Si sono messi intorno ad un tavolo a raccontarsi e conoscersi e hanno scoperto che **in Italia si fa sempre più impresa nella dimensione sociale, ma anche viceversa**. Lo hanno fatto nei giorni scorsi alla **Geico Taiki-sha** di Cinisello Balsamo grazie all'organizzazione di **Mission Continuity** e il sostegno dell'azienda presieduta dall'**imprenditore iraniano Ali Reza Arabnia** uscita da qualche anno da una grave crisi. Oggi l'azienda, che opera nella realizzazione e progettazione di impianti automatizzati per la verniciatura delle scocche automobilistiche, ha ricominciato a crescere e ha messo in piedi una fondazione -Pardis- che finanzia progetti di startup per i giovani della Brianza.

Intorno al tavolo c'era anche Mattia Macellari, presidente del Gruppo Giovani imprenditori di Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza. Macellari è impegnato sui temi della responsabilità sociale di impresa. "E' un dovere -ha affermato- per i giovani imprenditori far crescere le aziende nella dimensione sociale: la cultura di impresa non può più prescindere da questa logica".

**A dialogo le esperienze sociali -per forma o per missione- che hanno mostrato uno spaccato, spesso nascosto dietro le quinte dell'operatività quotidiana, del produrre valore sociale realizzando concretamente progetti che generano valore per la società.**

"Le forme sono diverse e tutte possibili" ha ricordato Paola Palmerini, fondatrice di Mission Continuity e Presidente di Confassociazioni Terzo Settore.

Ci sono progetti nati per rispondere a bisogni di malati rari che avvicinano le imprese nella logica dell'innovazione, come quello di AICH Milano Onlus realizzato grazie all'esperienza di Mission Continuity, "...ma così è la vita!" che mira ad aumentare la qualità della vita delle persone affette da Malattia di Huntington, attraverso il design for all e la progettazione partecipata di oggetti utili per la gestione della vita quotidiana di malati e caregiver. C'è la rete di imprese che ha formato Friendly Srl, una società di capitali che investe gli utili in progetti sociali creando ausili di domotica ritagliati sui bisogni della persona disabile, mettendo a fattor comune capacità ideative e innovative. C'è la start-up a vocazione sociale Human's Garden, che attraverso un processo di coltivazione in acqua ponica ha recuperato un terreno abbandonato e reso utile per tutti ciò che prima era inutile. C'è Right Hub, una B Corp, una società benefit che si occupa di Social Procurement, affiancando le imprese profit e le organizzazioni non profit per costruire un modo responsabile di acquistare beni e servizi da cooperative e imprese sociali. E ci sono i progetti di inserimento lavorativo di giovani, come quello di Fondazione Pardis, che mira a far crescere i talenti all'interno delle aziende, supportando la fase di training, e di cui è testimone Sme.Up. Spa, che ha partecipato al progetto e che ha toccato con mano quanto sia importante ridefinire il proprio impegno sociale, anche occupandosi dei giovani del proprio territorio e facendo fruttare le loro competenze.

C'è poi il tema della finanza che assume un'importanza cruciale soprattutto quando le dimensioni si fanno importanti. A supportare esperienze di questo genere ci sono strumenti di finanza sociale, come quelli illustrati da Andrea Cingoli, amministratore delegato di Banca Esperia, che ha posto l'accento su come sia sempre più importante, per il grande donatore, avere una chiarezza dell'impatto dei progetti sociali in cui investe. Tema, questo, ripreso anche da Human Foundation, che dal 2013 lavora alla Social Impact Agenda per l'Italia, poiché il mondo della filantropia sempre più si sta focalizzando sulla sostenibilità economica delle iniziative sociali e dove quindi la misurazione delle ricadute diventa sempre più un indicatore di performance e, di conseguenza, di merito.

**Dalle esperienze condivise durante la giornata "emerge un terzo settore imprenditoriale, presente nella sua accezione volontaristica e nella sua declinazione associativa, che grazie alla riforma del terzo settore può prendere forma" ha chiosato Flaviano Zandonai di Iris Network "ora che il mix tra economia e sociale è sempre più diffuso, dove le due accezioni non si escludono ma si incorporano".**

La commistione tra profit e non profit, le partnership tra questi due mondi come il risultato di un incontro di intenti, di una comunanza di interessi, che vanno condivisi, e che "devono solo incrociarsi a metà del ponte, costruendo una relazione che mette in contatto necessità, esigenze e visioni che sempre più vanno nella stessa direzione" ha detto Federica Zappalaglio parlando dell'approccio di Mission Continuity. Zappalaglio ha preso le parole di Zygmunt Bauman: "un ponte è il luogo privilegiato di incontro fra identità. E' il primo passo per superare il fossato, abbattendo i muri delle categorie e delle certezze, e costruire un mondo di "differenze allacciate"

"Stare sul ponte -conclude Mission Continuity- e guardare chi si incontra, costruirlo progettandolo nel dettaglio dalle sue fondamenta, osservare l'orizzonte e identificare le possibilità future e le esigenze attuali: sono questi i passi necessari per fare impresa nella dimensione sociale, ma anche per far emergere le qualità imprenditoriali delle organizzazioni che di sociale si occupano, da sempre".