

Il caso. L'impresa sociale sfida il mercato col fattore E(tica)

ANDREA DI TURI
MILANO

La sfida oggi per l'impresa sociale è affermarsi sul mercato. Per dimostrare che è possibile essere competitivi senza snaturarsi, facendo anzi leva proprio sugli elementi qualificanti dell'imprenditoria sociale. A cominciare da un modo etico di intendere l'attività economica.

È il messaggio di fondo lanciato ieri dalla tavola roton-

da organizzata da UniCredit Foundation a Milano per la premiazione dei vincitori del bando UniCredit Carta E 2014, che ha assegnato complessivamente 500mila euro. Una somma raccolta grazie a Flexia E, la carta di credito di UniCredit che per ogni transazione effettuata e senza costi per il titolare destina il 2 per mille del controvalore a un fondo destinato a progetti ad alto valore sociale.

Le sette imprese sociali vincitrici quest'anno (su 166 candidate) sono state selezionate in collaborazione col Cergas Bocconi e hanno ricevuto ciascuna 60mila euro. Altri 80mila euro sono stati ripartiti proporzionalmente in base alle preferenze espresse dai dipendenti di UniCredit (8mila quelli che hanno partecipato al voto): il contributo più consistente (79.440 euro) è andato alla fine alla Cooperativa sociale Il Margine, che ha dato vita a una filiera di produzione agricola, apistica e vivaistica a Torino per l'inclusione lavorativa di giovani e disabili.

«Queste imprese sociali – ha detto Maurizio Carrara, presidente della Fondazione – hanno necessità di capitali freschi per ampliarsi o per lanciare linee di prodotti innovativi. Oltre all'affidamento bancario, l'altra strada per ottenerli è rivolgersi a privati, che investono accettando il rischio in cambio però di una remunerazione». Il tema è quello di come sostenere la crescita delle imprese sociali, cui era dedicata la tavola rotonda. «Oggi siamo attrattivi verso il mercato, ma dobbiamo essere capaci di accoglierlo», ha affermato Simone Marzocchi, direttore di For.B, cooperativa sociale forlivese che ha incubato il progetto Apebianca, primo centro commerciale dedicato al consumo consapevole. Mentre Vincenzo Linarello, presidente del Gruppo cooperativo Goel, nato nella Locride su stimolo di monsignor Bregantini, ha sottolineato come «l'etica è oggi un fattore competitivo, una fonte d'innovazione e insieme una risposta al bisogno di senso».