

VITA



CORPI IN BATTAGLIA

Una grande intervista
ad Aldo Busi, il più eretico
degli scrittori italiani, che apre
un'intensa riflessione sul corpo.
Nell'era della mercificazione
nessuno rimane illeso...

UNIPOL

Guardarsi dentro per tenere fuori l'azzardo

L'analisi degli asset renderà la compagnia 100% no slot

Dinanzi a una situazione complessa e articolata occorre intervenire con «approcci che siano capaci di agire concretamente su questa situazione o si rischia lo stallo». A dirlo (in occasione della presentazione del progetto «Per gioco non per azzardo») è Pierluigi Stefanini, presidente di Unipol, il principale gruppo assicurativo nel settore danni che si appresta alla definizione del piano industriale che lo impegnerà nei prossimi tre anni. Siamo «condannati a una scelta strategica fondamentale: produrre innovazione e coerenza», ha rimarcato Stefanini, «e in questa innovazione e coerenza, ribadire il ruolo sociale di un'assicurazione in un contesto di stress economico e di diffusa fragilità sociale».

Stefanini: «Il ruolo sociale si costituisce con innovazione e coerenza»

In questo senso, Marisa Parmigiani, responsabile corporate responsibility di Unipol, ha illustrato il piano di azione che Unipol intende «mettere in campo». L'azzardo diffuso e il machine gambling sono da tempo un rischio monitorato dal settore assicurativo. Lo è a tal punto da essere indicato da tutti i report come «rischio che toccherà il settore nei prossimi 5 anni». Come ha agito o reagito Unipol a questo rischio?

La nuova credit policy

«Prima di tutto», ha osservato la Parmigiani, «abbiamo monitorato il nostro patrimonio e i nostri investimenti. Ci siamo guardati dentro per capire e fare la nostra parte». Risultato? «Non abbiamo riscontrato alcun tipo di elemento macro che andasse in direzione del settore del gioco. Anzi: abbiamo identificato un investimento sul mercato di Londra, che abbiamo dismesso. Poi, ci resta in pancia un investimento infinitesimale - lo 0,007% - in un private equity che siamo costretti a portare a scadenza, ma nient'altro». Non solo. «Per credit policy», ha proseguito la Parmigiani, «abbiamo poi deciso di non concedere crediti ad aziende collegabili al settore del gioco d'azzardo». L'esame delle società diversificate di Unipol mostra, poi, come non risultano locali affittati negli immobili di proprietà del gruppo dedicati ad attività prevalentemente di gioco o che siano dati in locazione a società collegate al settore gambling. Infine, con riferimento ai dipendenti, le attività di comunicazione risultano orientate a fornire indicazioni trasparenti per il contrasto ai fenomeni delle dipendenze, dei comportamenti devianti o problematici. —*Marco Dotti*

GOOD BUSINESS

La sfida dell'economia sociale è saper fare «business»

Luca Guzzabocca

General Manager Right Hub



Il 10% delle imprese e il 6,5% dell'occupazione in Europa. In Italia 14 mila tra cooperative e imprese sociali. Sono solo alcuni dei numeri che esprimono la forza che già oggi l'economia sociale possiede, da noi e a livello continentale. Ma per svilupparsi questo mondo da una parte deve farsi conoscere di più e meglio, dato che

la business community ancora in gran parte lo ignora, uscendo dall'autoreferenzialità. Dall'altra deve vivere i forti cambiamenti in atto (in primis la progressiva riduzione di risorse pubbliche accessibili) come un'opportunità epocale di innovarsi, reinventarsi, acquisire competenze nuove.

La grande sfida è quella del nuovo mercato che va prendendo forma, sempre più fluido e «ibrido», dall'incontro tra i bisogni delle comunità e le organizzazioni che, accanto al soggetto pubblico, sono chiamate a soddisfarli in modo sempre più imprenditoriale, cioè economicamente sostenibile.

Una sfida dove peraltro l'impresa sociale parte favorita, perché per natura vocata al raggiungimento di obiettivi sociali e insieme economici.

Una delle strade che paiono fin da oggi più percorribili in questo senso è quella, per le imprese sociali, di proporsi come alternativa «normalizzata», conosciuta e riconosciuta dal mercato, nella fornitura di una varietà di beni e servizi alle aziende. Specie nei confronti di quelle che già hanno capito l'importanza, prima di tutto strategica, di integrare nella loro filiera organizzazioni che sanno essere competitive sia in riferimento al rapporto qualità/prezzo della loro offerta, sia al tasso di responsabilità sociale del loro approccio.

Quanto di più lontano, insomma, da logiche buoniste, che costringerebbero l'economia sociale a restare nella marginalità: è sulla capacità di fare business, preservando intatta la loro identità e missione, che le imprese sociali si giocano il futuro.

97

QUESTA RUBRICA

Quando profit e non profit vanno in tandem

Quanto è vasto il terreno comune fra mondo delle imprese for profit e mondo dell'impresa sociale? Quali le sfide e le risposte ai bisogni emergenti a cui questa alleanza è in grado di rispondere concretamente, sui territori e nelle comunità? Questa rubrica nasce per rispondere a queste domande impegnandosi a farlo, più che con la teoria, attraverso il racconto di buone pratiche. Oggi si parla spesso di ibridazione profit e non profit e l'impresa sociale è entrata a pieno titolo nel mainstreaming anche di organi di informazione generalisti. Ma come distinguere fra buona e cattiva ibridazione, fra ibridi in grado di generare impatto sociale e ibridi solo di facciata? Seguiteci, proveremo a scoprirlo insieme.