

## **La teoria del valore condiviso**

### **Il ruolo delle aziende come acceleratore del sistema economico e dell'occupazione**

*Gruppo Territoriale San Miniato*

*Referente Paolo Giani*

Il nostro gruppo territoriale, quello che io rappresento, ovvero il gruppo di San Miniato, in relazione al problema dell'occupazione, ha sviscerato l'argomento prendendo come spunto -ed andandola poi ad analizzare- la teoria di Michael Porter in merito alla creazione del "Valore Condiviso" che Porter ha formulato nel 2011 e da cui si evince che le aziende debbono attivarsi per riconciliare business e società: creare valore economico in modalità tali da generare contemporaneamente valore per la società, rispondendo ad un tempo alle necessità stesse dell'azienda ed alle esigenze di tipo sociale. Un nuovo punto di vista quindi che concerne la valorizzazione del know how dell'impresa e la riconfigurazione delle relazioni lungo la catena del valore.

Più in particolare, il punto di partenza dell'analisi, si basa sulla grave crisi economica contemporanea su cui pesano le forti responsabilità gestionali di aziende, istituzioni economiche finanziarie e mercati, rendendo necessario, secondo Porter, reinventare un modello capitalistico su nuove basi.

Il principio della "creazione di valore condiviso" significa, per l'azienda, dare ai fornitori aiuti per renderli più profittevoli e competitivi, favorire la prosperità e l'istruzione della comunità in cui opera, per usufruire di un personale competente, salvaguardare le risorse naturali. In buona sostanza la competitività di un'azienda e il benessere della comunità sono strettamente interconnessi, dal canto suo la società ha bisogno di imprese di successo ed in grado di mettere a disposizione dei suoi componenti posti di lavoro per creare ricchezza e benessere.

La creazione del valore condiviso, si focalizza quindi sull'individuazione e sull'espansione delle connessioni tra progresso economico e progresso sociale.

Michael Porter, nel definire la "catena del valore" in ottica del "valore condiviso", individua alcune aree nelle quali è necessario concentrare gli sforzi e sperimentare il nuovo approccio:

- energia e logistica,
- uso delle risorse,
- acquisti e rapporti con i fornitori,

- localizzazione,
- produttività e benessere dei dipendenti.

Su questo ultimo tema si va sempre più diffondendo una nuova consapevolezza sugli effetti positivi che un salario dignitoso, la sicurezza sul lavoro, il benessere, la formazione permanente, la possibilità di conciliare i tempi di lavoro con i tempi di vita, la gestione della diversità, una maggiore attenzione alle pari opportunità, possono avere sulla creazione del valore condiviso.

La strada del Valore condiviso richiede costante impegno di tutti gli attori coinvolti, partendo da Governi e Pubbliche Amministrazioni.

Ad oggi vi sono esempi concreti di aziende che stanno mettendo in atto la catena del valore condiviso e vorrei portare il caso SAN PELLEGRINO leader nel settore del beverage.

La società ha considerato le relazioni con tutti i portatori di interessi (stakeholder) come parte integrante del proprio modello di business, vuol dire produrre un effetto leva e diventare un acceleratore della competitività del sistema economico, generando a cascata occupazione e promuovendo la coesione sociale.

Il metodo sviluppato parte dall'esame dell'intera filiera produzione-consumo, studiando l'insieme delle fasi a monte, ovvero fornitori di beni e servizi e le fasi a valle, ovvero logistica e distribuzione.

Detto questo, oltre ad un ottimo fatturato, è interessante sottolineare che tutta la filiera dell'azienda coinvolge circa 4.550 aziende che nel corso del 2012 hanno portato occupazione a 7.000 persone in Italia, dato questo che è pari allo 0,17% degli impiegati nell'industria Italiana. Di questi, quasi 1.600 sono dipendenti diretti del gruppo ciò significa che per ciascuno di loro, sono stati creati altri 3 posti di lavoro ed in uno scenario economico difficile come quello che stiamo vivendo, è di fondamentale importanza riattivare i moltiplicatori dei posti di lavoro.

E' quindi evidente come questa Azienda abbia saputo ridisegnare un proprio modello economico che ha puntato a politiche orientare sulla crescita ma anche, al contempo, alla sostenibilità sociale.

Stesso esperimento sul tema del valore condiviso stanno facendo altre aziende come Pirelli e Nestlè.

Brevemente, per Nestlè, la creazione di valore condiviso si basa su un impegno senza riserve a favore della sostenibilità ambientale. Infatti ha integrato questo tipo di approccio in ogni fase della sua catena del valore, dall'agricoltura allo sviluppo rurale fino alla distribuzione dei prodotti ai consumatori, per arrivare, infine, allo smaltimento dei rifiuti. Si tratta sostanzialmente di creare opportunità di business, ma anche di contribuire alla soluzione di problematiche sociali.

Per ciò che riguarda, invece, Pirelli mi ha colpito molto la frase che l'azienda utilizza nel suo

sito: “Creazione di Valore condiviso = Ritorno del Valore”.

*“Operare per garantire uno sviluppo responsabile di lungo periodo, nella piena consapevolezza dei legami e delle interazioni esistenti tra le dimensioni economica, sociale e ambientale, considerandole ripercussioni che una decisione assunta in uno di questi ambiti esercita sui restanti. Cercare la leadership nella ricerca e nello sviluppo di tecnologie e prodotti “verdi”, anticipando la domanda del mercato, nella consapevolezza degli effetti positivi che l’operato di oggi avrà sul mondo di domani. Coniugare creazione di valore, progresso della società, attenzione ai portatori di interesse, innalzamento degli standard di vita e qualità dell’ambiente.”*

*(Codice Etico/Valori - Crescita Sostenibile)*

*“Il Gruppo Pirelli intende contribuire al benessere economico e alla crescita delle comunità nelle quali si trova a operare attraverso l’erogazione di servizi efficienti e tecnologicamente avanzati”.*

*(Codice Etico - Comunità).*

Penso non ci sia molto da aggiungere a quello che è la mission e la vision di questa azienda.

Avviandomi verso la conclusione, ritengo che sia necessario che le imprese per raggiungere questo obiettivo, l’obiettivo del Valore Condiviso, debbano smetterla di considerarsi estranee al bene comune e alla creazione di capitale sociale, limitandosi a vestirsi di “verde” e di “sociale”. È necessario cambiare paradigma se si vuole dare una nuova prospettiva, un nuovo futuro al “fare impresa” e con esso una nuova credibilità, dignità, legittimità all’imprenditore.

Le esperienze maturate e trasferibili sul valore condiviso sono già molte e significative. Basti pensare agli esempi che abbiamo appena citato.

A questo punto si pone però un interrogativo che sarà, per il nostro gruppo, oggetto di approfondimento sul rapporto tra valore condiviso e bene comune e tra questi due ed i principi della dottrina sociale della Chiesa.

Tutto questo nella speranza che l’impresa, cambiando paradigma, come abbiamo prima auspicato, possa avere nuove prospettive, un nuovo futuro e la capacità di creare capitale sociale e nuovi posti di lavoro.

Grazie

Gruppo Territoriale San Miniato

Referente Paolo Giani