

# Prima del viaggio

di Stefano Montobbio  
[Responsabile Sri di BSI](#)

La richiesta è arrivata chiacchierando durante una conferenza: un articolo, qualche commento sul significato di sostenibilità nell'ambito degli investimenti. Accade talvolta che le domande arrivino al momento giusto. Dopo anni di riflessioni, discussioni e ragionamenti diventa necessario fare ordine. I processi di apprendimento e approfondimento sono infatti raramente lineari, soprattutto quando nascono in maniera impulsiva, guidati da un'idea, da un desiderio, più che da un progetto strutturato. Il percorso compiuto è spesso irregolare, a spirale; s'impara dai propri errori. L'esperienza, le discussioni aprono spazio a nuove idee, spunti, opportunità. Un percorso di ricerca verso un modo d'investimento diverso, più corretto può cominciare per passione, perché si pensa che sia giusto e stimolante. Se poi c'è un pizzico di fortuna e l'opportunità, l'idea può diventare progetto e si struttura, prende forma e cresce. La volontà di provare a ricostruire il percorso ed i ragionamenti fatti comporta però un cambiamento rispetto all'idea iniziale. Da un articolo l'idea si amplia e passa ad una storia, al racconto di un progetto o di un viaggio verso un modo d'investire e di "ragionare finanza" più sostenibile.

Questo è il primo articolo di una serie che ha la speranza di riuscire a fornire qualche spunto di riflessione sul rapporto tra finanza e sostenibilità. Alcuni aspetti saranno accennati soltanto per poi essere ripresi e rielaborati successivamente. La necessità di pensare per capitoli implica che alcuni punti e ragionamenti, che sarebbero strettamente legati ed interconnessi, vadano separati in maniera forzosa. Lo stile è quel che è, non tutti nascono Manzoni.

La storia, questa storia, è nata per interesse personale, ma ha avuto la fortuna di nascere in un contesto favorevole. È stata appoggiata e curata, lentamente ha fatto passi in avanti, ha la fortuna di potersi raccontare.

Se la storia deve servire per metter ordine ed avere una logica, bisogna partire dall'inizio. D'istinto il primo punto da sollevare è quello relativo al concetto di sostenibilità, cosa vuol dire questa parola molto usata, forse troppo? Tuttavia a monte potrebbe esserci un'altra domanda. Per quale motivo interessarsi al lungo

termine, alla sostenibilità negli investimenti? Prima ancora di dare un significato alla parole “sostenibile” o “lungo termine”, bisogna capire perché devo darglielo. Perché farlo come persona, come dipendente, perché infine farlo come azienda?

La risposta non è purtroppo semplice, almeno per noi, ed è resa ancor più difficile dal fatto che considerazioni etiche si mischiano con altre di tipo più opportunistico o pragmatico. Servirebbe una grande lucidità e profondità di pensiero, conoscenze più estese delle nostre. Però, sia pure in maniera imperfetta, pensiamo che la storia possa andare avanti e speriamo di riuscire lo stesso a contribuire al dibattito sulla sostenibilità.

Per semplicità cercheremo di tenere separate considerazioni di ordine diverso, etiche, razionali o opportunistiche pur sapendo che lo sforzo è destinato a parziale fallimento. La realtà è molto più complessa di quanto sarebbe desiderabile.

Un possibile punto di partenza è in un certo senso filosofico o giuridico. È facile osservare che il nostro sistema democratico è in difficoltà quando si tratta di pensare a lungo termine. Per quale motivo allora un privato cittadino, un consumatore o il mondo del business dovrebbe interessarsi ad un simile orizzonte temporale? In fin dei conti è difficile pretendere da un'azienda, il cui scopo è di fare utili e profitti, di ragionare in maniera sostenibile quando lo stesso sistema politico e democratico sovente non ci riesce. La stessa cosa è difficile da chiedere al singolo individuo.

A peggiorare la riflessione occorre dire che questa difficoltà nel guardare avanti non è necessariamente una stortura degli ultimi anni, non è una “interpretazione” capitalistica della democrazia, ma nasce in buona parte insieme al pensiero democratico.

JJ. Rousseau scriveva che: *“La volontà non può darsi dei vincoli per il futuro. Inoltre non può acconsentire a qualcosa che non sia nell'interesse di chi la esprime.”*

T. Jefferson aggiungeva che: *“La terra appartiene ai vivi”*. È necessario ricordare che quando Rousseau o Jefferson scrivevano la situazione socio-politica ed ambientale era ben diversa dall'attuale. Rivoluzioni francese e statunitense, illuminismo, fine della monarchia, ansimi di libertà. Fiducia nel pensiero razionale. Di problemi ambientali, poi, nemmeno l'ombra.

Esistono quindi diverse giustificazioni per questa attenzione al presente. Tuttavia Jefferson aggiungeva: *“I vivi, durante il loro periodo di usufrutto, possono gestire la terra ed i suoi frutti a loro piacimento”*. Introducendo il concetto di usufrutto, Jefferson aveva un'intuizione estremamente attuale. Il contesto in cui utilizzava questo termine era legato alla necessità di non creare debiti finanziari che eccedessero la capacità di ripagarli da parte del debitore (e anche questa

considerazione può essere letta oggi con un certo interesse....), ma se pensiamo al debito ambientale che stiamo accumulando, la frase di Jefferson appare in tutta la sua forza. Spiegava poi: *“Nessuno può obbligare la terra al pagamento di debiti contratti da lui. Se così fosse, egli potrebbe consumare, durante la sua vita, l’usufrutto della terra per diverse generazioni. Di conseguenza la terra apparterebbe ai morti e non ai vivi”*.

Il consumo di risorse ed il “saccheggio” ambientale che l’umanità sta portando avanti rischia di far sì che le prossime generazioni ricevano un ambiente di proprietà di una generazione ormai passata, che l’ha incautamente ipotecato. In questo caso la terra apparterebbe ai morti. La definizione che la terra appartiene ai vivi va quindi intesa in maniera leggermente diversa da quanto fatto finora. La terra appartiene sì ai vivi, ma tra questi occorre includere anche coloro che verranno, che ancora devono vivere. Non può in ogni caso appartenere a coloro che sono ormai defunti. Il problema della futura generazione, purtroppo per lei, è che non può ribellarsi o protestare. Al massimo può svegliarci di notte!

Fortunatamente il diritto e la filosofia contemporanea approfondiscono queste tematiche da diversi anni. Articoli, recenti e meno, di filosofi, storici e giuristi quali Bobbio, Rosanvallon o Zagrebelski mostrano, molto meglio di quanto siamo in grado di fare noi, come le riflessioni in tal senso siano forti e vive. La consapevolezza che il sistema democratico deve adattarsi ai cambiamenti, cresce. La coscienza della necessità di porre limiti allo sfruttamento della terra, aumenta. Questo è un inizio, ma è fondamentale; se la Società e le istituzioni democratiche capiscono che non si può ipotecare il futuro, che non è giusto appropriarsi in maniera sconsiderata di risorse, che il nostro stile di vita rischia di essere incompatibile con il mantenimento dello stesso anche per le generazioni future, significa che il mondo sta cambiando. Naturalmente ogni cambiamento è lento e passa attraverso un lungo e faticoso ripensamento culturale. Il prossimo passo sarà forse di capire che accanto ai diritti esistono anche dei doveri.

Quale deve essere allora il ruolo delle corporations, delle aziende in un mondo che cambia? Intanto il cambiamento culturale modifica la domanda del consumatore. Se le richieste si orientano verso prodotti più rispettosi, meno inquinanti, più etici, il mondo aziendale sarà costretto ad adeguarsi. Un mondo di consum’attori, come si usa dire oggi, più consapevole, attento, colto ha la possibilità di modificare il sistema economico. In futuro ci piacerebbe tornare su quest’aspetto.

In ogni caso, da questo mondo che cambia, le aziende possono trarre dei vantaggi. Oggi il principale valore delle imprese non risiede solamente negli impianti o nella proprietà materiale, bensì negli *intangibles*, brevetti, capitale umano, marchio etc.

La capacità di posizionare il *brand*, di sviluppare nuovi prodotti e servizi più rispettosi, sostenibili o etici, può aggiungere valore ad un'azienda. Più il consumatore si muove in questa direzione, più sale il valore aggiunto. Anche l'efficienza di un'azienda migliora nel momento in cui calano i consumi di energia o materie prime. Non a caso le imprese più efficienti presentano solitamente ROA più elevati. L'attenzione a problemi di tipo ambientale e sociale, non elimina i rischi operativi, ma li riduce, così come riduce le eventuali ammende o sanzioni da pagare. Questo tipo di ragionamento non è necessariamente etico in senso stretto; non si parla di gratuità. Tuttavia non impedisce che un'impresa, nel suo agire, crei un ritorno positivo per la collettività. Un esempio può servire per meglio illustrare l'idea.

Danone ha costituito una joint venture con la Grameen, la Grameen Danone Foods, con lo scopo di produrre alimenti ad alto contenuto nutrizionale per i bambini del Bangladesh. Questa partnership è costituita sotto forma di *social business* e i soci, per contratto, non possono guadagnare dall'iniziativa. Danone però può naturalmente accumulare esperienza.

Ad una conferenza cui partecipava lo stesso M.Yunus, fondatore della Grameen Bank, del concetto di Microcredito e Nobel per la pace nel 2006, qualcuno dal pubblico sollevò un'obiezione: "Ma come? Lei non si accorge che Danone la sta sfruttando? Si fa bella alle sue spalle ed accumula know-how!"

La risposta fu la seguente. "Ah, e dire che pensavo di essere io lo sfruttatore perché ho convinto Danone a sviluppare e vendere prodotti che hanno migliorato la salute di molti bambini senza farle guadagnare un solo dollaro!"

Danone avrà anche sottoscritto quest'accordo per ottenere vantaggi in termini di esperienza ed immagine, ma l'operazione ha certamente un impatto positivo sulla popolazione. Probabilmente questo comportamento non può essere definito etico in senso stretto, ma è sicuramente sensato, utile, positivo per la collettività.

Forse l'idea che deve essere alla base della ricerca di sostenibilità è un cambio di congiunzione. La E al posto della O. Occorre cercare di vedere le cose non in contrapposizione. Un prodotto od un servizio non deve essere etico, sostenibile O profittevole, può essere sostenibile E profittevole.

Crediamo che la grossa sfida per le aziende e la collettività nel suo complesso sia proprio quella di muoversi in questa direzione, nel cercare di organizzarsi in maniera più efficiente, di creare un più alto valore per il maggior numero di persone possibile, *stakeholders* direbbero gli inglesi, da ogni singola iniziativa.

Certo, questo non è sempre possibile. Inoltre il nostro sistema assegna un compito specifico alle aziende, quello di fare utili. In quest'ottica quanto possono essere

ritenuti affidabili i discorsi sulla responsabilità sociale delle imprese? Quanto può permettersi un'azienda di essere socialmente responsabile, se deve cercare il profitto?

Un sistema che eleva la ricerca di profitto e ricchezza sopra ogni cosa, ha qualcosa di sbagliato, al pari di un sistema che impedisce completamente la ricerca dell'utile. Inoltre non sempre sono possibili scelte che, come sarebbe auspicabile, vanno a beneficio di tutte persone coinvolte.

Se questo è lo scenario in cui ci muoviamo, la responsabilità sociale delle imprese può diventare null'altro che un sistema di marketing per fare più profitti.

Pensiamo ad una campagna pubblicitaria che induce dei bisogni non necessari, che crea delle esigenze che devono essere soddisfatte comprando un determinato prodotto. Un'azienda che vende un prodotto inutile o addirittura dannoso rivolgendosi ad un pubblico di bambini, ma che riesce a ridurre il consumo di energia grazie a pannelli solari, può essere definita sostenibile? Chiaramente la definizione di responsabilità sociale non può essere lasciata alle aziende. Chi deve essere giudicato, non può diventare giudice.

Occorrono quindi due cose.

Da un lato occorre che la collettività, il consumatore, l'investitore creino un sistema di valori, di regole che devono essere rispettate. Voglio vivere in un mondo meno inquinato, voglio che l'infanzia abbia gli stessi diritti ovunque e devo quindi sforzarmi di costringere il sistema economico a muoversi in questa direzione.

Il binomio consumatore/investitore può stabilire i criteri che le aziende devono rispettare, ovunque esse operino. Peraltro, deve essere anche pronto a pagarne un prezzo. Diritti e doveri.

Se pensiamo a certe forme di sfruttamento di lavoratori nei paesi in via di sviluppo il discorso "meglio lavorare per poco che morire di fame" appare vero sia pure moralmente ed eticamente discutibile. Come faceva notare Joel Bakan in passato, con questa frase si giustifica anche la schiavitù. È giusto che i prezzi siano tirati all'osso per pagare un prodotto qualche euro di meno pur sapendo che questi pochi soldi rappresentano una settimana o un mese di lavoro per qualcun altro? Sono domande e risposte difficili.

Quello che è certo è che le aziende possono fare molto, ma non tutto. La definizione di responsabilità sociale non deve essere completamente lasciata all'arbitrio delle imprese. Serve un quadro, culturale prima e normativo poi, che stabilisca obblighi e libertà, diritti e anche doveri.

Dall'altro lato occorrono delle regole che stabiliscano criteri per lo sfruttamento dei beni comuni, quali acqua, aria, ecosistema. Oggi questi elementi sono disponibili

quasi gratuitamente, non hanno dei prezzi commisurati al loro valore. Questo quadro normativo non deve necessariamente essere imposto dall'alto, da un ente superiore. Il rischio in questo caso è quello di creare delle storture poco efficienti, di generare politiche incapaci di adattarsi ai cambiamenti. La gestione dei pascoli alpini, studiata dall'economista Elinor Ostrom, è un semplice esempio. Da centinaia di anni sono gestiti in maniera collaborativa, con tutti gli *stakeholders* che partecipano alla gestione e si suddividono oneri e utili. Tutti si vincolano a seguire le regole decise, se anche gli altri le rispettano. Gli studi sulla capacità di collaborazione degli *stakeholders* le sono valsi il Nobel per l'economia.

In un mondo dominato da internet e dalla comunicazione deve diventare possibile collaborare a costruire un sistema di valori che permetta di costruire una Società che funzioni meglio. Se questo è vero diventa necessario che ognuno, privato, consumatore, investitore, azienda, collabori alla costruzione di un sistema di valori e regole finalizzato a creare un'economia più giusta, sostenibile ed equilibrata. Un'economia, insomma, che funziona bene, per tutti. Interessarsi al lungo termine è quindi un dovere, un interesse, un sistema per contribuire a creare le regole che determinano il funzionamento della Società. È un sistema per provare a non essere passivo di fronte ad un mondo che cambia.