

# **Business manifesto**

## **sull'impresa a scopo sociale**

- Persegue una finalità sociale in modo economicamente sostenibile, vendendo al mercato prodotti e servizi di valore sociale, in regime di concorrenza. Il valore sociale dell'impresa, che deve essere chiaramente definito nella sua missione/oggetto sociale, può configurarsi come:
  - *Sviluppo di prodotti e servizi dedicati* a fasce disagiate/deboli della popolazione, venduti attraverso modelli di business innovativi che consentono un'ampia accessibilità da parte del target ed una sostenibilità economica nel lungo periodo
  - *Incremento dei "consumatori responsabili"*, attraverso lo sviluppo delle vendite di prodotti che generano un forte miglioramento sociale, ambientale o salutistico
  - *Costruzione di "imprese create all'inverso"*, ovvero aziende che partono dalla valorizzazione (economica e morale) delle capacità di soggetti disagiati della popolazione e su queste costruiscono un'impresa competitiva sul mercato
- I ricavi dalla vendita di prodotti e servizi al mercato devono costituire la parte predominante delle entrate dell'impresa (*almeno il 51% in ogni esercizio*)
- Nell'impresa a scopo sociale si sperimenta una nuova relazione fiduciaria tra finanza e competenza:
  - L'imprenditore-manager dovrà comprendere le ragioni del capitale e non quantificherà il suo grado imprenditoriale in base al numero delle azioni detenute
  - La finanza dovrà rispettare la competenza ed il ruolo dell'imprenditore-manager, riconoscendolo nel sistema di retribuzione e nel modello di governance
- Il capitale di cui c'è necessità è di tipo pionieristico, con l'intenzione di sperimentare nuovi modelli di impresa finalizzati a generare un cambiamento nella società
- L'intenzione del capitalista, in una fase di creazione di un nuovo market place, dovrà essere quella di:
  - Preservare il capitale e/o comunque attendersi un IRR basso
  - Assumersi un rischio di investimento piuttosto elevato, collegato al grado di innovazione del modello di business
  - Essere disponibile a un tempo di investimento di lungo periodo (7-10 anni), per garantire la sostenibilità
- L'imprenditore dovrà essere un innovatore entusiasta, ma anche e soprattutto un ottimo manager, in grado di garantire - in un mercato competitivo - il difficile *trade-off* tra l'impatto sociale generato (quantificabile e certificabile nel bilancio sociale d'impresa) e la sostenibilità economica dell'attività imprenditoriale