

Economia e mercato: solo profitto? Scenari e prospettive

18 novembre 2005

FORUM DEL TERZO SETTORE DI
VALLE CAMONICA

Mario Mazzoleni

www.mariomazzoleni.com

XXI secolo: da azienda opificio ad azienda agorà

Azienda opificio

predominanza variabili “hard” sulle
variabili “soft”, orientamento solo al
profitto, accentramento

predominanza variabili “soft”
sulle variabili “hard”, management
partecipativo, decentramento

Azienda agorà



L'agorà era, nelle antiche città greche, il luogo in cui le persone si radunavano per discutere di affari, di politica, di società: il luogo in cui il VALORE non era soltanto quello monetario ma consisteva anche nel sapere, nelle idee, nello scambio e nella valorizzazione della diversità



L'azienda agorà

Uno dei tratti distintivi dell'azienda agorà riguarda il ruolo delle PERSONE e il soddisfacimento dei loro bisogni da parte dell'impresa



Attenzione alle istanze sociali, ambientali, etiche

La creazione del valore

Ogni impresa deve creare VALORE

Azienda
opificio

Massimizzazione
delle
conseguenze
gestionali
(*profitto*)



Azienda
agorà

Presidio delle
cause di creazione
del valore
(*persone*)

Valorizzazione
intangibles

Il valore economico e “meta-economico”

Negli anni '60 si inizia a prestare attenzione al valore SOCIALE creato dall'impresa



impresa come **comunità economica e sociale** che contribuisce alla realizzazione del bene comune.

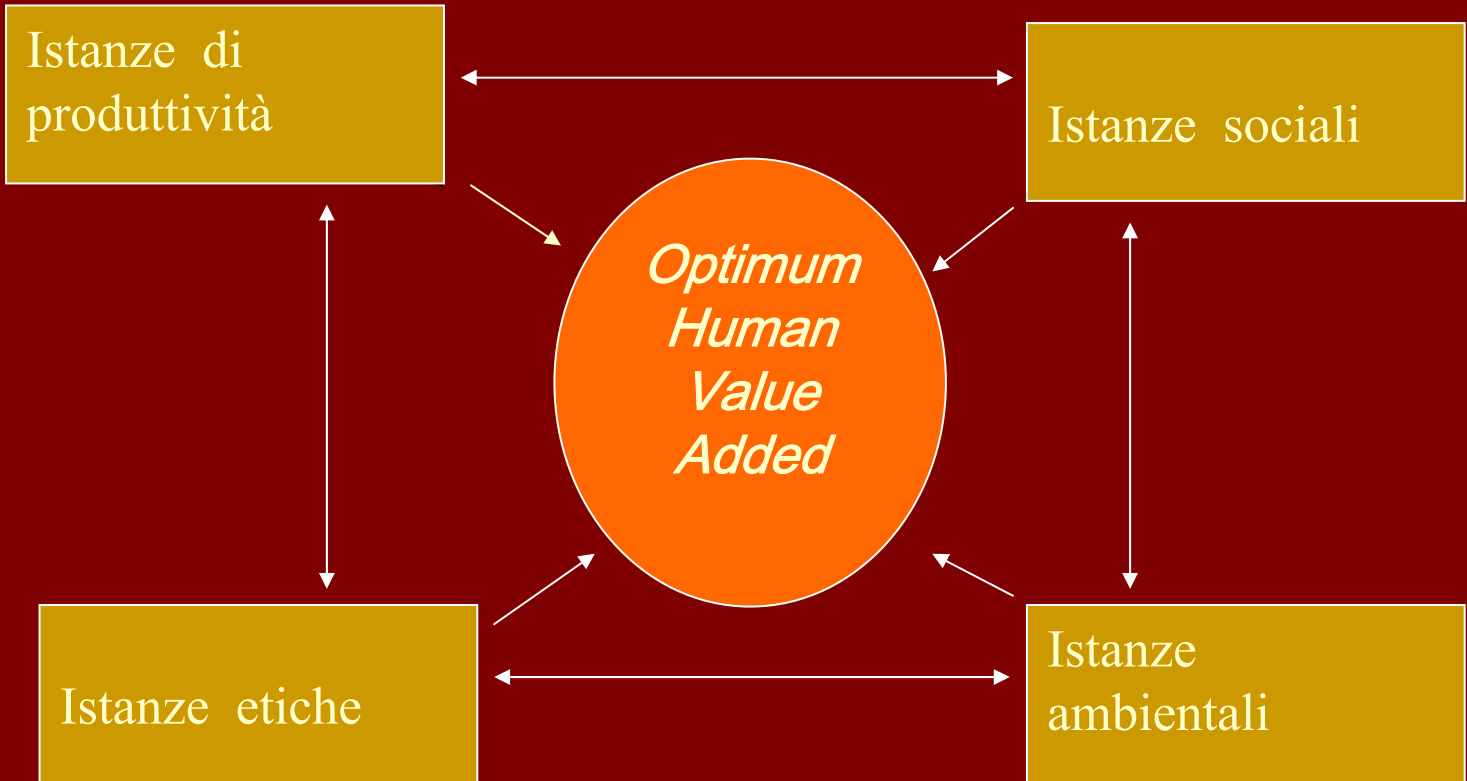
Evoluzione del finalismo di impresa

L'azienda rappresenta un sistema funzionale al raggiungimento di DIVERSE FINALITA' e al perseguimento di obiettivi di numerose classi di portatori di interesse



Teoria degli Shareholder - - - - -> Teoria degli Stakeholder

...dunque le richieste fatte all'impresa oggi



Il settore for profit: alcune riflessioni

- Tendenza a lavorare con logica di breve periodo anziché di lungo periodo;
- Enfaticizzazione della gestione finanziaria;
- Spinta innovativa non frequente;
- Tendenziale priorità delle finalità economiche rispetto a quelle di tipo sociale.

Il settore not for profit: alcune riflessioni

- Evoluzione del settore: domanda di servizi diversificati crescente;
- Welfare mix: graduale affermazione negli anni '90;
- Innovatività in due differenti accezioni:
 1. capacità di rispondere a “vecchi bisogni” in maniera innovativa;
 2. capacità di rispondere a bisogni emergenti in maniera tradizionale

Il bisogno di Welfare

Necessità di rispondere a vari bisogni (anziani, minori, tossicodipendenti, disabili diritto alla casa, al lavoro, allo studio..) non coperti dall'offerta pubblica e privata

OPPORTUNITA' del Not for Profit



Offerta di servizi che rispondono a esigenze di un modello **sussidiario** di Welfare

Cosa mutuare dal for profit?

- Aziendalizzazione del not for profit:

- Durabilità
- Autonomia
- Equilibrio
eco-finanziario

presupposti indispensabili
per il funzionamento
dell'impresa, condizioni per
rispondere anche alle istanze di
carattere SOCIALE

- Cultura manageriale **VS** auto-referenzialità

Cosa mutuare dal not for profit?

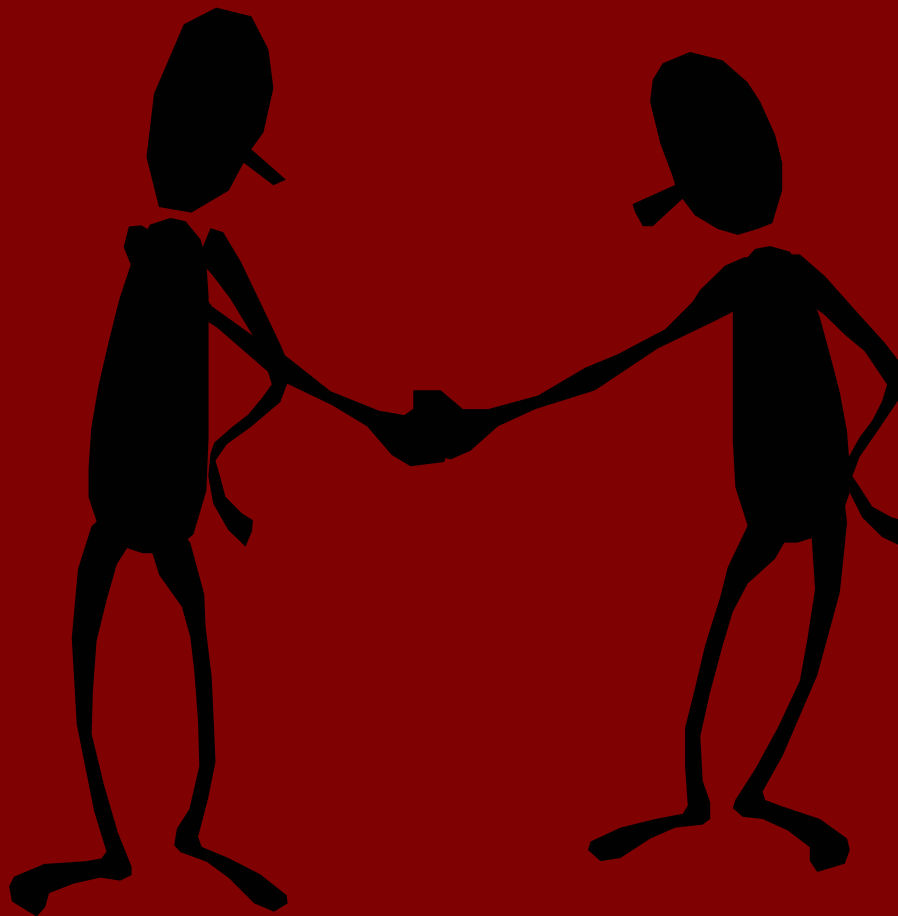
- Prassi e politiche di Responsabilità Sociale di Impresa, diffusione del Trust Management: i modelli di acquisto non sono dettati solo dal prodotto in sé (CHE COSA), ma anche dal suo posizionamento (COME E PERCHÉ)
- Capacità innovativa del settore, non solo nelle modalità ma anche nella filosofia dell'innovazione

Le sfide del Not for profit

In Lombardia sono 6.750 le aziende not for profit (20% del totale nazionale), per crescere il settore dovrebbe:

1. Svolgere un ruolo istituzionale nella governance del territorio insieme a regione, provincia e gli altri attori istituzionali;
2. Rispettare logiche di gestione aziendale
3. Favorire lo sviluppo di un modello di management che rispecchi le peculiarità del settore;
4. Unire le reti informali e verificarne il livello di integrazione.

Come si colloca il sistema cooperativo?

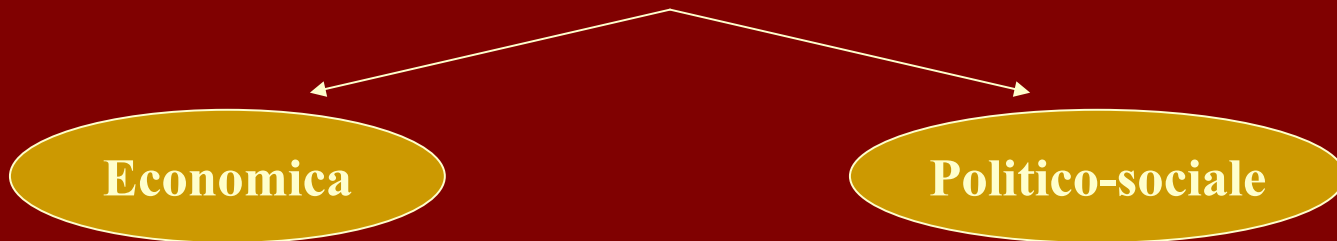


Il finalismo dell'impresa cooperativa

Dagli anni '50 ad oggi: il finalismo di impresa si amplia passando da una concezione orientata esclusivamente agli interessi economici a una visione sistemica comprendente anche gli aspetti sociali.



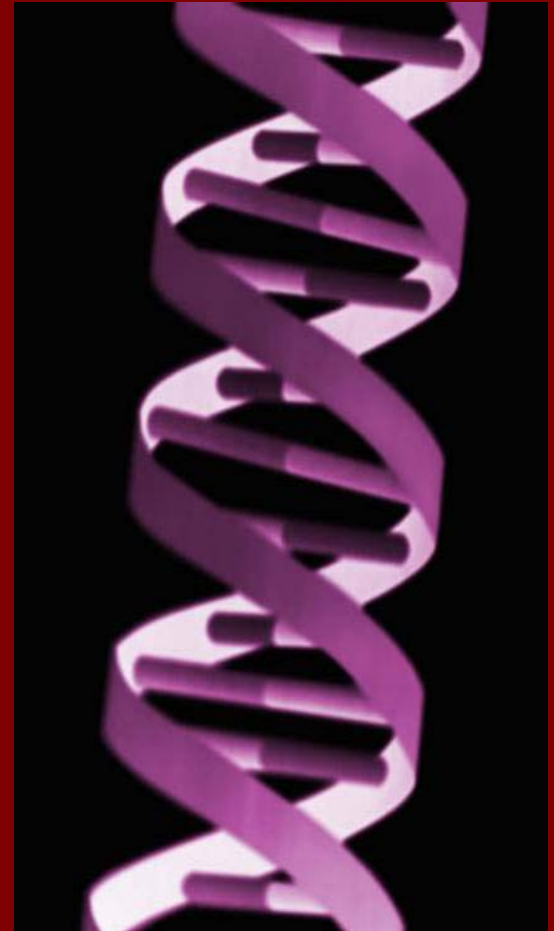
L'impresa cooperativa fin dalla sua costituzione ha sempre avuto una **DOPPIA FINALITA'**:



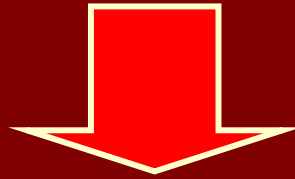
GruppoMazzoleni

...quindi

Il DNA cooperativo è
socialmente responsabile:
la cooperativa persegue
CONTESTUALMENTE
finalità di carattere
economico e sociale



cooperativa =
prototipo dell'impresa sociale



l'attività imprenditoriale è esercitata in
funzione dell'interesse generale ed è
basata su principi di
democrazia, mutualità, solidarietà.

I macro-principi cooperativi

DEMOCRAZIA	MUTUALITA'	SOLIDARIETA'
<ol style="list-style-type: none">1. Adesione volontaria2. Controllo democratico	<ol style="list-style-type: none">1. Partecipazione economica dei soci2. Autonomia e indipendenza	<ol style="list-style-type: none">1. Cooperazione tra cooperative2. Educazione cooperativa3. Interesse per la comunità

L'impresa cooperativa crea VALORE SOCIALE: l'utilità è fruita dalla comunità cui i soci della cooperativa partecipano e fanno parte

L'interesse per la comunità

L'attività imprenditoriale della cooperativa è esercitata anche in funzione dell'interesse generale della collettività



MUTUALITA' ALLARGATA

il livello di socialità dell'agire economico della cooperativa è sempre più ampio

Contatti

Mario Mazzoleni - GruppoMazzoleni

Web site: www.mariomazzoleni.com

E-mail: info@mariomazzoleni.com

Tel. 02 - 45.49.08.42

02- 48.00.21.07