

Il ruolo chiave delle banche popolari nella responsabilità sociale d'impresa

L'esortazione di Giuliano Amato al ruolo sociale delle imprese e la risposta, tutta positiva, delle banche popolari nelle parole Giuseppe De Lucia Lumeno, segretario generale Associazione Nazionale fra le banche popolari

Si torna a parlare, come spesso accade soprattutto nelle fasi di crisi del sistema economico, del ruolo sociale delle imprese. L'ultimo autorevole intervento viene dal giudice costituzionale Giuliano Amato che, nei giorni scorsi al venticinquesimo anniversario della Fondazione di Venezia, ha parlato del "modello del patto sociale per le imprese" che si sta imponendo nella realtà economica. "Questo significa – ha specificato Amato – che le imprese non devono solo pensare al profitto degli azionisti, ma anche all'impatto e al ruolo sociale che hanno nel territorio di riferimento". L'intervento dell'ex premier è utile e appropriato perché giunge da un'autorevole figura istituzionale che nel corso della propria storia e impegno politico ha ricoperto incarichi centrali per l'economia italiana e che quindi conosce bene, ma ci trova anche pienamente d'accordo nel merito. Siamo nelle condizioni di poter affermare che comunque, almeno su questo terreno, in Italia non siamo all'anno zero.

Chi conosce l'economia italiana sa bene che sono le piccole e medie imprese a realizzare il 70% del valore aggiunto nazionale con l'80% degli occupati complessivi delle aziende. Il nostro è, dunque, un Paese la cui struttura economica, sociale e culturale resta incentrata fortemente su quel tipo di imprenditorialità che, in controtendenza, riesce a mantenere livelli di efficienza, oltre che sul terreno economico, anche su quello sociale garantendo una sostenibilità e una tenuta che altrimenti, visti anche i dati sulla disoccupazione e sulla contrazione del reddito disponibile per le famiglie, potrebbero essere a rischio. In questo sistema così caratterizzato, un ruolo importante è quello che svolgono, ogni giorno, le banche popolari e del territorio. Grazie ai circuiti virtuosi di relazioni tra imprese e un modello di impresa bancaria che si è potuta sviluppare, ad esempio, la rete dei "distretti industriali" così come si sono sviluppati forti e proficui legami tra imprenditori e territori. Si tratta di realtà che rappresentano certezze di tenuta avendo mostrato un alto livello di resilienza in una crisi lunga e senza precedenti.

Per le imprese proiettate non solo sulla realizzazione del profitto ma anche sull'impatto e sulla sostenibilità sociale, fare propria la prospettiva del ruolo sociale è una condizione necessaria per la ripresa dell'intero sistema economico ed è possibile anche grazie a un sistema, quello del credito popolare, nato e diffusosi con lo scopo di promuovere e facilitare l'accesso al credito e basato sulla centralità di politiche tese a favorire uno sviluppo sostenibile, con il coinvolgimento del corpo sociale direttamente interessato allo sviluppo, oltre che economico, anche sociale e culturale delle comunità di riferimento. La crescita delle economie dei territori, la promozione dell'inclusione sociale, il coinvolgimento di soci e di clienti caratterizzano quella diversità del credito popolare che, andando oltre i soli indicatori economici, può sembrare di difficile quantificazione ma che rende evidente un valore aggiunto relativamente alla ripartizione dell'utile a tutti gli stakeholders e al territorio di riferimento. Sempre in questa ottica di favorire la ripresa dell'economia attraverso un'azione di carattere sociale va inserito il sostegno degli istituti del credito popolare nei confronti delle imprese del non profit che, nell'anno appena concluso, è stato pari a 2,7 miliardi di euro – dato positivo e in controtendenza rispetto alla media nazionale che registra una diminuzione del credito al Terzo settore del 3,4%. Sono risorse che si aggiungono a quanto le banche del territorio

formiche

POLITICA/ECONOMIA/ESTERI/AMBIENTE E CULTURA

destinano, quotidianamente, in beneficenza e a sostegno delle categorie più deboli o in campo sanitario come quota percentuale del proprio utile.

All'esortazione di Giuliano Amato, le banche popolari e del territorio, continuando semplicemente a svolgere il proprio ruolo, rispondono positivamente. Far vivere e progredire nei propri territori un sistema di imprese che svolgano un ruolo sociale è, infatti, un tratto caratterizzante del proprio "essere banche". Banche vicine alla gente, banche che dai territori non vadano e vengano alla ricerca del mercato del credito più redditizio, che preservino le aree di elezione, che lo sostengano nelle alterne fasi congiunturali con lo scopo comune e prioritario di sostenere la ripresa dell'economia reale.