

Stakeholder capitalism

di Jenny Assi

Per garantire un modello di sviluppo sostenibile è necessaria un'economia interessata a tutelare la società e il pianeta. Ma non solo. Ai più sfugge ancora la profonda novità di questo paradigma che implica il passaggio dalla semplice creazione di valore per gli azionisti alla creazione di valore per tutti i portatori di interesse, i cosiddetti stakeholder. Molte imprese stanno abbracciando il concetto dello stakeholder capitalism. Alcune ci riescono abbastanza facilmente perché hanno sempre avuto un occhio di riguardo nei confronti dei loro interlocutori, per altre il cambiamento è davvero difficile.

La difficoltà più grossa nasce dal fatto che alcune aziende si sono abituate a ragionare solo in termini speculativi. Sono aziende che hanno privilegiato un tipo di management che è guidato da persone che si chiedono in continuazione: "Come posso massimizzare il mio guadagno e il guadagno dei miei azionisti?". Questo tipo di management tende a sfruttare le condizioni di dipendenza dei propri stakeholder per trarne il maggior vantaggio economico. Sfruttano dunque l'abbondanza di manodopera sul mercato per offrire bassi salari, speculano sul rapporto di forza nei confronti dei fornitori imponendo condizioni contrattuali a loro sfavorevoli, evitano di avere contatti con il territorio per non dover ridistribuire risorse in termini di sponsorizzazioni e donazioni alle associazioni sportive e culturali, eccetera. Questo tipo di management, in realtà, è particolarmente dannoso nel medio-lungo periodo per le aziende, in quanto crea intorno a sé un contesto relazionale caratterizzato da aggressività e ostilità. Ne consegue che gli stakeholder, appena ne hanno la possibilità, cercano in vari modi di far pagare al management e all'azienda, il costo di essere stati sfruttati.

Diversa è la logica dell'azienda che cresce rispettando i propri stakeholder e quindi non solo gli azionisti, ma anche i collaboratori, i fornitori, i clienti, l'ente pubblico, le associazioni locali, ecc. Queste aziende partono dal presupposto che "esistono" grazie al sistema di relazioni che hanno saputo costruire col mercato e la società. Il management di queste aziende si chiede in continuazione: "Cosa si aspettano gli stakeholder da me e dalla mia azienda? Come posso andare incontro ai loro legittimi bisogni e interessi? Quale impatto positivo posso avere nei loro confronti?" Chi ragiona secondo questo approccio sa che ogni relazione può essere benefica per la propria attività in quanto creatrice di valore. Questa tipologia di management non vede gli stakeholder solo come una "voce di costo", ma come un contesto relazionale dal quale trarre dei benefici in termini di collaborazione, condivisione di idee, esperienze, consigli e competenze.

La differenza tra shareholder capitalism e stakeholder capitalism sta nel senso di ciò che viene fatto. Il primo modello esiste per prendere e distruggere valore, il secondo per crearlo.