

#buone notizie Corriere della Sera

Martedì 22 Febbraio 2022



Le imprese hanno un grande ruolo da svolgere in una società capitalista. Possono far pendere la bilancia verso il beneficio di pochi, con effetti collaterali tossici per tutti; oppure guidarci verso soluzioni migliori e più eque a lungo termine. **Christopher Marquis, professore alla Cornell Johnson**

9

Nicoletta Alessi, le nostre consulenze per essere «umani»

Goodpoint al servizio di privati e Terzo settore
«Trattare le persone come fine, mai come mezzo»



Nicoletta Alessi (terzo da destra) ha maturato una significativa esperienza nel Terzo settore e della Responsabilità Sociale d'Impresa. Nel 2013 assieme a Viviana de Luca (nella foto col cognome rosso) ha fondato Goodpoint.

di SILVIA MOROSI

Superare il pregiudizio che vede contrapposti l'economia e la società, chi fa i soldi e chi si occupa di sociale, il profit e il non profit. Sono queste le motivazioni che hanno portato nel 2011 alla nascita della società di consulenza Goodpoint.

«Tutto il nostro lavoro muove dal riconoscere alla impresa il ruolo sociale che svolge, insito anche nella sua natura storica, a servizio della società e del suo bene. Recuperando la sempre attuale lezione di Adriano Olivetti, il buon imprenditore non è colui che limita i danni e ha come unico fine il tornaconto, ma una figura capace di creare valore, lavoro vero con le persone e il bene comune al centro, per far crescere assieme una comunità», spiega Nicoletta Alessi, cofondatrice di Goodpoint, filosofa di formazione (e indole). Gli ultimi due anni, non a caso, sono stati dedicati soprattutto - insieme con un gruppo di lavoro multidisciplinare - alla costruzione del Modello della Buona Impresa, promosso da Fondazione Buon Lavoro (www.fondazionebuonlavoro.it). Uno strumento di osservazione e valutazione che «permette alle aziende di guardare alle proprie performance e al valore generato per i portatori di interessi, interni ed esterni; creare e condividere un valore economico; riconoscere l'operato dei singoli e immettere sul mercato prodotti che rispondano alle esigenze della società. Perché una buona impresa - sottolinea - pensa a soci, lavoratori, clienti, fornitori, e non lascia indietro nessuno. L'impatto sociale che possono avere le aziende non è affatto inferiore a quello del Terzo settore, il mondo da cui provengono, e la differenza che possono fare è enorme.

Due le macro-aree di intervento destinate alle aziende: la consulenza su singoli progetti e iniziative di responsabilità; un'azione «a tutto tondo» che aiuti le aziende a osservarsi dal

punto di vista della «creazione di valore e non di limitazione dei rischi», puntando alla creazione, sul lungo periodo, di un piano strategico e di una cultura d'impresa differente. «Quello che puntiamo a mettere a sistema - chiarisce - è la diffusione di standard e buone pratiche che devono coinvolgere tutti, non solo i vertici di un'azienda. Dopo la fase di osservazione, non è un caso, alcune imprese scelgono di fare un passo in più, prendendo un

impegno in una certa direzione, come l'assunzione della qualifica di Società Benefit. Come consulenti abbiamo accompagnato nella trasformazione solo nell'ultimo anno 22 realtà, oltre alla stessa Goodpoint».

Un'attenzione è destinata anche agli enti del Terzo settore con l'obiettivo di contribuire alla loro crescita e alla realizzazione della loro missione. «Il Terzo settore impiega oggi nel nostro Paese quasi un milione di persone ed è esso stesso un'impresa. Che non deve correre il rischio di verticalizzarsi su una sola mission, a tutti i costi, né deve chiudersi in sé. Pensiamo a quanto è importante, per esempio, conoscere nuovi strumenti per sviluppare azioni strategiche di raccolta fondi, comunicazione e people raising. Senza dimenticare il supporto offerto nella redazione della Relazione di im-

Certificata

Goodpoint, società Benefit e B Corp certificata, nasce nel marzo 2011 a Milano da Nicoletta Alessi e Viviana de Luca

La mission

Affianca aziende e organizzazioni non profit nella messa a fuoco del loro impatto sociale e nella pianificazione di progetti per una comunità più responsabile www.goodpoint.it

punto di vista del Bilancio sociale, strumenti che aiutano a tenere monitorato l'andamento delle proprie attività e porre correttivi alle problematiche che si possono incontrare lungo il cammino». La buona impresa, conclude Alessi, «non deve fare leva e indurre bisogni nei clienti, ma puntare a un modello umanista, superando quello estrattivo che «spreme» le persone. Come direbbe Kant, «è necessario agire in modo da trattare sempre l'umanità come un fine, e mai come un mezzo».

© RIFUGIATORE VISIARIA

Marcel Zanolari: uve biologiche per un «vino vivo»

In Valtellina la prima azienda vitivinicola B Corp
Gli esperimenti sulle vigne di Nebbiolo e Pinot Nero



Marcel Zanolari, 47 anni, oggi titolare della azienda fondata dal padre negli Anni 80 in Valtellina, mentre verifica il vino lasciato invecchiare in grandi anfore di argilla e forma di uovo. Nei vigneti ci sono 115 varietà d'uva

di PAOLA D'AMICO

Le prime vigne Ghiliano Zanolari le ha piantate all'inizio degli anni Ottanta. Su due parcelle sperimentali decide di coltivare le vite con un sistema inusuale per quei tempi, bandendo cioè ogni tipo di trattamento anticrittogamico con prodotti di sintesi. È un pioniere, per quindici anni prosegue i suoi esperimenti sui vitigni Nebbiolo, Pinot Nero e Cabernet Sauvignon. «Prima di cominciare - racconta il fi-

glio Marcel, 47 anni - papà aveva fatto fare una analisi accurata dei terreni in Germania. C'erano rame, cadmio. Era un terreno sterile, trattato, diserbato in modo smodato per troppo tempo». Ma Ghiliano non si arrende, deciso com'è a riportare la terra alla purezza, a restituirle vitalità. E quelle prime vigne oggi cominciano ad avere un equilibrio.

Siamo a Brianzone, in Valtellina, al confine con la Svizzera. Marcel condivide la passione e la gestione del padre. Nel 2001 è accanto a lui nella piccola azienda. Introduce anche i principi della biodinamica nella coltivazione delle viti fino a raggiungere, nel 2015, la certificazione Demeter. I vini sono sinceri, frutto di ciò che la terra dona a ogni vendemmia, prodotti senza scendere mai ad alcun compromesso. «Siamo la prima azienda vitivinicola italiana certificata B Corp dal 2016, superiamo il mero obiettivo del profitto, vogliamo essere uno stimolo per la società e una tutela per la natura. Siamo convinti che questa scelta a lungo termine paga. Le nostre piante - continua Marcel Zanolari - producono meno ma sono più resistenti alle malattie».

Du poco l'azienda è anche Società Benefit. «Il rispetto della natura, del territorio va di pari passo con il rispetto di chi lavora con noi - aggiunge - e questo vuol dire che an-

che la scelta di un mezzo come un trattore va fatta pensando non al risparmio ma a chi lo usa: climatizzato, con sedile confortevole, così che quando scendi la sera non hai la schiena rotta. E la pandemia ci ha legato ancora di più a chi lavora con noi».

Biologico, biodinamico non è tutto rose e fiori. «Resistiamo perché siamo anche commercianti di vini con la Svizzera», spiega Zanolari, perdutamente innamorato di quel «vino vivo» che richiede le attenzioni di un bambino. «I nostri vini sono rudi e crudi all'inizio ma si bevono dopo 7-10 anni. Hanno bisogno di una ossigenazione lenta, non li corregliamo ma li accompagniamo in una crescita naturale. Si travasa quando si vede che hanno bisogno di ossigenazione. Il nostro bianco si torchia (si spremono le bucce, ndr) dopo un anno in anfora. La vinificazione dura tre mesi e mezzo. Ed è bellissimo, perché non finisci mai, è come avere tanti bambini da accudire».

Dicono gli Zanolari di non avere inventato nulla. Il loro vino «matura» in grandi anfore a forma d'uovo. «Stiamo solo facendo un percorso a ritroso nel tempo». E così ecco per aiutare il terreno a rigenerarsi il ricorso a pratiche che a qualcuno possono sembrare stregonesche: 250

I premi

I vini Zanolari sono stati premiati con due medaglie d'oro e 4 d'argento (PWI International 2018)

Caratteristiche

Sono resistenti ai funghi così da avere una viticoltura più sostenibile. Le parole d'ordine sono rispetto dell'uomo, della natura e del territorio www.marcelzanolari.com

grammi per ettaro di letame che per sei mesi è stato sotto terra chiuso dentro a un corno di una mucca che ha partorito almeno una volta. «La maggior parte ci dà dei matti, ma li invito a leggere gli scritti dell'antroposofa Rudolf Steiner». Dove non cresceva l'erba, il terreno ha ripreso a vivere, coperto da un manto rigoglioso. Obiettivo è avere un circuito chiuso: «I nostri animali che producono il concime per noi. Abbiamo le capre, gli ulivi... è un ritorno alle origini».

© RIFUGIATORE VISIARIA



Le imprese hanno un grande ruolo da bilancia verso il beneficio di pochi, con soluzioni migliori e più eque a lungo

Nicoletta Alessi, le nostre **consulenze** per essere «umani»

Goodpoint al servizio di privati e Terzo settore
«Trattare le persone come fine, mai come mezzo»



Nicoletta Alessi (terza da destra) ha maturato una significativa esperienza nell'ambito del Terzo settore e della Responsabilità Sociale d'Impresa. Nel 2011 assieme a Viviana de Luca (nella foto col maglione rosso) ha fondato Goodpoint

di **SILVIA MOROSI**

Superare il pregiudizio che vede contrapposti l'economia e la società, chi fa i soldi e chi si occupa di sociale, il profit e il non profit. Sono queste le motivazioni che hanno portato nel 2011 alla nascita della società di consulenza Goodpoint.

«Tutto il nostro lavoro muove dal riconoscere alla impresa il ruolo sociale che svolge, insito anche nella sua natura storica, a servizio della società e del suo bene. Recuperando la sempre attuale lezione di Adriano Olivetti, il buon imprenditore non è colui che limita i danni e ha come unico fine il tornaconto, ma una figura capace di creare valore, lavoro vero con le persone e il bene comune al centro, per far crescere assieme una comunità», spiega Nicoletta Alessi, cofondatrice di Goodpoint, filosofa di formazione (e indole). Gli ultimi due anni, non a caso, sono stati dedicati soprattutto - insieme con un gruppo di lavoro multidisciplinare - alla costruzione del Modello della Buona impresa, promosso da Fondazione Buon Lavoro (www.fondazionebuonlavoro.it). Uno strumento di osservazione e valutazione che «permette alle aziende di guardare alle proprie performance e al valore generato per i portatori di interessi, interni ed esterni; creare e condividere un valore economico; riconoscere l'operato dei singoli e immettere sul mercato prodotti che rispondano alle esigenze della società. Perché una buona impresa - sottolinea - pensa a soci, lavoratori, clienti, fornitori, e non lascia indietro nessuno. L'impatto sociale che possono avere le aziende non è affatto inferiore a quello del Terzo settore, il mondo da cui provengo io, e la differenza che possono fare è enorme».

Due le macro-aree di intervento destinate alle aziende: la consulenza su singoli progetti e iniziative di responsabilità; un'azione «a tutto tondo» che aiuti le aziende a osservarsi dal

punto di vista della «creazione di valore e non di limitazione dei rischi», puntando alla creazione, sul lungo periodo, di un piano strategico e di una cultura d'impresa differente. «Quello che puntiamo a mettere a sistema - chiarisce - è la diffusione di standard e buone pratiche che devono coinvolgere tutti, non solo i vertici di un'azienda. Dopo la fase di osservazione, non è un caso, alcune imprese scelgono di fare un passo in più, prendendo un

impegno in una certa direzione, come l'assunzione della qualifica di Società Benefit. Come consulenti abbiamo accompagnato nella trasformazione solo nell'ultimo anno 12 realtà, oltre alla stessa Goodpoint».

Un'attenzione è destinata anche agli enti del Terzo settore con l'obiettivo di contribuire alla loro crescita e alla realizzazione della loro missione. «Il Terzo settore impiega oggi nel nostro Paese quasi un milione di persone ed è esso stesso un'impresa. Che non deve correre il rischio di verticalizzarsi su una sola *mission*, a tutti i costi, né deve chiudersi in sé. Pensiamo a quanto è importante, per esempio, conoscere nuovi strumenti per sviluppare azioni strategiche di raccolta fondi, comunicazione e people raising. Senza dimenticare il supporto offerto nella redazione della Relazione di impatto e del Bilancio sociale, strumenti che aiutano a tenere monitorato l'andamento delle proprie attività e porre correttivi alle problematiche che si possono incontrare lungo il cammino». La buona impresa, conclude Alessi, «non deve fare leva e indurre bisogni nei clienti, ma puntare a un modello umanista, superando quello estrattivo che "spreme" le persone. Come direbbe Kant, "è necessario agire in modo da trattare sempre l'umanità come un fine, e mai come un mezzo"».

impegno in una certa direzione, come l'assunzione della qualifica di Società Benefit. Come consulenti abbiamo accompagnato nella trasformazione solo nell'ultimo anno 12 realtà, oltre alla stessa Goodpoint».

Certificata

Goodpoint, società Benefit e B Corp certificata, nasce nel marzo 2011 a Milano da Nicoletta Alessi e Viviana de Luca

La mission

Affianca aziende e organizzazioni non profit nella messa a fuoco del loro impatto sociale e nella pianificazione di progetti per una comunità più responsabile www.goodpoint.it