

blog
Le Aziende InVisibili

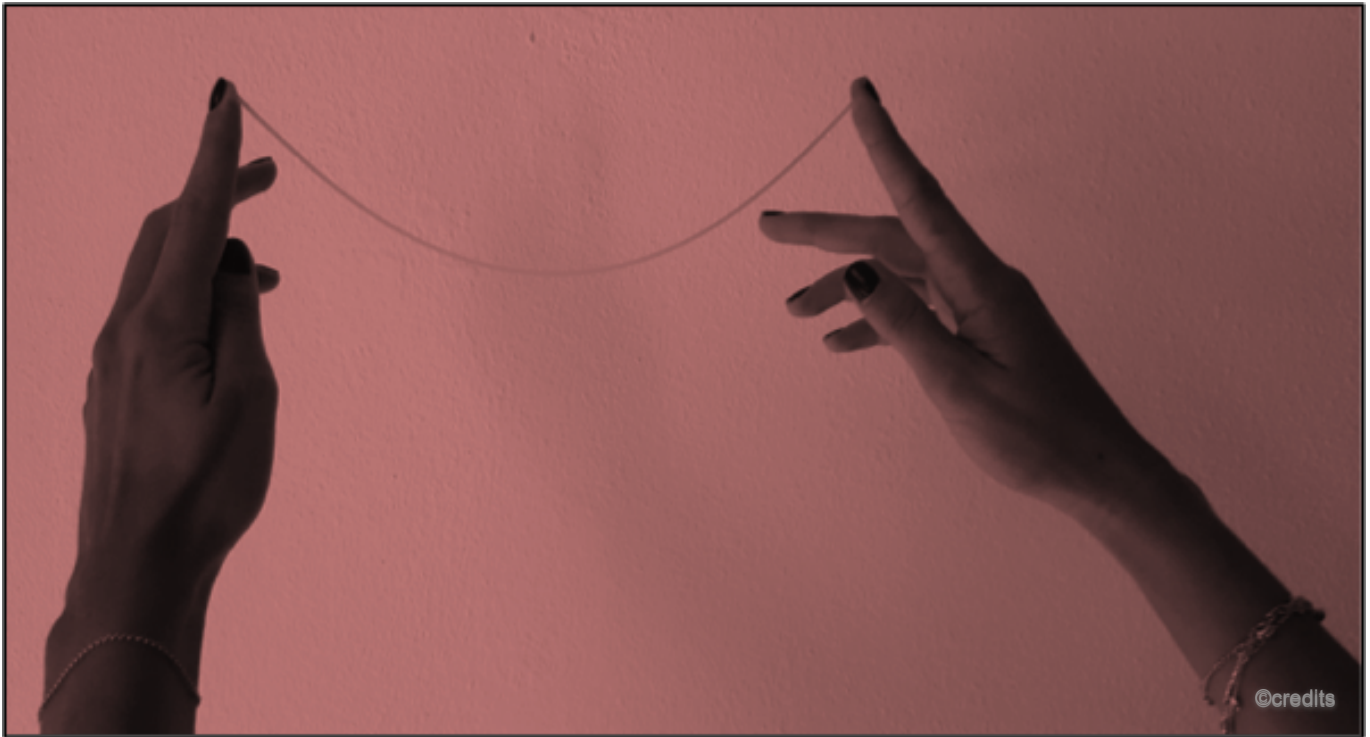
– di Marco Minghetti

HOME

CHI SONO

ARCHIVIO

CATEGORIE



Il Design dell'OVVIO. L'ineluttabilità della #SharingEconomy e delle #BenefitCorporation

[21 settembre 2015](#)

[Marco Minghetti](#)

[Biennale Innovazione](#), [Conversazioni](#), [Digital Transformation](#), [Humanistic Management 2.0](#), [Innovazione](#)

“Se prendete uno spaghetti crudo e provate e piegarlo, senza troppo pensarci sapete esattamente prevedere il suo futuro: prima inizierà a flettersi e poi, non sappiamo esattamente quando, si spaccherà. E' inevitabile, è ovvio che sia così, non ci sono altre possibilità. Allo stesso modo, quando vogliamo sapere cosa succederà nei mesi e negli anni a venire, **se prestiamo attenzione è facile prevedere cosa succederà, mentre è più difficile prevedere**

esattamente quando". Così Eric Ezechieli, Cofounder di Nativa e Chairman di The Natural Step International, a [Biennale Innovazione](#), ha aperto il suo speech, incentrato sulla presentazione di un nuovo modello organizzativo, la B Corp.

Data l'estrema attualità del tema, lo abbiamo invitato a riprendere il filo del ragionamento a beneficio dei nostri lettori.

MM: Eric, come è emerso anche dal contributo di [Marcella Bellocchio](#), una delle sfide dell'innovazione deriva dall'incertezza del futuro e dalla difficoltà di 'indovinare' la giusta direzione da seguire.

EE: In genere si guarda al passato, lo si considera immutabile e ci si immagina un futuro che è una proiezione del passato. Ma, se guardiamo meglio, ci accorgiamo che **alcune direzioni di evoluzione sono assolutamente ovvie**, perché figlie di trend inarrestabili, espressione di fondamentali forze della fisica o sociali.

Da queste osservazioni emergono principi progettuali, che in Nativa definiamo il 'Design dell'Ovvio', che necessariamente devono plasmare la visione del futuro che vogliamo creare. Una delle forme più evolute di Design consiste proprio nell'intercettare queste direzioni ovvie, allacciate all'essenza più profonda di un dato problema, e progettare soluzioni che vanno alla radice del problema stesso e lo risolvano 'una volta per sempre'.

MM: Mi puoi fare qualche esempio di queste "ovvie" tendenze?

EE: Da qui a pochi anni ci saranno 9,5 miliardi di persone sul pianeta: dobbiamo per forza imparare a usare le risorse in maniera 10 o 100 volte più efficiente. Dobbiamo creare un'economia circolare, che non produca alcun tipo di rifiuto. Dobbiamo redistribuire più equamente le risorse, che con l'aumento di efficienza possono diventare abbondanti, per tutti, per sempre. Un'automobile resta parcheggiata il 97% del tempo e quando viene usata in media trasporta 1,2 persone.

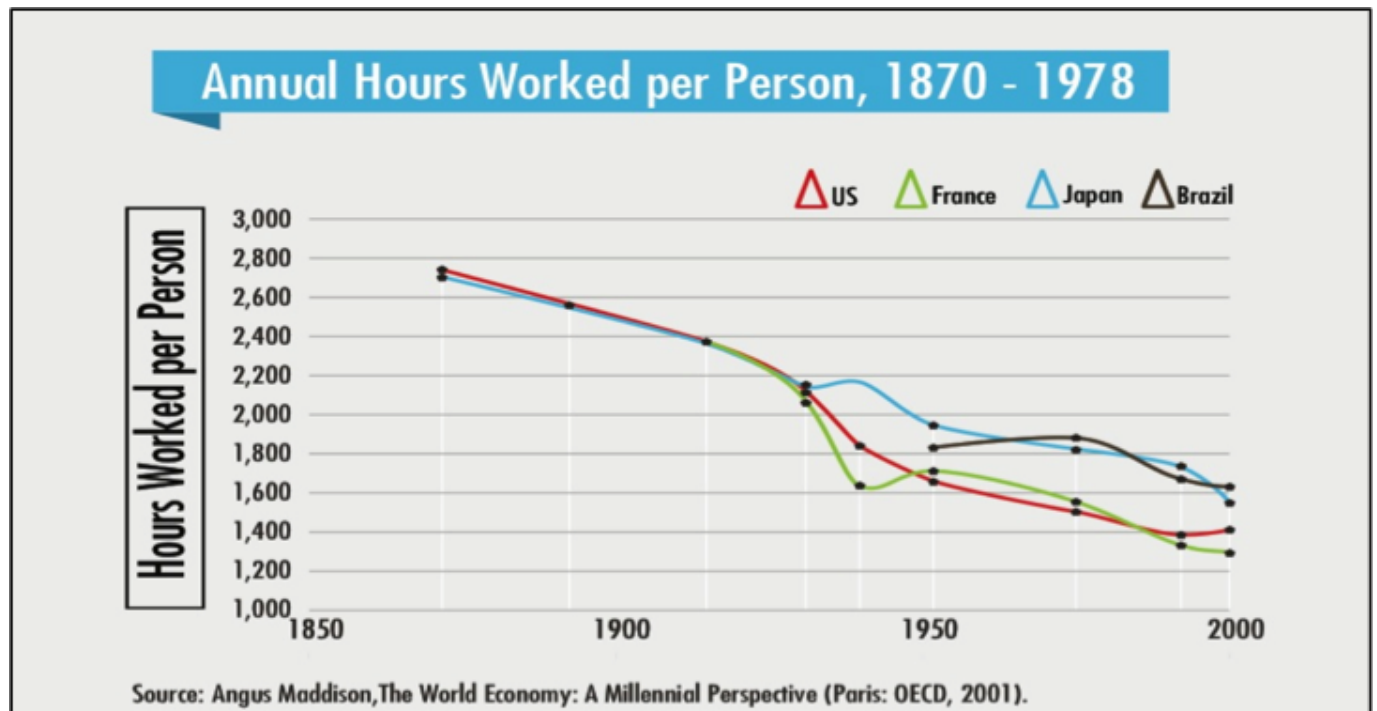
E' quindi ovvia la diffusione di piattaforme di car sharing di massa, come Gettaround, o BlaBlaCar (che ha appena raccolto altri [200 milioni di dollari](#) di finanziamento, ndr). Ci sono al mondo centinaia di milioni di 'autisti' possibili, ed ecco un'altra ovvia soluzione, Uber, che in pochi anni rende disponibile questa capacità, scatenando non pochi mali di pancia.

MM: Significativa a questo proposito la posizione [presa](#) dal governo belga che dà ragione a Uber nella querelle relativa allo "status" dei suoi autisti: "Autisti imprenditori, non dipendenti".

EZ: Guarda, con le auto già presenti soltanto in Italia, utilizzate a piena capacità, potremmo soddisfare i bisogni di mobilità di mezza Europa. Ma il fatto è che le auto a benzina o diesel sono completamente obsolete, sprecano il 95% dell'energia e inquinano. Ed ecco Tesla, che fa auto elettriche belle, 4 volte più efficienti, a zero emissioni, che non hanno bisogno di meccanici perché il tagliando è un download del nuovo sistema operativo inviato da Palo Alto. E' inevitabile che in futuro tutte le automobili avranno questo tipo di profilo. Le macchine diventeranno tanto intelligenti e tanto abili da sostituire il 50 % dei lavori che conosciamo oggi entro il 2030.

MM: Questo è perfettamente in linea con quanto abbiamo detto durante la Biennale sui nuovi processi di Digital Transformation, individuati anche da Giulia Ceriani fra i mega trend in atto. Nel mio intervento sottolineo però che sembrano mancare oggi le parole (e quindi i concetti) necessari per capire i cambiamenti radicali che stiamo vivendo.

EE: Innanzitutto dobbiamo necessariamente reinventare il concetto stesso di lavoro. Oggi per mantenerci dobbiamo lavorare in media meno della metà rispetto al 1800 e sempre meno si lavorerà in futuro. In Italia attualmente lavorano 38 persone su 100, per cui abbiamo a disposizione un immenso capitale di capacità inutilizzato.



Ore annuali di lavoro in 4 paesi del mondo dal 1850 al 2000 (Fonte OECD 2001)

Dobbiamo creare un nuovo 'mercato' per milioni di microlavori, che consenta lo scambio fluido di competenze e di tempo nella nostra società, a pagamento, gratuitamente o tramite scambio.

Per rispondere a questa spinta evolutiva sono nate piattaforme come Croqer, che connette chi ha bisogno di aiuto con chi lo può offrire. La velocità di questi trend non è lineare ma esponenziale e quindi difficile da comprendere. Ci sono voluti milioni di anni per arrivare al primo miliardo di persone sulla terra, ma poi in pochi decenni abbiamo superato i sette. Ci sono voluti decenni per la più grosse catene di alberghi per costruire i loro imperi, ma poi AirBnB ha cambiato le regole del gioco e sta ridefinendo il mondo dell'ospitalità, in soli 8 anni.

*MM: Come si colloca in questo scenario, la moltiplicazione delle **Benefit Corporation (o B Corp)** – aziende che hanno lo scopo statutario di creare un impatto positivo sulla società e produrre nel contempo un 'fair profit', come ha spiegato più dettagliatamente Paolo di Cesare, Co-Founder di Nativa, al TEDx Bologna (vedi video sotto riportato)?*

EE: Si tratta di **un'altra ovvia evoluzione, quella dei paradigmi di business. Nel mondo ci sono già oltre 1300 B Corp. Qualche esempio:**

[Patagonia](#), la cui mission recita: “Patagonia è nata da una piccola azienda che produceva attrezzature da arrampicata. L'alpinismo è sempre nel cuore di un'azienda di dimensioni internazionali che continua a produrre capi di abbigliamento per la montagna, oltre che per lo sci, lo snowboard, il surf, la pesca a mosca, la canoa e il trail running. Questi sport si praticano in silenzio. Nessuno di essi richiede l'uso di motori o il chiassoso entusiasmo di un pubblico. In ogni sport, la ricompensa arriva sotto forma di grazia e bellezza conquistate con dura fatica e attraverso momenti di intima connessione con la natura e il nostro essere più profondo. I nostri valori riflettono quelli di un business avviato da un gruppo di climbers e surfisti, e il loro stile di vita essenziale. L'approccio di Patagonia al design dei propri prodotti dimostra una netta inclinazione per la semplicità e la funzionalità”;

[Ben & Jerrys](#) – (parte di Unilever, quotata in borsa), il cui motto è “Pace, amore e gelato”;

[Kickstarter](#), che è **sbarcato in Italia** ad aprile, come ha annunciato anche Wired, che così ha commentato l'evento: “Il nostro è il tredicesimo Paese nel mondo nel quale inventori e creativi sono direttamente autorizzati a **lanciare una campagna in una delle quindici categorie** e cercare il supporto della community mondiale per finanziarla e dare vita al loro progetto. Possono cioè farlo utilizzando i **propri dati bancari locali** e inserendo **le descrizioni dei progetti in italiano, in inglese** o in entrambe le lingue oltre ai sottotitoli nei video in vari idiomi”.

E' interessante notare che l'area del pianeta a più alta concentrazione di B Corp è la Silicon Valley, in California, dove se ne contano oltre 150. Innovazione nel business sempre più significa utilizzare le aziende 'as a force for Good'.

MM: Quale è la situazione in Italia?

EE: [In Italia](#) esistono già **10 BCORP**. [Nativa](#), società di Future Proof Design, è stata la prima B Corp in Italia, già dal 2013, ed è partner della non profit B Lab, che coordina il movimento globale delle B Corp. Nativa ha collaborato con politici, giuristi e economisti nella redazione del disegno di legge per creare la forma giuridica di 'Società Benefit' in Italia.

Le B Corp nel nostro paese già oggi toccano i settori più diversi, a partire dall'alimentare con [Fratelli Carli](#), azienda olearia fondata nel 1911, in cui collaborano fianco a fianco tre generazioni della famiglia Carli. Fratelli Carli è stata la prima realtà produttiva italiana a diventare B Corp, oggi è una delle più grandi B Corp in Europa.

Carli ha prodotto il [Benefit Report](#), il primo in Europa, che è già stato distribuito a oltre mezzo milione di famiglie in Italia.

Un'altra è un'azienda ad altissima tecnologia, [D-Orbit](#), che produce sistemi per la sicurezza spaziale e la rimozione di satelliti inutilizzati dall'orbita terrestre.

Anche Habitech, consorzio di 180 aziende legate al comparto Green Building del Trentino è un B Corp, come [Equilibrium](#) che fa materiali per costruzioni avanzati, [Mondora](#), che fa software 'dal volto umano' e [Treedom](#) che 'pianta centinaia di migliaia di alberi per sequestrare le emissioni di CO2'.

MM: Ma qual'è la situazione sotto il profilo legislativo?

EE: E' già stato presentato in Senato un [disegno di legge](#) per creare una specifica forma giuridica d'impresa che le riconosca. Se questo disegno diventasse legge l'Italia sarebbe il primo paese al mondo fuori dagli USA ad avere una specifica forma giuridica d'impresa che identifica le B Corp. Le più grandi sfide per il futuro sono davanti agli occhi di tutti e spesso lo sono anche le soluzioni. E se innovare significasse fare cose ovvie, prima che le facciano anche tutti gli altri?