

«LE FONDAZIONI? FANNO CRESCERE»

Marco Grumo, docente alla Cattolica: «La filantropia è rinata con il Covid. Così l'azienda rafforza il dialogo con la comunità con benefici per tutti»

MARIA G. DELLA VECCHIA

Non esiste impresa virtuosa in una comunità misera. La ricchezza si propaga tanto quanto la miseria. Per questo motivo la miseria non va mai favorita, perché con essa perdiamo tutti».

Lo afferma Marco Grumo, professore di Economia aziendale in un'università Cattolica, nello spiegare il ruolo che le Fondazioni create da imprenditori illuminati hanno nello scambio virtuoso fra impresa e comunità, tanto più in questi tempi in cui l'emergenza Covid appesantisce squilibri e diseguaglianze sociali.

Sul tema Grumo ha dato il via al nuovo corso executive dell'Università Cattolica dal titolo "Costituzione e sviluppo delle fondazioni imprenditoriali di famiglia e d'impresa alla luce della riforma del terzo settore" frequentato da imprenditori senior, nomi noti dell'imprenditoria nazionale ma anche da medie imprese che per fine corso metteranno a punto un proprio progetto di Fondazione aziendale. Iniziativa a cui se ne stanno aggiungendo altre, visto che Grumo è impegnato ad attivare corsi per progetti di Fondazioni legate a specifici territori.

Professore, il corso sulle Fondazioni ha a che vedere con i nuovi bisogni sociali indotti dalla crisi per Covid?

Durante la prima ondata di Covid abbiamo assistito in Italia, in particolare al Nord, a una grande rinascita della filantropia da parte degli imprenditori.



Marco Grumo insegna Economia aziendale alla Cattolica

Grandi nomi dell'imprenditoria nazionale sono intervenuti in modo rilevante per sostenere la ricerca, gli ospedali, il volontariato. Sappiamo che per molti imprenditori la filantropia è praticata in forma abituale, ma il Covid ha segnato un momento di impegno straordinario. Poiché sono stato chiamato a commentare molto questa tendenza, ho detto in più sedi che sarebbe bello che queste azioni straordinarie diventassero sempre più ordinarie. Ho unito una mia esperienza pregressa già fatta a fianco di un'importante Fondazione d'impresa alle competenze sulla riforma del terzo settore e ho lanciato un corso che aiuti gli imprenditori di buona volontà a costituire la propria Fondazione alla luce delle nuove normative.

In che modo una Fondazione oltre ad aiutare la comunità aiuta anche l'imprenditore e l'impresa?

Prima ancora di essere eccellente nei servizi e nei prodotti, il nostro sistema imprenditoriale è eccellente nei valori d'impresa. Abbiamo da sempre imprenditori attenti alle comunità, ai valori della famiglia, alle persone. Abbiamo anche importanti imprenditori cattolici che nel modo di fare impresa esportano oltre ai prodotti anche i valori etici, di cui la filantropia è manifestazione esteriore. Una Fondazione è lo strumento per la realizzazione di un'imprenditorialità più virtuosa e, per chi crede, più cristiana. Il papa ci dice che serve una nuova economia, che passi dallo sfruttamento dell'uomo al servizio dell'uomo e del bene comune.

La Fondazione d'impresa e in generale imprenditoriale è uno strumento per incamminarsi in tale direzione. I valori devono essere portati all'interno di un progetto, cosa diversa dal fare iniziative di corporate social responsibility spot. Mettere a sistema in una Fondazione le strategie di Csr aiuta la società e l'impresa in logica win-win, dove vincono tutti, e dà anche agevolazioni fiscali interessanti.

Questo è un periodo difficile, per un imprenditore staccare ora la propria focalizzazione sul business può essere un problema.

Certo, ma vista la forte tendenza alla filantropia di cui ho detto questo è comunque il momento per avviare un progetto di qualità. Quando un'azienda vive situazioni e periodi complessi non può distrarsi dal business, ma oltre a pensare agli stakeholder economici deve pensare anche a quelli non economici. Perciò la Fondazione può dare l'attenzione giusta al progetto di Csr e filantropia, alimentando il benessere della società e quello dell'impresa.

Che vantaggi genera all'impresa una Fondazione?

Generare reputazione per l'impresa, per la famiglia e per l'imprenditore. Genera motivazione e spirito di appartenenza nel personale. Genera una maggior legittimazione sociale e istituzionale nei territori, dove le parti sociali e istituzionali preferiscono operare con una fondazione anziché direttamente con l'im-

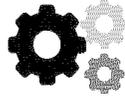
presa. In alcuni casi tutto ciò porta anche allo sviluppo delle vendite. Se aggiungiamo la convenienza fiscale possiamo dire che una Fondazione è il miglior investimento in reputazione e in pubblicità per le stesse imprese. Sono aspetti che, inoltre, migliorano il senso di appagamento dell'imprenditore, il quale vede i suoi valori maggiormente tramandati e concretizzati.

La Fondazione aiuta anche sui passaggi generazionali?

Sì. Può essere uno strumento utile in occasione dei passaggi generazionali per mettere al sicuro una certa quota dell'impresa. La Fondazione inoltre è uno strumento agevole, che si addice alle grandi imprese ma anche alle pmi, in quanto è un contenitore non scalabile. Le azioni messe in una Fondazione possono essere tramandate nel tempo senza che siano disperse. Quindi la Fondazione è un grande veicolo di protezione nei passaggi generazionali.

Quanto costa una Fondazione?

Per costituirsi servono 52 mila euro, si ottiene un riconoscimento giuridico che può essere regionale, o nazionale (in quest'ultimo caso si può operare in tutta Italia e anche all'estero). Il riconoscimento è stato snellito con la riforma del Terzo Settore e ora ha un ruolo fondamentale il notaio. Poi ci sono i costi di funzionamento, della gestione della Fondazione. In proposito ci sono imprese che insediano board non a pagamento e che destinano alcuni dipendenti o collaboratori aziendali alla Fondazione, per lo più in locali già in uso all'impresa. I budget sono dati dall'impresa in relazione agli utili e usando le agevolazioni fiscali di legge. Il resto dei costi ha a che vedere con il progetto a cui si vuole legare la Fondazione. È come nell'impresa: non è costosa a priori, bensì in relazione al modello che ci si dà. Ci sono fondazioni più onerose, e altre che lo sono meno perché sanno attivare reti, soggetti diversi, oppure usano risorse più limitate o che sono prestate dall'impresa.



«Il nostro sistema imprenditoriale è un'eccellenza nei valori»



«La Fondazione alimenta il benessere sociale e dell'azienda»

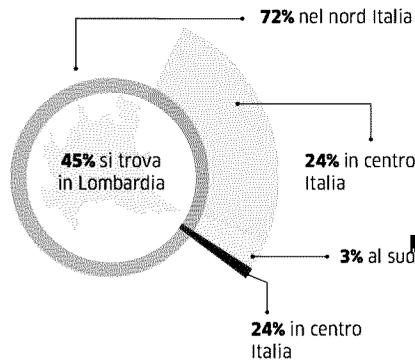


Marco Grumo insegna Economia aziendale alla **Cattolica**

Il peso delle fondazioni

Anagrafe e geografia

111
 fondazioni attive con sede in Italia, costituite tra il 1963 e il 2018 (40 fondazioni sono state fondate dopo il 2005)



- A Milano è attivo il **25%** delle fondazioni
- A Roma il **13%**

Il settore produttivo delle imprese fondatrici

Finanza e credito	20%
Abbigliamento, Tessile, Moda, Accessori abbigliamento	10%
Energia, Ambiente, Municipalizzate	10%
Alimentare, Bevande e Tabacco	9%
Servizi di consulenza, Chimica e Farmaceutica e Assicurazioni sono gli unici che superano il	5%

La gestione



- Il **32%** delle fondazioni riceve ogni anno dalle imprese più di **1 milione di euro**
- Il **37%** del campione (23 fondazioni) riceve tra 100 mila a 500 mila euro
- 22 delle 30 fondazioni la cui impresa fondatrice ha un numero di dipendenti compreso tra 1.001 e 10.000 dipendenti riceve dall'impresa meno di **1 milione**

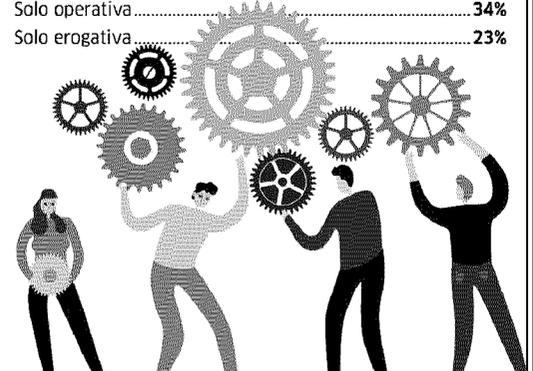
- In media le fondazioni possono contare su 2 dipendenti full time e 1 dipendente part time

SETTORI DI INTERVENTO PREVALENTI

Istruzione	55% delle fondazioni
Cultura e Arte	50%
Sviluppo economico e coesione sociale	43%
Ricerca	43%
Lavoro e Formazione professionale	64%

TIPO DI FONDAZIONE

Mista (erogativa e operativa)	40%
Solo operativa	34%
Solo erogativa	23%



77%



Le risorse arrivano dall'impresa

Il 77% delle fondazioni dichiara che la principale fonte di finanziamento è l'assegnazione annuale di un'erogazione definita dal consiglio d'amministrazione dell'impresa. E questa la voce di gran lunga prevalente rispetto alle altre fonti