



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in

Economia e commercio

La responsabilità sociale d'impresa: il caso della
Grameen Bank

Corporate social responsibility: the case of the
Grameen Bank

Relatore:
Prof. Spina Elena

Rapporto Finale di:
Francesca Alberico

Anno Accademico 2023/2024

INDICE

INTRODUZIONE	2
CAPITOLO 1 – I VARI APPROCCI CARATTERISTICI DELLA STORIA EVOLUTIVA DELLA RSI.....	3
1.1 - Nascita ed evoluzione della RSI: un approccio “utopistico”.....	3
1.2 - Friedman e la critica neoliberale	9
1.3 - La teoria degli stakeholder	13
CAPITOLO 2 – LA BANCA ETICA: IL CASO DI GRAMEEN BANK.....	17
2.1 - Solidarietà finanziaria: la banca etica e l'empowerment del microcredito	17
2.2 - La Grameen Bank: origini, struttura e implicazioni.....	20
CONCLUSIONI	27
BIBLIOGRAFIA	29
SITOGRAFIA.....	33

INTRODUZIONE

La responsabilità sociale d'impresa (RSI) è stato oggetto di particolare discussione nel corso degli ultimi decenni e rappresenta una delle sfide cruciali da affrontare per le imprese odierne. Nonostante i numerosi dibattiti, il tema risulta tuttora piuttosto articolato e complesso, a tal punto che non esiste una definizione univoca e universalmente riconosciuta di responsabilità sociale d'impresa, in quanto quest'ultima è il frutto del contesto sociale e istituzionale all'interno della quale è inserita.

L'obiettivo principale del presente elaborato consiste nel descrivere il fenomeno della RSI, cogliere le motivazioni che hanno portato alla sua nascita ed evidenziarne l'utilità sociale ed economica.

Nel primo capitolo vengono presentati i filoni principali che hanno caratterizzato la storia e l'evoluzione di tale argomento. In particolare, troviamo: chi si esprime in favore di un cambiamento radicale del sistema economico esistente, chi, al contrario, resta ancorato al profitto e vede la RSI come dannosa, e chi, infine, tenta di unire e conciliare queste due visioni.

Nel secondo capitolo viene proposto il case study della Grameen Bank per evidenziare l'effetto e il contributo concreto che la RSI può generare all'interno della comunità.

CAPITOLO 1

I VARI APPROCCI CARATTERISTICI DELLA STORIA EVOLUTIVA DELLA RSI

1.1 - Nascita ed evoluzione della RSI: un approccio “utopistico”

L'Unione Europea nel Libro Verde del 2001 definisce la responsabilità sociale d'impresa (RSI) come *“l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”* (Commissione delle Comunità europee, 2001, pag7).

Questa definizione sovverte la nozione classica d'impresa vista come un mero organismo economico esclusivamente fondato sulla massimizzazione del profitto ma, al contrario, si basa sulla convinzione che impresa e società formino un binomio inscindibile e impossibile da esaminare separatamente. Qual è, dunque, la strategia aziendale da mettere in atto affinché si crei un perfetto equilibrio all'interno di tale binomio? E quali sono gli ideali su cui dovrebbe fondarsi il termine “responsabile”? Entrambi i quesiti sono stati il perno attorno al quale si è evoluto e continua ad evolversi il dibattito circa la RSI.

Alcuni precursori sono stati sicuramente Marx e Durkheim, sociologi dell'Ottocento che hanno ampiamente criticato alcuni effetti distorsivi creati dal capitalismo in seguito alla rivoluzione industriale. Sempre nell'Ottocento è emersa la figura del capitalista-filantropo, ossia dell'imprenditore che tenta di

conciliare lo scopo lucrativo della propria impresa con l'esigenza di adempiere gli interessi della collettività. Sono state fondate associazioni no-profit che, se da una parte tentano di concretizzare questo obiettivo, dall'altra fanno dipendere il concetto di responsabilità dalla benevolenza dell'imprenditore stesso, non da un sistema economico basato sulla meritocrazia e sull'uguaglianza.

Analogamente all'iniziativa privata sorge il concetto di "Welfare State", ossia dello "Stato di benessere", secondo il quale è dovere dello Stato fornire servizi di assistenza, assicurazione e sicurezza sociale ai cittadini, con l'obiettivo di eliminare le disuguaglianze sociali ed economiche. Risulta opportuno rilevare che sia il Welfare State che la responsabilità sociale d'impresa si basano sull'attuazione e la tutela di diritti considerati essenziali; perseguendo, seppur in maniera differente, lo stesso scopo, possono essere analizzati come due fenomeni complementari. Infatti, nei periodi storici e nei Paesi in cui l'intervento dello Stato risulta estremamente limitato, l'iniziativa privata volta a tematiche etiche aumenta; viceversa, dove è presente una regolamentazione istituzionale efficiente, l'iniziativa privata tende a diminuire.

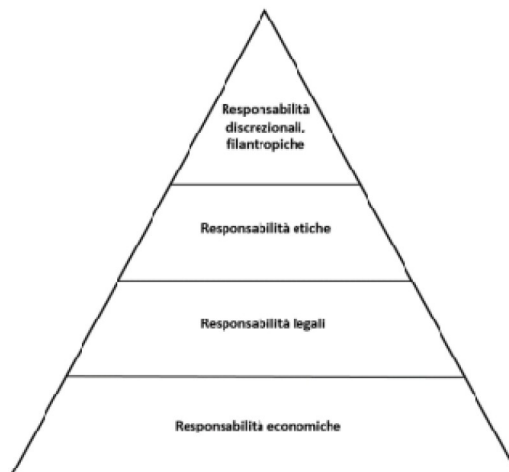
Nonostante i numerosi anni di dibattito esistenti, la nascita della RSI moderna viene formalmente fatta coincidere con il 1953, anno di pubblicazione da parte di Howard Rothmann Bowen dell'opera intitolata *Social Responsibilities of the Businessman*. Al suo interno è contenuta una delle prime definizioni accademiche sulla responsabilità sociale d'impresa: "essa si riferisce al dovere degli uomini

d'affari di perseguire quelle politiche, di prendere quelle decisioni o di seguire quelle linee di azione che sono desiderabili in funzione degli obiettivi e dei valori riconosciuti dalla nostra società" (Bowen, 1953, pag. 6). È rilevante sottolineare come il protagonista, nonché oggetto di analisi del testo, non sia l'impresa, bensì il "businessman", inteso come il manager che la dirige, a testimonianza del fatto che l'economia statunitense aveva subito una profonda trasformazione in seguito alla nascita ed espansione della "corporation", o "società per azioni", con conseguente separazione tra proprietà e controllo. Bowen stesso pone in rilievo la questione definendo il manager come *"la figura centrale della società americana"* (Bowen, 1953, pag. 3), ed evidenziando come le decisioni da egli assunte producono un notevole impatto sull'intero sistema economico. Lo scopo perseguito dall'autore è quello di creare un sistema economico alternativo sia rispetto al socialismo che rispetto al liberalismo radicale e privo di ogni intervento istituzionale, promuovendo un modello basato sull'equilibrio dei due. Affinché quest'ultimo possa avere successo, Bowen non esita nel difendere la propria teoria dalle varie critiche, affermando, in primo luogo, che nonostante gli investimenti in azioni socialmente responsabili comportino dei costi maggiori, la collettività è disposta a pagare prezzi più elevati quando riceve in cambio un miglioramento della qualità della vita. In secondo luogo, sostiene che la concorrenza perfetta è il modello ideale soltanto dal punto di vista teorico, mentre nella realtà si riscontra difficilmente, di conseguenza le imprese con più potere potrebbero aspirare a

proteggere la propria posizione dominante investendo in iniziative socialmente responsabili in grado di migliorare la propria opinione pubblica. Risulta evidente il rischio di servirsi di tematiche etiche come mere campagne pubblicitarie, pertanto, per scongiurare quest'eventualità, è necessario stabilire democraticamente e universalmente come interpretare il termine "responsabile" e quali azioni possono ritenersi tali.

Le innumerevoli definizioni di RSI che si ritrovano all'interno della letteratura ci suggeriscono che determinare quali sono i fattori imprescindibili della nozione stessa risulta estremamente complicato. In questo caso un valido ausilio è la piramide di Carroll (1979), attraverso la quale A. B. Carroll, alla fine degli anni Settanta, cataloga le diverse relazioni che intercorrono tra impresa e società.

Figura 1.1 - Piramide di Carroll



Fonte: Carroll, 1979, p. 497

La piramide è basata su quattro livelli: come base di sostegno per l'intera struttura vi è la responsabilità economica, ovvero quella di generare profitti, al secondo livello si colloca la responsabilità legale, che prevede la conformità dell'azienda all'ordinamento giuridico, al terzo livello, invece, vi è la responsabilità etica, secondo la quale l'impresa deve seguire norme e comportamenti comunemente accettate e ritenute normali dal contesto sociale all'interno della quale è inserita, infine, il vertice è occupato dalla responsabilità discrezionale o filantropica, ovvero quella di destinare parte delle proprie risorse al perseguimento di obiettivi socialmente utili.

Nel corso dei decenni successivi il dibattito riguardante la RSI ha continuato ad evolversi, creando una moltitudine variegata di definizioni e concezioni. Dal punto di vista teorico si ritiene possibile suddividere le diverse tendenze in tre filoni principali.

All'interno del primo filone si collocano tutte le visioni "futopiche" che, seppur attraverso taluni presupposti distanti dalla realtà attuale, ambiscono a sconvolgere la basi dell'economia capitalista di mercato, per sostituirla con delle nuove che mettano in risalto temi sociali ed ecologici. Alcuni esempi importanti sono: il "Global Social Forum", che stimola il dibattito su politiche che favoriscono l'eticità e la sostenibilità aziendale e che auspica l'adozione di certificazioni che attestino tali valori; l'economia del "Bene Comune", che mira a superare il conflitto di valori tra economia e società e a valutare il profitto come mezzo per

tradurre valori di utilità e non come un obiettivo da perseguire;“l’Economia di Comunione”, la quale si focalizza sul riformare dall’interno il modello imprenditoriale, ponendo il benessere della comunità e la sostenibilità al centro delle attività economiche.

Fanno parte del secondo filone, invece, le visioni che ricorrono al pensiero neoliberista, il quale sostiene la concorrenza perfetta e promuove la neutralità da parte Stato nel regolamentare l’economia.

Infine, nel terzo filone possono essere racchiuse tutte le visioni che tentano di conciliare le due precedenti e che ammettono imprese orientate verso obiettivi che vanno oltre il mero profitto, ma che, al contempo si conformano alle leggi del libero mercato.

Attualmente la RSI all’interno delle imprese viene considerata come un elemento strategico da implementare per garantire il successo e la sopravvivenza a lungo termine dell’impresa stessa. In un contesto caratterizzato da elevati livelli di trasparenza, essa risponde alle crescenti aspettative da parte dei consumatori e degli investitori relativamente a tematiche sociali. Inoltre, secondo un report di McKinsey (2020), investire in pratiche di RSI ben sviluppate comporta un miglioramento dell’immagine aziendale, una maggiore fidelizzazione dei clienti e, in ultima analisi, performance finanziarie superiori.

1.2 - Friedman e la critica neoliberale

Come sottolineato in precedenza il neoliberismo è un paradigma economico e politico che promuove la libertà di mercato come principale motore di crescita e sviluppo, enfatizzando il ruolo limitato dello Stato nell'economia. Fondato su principi di privatizzazione e liberalizzazione commerciale, il neoliberismo sostiene che la riduzione delle interferenze governative favorisce l'innovazione e l'efficienza, portando al benessere generale massimamente raggiungibile.

Questo paradigma emerge negli anni Settanta, in risposta alle crisi economiche che colpirono le economie occidentali e che evidenziarono le limitazioni delle politiche keynesiane prevalenti fino a quel momento. La sua diffusione si intensifica negli anni '80, quando alcuni leader di governo come Margaret Thatcher e Ronald Reagan adottano tali approcci nei loro rispettivi Paesi. Queste riforme furono percepite come strumenti efficaci per stimolare la crescita economica, ridurre il deficit pubblico e affrontare l'inflazione. Considerata in maniera globale, l'idea che il fine ultimo dello Stato consista nel promuovere la convergenza degli obiettivi individuali dei cittadini che lo compongono riscosse un enorme successo e, insieme alla crescente globalizzazione, contribuì a consolidare il neoliberismo come modello dominante.

Uno dei rappresentanti più influenti di tale teoria è Milton Friedman, premio Nobel per l'economia nel 1976, il cui approccio si basa sulla convinzione che le aziende, oltre al dover operare nel rispetto delle leggi e delle normative vigenti, non

abbiano l'obbligo di perseguire obiettivi sociali o etici al di fuori della loro missione principale che è quella di generare profitto per i loro azionisti. Ne consegue che ogni deviazione da questo obiettivo non solo è antieconomica, ma può anche risultare dannosa e controproducente per l'economia nel suo complesso. Le argomentazioni dell'economista si fondano su alcune considerazioni chiave. In primo luogo, egli sostiene che gli amministratori d'azienda sono agenti degli azionisti e, in quanto tali, hanno il dovere fiduciario di massimizzare il valore dell'impresa. Qualsiasi tentativo di utilizzare le risorse aziendali per scopi sociali equivarrebbe a una forma di tassazione senza rappresentanza. In altre parole, i manager non hanno la legittimazione democratica per decidere come allocare le risorse a fini che non sono stati concordati dagli azionisti. In secondo luogo, Friedman sottolinea che l'efficienza economica è fondamentale per il benessere della società. Le imprese che si concentrano esclusivamente sui profitti tendono a generare una maggiore crescita economica, la quale, a sua volta, genera benefici per la società nel suo complesso, contribuendo al progresso sociale e al miglioramento delle condizioni di vita. Infine, lo studioso avverte che cercare di armonizzare gli interessi delle aziende con quelli della società può minare l'efficienza e l'efficacia del mercato concorrenziale. La ricerca di obiettivi sociali da parte delle aziende potrebbe distogliere l'attenzione e le risorse necessarie per mantenere la competitività.

Friedman ritiene che le imprese possano contribuire al benessere sociale e all'interesse collettivo semplicemente operando nel rispetto delle leggi e cercando di migliorare il proprio prodotto o servizio. In tal modo, la RSI non deve essere vista come un obiettivo autonomo, ma piuttosto come una naturale conseguenza del buon funzionamento di un'impresa nel contesto di un mercato libero.

L'obiezione più diffusa rivolta alla tesi di Friedman è che le ipotesi su cui essa si fonda non trovano riscontro nella realtà. In particolare, il mercato a cui egli fa riferimento è un mercato di concorrenza perfetta, il quale non rappresenta quello effettivo, così come le leggi che lo governano vengono assunte come giuste ed eque per tutti, mentre, in realtà, il potere contrattuale detenuto da ogni individuo non sempre risulta equivalente.

In generale, lo scetticismo verso l'idea che le imprese abbiano un obbligo sociale al di là della generazione di profitto è una posizione che continua a trovare condivisione anche nel contesto attuale e che si fonda su diversi aspetti fondamentali, che meritano un'attenta analisi.

In primo luogo, è necessario segnalare il rischio di "greenwashing". Molte imprese, pur dichiarando un impegno verso pratiche sostenibili, finiscono per adottare strategie più orientate alla comunicazione che alla sostanza, in quanto influenzate maggiormente da considerazioni di marketing che da un reale desiderio di contribuire al bene comune. Questa tendenza può portare a una

perdita di fiducia da parte dei consumatori, i quali si sentono ingannati da promesse che, in realtà, non si traducono in azioni concrete e percepiscono che le iniziative sociali siano utilizzate principalmente per migliorare l'immagine aziendale piuttosto che per affrontare questioni sociali o ambientali significative. Pertanto, è fondamentale che le aziende non solo comunichino le proprie iniziative di RSI, ma le dimostrino anche attraverso risultati misurabili e trasparenti.

In secondo luogo, le critiche riguardano la mancanza di standardizzazione nelle pratiche di RSI. Attualmente non esistono parametri univoci che definiscano cosa costituisce una condotta socialmente responsabile e cosa no. Questa mancanza di uniformità rende difficile per le aziende confrontarsi e per i consumatori valutare realmente le azioni intraprese. In tale contesto assume un notevole rilievo il ruolo normativo delle istituzioni nazionali e internazionali nella creazione di linee guida più chiare e di indicatori di prestazione, per contribuire a garantire un approccio più coerente e misurabile alla responsabilità sociale.

Infine, la RSI è spesso criticata per la sua scarsa integrazione nella strategia aziendale complessiva. Molte aziende affrontano la responsabilità sociale come un'attività isolata, piuttosto che come un elemento centrale della propria missione e visione. Questa disconnessione può ridurre l'impatto delle iniziative intraprese, rendendo difficile per le imprese creare un vero cambiamento positivo. È quindi

essenziale che le aziende riconoscano la RSI come parte integrante della loro strategia, non solo come una risposta a pressioni esterne.

In conclusione, le critiche moderne alla responsabilità sociale d'impresa evidenziano la necessità di un approccio più autentico, trasparente e integrato. Le aziende devono impegnarsi non solo a comunicare le proprie iniziative, ma a garantire che queste siano realmente significative e misurabili. Solo attraverso un impegno genuino e una strategia ben definita la responsabilità sociale potrà diventare un fattore determinante nel costruire relazioni di fiducia con i consumatori e nel contribuire al benessere sociale e ambientale.

1.3 - La teoria degli stakeholder

Il termine stakeholder emerge per la prima volta da uno studio condotto presso lo Stanford Research Institute, e viene usato per indicare tutti gli individui che hanno un interesse diretto nell'attività aziendale.

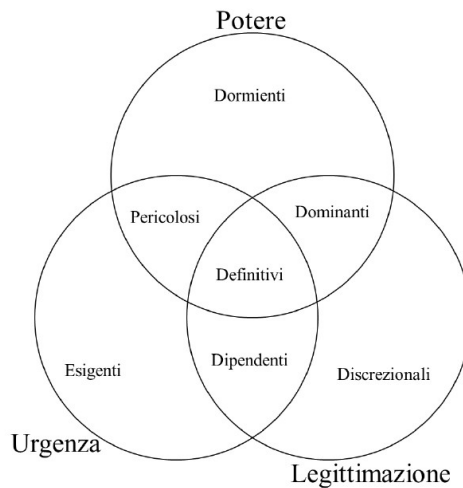
Tuttavia, la prima teoria organica degli stakeholder nasce intorno agli anni '80, in seguito alla pubblicazione da parte di Robert Edward Freeman (1984) dell'opera intitolata *Strategic management. A stakeholder approach* e può essere vista come un compromesso tra una visione ampia e idealista della RSI e una visione ristretta e neoliberale.

Il termine "stakeholder" viene definito dall'autore stesso come *"qualsiasi gruppo o individuo che può influenzare o essere influenzato dal raggiungimento degli*

obiettivi dell'organizzazione" (Freeman, 1984, pag. 46). Una definizione più circoscritta, invece, risulta essere quella di Clarkson (1994), il quale considera come stakeholders solo i soggetti che, volontariamente o involontariamente, rischiano nell'impresa, ricollegandosi al termine "stake", che può essere tradotto letteralmente con "scommessa".

A prescindere dalla definizione assunta, bisogna considerare che far coincidere perfettamente gli interessi di una moltitudine di soggetti potenzialmente molto elevata non sempre risulta possibile, perciò nel 1997 Mitchell, Agle e Wood si propongono di identificare la rilevanza di uno stakeholder analizzando tre attributi: il potere, la legittimazione e l'urgenza dell'interesse. Il potere misura l'impatto che ha lo stakeholder nell'influenzare gli obiettivi perseguiti dall'impresa, la legittimazione misura il diritto che ha lo stakeholder nell'avanzare pretese nei confronti dell'impresa, infine, l'urgenza indica il grado di tempestività richiesto dalle aspettative dello stakeholder. Dalla seguente classificazione ricaviamo sette categorie di soggetti, come rappresentato dalla figura 2.2

Figura 2.2 - Classificazione di Mitchell, Agle e Wood



Fonte: Mitchell, Agle e Wood, 1999, p 232

È opportuno far notare che la teoria degli stakeholder si basa e sviluppa le proprie considerazioni su un assioma cardine: comprendere le preoccupazioni e le funzioni obiettivo di ogni singolo stakeholder e cercare di soddisfarle è necessario per la sopravvivenza al lungo termine dell'azienda stessa. Tale approccio implica un cambiamento nella strategia aziendale, orientata a includere i vari gruppi di interesse nel processo decisionale e, quindi, non più limitata a rispondere alle sole pressioni del mercato.

Favorendo questa prospettiva, Donaldson e Preston (1995) individuano quattro possibili utilizzi pratici della teoria degli stakeholder: descrittivo, strumentale, normativo e manageriale. Il primo serve per spiegare la natura dell'impresa stessa, ovvero le sue caratteristiche e i suoi comportamenti. Il secondo ha lo scopo di comprendere la dipendenza tra lo stakeholder management e il raggiungimento

dei risultati aziendali. In questo caso, risulta necessario individuare tutti gli stakeholder e analizzare come le azioni di ognuno possano influenzare il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Il terzo mette in evidenza che i manager hanno il dovere morale di tenere in considerazione le richieste degli stakeholder. Infine, l'ultimo utilizzo fornisce al manager uno strumento di cui servirsi per gestire le relazioni sociali utili e necessarie per implementare la strategia.

Nella relazione tra stakeholder e impresa gli interessi in gioco sono reciproci, ciascuna parte coinvolta nelle attività aziendali è responsabile nei confronti dell'altra. Gli eventuali problemi devono essere risolti attraverso un bilanciamento, ragionevole e proporzionato, dei diritti e doveri di entrambe le parti, in modo da preservare un equilibrio tra di essi.

Il legame tra RSI e teoria degli stakeholder è evidente nella loro premessa comune: entrambe enfatizzano la necessità di un approccio olistico alla gestione aziendale. In particolare, la loro relazione è bidirezionale: da un lato, la teoria degli stakeholder può essere vista come l'applicazione pratica, seppur parziale, della RSI, in quanto promuove l'adozione di comportamenti aziendali etici e responsabili; dall'altro la RSI fornisce un quadro analitico utile per comprendere le motivazioni e i benefici associati all'implementazione della teoria degli stakeholder.

CAPITOLO 2

LA BANCA ETICA: IL CASO DELLA GRAMEEN BANK¹

2.1 - Solidarietà finanziaria: la banca etica e l'empowerment del microcredito

La banca etica è un'applicazione pratica della responsabilità sociale d'impresa. Nonostante il settore bancario sia tradizionalmente focalizzato sul profitto, essa costituisce la sfida del futuro e l'obiettivo verso cui si orientano alcune realtà del settore economico.

La banca etica è un'istituzione finanziaria che si impegna a mettere al centro delle sue operazioni la creazione di un impatto positivo sia a livello sociale che ambientale. Essa propone un modello bancario alternativo, trasparente e incentrato sulla sostenibilità e l'inclusione finanziaria. Questo approccio si traduce in una serie di scelte concrete che differenziano il suo modus operandi da quello di una banca tradizionale. In particolare, la banca etica orienta i propri investimenti in maniera particolare, prediligendo titoli ESG ed evitando di operare in settori controversi, come, ad esempio, quello dei combustibili fossili o delle armi, inoltre, si adopera per combattere le disegualianze sociali, rendendo i propri servizi accessibili all'intera comunità, soprattutto a coloro che rimangono esclusi dal sistema bancario tradizionale.

¹ Tutte le informazioni contenute sono state tratte da: Yunus M. (2003), Il banchiere dei poveri, Universale economica Feltrinelli.

Le istituzioni finanziarie, in virtù del loro potere di concedere o meno un credito, giocano un ruolo cruciale nell'allocazione delle risorse e, quindi, nel plasmare l'intera società. In base alle regole da loro assunte, determinate categorie di soggetti, nonché determinate categorie di attività, possono essere favoriti o meno, a discapito di chi rimane escluso da questo sistema. La banca etica mette in discussione queste regole e si impegna a utilizzare il proprio potere per promuovere uno sviluppo più equo attraverso la microfinanza, che consiste, secondo Borsa Italiana, proprio *“nell’offerta di prodotti e servizi finanziari a clienti che per la loro condizione economico sociale hanno difficoltà di accesso al settore finanziario tradizionale”* (Sito di Borsa Italiana).

Secondo i dati forniti dal Microfinance Information Exchange (MIX) nel 2021 erano attive oltre 1.000 istituzioni di microfinanza a livello globale, concentrate principalmente in Asia, Africa e America latina, le quali offrivano i propri servizi a circa 170 milioni di persone.

All'interno della microfinanza lo strumento più diffuso ed efficace è il microcredito, il quale consiste nell'offrire prestiti di importo ridotto a chi non ha accesso alle tradizionali forme di garanzia, come beni o proprietà. Esso si differenzia dal credito tradizionale non solo perché i beneficiari sono soggetti sprovvisti di una storia creditizia o un reddito stabile dimostrabile, ma anche per la sua dimensione ridotta, in quanto i costi di gestione ad esso associati risultano

troppo elevati rispetto al credito stesso, rendendolo così poco conveniente dal punto di vista reddituale.

In Italia il microcredito ha avuto una diffusione recente grazie ad iniziative politiche e sociali come “Resto al Sud”, la quale facilita l’accesso al credito per gli imprenditori che desiderano avviare un’attività nel Sud Italia, tradizionalmente svantaggiato. In generale, le banche che lo concedono aderiscono a programmi pubblici, come il "Fondo di Garanzia per il Microcredito", gestito dal Ministero dello Sviluppo Economico, o ad iniziative internazionali.

Nonostante a questo tipo di prestito possa essere associata una bassa solvibilità dal punto di vista teorico, nella realtà esso riscontra un alto tasso di rimborso, a tal punto da riscuotere un grande successo, diventando uno strumento cruciale, sia come sostegno per i più poveri, sia come incentivo all’imprenditorialità nei Paesi meno sviluppati. Infatti, la rischiosità dell’operazione non è del tutto oggettiva, in quanto non dipende interamente dalla natura del prestito, ma dipende soprattutto dalla mancanza di informazioni circa l’affidabilità del beneficiario. Secondo Muhammad Yunus, fondatore della Grameen Bank in Bangladesh, i poveri, ed in particolare le donne, sono sempre stati “bancabili”: essi hanno un forte desiderio di migliorare la propria situazione economica, di conseguenza sono più disposti ad impegnarsi e ad essere puntuali nei rimborsi che vengono loro concessi (Yunus, 2003, pag. 21). Inoltre, in caso di impossibilità di rimborso il microcredito risulta

provvisto di flessibilità: chi lo eroga offre spesso la possibilità di posticipare la scadenza o di rateizzare maggiormente l'importo.

Un'altra caratteristica di questo strumento è il basso tasso d'interesse, che generalmente risulta inferiore rispetto al mercato, grazie al supporto di fondi pubblici o fondi di garanzia, che lo rendono più vantaggioso e accessibile.

2.2 - La Grameen Bank: origini, struttura e implicazioni

La Grameen Bank è il caso di banca etica più famoso al mondo. Essa viene fondata in Bangladesh nel 1983 da Muhammad Yunus, come tentativo di arginare i problemi economici che affliggevano il Paese. Il Bangladesh negli anni Settanta, in seguito alla guerra per l'indipendenza contro il Pakistan, si trovava in una situazione economica drammatica. I vari aiuti internazionali si erano rivelati inefficaci ed inefficienti nel risollevare l'economia nazionale, sia a causa di un'eccessiva burocrazia e lentezza, legate dal fatto che i progetti erano costosi e su larga scala, sia a causa dell'elevata corruzione e del perseguimento di interessi personali, a tal punto che una parte degli aiuti stranieri giungevano sotto forma di beni e non di contanti, favorendo così l'esportazione dei Paesi donatori, mentre la parte restante veniva usata per sostenere i consumi e non gli investimenti.

Nel 1974 la popolazione bengalese viene colpita da una feroce carestia e ciò spinge Yunus a mettere in discussione le teorie economiche tradizionali su cui si era sempre basato. Egli adotta un metodo induttivo: studia il comportamento dei

poveri che abitano nel villaggio vicino al suo campus universitario e tenta di teorizzare delle risoluzioni per problematiche che sono costretti ad affrontare. Le sue idee teoriche nascono, quindi, dall'osservazione della realtà che lo circonda. Gli incontri con le persone meno fortunate fanno capire a Yunus che il sistema bancario tradizionale, fondato su garanzie e solide storie creditizie, era del tutto inadeguato per rispondere alle necessità dei più poveri, che venivano esclusi dall'accesso al credito. Senza accesso a finanziamenti legittimi, molti si trovavano costretti a rivolgersi agli usurai locali, finendo così in un circolo vizioso di debiti e miseria a causa degli interessi troppo alti. Grazie alla sua esperienza diretta nel villaggio di Jobra, dove nota la sorprendente puntualità dei poveri nel rimborsare piccoli prestiti personali, Yunus si rende conto che la mancanza di accesso al credito non era dovuta all'inaffidabilità dei poveri, ma, piuttosto, all'incapacità del sistema bancario di adattarsi alle loro esigenze. Da queste riflessioni nasce la Grameen Bank, la cui traduzione letterale corrisponde a "banca di villaggio", e che si basa su principi innovativi. La fiducia nella capacità di rimborso dei poveri, considerati in grado di onorare i propri debiti se trattati con rispetto e dignità, diventa la base del progetto. A questo si aggiunge l'idea della garanzia sociale, realizzata attraverso i "circoli di solidarietà", gruppi di persone che si impegnano a sostenersi a vicenda nel rimborso dei prestiti. Si decide, inoltre, di concentrarsi sulle donne poiché, secondo l'intuizione di Yunus, esse sono più attente nella

gestione delle risorse e più inclini a investire in attività che giovano all'intera famiglia.

La Grameen Bank adotta, quindi, un sistema di prestiti senza garanzie materiali, che si basa su criteri di selezione non legati alla valutazione del merito creditizio convenzionale, ma si affida alla fiducia reciproca tra i membri dei gruppi di prestito. Il rischio di insolvenza, in questo caso, viene gestito tramite il modello della responsabilità collettiva.

La struttura organizzativa della banca è caratterizzata da un modello decentralizzazione e inclusività e si basa su una rete di filiali locali operative a livello di villaggio e comunità. Ogni filiale gestisce un insieme di agenzie di base che si occupano direttamente dei prestiti, concentrandosi principalmente nelle aree rurali. Al centro di questo sistema ci sono i gruppi di prestito, formati da 5-10 persone che si impegnano collettivamente a restituire il prestito. Questi gruppi, creati su base volontaria, uniscono persone che condividono fiducia e solidarietà, spesso provenienti dalla stessa area. Formare gruppi omogenei, come quelli composti esclusivamente da donne, aiuta a rafforzare il senso di comunità e il supporto reciproco. Il funzionamento di questo sistema prevede che se un membro non riesce a rispettare le scadenze, gli altri membri del gruppo intervengano per coprire la parte mancante, promuovendo così un comportamento responsabile. Le filiali locali sono supportate da un'agenzia centrale che coordina le operazioni bancarie e supervisione le attività.

In pratica, il funzionamento dei gruppi di prestito si basa su incontri settimanali, durante i quali i membri si confrontano sul progresso delle loro attività economiche e procedono al pagamento delle rate. Questi incontri sono anche occasioni di formazione continua, durante i quali i beneficiari ricevono supporto nella gestione delle loro attività e migliorano le proprie competenze finanziarie. La banca, pur non richiedendo garanzie fisiche, monitora costantemente i prestiti e offre consulenza per assicurarsi che i fondi vengano utilizzati in modo produttivo. Inoltre, la Grameen Bank adotta un approccio graduale nell'erogazione del credito: i prestiti iniziali sono di importo ridotto, mentre, con il passare del tempo, i beneficiari possono accedere a prestiti di importo maggiore, a condizione che abbiano dimostrato di rispettare le scadenze e di utilizzare i fondi in modo redditizio.

Secondo il report annuale (2022) fornito dalla Grameen Bank, quest'ultima ha ottenuto notevoli successi, raggiungendo circa 9 milioni di persone, di cui l'81,27% sono donne, e superando 1.600.000 milioni di "disbursement cumulativo dei prestiti in Taka bengalesi", che corrisponde alla somma totale di tutti i prestiti erogati dalla fondazione, espressi secondo la valuta ufficiale del Bangladesh. In media, i beneficiari del microcredito hanno visto un miglioramento significativo nella loro qualità della vita, soprattutto in termini di salute, educazione e condizioni abitative.

Questo modello si è dimostrato particolarmente efficace, perché non solo consente l'accesso al credito per chi è escluso dai canali bancari tradizionali, ma anche perché promuove l'idea che gli aiuti economici non siano dei semplici consumi, ma strumenti destinati a stimolare l'imprenditorialità e la produttività di un Paese. L'esperienza della Grameen Bank ha ispirato la creazione di istituzioni simili in diverse parti del mondo. Il suo approccio, basato su fiducia, responsabilità e partecipazione, ha dimostrato che è possibile fornire accesso al credito alle fasce più povere della popolazione, contribuendo al loro sviluppo economico e sociale e rendendolo un esempio di successo, nonché un modello di riferimento su scala globale per la lotta alla povertà.

Yunus ha sempre sostenuto che la povertà non è una condizione inevitabile, ma una malattia che può essere curata con gli strumenti giusti. La sua visione di un mondo senza di essa si basa sulla convinzione che ogni essere umano possiede un potenziale creativo e che, se gli viene data l'opportunità, può contribuire al progresso economico e sociale. Nel 2006, l'assegnazione del Premio Nobel per la Pace a Yunus e alla Grameen Bank ha rappresentato un riconoscimento globale dell'importanza del microcredito come strumento per combattere la povertà e promuovere la pace. Le implicazioni economiche generali vanno oltre la semplice creazione di una banca: la sua visione ha contribuito a cambiare la percezione globale della povertà, dimostrando che i poveri non sono solo destinatari passivi

di aiuti, ma, se vengono forniti loro gli strumenti giusti, diventano attori capaci di autodeterminazione.

Nonostante le numerose statistiche positive, risulta opportuno sottolineare che la Grameen Bank presenta talune criticità degne di essere considerate prima di una possibile emulazione. Uno degli aspetti da evidenziare è il rischio di una eccessiva esposizione debitoria: il microcredito potrebbe contribuire a creare una spirale di indebitamento, in particolare per coloro che non riescono a generare reddito sufficiente per restituire i prestiti, minando la capacità della banca di continuare a erogare prestiti in modo sostenibile. Questo scenario ricorda, seppur in scala diversa, quanto accaduto con la crisi subprime del 2008, quando un'eccessiva concessione di crediti a soggetti ad alto rischio portò a un crollo finanziario globale.

La replicabilità del modello dipende fortemente dal contesto culturale dove viene inserito. Ad esempio, uno degli assunti chiave per il successo è la divisione del rischio e della responsabilità tra gruppi di persone che si sostengono reciprocamente. Esso potrebbe perdere la sua rilevanza nel caso in cui si decida di attuare un'imitazione della Grameen Bank in una società con una bassa coesione sociale o dove le dinamiche di fiducia tra i membri sono fragili. Proprio perché la Grameen Bank è nata dall'osservazione concreta ed è poi arrivata a conclusioni generali e teoriche, una sua eventuale imitazione deve avere come base di partenza l'analisi della realtà pratica.

CONCLUSIONI

Dalla ricerca condotta è stato possibile comprendere l'origine, lo sviluppo e le conseguenze della responsabilità sociale d'impresa. I risultati dello studio mostrano che quest'ultima nasce dall'esigenza concreta di contrastare le imperfezioni del mercato concorrenziale, dimostrando grandi potenzialità, soprattutto se conformata alle convenzioni sociali e culturali di riferimento.

Nei capitoli dell'elaborato sono state analizzate le principali teorie dell'argomento, cercando di evidenziare sia i punti di forza che di debolezza di quest'ultimo, partendo dall'idea che stimolare il confronto e, di conseguenza, favorire lo sviluppo di idee migliorative rappresenta la chiave per il successo della RSI.

Inoltre, è stato affrontato il caso della Grameen Bank, un esempio di come sia possibile costruire un'economia più umana e inclusiva, nonché una manifestazione concreta del potenziale trasformativo della RSI.

Personalmente ritengo che la RSI abbia ampi margini di miglioramento, e che la sfida principale da affrontare sia massimizzare il trade-off tra l'esigenza normativa e la necessità di adattarsi alla realtà comunitaria. Infatti, se da un lato la codificazione delle pratiche responsabili garantisce una maggiore trasparenza, obbligando le aziende a determinati standard etici, ambientali e sociali, dall'altro adattare la RSI al contesto locale consente alle aziende di rispondere in modo più efficace alle esigenze della comunità, in quanto ogni società ha valori, priorità e

sfide specifiche che influenzano le aspettative riguardo al comportamento delle imprese.

BIBLIOGRAFIA

- Acquier A., Gond J.P. e Pasquero J. (2011), *Rediscovering Howard R. Bowen's Legacy: The Unachieved Agenda and Continuing Relevance of Social Responsibilities of the Businessman*, SAGE Publishing
- Bateman M. (2010), *Why Doesn't Microfinance Work? The Destructive Rise of Local Neoliberalism*, Zed Books
- Bowen H. (1953), *Social Responsibilities of the businessman*, Harper & Row, New York
- Capecchi V. (2005), *La responsabilità sociale dell'impresa*, Carocci, Roma
- Carroll B. (1979), *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, The Academy of Management Review, Vol. 4 No. 4
- Clarkson M. B. E. (1994), *A risk based model of stakeholder theory*, Proceedings of the 2nd Toronto Conference on Stakeholder Theory, Centre for Corporate Social Performance and Ethics, University of Toronto, Toronto
- Commissione delle Comunità europee (2001), *Libro Verde: Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*, COM, Bruxelles

- Delmas M. A. e Burbano, V. C. (2011), *The Drivers of Greenwashing*, California Management Review, 54(1), 64-87
- Donaldson T. e Preston L. E. (1995), *The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications*, Academy of Management Review, Vol. 20, No. 1, pp. 65-91
- Durkheim E. (1893), *De la division du travail social*, Alcan, Parigi
- Felber C. (2012), *L'economia del bene comune*, Lindau, Torino
- Freeman R. E. (1984), *Strategic management. A stakeholder approach*, Pitman Publishing, Marshfield.
- Friedman M. (1962), *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago
- Friedman M. (1970), *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, The New York Times Magazine
- Gaita M. & Antonelli A. (2010) *Banca Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa: Un Modello di Sostenibilità*, Economia & Management, 8(4), 56-69
- Grameen Bank (2022), *Annual report 2022*, Grameen Bank
- Guri R. & Ferri G. (2020), *Microcredito e Sostenibilità: Analisi e Impatti delle Politiche Pubbliche in Italia*, Economia Pubblica, 13(2), 45-60
- Harvey D. (2005), *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford University Press, Oxford

- Hulme D. and Mosley P. (1996), *Finance Against Poverty*, Routledge
- Ledgerwood J. (1999), *Microfinance Handbook: An Institutional and Financial Perspective*, The World Bank
- Ledgerwood J. (1999), *Microfinance Handbook: An Institutional and Financial Perspective*, The World Bank
- Lubich C. (2001), *L'economia di comunione. Storia e profezia*, Città Nuova, Roma
- M. & Meyer R. L. (2002), *The Triangle of Microfinance: Financial Sustainability, Outreach, and Impact*, Johns Hopkins University Press
- Marx K. (1867), *Das Kapital. Kritik der politischen Oekonomie*, Verlag von Otto Meissner, Amburgo
- McKinsey & Company (2020), *How Corporate Social Responsibility is Evolving*
- McWilliams A. e Siegel D. (2001), *Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective*, *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127
- Mitchell R. K., Agle B.R. e Wood D.J. (1997), *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts*, *The Academy of Management Review*, Vol. 42, No. 5, pp. 507-25

- Mitchell R.K., Agle, B.R. e Wood, D.J. (1999), *Toward a theory of stakeholder salience: Defining the principle of who and what really counts*, Academy of Management Review, 24(2), 229-249)
- Morduch J. (1999), *The Microfinance Promise*, Journal of Economic Literature
- Morduch J. (1999), *The Microfinance Promise*, Journal of Economic Literature, 37(4), 1569-1614
- Porter M. E. e Kramer M. R. (2006), *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, Harvard Business Review, 84(12), 78-92
- Schneider A. e Lueg R. (2020), *Corporate social responsibility: The benefits of standardization*, Journal of Business Ethics, 161(3), 467-487
- Sena B. (2009), *L'agire responsabile: la responsabilità sociale d'impresa tra opportunismi e opportunità*, Città Nuova Editrice, Roma
- Stiglitz J. E. (2002), *Globalization and Its Discontents*, W.W. Norton & Company, New York
- Titmuss R. M. (1974), *Social Policy: An Introduction*, Hutchinson
- Yunus M. (2003), *Il banchiere dei poveri*, Universale economica Feltrinelli
- Yunus M. (2007), *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*, PublicAffairs

- Zamagni V. (2010), *Banca Etica e Sostenibilità: Una Visione per il Futuro*, Rivista di Economia e Politica Industriale, 27(4), 49-62

SITOGRAFIA

www.themix.org

<https://grameenbank.org.bd/>

<https://www.borsaitaliana.it/borsa/glossario/microfinanza.html>