

"No ai brevetti". Ecco la Csr secondo Guna

Una volta si pensava che l'essere mancini, destri o ambidestri fosse una prerogativa tipica degli umani, ma così non è: studi scientifici hanno dimostrato che anche altri mammiferi, nonché uccelli, pesci e persino invertebrati presentano questa peculiarità, detta "lateralizzazione"...

Come dimostrano anche gli studi di Maria Magat e Culum Brown, la lateralizzazione consente al cervello di incanalare le informazioni, elaborando i compiti assegnati in modo quasi separato, e quindi più rapido: ciò genera un vantaggio cognitivo generale per l'individuo.

Perché allora ci sono esemplari "stravaganti", programmati in modo diverso dalla popolazione generale?

Stefano Ghirlanda, un docente italiano che lavora all'Università di Stoccolma, utilizzando la Teoria dei Giochi ha costruito un modello matematico che dimostra come un soggetto riesce ad aumentare ulteriormente le proprie chance di sopravvivenza in un gruppo di suoi simili caratterizzati dalla medesima lateralizzazione, se si comporta in modo "anomalo" e "bizzarro" rispetto alla massa.

Il modello matematico dimostra che il raggruppamento in grado di resistere meglio alle pressioni evolutive è quello la cui maggioranza è lateralizzata nella stessa direzione, ma che include anche una piccola minoranza di soggetti che si oppone alla tendenza generale e percorre strade inedite.

Da sempre, la natura è di modello all'uomo. Sarebbe quindi assai interessante applicare i modelli elaborati dagli etologi sia alla Corporate Social Responsibility – che è la più evoluta disciplina per la creazione di contesti di comunicazione ad alto valore aggiunto – che alle strategie di comunicazione in generale.

Sono convinto da sempre dell'opportunità di adottare un modello di business e di comunicazione flessibile, che preveda

il vantaggio di agire in maniera armonica in una certa fase di cooperazione, ma anche la capacità di andare controcorrente, scombinando le aspettative della controparte.

Un esempio di quanto affermato è il progetto “No Patent” di Guna Spa (www.guna.it/nopatent). Guna è l'azienda leader italiana nella produzione e distribuzione di farmaci di origine biologica, nonché best-in-class nella CSR del suo settore grazie a un paniere assai articolato di iniziative, inclusa l'innovativa e controcorrente scelta di rinunciare alla protezione brevettuale di ogni sua attuale e futura scoperta scientifica e innovazione di prodotto e di processo, strategia elaborata grazie a un'intuizione del suo fondatore e attuale Presidente, Alessandro Pizzoccaro. L'azienda ha inoltre rinunciato al copyright per tutte le pubblicazioni e ricerche scientifiche edite dalla propria divisione editoriale.

Esempio di pensiero lateralizzato in forma non convenzionale, Guna rappresenta “la minoranza” che sceglie di viaggiare in senso contrario alla massa, in un settore come quello farmaceutico sempre impegnato in una difesa a oltranza della proprietà intellettuale.

Guna ha fatto una scelta differente rispetto al gruppo: l'abbandono dell'asfissiante strategia di difesa brevettuale ha infatti liberato risorse finanziarie e professionali, ampliando i budget per la ricerca & sviluppo; inoltre la scelta di non brevettare prodotti, processi e scoperte, ha proiettato l'azienda verso una forma-mentis ancor più innovation-oriented, partendo dal presupposto che concentrarsi sui brevetti significa difendere il passato, mentre investire in ricerca equivale a “creare futuro”. Infine, questo criterio di tipo “copyleft” è decisamente più in linea con l'attuale sensibilità del web “2.0”, e con la crescente necessità di rapida veicolazione delle informazioni tipica del fluido mondo di internet nel nuovo millennio.

Di fatto, Guna non ha solo stimolato un dibattito in un settore “conservativo” come quello farmaceutico, ma ha ristrutturato il proprio modello di business in modo assai

“lateralizzato”, e le performances dell’azienda, in costante crescita di fatturato e quota di mercato, sembrano premiare anche quest’iniziativa.