

Etica e affari, un matrimonio difficile

Ben&Jerry's, azienda Usa di successo, non vuole più vendere i propri gelati nei territori palestinesi occupati da Israele. Ne è nato un intricato conflitto politico e legale. È possibile tenere insieme ricerca del profitto e principi etici?

Nella storia del capitalismo, di dispute fra imprese se ne sono viste tante, ma che una filiale portasse in tribunale la propria capogruppo, questo no, non era mai capitato. È quanto è successo negli Stati Uniti per una vicenda che riguarda addirittura il conflitto israelo-palestinese. Il dilemma è se vendere o non vendere nei territori occupati da Israele. Non riuscendo a trovare un accordo sul piano politico, le due parti stanno cercando di spuntarla tramite sofisticate battaglie legali. Mentre scriviamo, il contenzioso è ancora in corso, ma qualunque sarà il suo esito vale la pena raccontarlo per i molteplici aspetti che solleva.

Dal vermont al mondo

Le due parti in gioco sono Unilever e **Ben&Jerry's**. La prima è una potente multinazionale inserita nel settore dei prodotti igienici, cosmetici e alimentari. La seconda è un'impresa di gelati nota soprattutto al pubblico americano. In effetti,

Ben& Jerry's nacque negli Stati Uniti per iniziativa di due piccoli imprenditori, Bennet Cohen e Jerry Greenfield, che, nel 1978, decisero di aprire una gelateria in una località del Vermont, loro città natale. L'iniziativa ebbe successo e in breve Ben&Jerry's divenne una catena di gelaterie con punti vendita in tutta la nazione. L'attività andava così bene che attirò l'attenzione dei giganti del settore, tanto che, nell'anno 2000, **Unilever** se la comprò. L'assorbimento fu totale, ma i vecchi proprietari riuscirono a porre come condizione che l'azienda continuasse a essere gestita da loro secondo i propri **principi etici**.

Nel panorama del mondo degli affari i due imprenditori rappresentavano senz'altro un'eccezione perché erano convinti che obiettivo dell'impresa debba essere non solo il perseguimento del profitto, ma anche **il rispetto** per l'ambiente, dei lavoratori e delle comunità in cui l'attività è svolta. Un filone di pensiero che più tardi diede origine a particolari imprese denominate «**B Corporation**» (vedi *MC giugno 2022*), dove «B» sta per «benefit», a indicare che sono organizzate per portare vantaggio a tutti. Dagli Stati Uniti, l'idea approdò anche in Europa, Italia compresa, dove la B Corporation ha trovato spazio nella legislazione, sotto il nome di «**società benefit**». Una denominazione che può essere utilizzata da tutte quelle realtà imprenditoriali che oltre ad avere «lo scopo di dividere gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse».



Un tratto del muro divisorio tra Israele e Palestina. Foto Olaf-Pixabay.

Una forza per il bene?

Nel mondo, le B Corporation sono qualche migliaio, tutte convinte di poter cambiare il mondo, come si legge in un pieghevole del loro movimento: «Insieme stiamo costruendo un movimento di persone che usano il mondo degli affari come una forza per il bene». Che sia un po' esagerato? I toni da crociata religiosa sono sempre un po' inquietanti.

Personalmente ritengo che eleggere le imprese a «forza per il bene» sia un tentativo (maldestro) per giustificare il capitalismo fondato su presupposti ideologici che conducono allo sfruttamento del lavoro, all'esaurimento delle risorse, all'accumulo di rifiuti, alle guerre per il controllo delle risorse e l'espansione dei mercati. In una parola a tutte le situazioni di crisi che oggi affliggono l'umanità. Tuttavia,

fatta questa precisazione, sicuramente le società benefit rappresentano un passo avanti sulla strada della sostenibilità, della trasparenza, della dignità personale. Un risultato attribuibile a un mix di conversioni personali e di pressione decennale esercitata dalla società civile tramite **azioni di investimento etico e di consumo critico**.

Nel 2006 nacque anche un sistema di certificazione che dà la patente di società «per il bene» a tutte quelle imprese che dimostrano di **rispettare regole stringenti in ambito sociale e ambientale**. Certificazione che Ben&Jerry's ottenne nel 2012 impegnandola a «essere economicamente sostenibile e nello stesso tempo capace di un cambio sociale positivo [...] finalizzato a garantire il soddisfacimento dei bisogni umani ed eliminare ogni forma di ingiustizia». Per di più nella sua carta dei valori si legge: «Sosteniamo le vie nonviolente per l'ottenimento della pace e della giustizia. Crediamo che le risorse pubbliche siano utilizzate in maniera più produttiva quando sono messe al servizio dei bisogni umani piuttosto che spese in armamenti».

Nonostante queste precise prese di posizione, Ben&Jerry's non aveva avuto problemi a catapultarsi in Israele dove approdò nel 1987, concedendo la licenza d'uso del proprio marchio all'impresa israeliana Avi Zinger. Così i gelati a marchio Ben&Jerry's si vendevano in tutti i territori occupati da Israele, compresi quelli colonizzati dopo il 1967 in aperta violazione con le ripetute risoluzioni Onu secondo le quali «tali occupazioni sono illegali e rappresentano un ostacolo alla realizzazione dell'obiettivo dei due stati, l'unica soluzione che può garantire una pace duratura».

La presenza nei territori occupati non era vissuto da Ben&Jerry's come un tradimento dei propri valori, ma l'incoerenza non era sfuggita a un gruppo del Vermont che agisce a sostegno del popolo palestinese in collaborazione con il movimento Bds («**Boycott, divestment, sanctions**», boicottaggio, disinvestimento, sanzioni).



La Puma, nota azienda produttrice di scarpe sportive, è oggetto di un boicottaggio internazionale per essere sponsor di squadre israeliane. Foto BDS Movement.

BDS e danno economico

Sorto nel 2005, il Bds è un movimento che intende costringere Israele al rispetto delle leggi e delle convenzioni internazionali attraverso il danno economico. La stessa strategia utilizzata negli anni Ottanta del secolo scorso nei confronti del regime del **Sudafrica** che fu costretto a capitolare di fronte alla fuga delle imprese straniere e alle sanzioni economiche messe in atto contro il paese. In effetti, il movimento Boicottaggio, disinvestimento e sanzioni si propone l'obiettivo di fare pressione sul governo di Israele tramite **l'isolamento economico**. Una delle strategie consiste nel prendere di mira le imprese che conducono i propri affari nei territori occupati a vantaggio esclusivo o prevalente dei coloni occupanti.

Alcuni esempi sono **Puma** (vedi foto), **Axa**, **Hewlett Packard** su cui è esercitata ogni forma di pressione per convincerle a ritirarsi da Israele o quanto meno dai territori occupati dopo il 1967.

Nei confronti di Ben&Jerry's la prima iniziativa di pressione venne assunta nel 2011 tramite una lettera inviata dal gruppo

del Vermont che però non ricevette risposta. Per cui vennero assunte iniziative sempre più incisive, fino a dichiarare un vero e proprio boicottaggio nel 2015. Lo scrollone finale si ebbe nel maggio 2021 quando davanti alla sede centrale di Ben&Jerry's, si presentò una folla concitata che con una sola voce gridava «Vergogna!». Erano lì per commemorare ciò che i palestinesi chiamano «Nakba», ossia l'evacuazione forzata di centinaia di migliaia di palestinesi avvenuta nel 1948, per fare spazio allo stato di Israele.

Questa volta, Ben&Jerry's accusò il colpo e, dopo due mesi, il 19 luglio 2021, annunciò di avere deciso di rivedere la propria presenza in Israele, cominciando con il non rinnovare il contratto di licenza stipulato con Avi Zinger in scadenza a fine dicembre 2022.

Gelati antisemiti?



Un barattolo di gelato di Ben&Jerry, azienda Usa che, per problemi etici, non vuole vendere a Israele.

In un primo momento la capogruppo Unilever si era schierata a fianco della propria controllata appellandosi anch'essa a motivazioni etiche. Ma poi la ragione economica ebbe il

sopravvento e madre e figlia finirono per vie legali. Il governo israeliano aveva bollato la scelta di Ben&Jerry's come antisemita e subito le azioni di Unilever avevano cominciato a perdere valore. Sui social israeliani circolavano filmati di ministri nell'atto di gettare nella pattumiera i gelati di Ben&Jerry's ancora integri. In America, invece, su alcuni quotidiani comparvero annunci a tutta pagina firmati dall'organizzazione ebraica **Simon Wiesenthal Center**, che invitavano negozi e supermercati a cessare la vendita dei gelati Ben&Jerry's colpevoli di antisemitismo. Iniziative che ebbero il loro effetto sul piano finanziario: vari fondi pensione e altri investitori istituzionali annunciarono di voler vendere le quote che avevano in Unilever sostenendo che cedendo alle richieste di Bds la multinazionale aveva violato la legislazione americana. Sul versante opposto si diffuse la notizia che un pacchetto importante di azioni era stato comprato da Nelson Peltz, niente po' po' di meno che presidente del Simon Wiesenthal Center. Una scelta compiuta con lo scopo evidente di condizionare Unilever dall'interno.

Etica e affari

Intanto, nel marzo 2022, Zinger, il licenziatario israeliano, si era rivolto alla magistratura statunitense affinché impedisse a Unilever di sospendere il contratto di licenza, come preannunciato dalla direzione di Ben&Jerry's. Ma la contesa non venne mai discussa in tribunale perché, nel giugno 2022, Unilever annunciò di essersi accordata con Zinger per venderle la proprietà del marchio Ben&Jerry's, e questa era valida per tutti i territori controllati da Israele. Una decisione che irritò la direzione di Ben&Jerry's che reagì denunciando la capogruppo per abuso e violazione contrattuale.

Ora la parola è di nuovo agli avvocati, ma comunque vada a finire, crescono i dubbi che etica e affari possano davvero

unirsi in matrimonio come sostiene il movimento delle B Corporation.

Francesco Gesualdi

I siti dei protagonisti:

- <https://www.benjerry.com>
- <https://bdsmovement.net/>
- <https://www.wiesenthal.com>