

approccio.

L'evidenza è che **pratiche di Csr ben confezionate influenzino positivamente la soddisfazione dei dipendenti, la produttività** e danno spunti preziosi ai leader aziendali e agli investitori, che si trovano a dover scegliere se investire o no in un'azienda.

ALTRI RISULTATI – Tra gli altri risultati di questi studi:

– se le attività di Csr crescono, proteggono i brand e la **reputazione** delle aziende, potenzialmente facendoli crescere di un 11% rispetto al valore totale della società;

– considerando un arco di tempo di 15 anni, le aziende con programmi di Csr efficaci hanno una **crescita media del valore per gli stakeholder** di 1,28 mld di dollari, mentre la crescita dell'**attaccamento** di questi stakeholder all'azienda cresce potenzialmente di un valore quantificabile dal 40 all'80%;

– cresce anche la **produttività** di chi lavora in aziende con programmi di Csr maturi (+13%) e si riduce il turnover di circa il 50%, con dipendenti che accetterebbero una riduzione del salario del 5% a fronte di un ambiente di lavoro permeato da valori di questo tipo.

In sostanza, **non basta avere un programma generico, occorre saperlo mettere in pratica** e trasformare l'azienda. Clienti, investitori e lavoratori se ne rendono conto e le aziende non sincere, che mentono o cercano di mostrarsi più impegnate di quanto lo siano in realtà perdono terreno in termini di immagine, investimenti e reputazione.

I MIGLIORI – Secondo il **CSR RepTrak** che ogni anno viene pubblicato dal Reputation Institute, **Google ha il primato** in questo campo. Microsoft, Walt Disney e BMW seguono nella classifica della miglior reputazione sul fronte Csr. Apple, Lego, Volkswagen, Intel e Rolex sono fuori dalla top 10.