

# Csr: l'impegno reale e continuo fa crescere i profitti del 20%



Programmi di Csr ben strutturati possono far lievitare le entrate anche **fino al 20%** e **fidelizzare i clienti** fino al 60% in più. Lo svela uno [studio di Verizon e Cambell Soup. IO Sustainability e Babson College](#), in aggiunta, hanno dimostrato che oltre ad avere un **impatto positivo sulle vendite**, i programmi di Csr riescono a far crescere il valore delle aziende per gli shareholder e a migliorare la **produttività** dei dipendenti.

**L'IMPATTO DELLA CSR – “[Project ROI](#)”**, condotto da IO Sustainability e Babson College, in particolare, ha analizzato una serie di ricerche e dati esistenti per capire quale valore e impatto abbia la Csr su società e business. Ha evidenziato poi alcune best practices per le aziende che vogliono migliorare in chiave più autentica ed efficiente il loro

approccio.

L'evidenza è che **pratiche di Csr ben confezionate influenzano 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.