CSR: quali azioni intraprendere per integrarla davvero nelle strategie aziendali?

Le aziende avvertono oggi una responsabilità ancora più forte verso il territorio, la comunità e le persone e sono proiettate verso l'obiettivo di uno sviluppo economico e sociale che sia duraturo e generi benefici diffusi. Per questo è nato il Sodalitas Stakeholder Forum: per promuovere l'incontro e il dialogo tra le imprese e gli stakeholder che avvertono la responsabilità di ricostruire la coesione sociale nel nostro Paese.

Come spiega infatti Jan Noterdaeme, del Csr Europe, il Network promosso dalla Commissione Europea di cui Fondazione Sodalitas è rappresentante per l'Italia, "impresa e società devono collaborare per trovare soluzioni innovative a favore della coesione sociale. In particolare le imprese devono cooperare in modo più efficace con gli stakeholder per integrare davvero la Responsabilità Sociale nelle operazioni e nelle strategie". Questo è anche l'obiettivo di fondo della nuova Strategia Europea sulla Csr.

Ma quali sono le azioni che le aziende dovrebbero intraprendere per integrare in modo più efficace la Responsabilità Sociale nelle loro strategie? Lo abbiamo chieste ad alcune delle aziende che più investano in CSR.

Alessandra Viscovi, Direttore Generale di Etica Sgr. "Come investitori responsabili cerchiamo di stimolare le aziende attraverso il dialogo, la partecipazione alle assemblee e la votazione di mozioni con l'obiettivo di indirizzare le società verso pratiche più attente alla sostenibilità e al rispetto di tutti gli stakeholder. Siamo infatti convinti che le aziende che valutano gli impatti delle proprie azioni nei confronti di

tutti i portatori di interesse siano quelle che puntano realmente al futuro e non solo a massimizzare gli utili nel brevissimo periodo. Penso che un passo importante per comprendere il valore strategico di questo approccio possa essere quello della rendicontazione. Etica Sgr ha scelto da ormai tre anni di rendicontare attraverso un Bilancio Integrato, che unisce la parte civilistica con i principali risultati economici della società e il report di sostenibilità redatto secondo le linee guida del "GRI – Global Reporting Initiative" (versione GRI- G3). Una soluzione che l'anno scorso ha portato la Sgr a ottenere l'importante riconoscimento dell'Oscar di Bilancio".

Federico Garcea, Amministratore delegato Treedom. "Le strategie di CSR di maggior successo sono quelle che nascono dall'ascolto e dalla comprensione delle richieste e dei bisogni della comunità aziendale e un'efficace comunicazione e condivisione agli stakeholder. La fase interna deve basarsi su un coordinamento dei bisogni interni, lasciando libera iniziativa agli impiegati di investire il loro tempo-lavoro in azioni o attività concrete di responsabilità sociale e ambientale. Queste, che siano donazioni o azioni collettive, devono contribuire a creare un forte senso di comunità interna. Molto efficace in questo senso il volontariato d'impresa, che permette d'investire il know-how aziendale o personale in azioni concrete con immediato senso di partecipazione. Queste attività devono completarsi con una particolare attenzione alla comunicazione esterna, che riesca a far passare agli stakeholder quanto le attività di CSR non siano state solamente azioni di una piccola unità interna ma la realizzazione delle richieste condivise e della mission aziendale".

Susanna Galli, CSR Manager Novamont. "Come sempre avviene nell'impresa anche in questo caso ci deve essere un gioco di squadra in cui la leadership principale è affidata al CEO che deve guidare verso l'adozione della CSR grazie ad una sponsorship forte. A seguire la chiara indicazione nella strategia e nei piani operativi di obiettivi di CSR collegati

al business, ai processi interni, al coinvolgimento di terze parti e al sistema di valutazione del management. Infine l'allineamento della cultura aziendale alla CSR e la trasmissione verso l'esterno del nuovo modo di fare impresa".
Andrea Ronchi, Business Development Manager EcoWay. "In merito alla componente ambientale, le aziende dovrebbero misurare sistematicamente ed in modo comparabile le proprie esternalità. Attribuire a queste un valore economico fissandosi obiettivi di neutralità, crea una leva che stimola da subito tutta l'organizzazione all'efficienza e al rinnovamento e permette di ridistribuire valore sul territorio in modo equo e cost-effective".
Alessandro Beda, Consigliere d'Indirizzo di Fondazione Sodalitas. "Qualsiasi azione da intraprendere per lo sviluppo della CSR dev'essere guidata da obiettivi di concretezza: è necessario che la sostenibilità sia, oggi più che mai, prima sostanza e poi immagine, per passare dalle parole a fatti che siano il più possibile concreti e misurabili. In questa prospettiva i concetti chiave su cui concentrarsi sono Responsabilità, Fiducia e centralità dell'impresa, Dialogo e confronto con gli stakeholder, Testimonianza e trasparenza, Cambiamento culturale. A dirlo, insieme a Fondazione Sodalitas, sono oggi anche i leader delle più importanti imprese del nostro Paese".