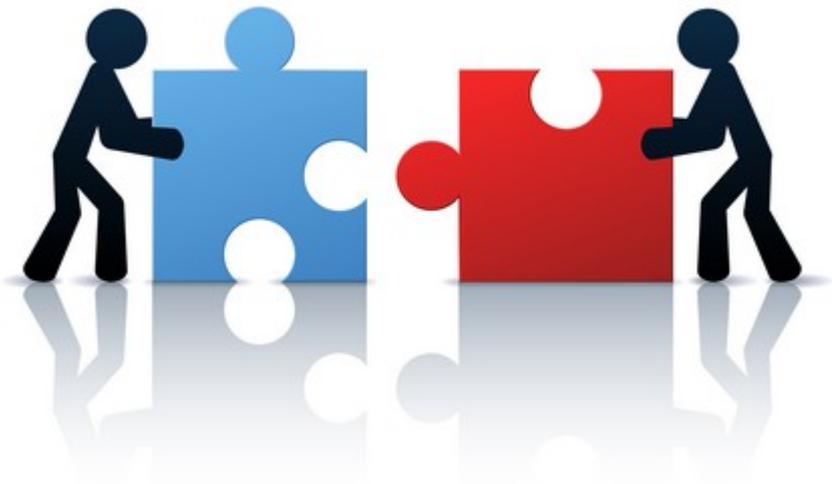


CSV: 6 passi per creare valore condiviso in azienda



Come ampliare i profitti nel rispetto dell'ambiente e dei lavoratori? Alla **CSR** le aziende possono affiancare l'approccio **CSV** per la creazione di **valore condiviso** (shared value).

Le aziende possono creare un notevole valore condiviso attraverso azioni mirate alla **responsabilità sociale**, a partire dal miglioramento delle condizioni dei lavoratori. A tutto ciò si affianca un maggior rispetto dell'ambiente, che sia soprattutto concreto. Ecco dunque alcuni **suggerimenti per creare valore condiviso in azienda**.

1) Dichiarate pubblicamente che l'**obiettivo della società** è creare valore condiviso non soltanto per gli azionisti, ma anche per i consumatori, i dipendenti, i fornitori e i partner commerciali, così come per l'ambiente. A partire da questa decisione dovrete ottenere l'appoggio da parte di tutti i livelli di gestione dell'azienda.

2) Allineate i **sistemi di retribuzione professionale** attraverso la creazione di valore a lungo termine. Si tratta di un passaggio molto importante per l'adozione di un approccio CSV. Mentre i sistemi per elargire compensi sono sempre più a lungo termine in alcune aziende, i livelli di profitto a breve termine e l'attuale prezzo delle azioni sono

ancora i fattori dominanti nel determinare retribuzioni dirigenziali, in particolare negli Stati Uniti.

3) Attuate il CSV in tutte le aree di attività aziendali, non solo in programmi o iniziative volte al sociale. Il CSV è un principio da portare avanti in tutta l'azienda, finalizzato a costruire la fiducia e la collaborazione, indipendentemente dal fatto che si concentri sulla soluzione dei problemi sociali. Ciò include marketing, produzione, distribuzione, risorse umane, rispetto dei diritti dei lavoratori.

4) Focus su aree strategiche fondamentali per il business. Le aree chiave per la creazione di valore condiviso dipendono dalla natura di ciascuna attività e della società stessa. Ad esempio **Nestlé** ha scelto nutrizione, sviluppo rurale e acqua tra le tre aree principali per la creazione di valore tra gli azionisti, ma d'altra parte è **stata fortemente criticata** poiché la produzione di acqua in bottiglia richiede di sottrarre risorse preziose alle popolazioni in via di sviluppo.

Dunque la creazione di valore condiviso non dovrebbe scontrarsi con le reali azioni messe in campo dall'azienda per la produzione di beni. Nestlé ora dal punto di vista della propria strategia CSV **si sta impegnando** anche nella **riduzione dei rifiuti**, con un risultato del **-40% dal 2010** per quanto riguarda gli Stati Uniti.

5) Occupatevi di tutti gli aspetti della sostenibilità, non solo di quelli che sono redditizi. La vera applicazione del principio CSV non si limita a ricercare un aumento dei profitti attraverso misure ambientali, ma piuttosto va alla ricerca di soluzioni positive per il pianeta e poi trova il modo di adattare i propri processi aziendali.

6) Non cercate di sostituire la CSR con la CSV, ma attuate l'approccio CSV con il supporto della CSR. Ad esempio, non è sufficiente che le aziende si impegnino a fare donazioni per cause meritevoli al fine di dare lustro alla propria immagine, se poi in concreto non sono in grado di agire in modo sostenibile dal punto di vista ambientale e sociale.