

IL CSO GAIL KLINTWORTH INDICA LA STRADA AI MANAGER

La Csr di Unilever diventa pragmatica

“I manager che nelle aziende si occupano di sostenibilità devono assumere un approccio più pragmatico e pratico se vogliono portare un reale cambiamento strategico in tale direzione nelle proprie società”. Se a dirlo è il chief sustainability officer di Unilever, quella che è unanimamente considerata l’azienda benchmark nella Csr mondiale, potete scommetterci che il futuro, anzi, il presente della Corporate social responsibility è diventato l’agire e non più solo un approccio culturale. Gail Klintworth, questo il nome della cso della multinazionale anglo-olandese proprietaria di molti tra i marchi più diffusi nel campo dei consumi, ha esortato i colleghi a passare all’azione dopo che finora ha prevalso un approccio più culturale per lo sviluppo della Csr, ha partecipato alla Sustainable Brands Conference tenutasi a Londra con un messaggio chiaro: i piani di Sostenibilità devono essere sostenuti oltre che da visioni ambiziose anche da sistemi applicabili che possono essere utilizzati nella normale pratica, un’azione fondamentale per ogni business. E’ la sua esperienza a dimostrarlo. Secondo la dottoressa Klintworth coinvolgere le persone nell’Agenda Csr richiede sia argomenti razionali sia coinvolgimento emotivo. “Passo almeno metà del mio tempo a cercare di rompere le resistenze delle persone e a veicolare entusiasmo per la sostenibilità” ha confidato il cso di Unilever. Ma non è tutto. Parlando a Londra, a una platea principalmente anglosassonee, Klintworth ha voluto rompere anche un certo isolamento inglese che le aziende britanniche tendono ad avere. “Non limitatevi al mercato della Regno Unito, la sostenibilità offre opportunità per le società a livello mondiale”. E Unilever è in prima persona impegnata a spingere su una Csr globale. Ha ad esempio appena pubblicato, il libro bianco Toilets for Health

commissionato alla London School of Hygiene and Tropical Medicine, per sensibilizzare sui rischi provocati da assenza di igiene e di medicine specifiche relativamente a diarrea, colera, tifo ed epatite che causano nel mondo milioni di morti ogni anno. Questo è solo l'ultimo passo fatto a sostegno del suo Sustainable Living Plan, un progetto con cui Unilever si è impegnata ad agire su tutta la propria catena del valore, compreso il livello del consumatore finale, per contribuire al miglioramento di salute e benessere per un miliardo di persone entro il 2020. Un obiettivo ambizioso i cui modi per raggiungerlo la stessa Klintworth ha ammesso che sono ancora in diversi casi ancora in via di definizione. "Noi di Unilever non abbiamo di certo ancora tutte le risposte su come raggiungere i nostri target ma niente potrà fermarmi dal cercare di creare un business sempre più sostenibile. E' una cosa che voglio tutti nell'azienda percepiscano".