

Molteni (Cattolica): anche le PMI possono puntare sulla CSR

Intervista al fondatore di CSR Manager Network Italia

“Ci sono moltissime misure di welfare aziendale non troppo costose che consentirebbero alle piccole e medie imprese di opporre soluzioni organizzative intelligenti ai problemi dei dipendenti”.

Mario Molteni insegna **Corporate Strategy ed Economia aziendale** all'**Università Cattolica di Milano** dove dirige anche l'**ALTIS** (Alta Scuola Impresa e Società) e conosce da vicino il mondo delle aziende italiane. Sa bene che in molti casi a piccole società messe sotto pressione dalla crisi non si possono chiedere investimenti eccessivi.

“Forme ben gestite di flessibilità degli orari, di part-time orizzontale o verticale, di tele-lavoro, di servizi di time-saving come quelli di chi mette a disposizione una figura che può sbrigare tante piccole incombenze dei lavoratori evitando assenze dall'ufficio possono, però, migliorare la vita dei dipendenti senza grandi sacrifici economici per l'impresa”.

“È chiaro – aggiunge Molteni – che investimenti per l'asilo nido, per la palestra aziendale, per l'housing sociale per i dipendenti, se li possono permettere solo imprese di grandi dimensioni e in ottimo stato di salute. Questo spiega, ad esempio, la leadership assunta da Luxottica nell'ambito del welfare aziendale. In una stagione economica come questa, invece, per le imprese della grande distribuzione i margini in picchiata spesso suggeriscono di procrastinare le misure più onerose a favore dei dipendenti”.

Ma allora la responsabilità sociale di impresa è una cosa per grandi aziende e possibilmente messe bene?

“Realisticamente sono proprio le grandi imprese che impongono il passo della **Corporate Social Responsibility**. Ed è comprensibile: sono loro che hanno più risorse, che hanno persone con le competenze idonee a progettare e realizzare le

politiche. Sono le grandi imprese ad avere un parco clienti e uno spettro di stakeholder così ampi da rendere opportuna la redazione di un bilancio sociale. Per questo, al di là della retorica sulle PMI, mi preme sottolineare il ruolo di traino che le grandi aziende possono e debbono avere”.

Cosa intende dire?

“Faccio un esempio. In questo periodo sto lavorando con una grossa azienda che distribuisce oltre 30.000 articoli e che ha deciso di promuovere tra i fornitori la logica del packaging sostenibile: crollo verticale dell’uso della plastica, riduzione del peso, contenimento delle dimensioni così da ridurre lo spazio occupato sugli scaffali e nei camion. Ne consegue che anche centinaia di piccole imprese fornitrici sono indotte a mutare le proprie logiche produttive in ottica green. Ecco come la CSR si diffonde e diventa un fenomeno pervasivo”.

Di fronte a diversi casi di cronaca di smaltimento illecito dei rifiuti o di scarsa sicurezza sul lavoro è facile pensare che in Italia (e non solo) ci siano ancora grossi problemi di greenwashing. Che, insomma, in troppi casi la CSR sia soltanto una questione di facciata...

“Senz’altro è un problema reale. Nella più recente Comunicazione dell’Unione Europea in tema di CSR si fa esplicito riferimento al fenomeno del greenwashing e alla necessità di combatterlo. Detto questo, non è vero che il **greenwashing** sia l’atteggiamento prevalente: c’è molta più sostanza che inganno nelle politiche di CSR. E l’ostentato cinismo dei critici ad ogni costo ormai altro non è che ignoranza”.

Ma la CSR va regolamentata?

Attenzione, anche questo è l’ambito di ormai vecchi equivoci. L’Unione Europea definisce la CSR un ambito di azione volontaria delle imprese. Questo è complementare, e non va assolutamente contrapposto, alla necessità di buone leggi che rendano obbligatori quei comportamenti che impattano su diritti fondamentali dei lavoratori e della comunità. E ovviamente quando un comportamento smette di essere volontario

e diventa obbligatorio, esce dall'ambito della CSR".

Lei ha fondato il *CSR Manager Network Italia* che raccoglie un centinaio di esperti del settore i quali si incontrano sistematicamente per discutere i temi caldi della CSR. Qual è la posizione di questo gruppo sul tema della rendicontazione socio-ambientale?

“Ormai le Linee guida del **GRI (Global Reporting Initiative)** sono diventate lo standard di riferimento anche nel nostro Paese. Ma in un progetto che stiamo realizzando con l'ISTAT è emerso che i dati elaborati dalle imprese non sono ancora confrontabili tra loro. Prendiamo un dato che sembrerebbe elementare: il numero dei dipendenti. Bene, c'è chi tratta in un modo i collaboratori part-time e chi in un altro; c'è chi conteggia gli stagisti e chi non; e così via. L'esito è quello di avere numeri tra loro non omogenei che poi vanno a impattare su tutti i valori “pro-capite” che vengono calcolati. Speriamo che il progetto CSR Manager Network – ISTAT porti i frutti sperati. Sarebbe una best practice a livello internazionale. Del resto sui temi della CSR tra le imprese italiane ci sono già numerosi casi virtuosi conosciuti anche oltre frontiera”.