

## ***Progetto formativo: La Corporate social responsibility***

*di Chiara Piconi - Dottore commercialista e revisore dei conti*

In letteratura, a partire dalla seconda metà degli anni '80, si è sviluppato a livello internazionale, un copioso fermento intorno al concetto di “sviluppo” inteso in senso economico, che ha portato a delle riflessioni sul rapporto tra progresso e consumo di risorse naturali.

Nel 1987 la Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo (WCED) definì per la prima volta, nel suo documento denominato rapporto Brundtland, il concetto di sviluppo sostenibile come lo sviluppo che soddisfa le necessità attuali senza compromettere nel futuro la soddisfazione di ulteriori bisogni.

Il messaggio che si diffonde è la necessità di attuare uno sfruttamento economico che non esaurisca in modo incontrollato le risorse a disposizione.

Riprendendo la distinzione tra risorse rinnovabili e non rinnovabili, in altre parole, lo sviluppo è sostenibile quando mantiene costante il consumo del capitale rinnovabile e utilizza con prudenza quello non rinnovabile. Non è più eticamente accettabile uno sfruttamento delle risorse non pianificato e un utilizzo senza economie dei beni naturali che non tenga in debita considerazione ciò che residuerà per le generazioni future.

Le condizioni di sostenibilità economica posso essere evidenziate nei seguenti assunti: i consumi di risorse rinnovabili non devono superare i tassi di rigenerazione; i consumi di risorse non rinnovabili non devono superare la velocità di ritrovamento; le emissioni inquinanti non devono superare la capacità di assorbimento.

La stessa sensibilità che ha portato al concetto di sviluppo sostenibile ha gettato le basi a livello europeo per ulteriori dibattiti a più ampio raggio rivolti all'individuazione di un nuovo agire imprenditoriale. La Commissione Europea nel Libro Verde del 2001 definì così la Corporate social responsibility (CSR) come *l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate. Essere*

*socialmente responsabili non significa solo soddisfare pienamente gli obblighi legislativi ma andare al di là investendo di più nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti delle imprese con le parti interessate (COM-2001-366, pag.6).*

Secondo questa teoria all'azienda viene riconosciuto un ruolo nella soddisfazione del benessere della comunità ovvero il compito di equilibrare esigenze economiche con “preoccupazioni” sociali ed anche ambientali.

Questi nuovi principi stimolano quindi lo studio di come l'impresa, pur operando secondo vincoli di bilancio, può contribuire a preservare risorse naturali ma soprattutto opportunità economiche per le generazioni future.

I due concetti sopra esposti, sviluppo sostenibile e CSR, sono animati dalla stessa volontà di ricercare nuovi percorsi di sviluppo economico basati su concetti non strettamente opportunistici e speculativi nel rispetto del contesto naturale e sociale di riferimento. La CSR fa propri i principi dello sviluppo sostenibile e li contestualizza nel settore degli affari mostrando gli strumenti attuativi di quei valori.

Uno sviluppo imprenditoriale in cui i valori di eticità, correttezza e rispetto sociale siano in linea con gli obiettivi economici di efficacia ed efficienza risulta ipotizzabile e raggiungibile.

Alle imprese che si impegnano in questa direzione è richiesto però uno sforzo ulteriore che non è misurabile solo da un punto di vista economico ma e soprattutto nella difficoltà di un cambio di filosofia aziendale. Non è sufficiente quindi introdurre nuovi valori aziendali senza preoccuparsi poi della loro attuazione ed aggiornamento.

Ecco perché i nuovi concetti devono essere sentiti dall'impresa ed approvati dagli organi societari fino a diventare dei principi ispiratori a cui ogni componente aziendale dovrà attenersi per il solo fatto di appartenere a quella comunità. Non a caso le aziende che adottano una politica di CSR, sentono poi la necessità oltre che mettere “nero su bianco” i loro valori in un “codice etico” anche di prevedere delle relative sanzioni disciplinari per il loro mancato rispetto.

Una politica di CSR deve essere adottata infatti attraverso dei percorsi ben pianificati per raggiungere l'obiettivo ultimo del cambiamento ideologico. Si tratta di un percorso lungo che l'azienda farà con il conforto di esperti della materia e applicando le norme di comportamento riconosciute a livello internazionale quali best practices.

In questa direzione anche il "bilancio di esercizio" diventa un documento più complesso e completo in grado di accogliere anche altre notizie di natura non puramente economica. Un documento, denominato Report di sostenibilità, che illustra ai lettori le attività che l'azienda è in grado di generare in favore dell'ambiente, della comunità, dei propri clienti e fornitori.

*Per impostare una nuova filosofia imprenditoriale occorre sensibilizzare le nuove generazioni su questi temi per scongiurare che nel futuro nuove speculazioni possano alimentare scandali e crisi sistemiche. Riconoscere che accanto a principi economici e speculativi un'impresa profit debba rispettare anche altre variabili è una consapevolezza che va educata. La CSR è quindi un aspetto interdisciplinare all'economia politica, al diritto commerciale, all'economia aziendale e bancaria in grado di diffondere il gusto del "far bene" per una duratura crescita economica. Di qui l'importanza di formare i docenti, primi modelli educativi di ogni studente, in modo da raggiungere l'animus di chi sarà a capo delle nostre aziende.*