

Etica & business Matrimonio d'interesse

Lorenzo Magrassi IRDCEC

La rendicontazione sociale e ambientale è ormai imprescindibile nella vita delle aziende, rendendo la *corporate social responsibility* cartina al tornasole delle scelte imprenditoriali



Tavola rotonda: da sinistra, Paolo Bassi, amministratore delegato CAF; Giuseppe Biesuz, amministratore delegato TreNord; Frank Cinque, manager director di ALTIS, Scuola di alta formazione

Nell'ambito del congresso nazionale, la tavola rotonda "Etica e business: matrimonio d'interesse" ha avuto come oggetto l'approfondimento delle opportunità offerte dalla Green economy, nella sua più ampia accezione, allo sviluppo del sistema economico, produttivo e aziendale.

Moderati dal direttore del 'Mondo', Enrico Romagna Manoja, hanno partecipato a questa sessione di lavoro Giuseppe Biesuz (amministratore delegato TreNord), Paolo Bassi (amministratore delegato CAF), Gianfranco Fabi (giornalista), Paolo Messa (consigliere Affari istituzionali del Ministero dell'Ambiente), Frank Cinque (manager

director di ALTIS, Scuola di alta formazione) e Chiara Mio (professore ordinario del dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari).

Nel corso di questo evento sono state affrontate alcune questioni critiche relative ai concetti di *corporate social responsibility* (CSR) e di etica d'impresa, dall'efficacia degli strumenti di rendicontazione ai comportamenti delle banche nel sistema economico, dall'approccio adottato dal Ministero dell'Ambiente nell'ambito di una politica di sviluppo sostenibile alla sensibilità degli organi d'informazione sui temi etici e ambientali, dalla consapevolezza su un nuovo paradigma culturale da parte della società civile al cambiamento del ruolo del

professionista quale consulente aziendale privilegiato per le strategie gestionali di sostenibilità.

La definizione del significato di etica d'impresa ha costituito il primo elemento chiave del dibattito. Secondo i rappresentanti del mondo imprenditoriale, la gestione aziendale incardinata nell'ambito di un approccio etico va identificata in quelle iniziative finalizzate alla creazione di valore economico e sociale, tra cui le iniziative che attribuiscono sicurezza all'azienda e ai lavoratori nel breve e nel medio termine. La rilevanza di questa concezione risulta ancora più accentuata laddove se ne considerino le potenzialità connesse alla crescita della domanda nel sistema economico nazionale (in cui, dal 2008 ad oggi, si sarebbe stimata una diminuzione di circa 14 miliardi, tra consumi, investimenti e spesa pubblica). Per inciso, è proprio di questi giorni la pubblicazione del rapporto "Green Italy 2012" di Unioncamere e Fondazione **Symbola**, realizzato con il patrocinio dei ministeri dell'Ambiente e dello Sviluppo economico: nel rapporto si legge che le assunzioni nei settori "verdi" dell'economia sono in forte crescita, raggiungendo picchi del 38,2% (oltre un terzo del numero complessivo delle assunzioni programmate, inclusi gli stagionali, da tutte le imprese italiane dell'industria e dei servizi) e che un quarto delle imprese italiane (il 23,6%) punta sulla riconversione in termini di sostenibilità per superare l'attuale momento di crisi; tale dinamica, trasversale rispetto a quasi tutti i settori e alla distribuzione regionale nel Paese, è particolarmente importante proprio riguardo alla crescita della domanda, in particolare delle esportazioni, risultando il 37,4% delle aziende green presente sui mercati esteri (contro il 22,2% delle aziende che non investono nell'ambiente).

Il secondo terreno di discussione ha riguardato il ruolo del sistema finanziario e degli istituti di credito nel promuovere iniziative etiche e di green economy. In effetti, è stato evidenziato quanto, negli ultimi anni, la finanza abbia "deviato" dal suo tradizionale modello di business (la raccolta di liquidità e la concessione del credito), svolgendo una serie di servizi sempre più complessi e sempre più rischiosi. Eppure, è proprio in questo settore che sarebbe possibile identificare un potenziale vantaggio di un approccio etico, ad esempio, nell'ambito della rendicontazione aziendale, sia nella prospettiva della singola organizzazione sia nell'ottica di sistema: una più efficace rendicontazione economica ed *environmental, social and governance* (ESG), fondata sul principio di rilevanza delle dinamiche rappresentate in una prospettiva

di *risk assessment*, potrebbe ragionevolmente risultare funzionale a un migliore accesso al mercato del credito e a una più efficiente redistribuzione delle risorse finanziarie da parte del sistema creditizio. Sotto questo profilo, alle informazioni fornite dalle imprese occorre però associare specifiche procedure degli enti creditizi, idonee a identificare i comportamenti virtuosi sul fronte sia economico sia socio-ambientale di lungo periodo. Nell'attuale contesto di restrizione del mercato del credito bancario, a nessuno sfugge quanto possa essere cruciale la valutazione di politiche di sostenibilità per l'individuazione dei soggetti cui destinare risorse finanziarie limitate, ancorché la definizione di indicatori, oggettivi e imparziali, per valutare tali politiche, rappresenti una sfida difficile da affrontare, tanto sul piano tecnico quanto sul piano politico.

Nelle aziende, peraltro, la responsabilità sociale non va solo identificata come un ulteriore onere derivante da una presunta moda di comunicazione qualitativa non economica, bensì con un sistema di rapporti e relazioni complesse (tra azienda, ambiente, lavoratori, comunità locale, sindacati, istituti finanziari, città). Molte di queste relazioni sono da sempre oggetto di strutturazione e di approfondimento da parte del sistema produttivo italiano, ma oggi vi è una maggiore consapevolezza (anche tecnica) dei benefici diretti, in termini di impatti economici, che derivano da un approccio strategico di medio-lungo termine alle tematiche di sostenibilità e alla gestione dei rischi e delle passività socio-ambientali. Etica e business non costituiscono un ossimoro. Le aziende producono valore durevole nel tempo quando riescono a svolgere la propria attività di valorizzazione economica considerando non solo le istanze e le leggi del mercato (prezzo, profitto, dividendi) ma anche altri interessi, quelli delle diverse tipologie di stakeholder. Il potere e il ruolo dei consumatori si sono sviluppati in maniera straordinaria negli ultimi anni: oggi i cittadini (concetto fondamentale, completamente diverso da quello di "consumatori", in cui si riconosce un valore decisivo alla persona oltre che all'atto del consumo) sono attenti all'uso delle risorse, al rispetto dell'ambiente. Le aziende green capaci di fare impresa in modo sostenibile sono così premiate direttamente anche con differenziali di prezzo oltre che da un aumento della propria reputazione e dal consolidamento del *brand*.

Dal punto di vista dell'impresa, i benefici in termini di reputazione sono oggi quanto mai evidenti, anche



Tavola rotonda: da sinistra, Gianfranco Fabi, giornalista; Paolo Messa, consigliere Affari istituzionali del Ministero dell'Ambiente; a fianco Chiara Mio, professore ordinario del dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia

considerando la progressiva crescita d'interesse sulle questioni etiche avvenuta nel mondo dell'informazione, rispetto alla quale le dinamiche di crisi economica (con i suoi devastanti impatti sociali) e i comportamenti deviati in ambito etico (così attuali, oggi, nel contesto nazionale) hanno svolto una funzione di volano.

In Italia, i documenti di rendicontazione economica sono ancora troppo concepiti e interpretati come strumenti per la "determinazione della base imponibile" piuttosto che come risultati di un processo finalizzato alla rilevazione della creazione di valore. Un cambiamento culturale è dunque necessario laddove si voglia accrescere la consapevolezza della centralità del valore creato dall'impresa, non solo nella sua dimensione quantitativa ma anche qualitativa, valore che gli strumenti di rendicontazione economico-contabile tradizionali non possono per propria natura, da soli, sintetizzare. Ecco quindi che si manifestano le opportunità degli strumenti di rendicontazione "non economica", da intendersi, quest'ultima, non come punto di partenza bensì come atto finale di un processo strategico molto più affascinante e ampio. Sicuramente il bilancio sociale rappresenta oggi uno strumento che mostra tutti i propri limiti e che, difatti, sotto il profilo tecnico, è stato in buona parte già superato nell'evoluzione di strumenti più raffinati (dai bilanci di sostenibilità fino alla rendicontazione integrata). La professione economico-contabile è in prima linea su questo fronte, ma è con i *regulator* che la rendicontazione di sostenibilità deve essere infine calibrata, rappresentando la Pubblica amministrazione un settore essenziale (e complementare a quello privato) in cui diffondere la cultura CSR.

Qui acquisisce particolare rilevanza il ruolo del governo, le cui scelte sembrano siano sempre più incardinate in una cornice di "crescita sostenibile", all'interno del quadro di sviluppo sociale ed economico delineato in sede di Unione europea e di Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE). Su questo fronte, è opinione condivisa che occorra procedere ad una semplificazione nell'ambito della legislazione ambientale, tale da non penalizzare chi intenda allinearsi a comportamenti virtuosi. D'altro canto, diversi accordi volontari tra le imprese hanno mostrato una particolare efficacia nel favorire la riduzione degli impatti ambientali (come, ad esempio, il progetto "Carbon footprint", sottoscritto da principali aziende nazionali, tra le quali Gucci, Benetton, Coop, Granarolo, Acqua San Benedetto, Pirelli e Autostrade: alla luce dei risultati raggiunti nel primo anno di attuazione di questo progetto, la sfida di tradurre un impegno sociale e ambientale non previsto per legge in iniziative idonee a generare benefici diretti per le imprese, anche in termini monetari, sembrerebbe proprio alla nostra portata). In campo normativo, ciò che il governo può senz'altro fare è cercare di anticipare le riforme e i meccanismi del sistema regolamentare sui quali si lavora oggi a livello comunitario (nel settore del *green procurement*, ad esempio, è in programma a breve l'emanazione di una nuova direttiva della Commissione europea).

Da più parti si sostiene che da una crisi si esca sovente con un'innovazione di prodotto o di processo: ebbene, la sola innovazione attualmente rilevabile nel sistema produttivo è intrinsecamente legata a una componente di green economy. D'altra parte, le testimonianze del mondo



accademico della tavola rotonda hanno ribadito la consapevolezza da parte delle nuove generazioni e il contributo del mondo produttivo ai temi dell'etica d'impresa; non si tratta di una moda ma di un moto che segue necessariamente il "movimento" del terreno sociale. Un esempio concreto (suggerito dall'americano Frank Cinque) può aiutare a capire il ragionamento: nel 1990 non c'era alcuno dei 50 Stati americani con un tasso di obesità sopra il 15%, mentre nel 2007, 49 Stati avevano un tasso di obesità sopra il 20%, e tre di questi sopra il 30%; ebbene, questa situazione ha generato conseguenze radicali negli Stati Uniti sia sotto il profilo sociale che nell'offerta produttiva dei settori agroalimentare e ristoro, con la proibizione delle vendite di bevande gassate nelle scuole, con la variazione radicale dei menu dei fast food, con uno sviluppo enorme dell'informazione nutrizionale dei prodotti e con un cambiamento estremo nelle politiche e nelle strategie di marketing. E', in sintesi, la risposta aziendale a una questione critica sociale.

Forse, dunque, non è casuale che in Italia alcuni istituti di credito e talune società di calcio professionistico si siano recentemente mosse nella direzione di innovare, rinnovare o rifondare la propria policy CSR e il proprio modello di business.

Infine, è cruciale rendersi conto che la CSR non va circoscritta al settore delle grandi imprese; certamente, le grandi organizzazioni hanno più risorse da destinare a tali processi, ma le pmi possono costituire uno straordinario volano attraverso le aggregazioni d'impresе. In particolari contesti locali in cui le imprese operano in rete (per contiguità territoriale o settoriale o perché adottando, di

fatto, strategie di *cost sharing* su costi fissi e infrastrutture locali), una migliore rappresentazione ESG attraverso modelli di rendicontazione di sostenibilità potrebbe favorire la realizzazione di politiche economiche più efficaci in ambito locale. La possibilità che l'aggregazione costituisca un fattore competitivo "di scala" nella rendicontazione di sostenibilità è connessa sia alle maggiori probabilità che in tali contesti le pmi riconoscano e individuino il valore delle proprie strategie di sostenibilità, sia per l'attivarsi di meccanismi di apprendimento "per emulazione" di comportamenti di sostenibilità virtuosi e di allineamento, da parte delle singole imprese che vi fanno parte, a *best practice* di sostenibilità realizzate nell'aggregato e nella rete di imprese.

La professione economico-contabile può essere un attore fondamentale di questo cambiamento culturale in azienda, evidenziando al management i margini di manovra socio-ambientale (e i rischi) idonei a generare un impatto immediato, prossimo o futuro sui conti dell'impresa. La professione è pronta a fornire il proprio supporto alle imprese in questa sfida strategica, dalla formulazione della *business idea* alla valutazione delle opportunità del cambiamento. Peraltro, è opportuno che il mondo della professione comunichi con più efficacia la necessità di un cambiamento culturale incentrato sull'Economia della sostenibilità, se, come risulta da ricerche accademiche, circa 9 nostre società quotate su 10 non avrebbero adempiuto alla completa ed efficace comunicazione delle informazioni "sull'ambiente e sul personale" nella relazione sulla gestione secondo il disposto del d.lgs. 32/2007 (che recepisce la direttiva 2003/51/CE).

La professione si propone come parte attiva di questi processi, forte di specifiche competenze tecniche maturate nel corso di molti anni, nei quali ha pubblicato numerosi documenti di rilievo apprezzati anche in proposte regolamentari a livello europeo. E, tuttavia, è evidente come sia necessario un maggiore contributo da parte di ciascuna tipologia di soggetti coinvolti al fine di consolidare definitivamente il seguente principio: nella nostra società, alla certezza dell'idea, secondo la quale il soddisfacimento dell'interesse pubblico realizza anche l'interesse individuale, è essenziale associare, contemporaneamente, la percezione che il perseguimento dell'interesse privato realizza anche l'interesse pubblico (circostanza, questa, assolutamente non scontata). La ricerca della coerenza di un sistema economico e sociale sostenibile passa anche da un'effettiva non contraddizione di queste due affermazioni. ■