

La responsabilità sociale

L'approfondimento di questa edizione è dedicato, per la seconda volta consecutiva, al tema della responsabilità sociale delle imprese, tema quanto mai attuale in un momento caratterizzato da preoccupazioni economiche, sociali ed ambientali. Oggi si parla in modo allargato di responsabilità d'impresa (Corporate Responsibility) considerando, oltre agli attuali vincoli di legge, tutto quello che le imprese si vincolano volontariamente a rispettare per garantire la massima correttezza nella realizzazione di ogni singola operazione economica e nei rapporti con terze parti.

Negli ultimi anni questa correttezza ha assunto la denominazione di Sostenibilità (economica, sociale e ambientale). L'impresa che persegue uno sviluppo sostenibile continua a svolgere un'attività remunerativa avendo cura degli aspetti ambientali e sociali, dando comunicazione e prova dei risultati conseguiti ai portatori di interesse con cui entra in contatto (azionisti, fornitori, clienti, Stato, ambiente, comunità locali.).

In questa edizione sono stati approfonditi due temi in particolare: il valore percepito e reale attribuito al tema della sostenibilità e la comunicazione che ne viene data allesterno.

- **Figura 10 Il significato della sostenibilità (%)**

Il valore percepito si lega al significato che il tema sostenibilità assume oggi nel vissuto delle aziende: emerge che per gli associati Indicod-Ecr la sostenibilità è prevalentemente un vantaggio competitivo per l'azienda (così dichiara oltre il 38% dei rispondenti); a seguire il vantaggio si estende all'efficienza dell'intera filiera che genera anche qui un vantaggio competitivo; netto il distacco nei confronti del vantaggio riconosciuto prevalentemente per i consumatori (15,8%).

Nel concreto la sostenibilità viene riconosciuta nelle iniziative legate prevalentemente alla sicurezza e qualità del prodotto e al rispetto in generale per l'ambiente. Evidente anche nel tema della gestione trasparente dell'impresa e del benessere dei dipendenti; meno chiaro quando si parla di diritti umani e benessere della comunità locale: rimane ancora nell'ombra il valore sostenibile in ottica di responsabilità sociale allargata, di iniziative che vanno a colpire alcuni dei portatori di interesse con cui l'azienda entra in contatto.

- **Figura 11 Azioni sostenibili (%)**

Le iniziative sostenibili generano vantaggi alle aziende che li praticano prevalentemente nell'ottica di rafforzare il marchio e l'immagine dell'azienda stessa e sostenere gli investimenti in innovazione; altrettanto buoni gli effetti in termini di aumento della fedeltà del consumatore; meno evidenti le potenzialità a livello strategico e di accesso al capitale di rischio, anche perché impossibili da realizzare se non si adotta una filosofia aziendale profonda e coerente che consolida e chiarisce l'immagine aziendale, ma si perseguono solo azioni tattiche e temporanee.

- **Figura 12 Vantaggi della adozione di comportamenti sostenibili (%)**

Di fatti nel concreto rimane il bilancio sociale l'unico strumento adottato e solo da poco più del 30% delle aziende.

- **Figura 13 Il bilancio (%)**

A livello di condivisione dell'informazione, le aziende sono prevalentemente orientate a segnalare elementi che rassicurino il consumatore sulla qualità e non tossicità del prodotto acquistato; minore focus informativo sull'eventuale impegno che l'azienda assume in termini di sostenibilità allargata agli attori del mercato e all'ambiente in generale in ottica di lungo periodo.

- **Figura 14 Informazione al consumatore (%)**

C'è ancora incertezza sulla propria capacità di portare avanti in modo stabile un eventuale indirizzo sostenibile intrapreso dall'azienda: lo sguardo è ancora rivolto al breve e immediato. Impegnarsi per il futuro è ancora la scelta di pochi.

- **Figura 15 Impegni da rispettare (%)**

L'Osservatorio Economico Indicod-Ecr è uno studio che con cadenza semestrale rileva il sentiment delle imprese associate a Indicod-Ecr, le loro percezioni e le loro attese su temi di macro e micro economia.

La elaborazione è curata da Indicod-Ecr.

Per informazioni, visita il sito Indicod-Ecr.

Ai sensi dell'art. 3 della delibera n. 153/02 CSP dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni è possibile trovare il documento completo riguardante l'ultimo sondaggio (Osservatorio X edizione dicembre 2009) all'interno del sito <http://www.agcom.it>