

Previsioni sui budget aziendali. I risultati dell'Osservatorio Sole 24 Ore-Sodalitas-Anima-Csr Manager network

Non solo tagli nel 2009

Il calo atteso dei fondi per filantropia sarà compensato da investimenti in sostenibilità

di **Laura La Posta**

Sembra una leggenda metropolitana, ma è una storia vera. Una media impresa del Centro Italia sta facendo circolare un sondaggio via e-mail tra i suoi dipendenti con il concorso «Tre idee per tagliare i costi della tua azienda». Via i parcheggi in centro pagati, irregali di Natale, le spese per trasferite e convention. Peanuts, direbbero gli americani. Noccioline, spiccioli. Ma ormai, l'approvazione del budget 2009 nel momento apicale della grande crisi finanziaria ed economica internazionale è in prevalenza un esercizio di taglio e cucito.

L'OSSERVATORIO

Sotto la forbice - è inevitabile - sta finendo anche parte dei finanziamenti alle azioni di responsabilità d'impresa (corporate responsibility, in sigla Cr o Csr se si aggiunge l'aggettivo "social"). E gli operatori degli enti non profit che si finanziano grazie alla filantropia aziendale, dal canto loro, temono questa situazione. Negli Stati Uniti hanno ragione di dubitare persino della loro stessa sopravvivenza, come riportato dai maggiori giornali e siti internet: i colossi americani falliti o salvati dal baratro erano grandi finanziatori delle charity e ora il loro supporto è venuto meno («Secondo il Nonprofit Almanac 2008, nel 2006 le prime dieci corporate foundation americane, di cui sei bancarie, avevano destinato ben 13 miliardi di dollari a

iniziative filantropiche», rileva il presidente del Csr manager network Sebastiano Renna).

E in Italia? Che cosa stanno tagliando - e in quale misura - le nostre imprese? Per rispondere a queste domande, il Sole-24 Ore, Anima (l'associazione non profit dell'Unione degli industriali di Roma, della quale fanno parte 60 società), la Fondazione Sodalitas (promossa da Assolombarda e sostenuta da 65 imprese, si veda l'articolo a pagina 11) e il Csr manager network hanno lanciato un Osservatorio sul sentiment degli operatori. L'obiettivo è puntare un faro sulla centralità del tema Etica & impresa persino in un momento di crisi congiunturale, finanziaria e anche morale (a livello di macrosistema), come quello che sta vivendo il pianeta.

I RISULTATI

Al sondaggio, condotto attraverso la piattaforma online di Sodalitas, hanno risposto in 230

su una base di seimila opinion leader italiani selezionati dai partner dell'Osservatorio, senza la pretesa di costruire un campione statisticamente ineccepibile. Il trend principale? Ci si aspetta che l'impatto della crisi sugli stanziamenti in responsabilità sociale sia forte. Ma non c'è il temuto effetto panico.

Certo, il 41% ritiene che la scure si abatterà soprattutto sulle attività di filantropia e di questi il 13% teme un taglio dei fondi addirittura oltre il 20 per cento. Però il 56% crede che reggerà il sostegno alle iniziative lanciate dalla propria comunità locale di riferimento, per sottolineare il legame con il territorio e il valore ad esso attribuito. E veniamo alle buone notizie. Secondo il panel, terranno gli investimenti per sostene-

re progetti già avviati in tema di sostenibilità ambientale (in crescita secondo il 58%), soprattutto in ottica di risparmio energetico. E il 70% dichiara che crescerà l'esigenza nelle imprese di implementare sistemi che migliorino la governance e la trasparenza, forse per riannodare il filo della fiducia dei clienti, in particolare in ambito finanziario.

IL DIBATTITO

Su questi temi si confronterà l'appena insediatasi Commissione cultura di Confindustria, presieduta da Alessandro Laterza e divisa in tre aree tematiche, una delle quali è dedicata proprio alla Csr. L'area Csr della Commissione è guidata da Pietro Guindani e composta da Alessandro Beda, Filippo Callipo, Giampaolo Chiarotto, Antonella Florio, Andrea Gavosto e Sabina Ratti e può contare sul supporto di esperti esterni come Giuseppe Conte, Lorenzo Sacconi e Giuseppe Schlitzer. E il tema della responsabilità d'impresa fa da sfondo, in parte, anche alla Settimana della cultura d'impresa 2009, che comincerà venerdì e terminerà il 23 novembre.

«Se proviamo a ribaltare l'approccio finora dato alla materia - fa notare Laterza - emerge un aspetto davvero singolare che porta a considerare la Csr quale strumento di organizzazione della vita delle imprese e

dunque quale elemento integrante della governance, soprattutto nei momenti di difficoltà dell'impresa. Solo riducendo la dimensione della responsabilità sociale d'impresa a responsabilità ordinaria dell'impresa nell'esercizio della propria attività possiamo infatti affrontare e auspicabilmente superare i periodi di crisi».

Sulla stessa lunghezza d'onda Diana Bracco, presidente di Assolombarda e della Fondazione Sodalitas. «Etica e affari sono un binomio strategico per lo sviluppo dell'impresa - spiega Bracco -. In tempi di crisi, trasparenza, credibilità, responsabilità sociale ed etica nel business sono ciò che il mercato e i consumatori più chiedono. Dunque le azioni di responsabilità sociale, in questo momento difficile per l'economia, non vanno tagliate, perché rappresentano una vera iniezione di fiducia che è l'ingrediente più prezioso per superare la crisi».

Continua » pagina 3
Altri servizi » pagina 2





IMAGO ECONOMICA

Diana Bracco, 67 anni, presidente di Assolombarda e Sodalitas

LA SFIDA

«In tempo di crisi il mercato e i consumatori chiedono alle società trasparenza e credibilità»



IMAGO ECONOMICA

Alessandro Laterza, 50 anni, presidente Commissione cultura di Confindustria

SERVE UNA SVOLTA

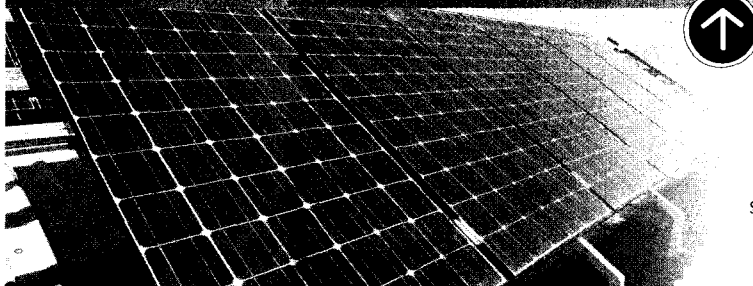
«Bisogna rovesciare il concetto di governance e ancorarlo all'idea di azienda responsabile»

GOVERNANCE E TRASPARENZA



In crescita del 5% i fondi privati 2009 per migliorare il governo d'impresa, secondo il 70% degli intervistati

SOSTENIBILITÀ



Tra il 5 e il 10% l'incremento atteso degli investimenti per lo sviluppo sostenibile nelle aziende, secondo il 46% del panel

RELAZIONI CON LE COMUNITÀ



Sostanzialmente stabile l'ammontare dei fondi privati 2009 di sostegno alle attività degli enti non profit legati al territorio

PROCESSI INTERNI DI CSR



Stabili sul 2008 i fondi allocati ai processi interni di Csr (i rapporti con i dipendenti, soprattutto in tema di non discriminazione per sesso e orientamento sessuale)

BILANCI ETICI



In aumento del 5% secondo la maggioranza degli intervistati gli stanziamenti per la rendicontazione etica d'impresa

FILANTROPIA



Tagli consistenti (tra il 5 e il 20%) al sostegno di iniziative non profit non legate al territorio di appartenenza, secondo il 41% del panel

Pareri a confronto. Necessario rafforzare la fiducia dei cittadini nelle istituzioni finanziarie e nel mondo delle società

È questa la vera cultura d'impresa

La frontiera dell'azienda etica al 100% rappresenta la vera sfida del 2009

Continua da pag. 1

«La responsabilità d'impresa - puntualizza Diana Bracco - è un valore, quindi, e per questo va considerata un'opportunità e non un costo o soltanto una questione d'immagine. Quando la Cr viene proposta e colta dalla società intera come un valore dell'impresa, essa diventa un investimento di lungo termine che si traduce in maggior solidità e stabilità nel tempo della posizione di quell'azienda sul mercato - aggiunge -. Infatti, soprattutto in un mercato in cui i prodotti sono sempre più indifferenziati agli occhi dei consumatori, la differenza che il pubblico riconosce alle imprese capaci di trasmettere la cultura delle loro scelte solidali diventa un beneficio sempre più rilevante».

Quindi, la responsabilità sociale conviene «e molte imprese che hanno investito in questa direzione hanno creato un valore superiore a quello che avrebbero realizzato senza tale impegno», aggiunge Bracco. Chiarendo che «tutti in Italia dovrebbero capire che, promuovere la competitività delle imprese significa anche promuovere il progresso di un territorio, di una regione, di una comunità».

IL TERZO SETTORE

Intanto, però, i tagli previsti agli enti non profit non legati al territorio rischiano di avere un contraccolpo pesante sul terzo settore. Che fare? «Dalla lettura dei dati dell'Osservatorio emerge che la charity è la vera sconfitta nei budget aziendali 2009 in tema di responsabilità d'impresa - fa notare Ilaria Catastini, presidente di Anima -. Quindi il non profit è il settore che risentirà di più della crisi. Questa è una previsione che deve far riflettere il nostro Governo e i decisori. L'area

che sarà più colpita dalla crisi dell'economia reale, quella del welfare, del sociale, per effetto dei tagli occupazionali e della recessione, è parimenti quella che subirà più contraccolpi anche rispetto alle erogazioni e alla beneficenza delle imprese».

LA CRISI

Quanto alla crisi in atto, Catastini si associa alla ricetta proposta da tutti i partner dell'Osservatorio: «Mentre appare ormai evidente come occorra ripensare un modello di crescita socialmente sostenibile, che tenga più in considerazione i bisogni delle persone e il loro futuro, è altresì evidente come l'antidoto alla crisi - anche alla crisi di fiducia dei mercati - stia oggi in un'unica parola: etica».

Sulla necessità di ripristinare la fiducia, ora più che mai, pone l'accento Alessandro Laterza. Il quale conferma anche i tagli previsti dall'Osservatorio. «Di fronte alla persistente stagnazione economica - afferma - è sempre più forte il rischio che le risorse disponibili per praticare la responsabilità sociale d'impresa si riducano. Soprattutto con riferimento a quelle attività che hanno una vera e propria ricaduta sociale. È possibile quindi che, nel momento in cui ci si trovi di fronte ad uno scenario economico internazionale molto difficile, per le imprese non sia la dimensione sociale in senso proprio della responsabilità sociale quella che può essere più rilevante. Con molta probabilità le imprese, soprattutto le piccole e medie, tenderanno a privilegiare le attività di Csr strettamente connesse al proprio mestiere».

CULTURA D'IMPRESA

Eppure, questo momento di difficoltà può contribuire a rafforzare il valore di una cultura d'impresa improntata a solidi principi. «L'interazione in termini di Csr con tutti gli stakeholder locali non può che sviluppare le giuste sinergie di partecipazione per offrire all'impresa idonee opportunità di crescita - fa notare -. Questo è un modo di impostare la strategia d'impresa per creare e conservare la fiducia

tra gli stakeholder. Questa è cultura d'impresa. Insomma, la Csr non è qualcosa che si può fare solo quando "tutto va bene", bensì (e soprattutto) è una strategia di lungo periodo che non può essere abbandonata quando "tutto va male". Deve essere considerata un investimento per creare valore per gli stakeholder locali e, conseguentemente, per svolgere meglio la propria attività e raggiungere gli obiettivi di produttività. La responsabilità d'impresa deve essere quindi maggiormente sviluppata proprio quando l'impresa è in difficoltà e, comunque, deve essere considerata quale strategia prioritaria per il raggiungimento degli obiettivi di profitto».

L'ECONOMIA REALE

Ma le imprese che ne dicono dei dati rilevati dall'Osservatorio? Tanti i commenti lasciati nel sito di Sodalitas, a margine delle risposte dell'Osservatorio. Ecco, ad esempio, la posizione di Terna.

«Guardare al budget della responsabilità d'impresa in questa fase di crisi economica può essere riduttivo - afferma Gianni Buttitta, direttore Relazioni esterne e comunicazione di Terna, dal quale dipende la funzione Csr -. Se la responsabilità sociale non è solamente un'operazione di immagine, ma un modo di interpretare il core business, le attività continueranno anche in una fase di rallentamento economico. Per Terna la responsabilità sociale è soprattutto rispetto del territorio nella costruzione di nuove infrastrutture, e attenzione alla sicurezza del servizio elettrico: non prevediamo rallentamenti in queste attività, né minore senso di responsabilità nel perseguire i nostri obiettivi».

Si è invece espresso pubblicamente, nel corso dell'ultimo convegno organizzato a Milano da Sodalitas (sul tema «Uscire dalla crisi dei mercati attraverso l'etica e la responsabilità sociale»), il presidente e amministratore delegato di Ibm Italia, Luciano Martucci. «In questo momento, la mera filantropia è un lusso che forse non possiamo più per-

metterci - ha detto nel corso dell'incontro -. Discorso diverso, invece, per le misure legate alla sostenibilità ambientale e per le azioni di responsabilità sociale interna all'azienda».

LA RESPONSABILITÀ INTERNA

Sulla Women initiative, ad esempio, (le azioni per favorire la leadership al femminile in azienda) l'impegno di Big Blue non verrà mai meno, trattandosi di un ambito in cui il gruppo è tra i leader mondiali. Come pure sull'iniziativa Ibm Corporate service corps, il programma che prevede l'assegnazione temporanea di personale presso organizzazioni non profit attive nella soluzione di questioni di interesse sociale. Già 1.500 professionisti Ibm inviati in Africa e Asia per contribuire, attraverso cicli mensili di permanenza, allo sviluppo di progetti sociali a favore delle comunità locali.

Leggermente preoccupato della flessione rilevata dall'Osservatorio in tema di responsabilità verso i dipendenti, infine, Fulvio Rossi, vicepresidente del Csr Manager network Italia. «Nel campo della relazione con i dipendenti - fa notare - la maggioranza dei manager intervistati prevede stabilità o leggero aumento (39% in ciascun caso), mentre la quota di chi vede il budget in contrazione è del 22 per cento. Ma in effetti, questo ambito forse è uno dei più maturi tra quelli proposti nell'indagine».

Peccato, perché proprio in questo ambito, invece, l'Italia ha molta strada da compiere per avvicinarsi agli standard europei. Soprattutto sotto il profilo della leadership al femminile, finora scarsamente incoraggiata a livello di top management.

Laura La Posta

laura.laposta@ilsale24ore.com



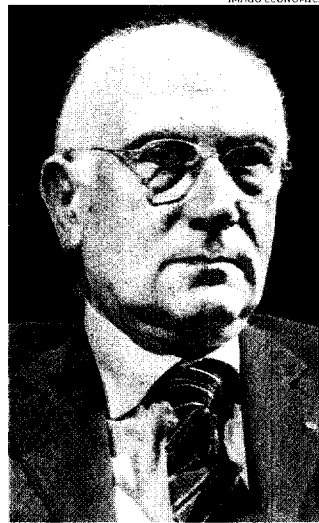
«Il Governo
rifletta sulla crisi
che rischia
di abbattersi
sulle nostre charity»

Ilaria Catastini, 42 anni,
livornese di nascita, vive
e lavora a Roma come President
di Hill & Knowlton Gaia



«Ora la mera
filantropia
è un lusso
che non possiamo
permetterci»

Luciano Martucci, 63 anni,
è presidente e amministratore
delegato di Ibm Italia a partire
dall'ottobre 2007



IMAGO ECONOMICA