

## Management. Analisi dell' Economist

# Risultati migliori per l'azienda etica

Jacopo Giliberto

Chi è "sostenibile" guadagna di più.

L'azienda che produce non solamente fatturato ma anche etica, relazioni, condivisione di intenti, ecologia, quell'azienda ha in media rendimenti economici migliori. Perché è un'azienda sana, che riduce i rischi di contenziosi, che rassicura gli azionisti, che riguarda obiettivi di lunga durata, che suscita rispetto, che evita di finire davanti al giudice o davanti alle telecamere dei telegiornali più battaglieri. Lo dicono i risultati di Borsa - non a caso le società ricomprese nell'indice di sostenibilità del Dow Jones hanno performance di mercato superiori del 10% rispetto a quelle "normali" esaminate dall'indice Dow Jones Euro Stoxx 50 - e lo dicono i 200 dirigenti delle multinazionali di tutto il mondo (dall'Alaska alla Patagonia, da Città del Capo fino al Kamciatka, esclusa solamente l'Australia) i cui pareri sono stati ascoltati dagli analisti dell' Economist per lo studio "Managing for sustainability" che sarà presentato domani a Roma dall'Enel in occasione della giornata della sostenibilità.

Gli amministratori delegati e i "senior executive" (della Campbell Soup, Deutsche Post, Rabobank, Tata, Timberland, Philips e così via) hanno risposto agli esperti dell' Economist Intelligence Unit coordinati da Aviva Freudmann che la sostenibilità non è una scelta

velleitaria. Ormai è uno strumento - di più: è lo strumento - per uscire dalla crisi e per fare crescere l'azienda.

Che cosa emerge dallo studio? La crisi che abbiamo visto in quest'ultimo paio d'anni è segnale di una crisi più diffusa non solamente economica. Il mercato, gli investitori, i consumatori e i portatori d'interessi percepiscono una crisi più generalmente sociale, e per questo motivo rispondono in modo attivo a chi si impegna nella sostenibilità.

Beninteso, questa parola - sostenibilità - non è la semplice "beneficienza", non è l'attività delle fondazioni. È una strategia aziendale più complessa che si basa su un solido codice di comportamento ambientale, sulla capacità di coinvolgere i giovani, sull'identità condivisa dei dipendenti, sull'ascolto dei consumatori. Questi principi devono essere integrati nella strategia aziendale come strumento di crescita, alla pari degli investimenti per la produzione o dell'impegno nella ricerca e sviluppo.

Qualche numero. Nello studio è stato chiesto ai 200 manager se i criteri di sostenibilità diverranno più importanti per la loro azienda nei prossimi tre anni. Nessun dubbio: l'87% di loro ritiene che saranno più rilevanti nell'attività aziendale e circa metà, il 46%, pensa che questi criteri saranno decisamente molto più importanti.

Per esempio, già diversi colossi dell'economia - come l'Enel - hanno ricompreso il rapporto di sostenibilità nel bilancio finanziario e tra qualche anno gli obiettivi di sostenibili-

tà fanno parte integrante dei piani industriali. Nel momento in cui gli obiettivi sociali e ambientali sono compresi nel business - sostiene lo studio - allora faranno parte anche di quegli incentivi alla retribuzione dei dirigenti: più saranno bravi anche dal punto di vista etico, più guadagneranno. Per esempio il tema dell'ambiente, che ne è una sezione, non sarà più solamente una variabile del rischio imprenditoriale o un obbligo di legge bensì - come fanno già molte aziende - uno strumento per crescere.

Il tema dell'ambiente espone soprattutto le aziende che lavorano nei segmenti dell'ecologia o dell'energia, che devono impegnarsi a pensare prodotti o servizi a basso impatto ambientale e neutrali per le emissioni di anidride carbonica. aborrisce doppiezze e stratagemmi d'immagine.

Ai manager è stata posta anche una domanda difficile. Perché essere sostenibili? La risposta che viene dai manager - raffigurati in genere come pescecani della finanza e pirati dell'industria - smentisce i luoghi comuni. Il 56% risponde: «Per fare le cose giuste in modo etico».

### SOSTENIBILITÀ

Le realtà che investono nel sociale godono di margini di reputazione più consistenti rispetto ai concorrenti

#### L'INCONTRO

- La giornata della sostenibilità (Sustainability day) promosso dall'Enel è in programma domani nell'auditorium dell'Enel in viale Regina Margherita, Roma, dalle 9.
- Aprirà l'incontro l'amministratore delegato dell'Enel, Fulvio Conti, seguito da Mervyn King (Global reporting initiative); è previsto anche un intervento di Stefania Prestigiacomio, ministro dell'Ambiente.
- alle 9,45 Aviva Freudmann presenterà lo studio «The business of sustainability» dell' Economist Intelligence Unit.
- Dalle 10,15 una tavola rotonda condotta da Gianni Riotta, direttore del Sole 24 Ore, durante la quale discuteranno Wim Bartels (Kpmg), Fulvio Conti (Enel), Amy Domini (Domini social investments), Anthony Giddens (parlamentare inglese della Camera dei Lord).
- Dalle 14, dopo un intervento di Piero Gnudi, presidente dell'Enel, una tavola rotonda coordinata da David Eades (Bbc) con Fatih Birol (Aie), Enrico Giovannini (Ocse e Istat), Jessy Tolkan (Energy Action Coalition) e Changwa Wu (Climate Group's Greater China). Le conclusioni saranno di Mervyn King.

