



Responsabilità Sociale d'Impresa all'italiana di <i>Deborah Carè</i>



Se in Italia siamo così lontani da una diffusa cultura della responsabilità sociale, è perché credo che non si sia ancora riusciti a coglierne il vero senso.

Troppo spesso nelle aziende si confina la CSR nell'ambito delle attività collaterali a quelle strategiche, al massimo complementari, sottovalutando quanto in realtà possano incidere nelle strategie aziendali.

All'interno di un'organizzazione, le politiche di Responsabilità Sociale possono infatti essere un potente stimolo. Esse offrono modelli di comportamento eticamente corretti, facilitano lo sviluppo di un pensiero laterale, contribuiscono al miglioramento degli ambienti di lavoro e delle relazioni tra le persone. Propongono spesso modelli di cooperazione progettuale che si rivelano vincenti rispetto alla prepotenza delle gerarchie aziendali, perché si basano sulla condivisione e il confronto. Introducono all'interno delle logiche del profitto una componente emozionale, perché focalizzano l'attenzione sul raggiungimento di un obiettivo attraverso il valore dell'esperienza: è la qualità emotiva e relazionale del processo che conduce al risultato.

È un percorso che parte dall'uomo per tornare all'uomo.

Non è un caso che, all'interno di società quotate in borsa, la CSR entra sempre di più tra gli elementi alla base della valutazione da parte degli investitori in quanto essa si rivela vincente nella capacità delle aziende di rispondere meglio ai repentini cambiamenti del mercato.

Deborah Carè è People & Knowledge Manager della Elica Spa.