

Cresce la voglia di sociale delle aziende italiane

Sgr, società di rating e organizzazioni no profit a confronto. Il caso di StM, leader nel risparmio ambientale ed energetico, e quello dell'Enel. L'82% degli italiani è favorevole all'investimento etico

CHEO CONDINA
MILANO

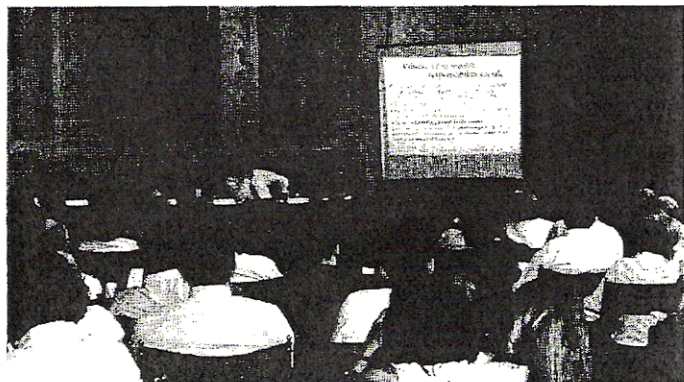
«Private companies can do well by doing good». Le aziende private possono far bene (negli affari), facendo del bene. Questo il gioco di parole e l'adagio, con il quale Kofi Annan, segretario delle Nazioni Unite, ha recentemente indicato la strada «etica» per il nuovo millennio. Al messaggio proveniente dal Palazzo di Vetro, negli ultimi tempi, si sono ispirate le aziende italiane, sempre più attive nel campo della *social responsibility*. Di questo è altro si è discusso ieri a Milano al convegno «Responsabilità sociale d'impresa: credere, misurare, agire», organizzato da EditoriPerlaFinanza in collaborazione con Unisys, Eticare e Banca Popolare di Lodi. Hanno preso parte al dibattito alcune delle maggiori personalità nel campo della responsabilità sociale d'impresa, tra le quali Lorenzo Sacconi, docente di economia all'Università di Trento, Giulio Gallazzi, amministratore delegato di Socially Responsible Italia, Carlo Ottaviani, presidente della fondazione StMicroelectronics e Roberto Zangrandi, a capo della corporate social responsibility di Enel. L'indicazione proveniente dalla conferenza è chiara e inequivocabile: le società ita-

liane prestano sempre maggior attenzione alla dimensione sociale. «Un recente sondaggio - ha sottolineato Zangrandi - ha rivelato che l'82% degli italiani, a parità di rendimento, preferisce un prodotto finanziario etico». Gli ha fatto eco, forte del significativo impegno di StM nel campo delle iniziative socialmente responsabili, Ottaviani: «Siamo convinti che gli interessi degli azionisti e degli stakeholder, gli agenti economici e istituzionali legati a un'impresa, non siano affatto in contrasto. Anzi, si rafforzano a vicenda». Il gruppo guidato da Pasquale Pistorio, negli ultimi anni, ha dimostrato, con i fatti, di credere nella centralità dell'individuo, nella trasparenza aziendale e nel rispetto dell'ambiente. Del resto l'ottimo andamento borsistico delle aziende etiche nell'ultimo triennio (*vedere tabella in pagina*) conferma

che la sostenibilità non è fine a se stessa, ma produce effetti positivi anche sui mercati finanziari. Certo, la strada da percorrere resta ancora lunga. «La responsabilità sociale migliora la struttura e l'efficienza aziendale - ha sottolineato Sacconi - l'elevato numero di stakeholder non deve scoraggiare i vertici societari, ma stimolarli a un maggior impegno etico». Anche nel campo del rating c'è da lavorare. «Non è giusto che i bilanci sociali di Enel, Aem e

Edison vengano valutati utilizzando metodologie diverse», ha dichiarato Zangrandi. Sull'esigenza di omogeneizzare i criteri di valutazione etica concorda anche Gallazzi, che si auspica un provvedimento governativo «a livello nazionale, e successivamente su scala europea». Magari ispirandosi ai principi del Global Compact, un network promosso dall'Onu che raggruppa una pluralità di attori economici e sociali, con l'obiettivo di promuovere una cre-

scita più sostenibile e un rapporto più stretto tra imprese e popolazioni locali. «L'iniziativa - spiega Barbara D'Alessio dell'onlus Cittadinanzattiva - ha coinvolto 1.000 imprese, di cui la metà multinazionali, in tutto il mondo. Tra le italiane ci sono Eni e Telecom Italia». La tendenza, insomma, va per una sempre maggiore sensibilità sociale da parte delle imprese. Non è tuttavia facile concordare standard comuni, vuoi per i rating aziendali che per i portafogli dei fondi. Ma, per la verità, nessuno, a partire da Andrea Bianchi, country manager di Sam, a Federico Versace, ad di Avanzi, invoca organismi istituzionali per controllare i controllori. Guai a voler ingabbiare questa spinta comune, volontaristica, in regole «minimalistiche», hanno sottolineato Luca Mattiazzi (Etica sgr), Jacopo Gavazzoli Schettini, ad di Aei e il vicepresidente di Sodalitas, Alessandro Beda: la strada della sostenibilità passa dalla partecipazione.



Un'immagine del convegno sulla Finanza etica promosso da EditoriPerlaFinanza