

La responsabilità sociale come condizione del successo delle imprese

24.09.2015

A colpo d'occhio

«The business of business is to make business» continua ad essere un principio valido, ma preso a corto termine lascia il tempo che trova. A lungo termine, il successo economico è possibile solo a condizione che sia basato sullo sviluppo sostenibile.

«Shareholder e Stakeholder» non sono opposti, ma complementari. Il successo di un'impresa a lungo termine dipende sicuramente da fattori economici, ma anche da aspetti sociali e ambientali. Questo atteggiamento non è soltanto il riflesso del vento che tira al momento. Le aziende di successo assumono le responsabilità sociali nel loro stesso interesse e contribuiscono in maniera decisiva, da centinaia di anni, al benessere e alla crescita. Ignorare questa responsabilità porta ad una minore accettazione sociale delle imprese e distrugge prima o poi dei valori economici. *economiesuisse* sottolinea questo aspetto anche negli scopi del suo statuto.

A seguito del crescente interesse dell'opinione pubblica per questo tema, *economiesuisse* e SwissHoldings hanno recentemente pubblicato un opuscolo sulla responsabilità sociale delle imprese (corporate social responsibility o CSR, in inglese) che illustra il punto di vista delle imprese stesse. L'opuscolo in questione non cerca di determinare se la CSR sia buona o cattiva. Ciò che conta è che tutte le parti interessate siano in chiaro sul fatto che lo scopo principale di un'impresa è di avere successo, poiché ciò permette di creare degli impieghi, di pagare delle imposte e dunque di porre le fondamenta del benessere della popolazione e delle economie. Di fatto, soltanto imprese competitive e dinamiche hanno la capacità di assumere durevolmente una responsabilità sociale.

Di fatto, soltanto imprese competitive e dinamiche hanno la capacità di assumere durevolmente una responsabilità sociale.

Il dibattito sulla responsabilità sociale è basato su due punti. Da una parte, si tratta di evidenziare i contributi che le imprese già forniscono e di mostrare gli sforzi profusi allo scopo di migliorarsi sempre di più, in particolare in un contesto difficile nei paesi in via di sviluppo o emergenti. Dall'altra parte, si tratta di mostrare che questa responsabilità deve restare presso le imprese. Come indica il nome di «corporate social responsibility», la CSR è un compito che spetta all'impresa, in altre parole alla sua direzione e ai proprietari. Nuove regolamentazioni rigide, siano esse vincolanti o volontarie, non sarebbero solo inutili, ma pure destinate al fallimento. Senza contare che delle prescrizioni statali aprirebbero la strada all'economia pianificata. Il ruolo dello Stato deve limitarsi a creare il contesto necessario per attività imprenditoriali libere.

Un dialogo costruttivo è una delle principali preoccupazioni delle aziende di successo. Non si possono risolvere le sfide sociali e ambientali attraverso norme giuridiche, bensì con la collaborazione di tutte le parti interessate. Le

imprese non fanno parte del problema, ma della soluzione. Imprese fiorenti di ogni dimensione sono pronte ad affrontare queste sfide sociali. Ciò anche grazie al fatto che la CSR offre nuove opportunità commerciali e che può pertanto essere utile a tutte le parti (situazione win-win).