

# Una guida per la sostenibilità

**TERRITORIO** / Associazione industrie ticinesi, SUPSI e Dipartimento delle finanze e dell'economia hanno elaborato un modello per redigere il rapporto che misura la Responsabilità sociale delle imprese (CSR) - Un cambio concreto di paradigma per spingere le aziende ad attuare buone pratiche



Il cambio di atteggiamento si riverbererà su tutto il territorio.

©KEYSTONE/GAETAN BALLY

## Generoso Chiaradonna

Di responsabilità sociale delle imprese si parla ormai da molti anni. L'acronimo inglese CSR (Corporate Social Responsibility) con il quale è nota a livello internazionale è utilizzato correntemente anche in Ticino e indica, comunemente, «l'insieme delle attività aziendali in grado di generare un valore positivo per la collettività e per l'ambiente». Anche se formalmente l'impegno per la creazione di valore aggiunto in termini sociali rispetto al proprio business è quasi sempre una scelta volontaria, di fatto ormai nessuna azienda può farne a meno. Rischierebbe, infatti, di produrre una percezione negativa da parte dei potenziali clienti e investitori, in quanto le aziende sono ormai considerate a pieno titolo soggetti attivi nel cambiamento e nell'evoluzione della società. Tanto gli acquirenti, quanto i partner e gli investitori, nella scelta delle aziende alle quali rivolgersi per fare acquisti oppure con le quali stringere alleanze tengono sempre più di frequente in conto l'attenzione



**Tematiche centrali** non più semplici mode, ma pilastri fondamentali per lo sviluppo futuro  
**Oliviero Pesenti**  
presidente di AITI

alla sostenibilità, all'inclusività, al ruolo delle imprese sul territorio.

### Non solo buoni propositi

Questa è la teoria. Come applicarla nella realtà aziendale? Ovvero, come trasformare impegni positivi in termini di minore impatto ambientale, di migliori condizioni di lavoro per i propri dipendenti o di scelte che si riverberano positivamente sul territorio e anche lungo tutta la ca-

tena di creazione del valore? L'AITI, l'Associazione industrie ticinesi, in collaborazione con il Centro di competenze management e imprenditorialità della SUPSI e la ricercatrice e docente - sempre alla SUPSI - Jenny Assi, ha messo a disposizione delle imprese del territorio uno strumento per redigere il rapporto CSR.

«È importante come associazione imprenditoriale locale diffondere una cultura aziendale orientata alla sostenibilità e alla responsabilità sociale», spiega il presidente di AITI Oliviero Pesenti, che ricorda come «la crisi sanitaria legata alla pandemia abbia prodotto delle forti accelerazioni ai processi di digitalizzazione, all'organizzazione del lavoro (*smart working*) e imposto una riflessione sulle catene di fornitura, la cui prossimità è stata un fattore di vantaggio competitivo per molte imprese».

### Il dibattito pubblico

È in questo contesto, quindi, che la sostenibilità e la responsabilità sociale delle imprese sono diventate tematiche centrali nel dibattito pubblico, «trasformandosi - spie-

ga ancora Pesenti - da semplici mode a pilastri fondamentali per lo sviluppo futuro».

La CSR non è vista come un freno allo sviluppo economico. Anzi, potrebbe diventare stimolo per creare un territorio imprenditoriale sempre più orientato alla sostenibilità. E questo non perché sia imposto da norme giuridiche generali o particolari. Un'azienda virtuosa non lo è perché rispetta la legge. Quello è il minimo. Diventa virtuosa dal punto di vista della CSR se va oltre il rispetto delle norme. «È per questo che si parla di percorso verso la sostenibilità. E come tutti i percorsi deve essere misurato sulla lunga distanza affinché i progressi siano giudicati positivi o negativi», spiega invece Jenny Assi. «Il modello di rapporto che mettiamo a disposizione delle aziende è un'evoluzione di altri documenti che negli anni scorsi abbiamo elaborato proprio per favorire la cultura della rendicontazione delle tematiche di CSR», continua Jenny Assi. Si è iniziato qualche anno fa con un documento di autovalutazione promosso da Camera di commercio, SUPSI e Dipartimento delle finanze e dell'economia. Il

## Non si tratta

di «greenwashing». Lo scopo è quello di diffondere la cultura d'impresa sul territorio

passo successivo è stato quello di un rapporto semplificato elaborato in collaborazione con la Camera di commercio e ora c'è appunto il rapporto CSR di territorio stilato con l'AITI e pensato per aziende più grandi. Il prossimo passo sarà quello di integrare le linee internazionali in materia, un rapporto quindi adatto alle imprese che operano su più mercati. «L'ottanta per cento della produzione industriale ticinese è destinata all'estero», ricorda da parte sua Stefano Modenini, direttore dell'AITI.

Secondo il consigliere di Stato Christian Vitta, direttore del Dipartimento delle finanze e dell'economia che già da qualche anno punta sul tema della CSR come strumento anche di politica economica, «il rapporto è uno strumento di competitività delle imprese e del territorio». Modenini ribadisce comunque che non si tratta di «greenwashing». «Lo scopo principale non è lo strumento in sé, ma diffondere questa cultura d'impresa sul territorio. Per questa ragione AITI sosterrà questo documento mettendo a disposizione anche la consulenza».

## L'efficienza non si misura solo con i dati economici e finanziari

**IL DOCUMENTO** / Stefano Modenini: «È uno strumento per sviluppare un tessuto imprenditoriale locale virtuoso» - Oliviero Pesenti: «Un aiuto per i decisori politici»

Ma come è strutturato il rapporto di sostenibilità? «È un rapporto complementare a quello economico-finanziario sostanzialmente descrittivo», spiega Jenny Assi. «È però un importante strumento di comunicazione su quello che l'impresa ha fatto in termini di sostenibilità ambientale, sociale e di governance e di quello che vorrà implementare in

**Riuscire a comunicare** quanto fatto in termini di sostenibilità ambientale, sociale e di governance

futuro», aggiunge. È anche un importante documento di gestione della sostenibilità, in quanto serve a misurare le prestazioni dei cambiamenti strategici, che a loro volta possono cambiare la politica d'impresa.

Per rimanere al modello elaborato da AITI-DFE-SUPSI, è costituito da un rapporto di 60 pagine che integra in totale 65 indicatori allineati agli stan-

dard internazionali. Di questi indicatori qualitativi, 35 sono obbligatori e 30 facoltativi. «Questo aiuta la compilazione e il monitoraggio oltre a permettere alle imprese di far parte di una rete», continua ancora Jenny Assi.

Stefano Modenini sottolinea come questo strumento aiuta comunque a sviluppare «un tessuto imprenditoriale virtuoso che permetta la na-

scita di una cultura CSR di territorio senza imposizioni normative e legislative». E in questo campo le organizzazioni internazionali dettano l'agenda. È il caso degli standard di sostenibilità europei con cui nei prossimi anni dovranno confrontarsi anche le imprese svizzere per non essere penalizzate nell'accesso al mercato comune.

«Questa analisi - commen-

ta Oliviero Pesenti - nel tempo contribuirà a fornire una panoramica chiara della situazione attuale e delle aree in cui possiamo migliorare ulteriormente». Il fatto che questa prassi sia incentivata dalle associazioni economiche consentirà «alle istituzioni pubbliche di pianificare interventi mirati per il futuro, generando valore condiviso per l'intera comunità».