

■ RESPONSABILITÀ

Attenti, l'etica fa impresa

DI **ROBERTO ZANGRANDI**

Il settimanale «The Economist» ha definito come fenomeno pericoloso per il capitalismo e il senso d'impresa la responsabilità sociale delle aziende. Fulminante la sintesi di Clive Crook, vicedirettore del giornale: «Da un punto di vista etico, molto della responsabilità sociale dell'impresa è solamente buona gestione, qualcosa che fa progredire l'azienda o che l'azienda dovrebbe comunque fare. Per questo non dovrebbe esserci alcun credito o riconoscimento speciale per chi lo fa».

Il settimanale descrive percorsi ed effetti della Csr (Corporate social responsibility) secondo l'esperienza delle grandi imprese considerando l'istituzionalizzazione che

*L' Economist
sottovaluta
il valore
positivo
della Csr
per i clienti*

questa ha avuto nel Regno Unito. La Csr che aumenta sia i profitti sia il welfare sociale non è altro che buon management. Quella che riduce i profitti a favore del sociale è «virtù presa a prestito». L'azienda che decide di destinare parte degli utili alla filan-

tropia fa come Robin Hood che rubava ai ricchi per dare ai poveri: nobile gesto, ma furto comunque.

Sicuramente però l'estensione del resoconto sullo stato dell'arte della Csr da parte dell' Economist ha il pregio di accordare alla tematica un'importanza e una visibilità planetarie. La struttura razionalista dell'inchiesta è splendida. Ma quando lancia il suo "sguardo critico sulla Csr" tende a dimenticare che una grande massa di risparmio nel mondo (5 miliardi di dollari secondo alcune stime; di più secondo altre) chiede investimenti in aziende che certifichino la loro Csr, un orientamento sostenibile e qualcosa di più che "buon management". E chiede fatti dimostrabili e certificazioni che ormai hanno condizionato in misura notevole il modo di agire (in meglio) di molte aziende quotate, trasformandosi man mano in comportamento se non ancora molto diffuso, almeno di riferimento.

* *Responsabile Csr, Enel Spa*