

# SOSTENIBILITÀ SE LA CONOSCI LA PRATICHI



Che cosa significa oggi per un'azienda essere socialmente responsabile? E lo sviluppo sostenibile è una strada concretamente praticabile, oltre che eticamente auspicabile? Sono queste le domande che, nel corso del recente SAS Forum Italia, hanno stimolato il dibattito di specialisti, esperti e manager in una tavola rotonda interamente dedicata ai temi della sostenibilità. Un dibattito che è andato snodandosi intorno a tre direttrici principali: una riflessione sulla responsabilità sociale d'impresa nelle sue concrete declinazioni aziendali, l'apporto della tecnologia per l'attuazione del percorso di sostenibilità e la testimonianza di tre aziende (Autogrill, Eni e Banca Monte dei Paschi di Siena) che hanno fatto della responsabilità sociale un cardine della propria strategia.

## Il successo dipende dagli stakeholder

Nel suo intervento introduttivo, **Emilio D'Orazio, Direttore di Politeia – Centro per la ricerca e la formazione in politica ed etica** –, dopo aver definito come sviluppo sostenibile “quello che cerca di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri”, sottolinea come i temi della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa poggino in qualche misura su di un duplice caposaldo. Da un lato, un “assunto di tipo morale, la convinzione cioè che sia eticamente sbagliato mettere in forse la sopravvivenza delle generazioni future con un uso dissennato delle risorse”. E dall'altro la consapevolezza che il compito dell'impresa è di produrre valore non solo per i proprietari/azionisti, ma per tutti i gruppi che esprimono un interesse legittimo per l'azienda, cioè gli stakeholder interni ed esterni. In questo quadro, “il successo dell'impresa nel lungo periodo dipende dalla sua



A SAS  
FORUM 2008,  
UN PANEL  
DI ESPERTI, ESPONENTI  
DEL MONDO  
IMPRENDITORIALE  
E SPECIALISTI SAS  
SU ALCUNE DELLE  
TEMATICHE PIÙ CALDE  
DEL MOMENTO:  
**SVILUPPO SOSTENIBILE  
E RESPONSABILITÀ  
SOCIALE D'IMPRESA**

capacità di intrattenere relazioni anche eticamente ispirate con la molteplicità degli stakeholder, mentre ai manager viene affidato il compito, cruciale sul piano etico e complesso su quello pratico, di bilanciare la pluralità di interessi anche contrastanti che provengono dai portatori di interesse”.

#### La tecnologia SAS scende in campo

Tocca a **Pietro Betto, CSR Expert di SAS**, illustrare i benefici che la soluzione SAS Sustainability Management è in grado di offrire alle figure manageriali (CSR, ma anche energy e risk manager) cui è affidata la risoluzione delle problematiche di sostenibilità. Si tratti di esaminare gli indicatori e di rendicontare le attività alla luce della Global Reporting Initiative o di ottimizzare il processo di cap trade, valutando la profittabilità e i rischi associati alla compravendita delle quote di emissione. O ancora di monitorare le emissioni di CO<sub>2</sub> e di decidere eventuali iniziative di abbattimento, oppure di razionalizzare i data center delle strutture IT per ridurne i consumi energetici.

#### Misurare e rendicontare i KPI di sostenibilità

“Perché dobbiamo ripensare il modello attuale di business?” È questa la domanda posta da **Paola Fiore, Project Manager di Etica@Ambiente**. I motivi sono numerosi: “Perché dobbiamo rispettare i diritti delle generazioni future. Perché non solo la legge, ma lo stesso mercato ci impongono la conformità alle norme e agli standard ambientali. Perché gli investitori si stanno orientando in misura crescente verso le aziende socialmente responsabili.” E come gestire l'impresa in modo socialmente responsabile? “In primo luogo occorre adottare un approccio di ‘triplice’ bottom line, che valuta non solo gli aspetti economico-finanziari ma anche gli impatti generati dall'impresa sotto il profilo ambientale e sociale. Poi misurare e monitorare le performance e gli indicatori di sostenibilità, per valutare e rendicontare i cambiamenti prodotti dall'attività di corporate governance secondo le linee guida più diffuse a livello internazionale, come la Global Reporting Initiative. E infine comunicare agli stakeholder, stimolandone il feedback, i risultati delle misurazioni, che devono essere affidabili, confrontabili e verificabili.”



*Ai manager viene affidato  
il compito, cruciale  
sul piano etico e complesso  
su quello pratico,  
di bilanciare la pluralità  
di interessi anche  
contrastanti che provengono  
dai portatori di interesse*



**1** Raccolta e rendicontazione degli indicatori di sostenibilità  
Secondo le linee guida della Global Reporting Initiative SAS Sustainability Management si configura come uno strumento evoluto di reporting analitico che monitora gli indicatori predefiniti, raccoglie i dati dalla molteplicità dei sistemi alimentanti, li integra e li distribuisce utilizzando la logica delle funzioni statistiche e analitiche di SAS.

**2** Emission trading  
Cioè compravendita delle quote di emissione del CO<sub>2</sub>. Si tratta non solo di monitorare la copertura e lo sfioramento delle quote assegnate, ma anche di analizzare le logiche di rischio e di calcolare la profittabilità e le perdite associate alla distribuzione delle quote, valutandone ad esempio la dinamica alla luce di mix alternativi dei componenti.

## SAS Sustainability Management, la soluzione in quattro mosse

permette da un lato di calcolare le emissioni di CO<sub>2</sub> prodotte dai processi produttivi e dall'altro di creare modelli alternativi finalizzati all'abbattimento delle emissioni.

**4** Green ICT  
Per risolvere le problematiche di ottimizzazione e razionalizzazione dei data center per la riduzione dei consumi energetici.

**3** Carbon footprint modeling  
SAS Sustainability Management

**ENI**

### Dialogo e valorizzazione delle diversità

**Sabina Ratti, Sustainability Manager di Eni**, ricorda che la cultura di dialogo e di valorizzazione delle diversità che caratterizza attualmente l'azienda affonda le sue radici nella storia, fino alla visione di Enrico Mattei che poneva su nuove basi le relazioni con i paesi produttori di petrolio. Per Eni, "il bilancio socio-ambientale ha un significato cruciale sotto il profilo gestionale, perché è frutto di una raccolta di dati trasversale in un'ottica di sistema: in quanto tale, non è solo uno strumento di consuntivazione, ma anche di controllo rispetto alla pianificazione e di monitoraggio rispetto agli obiettivi stabiliti dall'azienda".

### Una visione sistemica della responsabilità sociale

**Susanna Chaussadis, Settore Responsabilità Sociale di Banca Monte dei Paschi di Siena**, il bilancio sociale, giunto ormai alla ottava edizione, "ha cercato di calare nelle attività dell'organizzazione le esigenze espresse dagli stakeholder, intesi come clienti, dipendenti, ma anche investitori istituzionali e agenzie di rating. È stato uno strumento fondamentale perché ci ha permesso di conoscere lo stato dell'arte, le attività che andavano messe a sistema, e di promuovere momenti di formazione interna, attraverso i gruppi di lavoro istituiti per la raccolta dei dati. Il nostro attuale impegno è quello di inserire sempre più la responsabilità sociale in una visione sistemica che faccia riferimento alla carta dei valori e al codice etico e vada a permeare l'intera organizzazione, dai vertici al singolo dipendente dell'agenzia periferica."

### Il primo store ispirato alla sostenibilità

La testimonianza di tre aziende leader di settore come Autogrill, Eni e Banca Monte dei Paschi di Siena mostra da un lato che la responsabilità sociale è ormai diventata un riferimento consolidato e dall'altro che la sua declinazione è strettamente correlata con la storia e con la cultura aziendale. Secondo **Silvio De Girolamo, CSR e Audit Executive di Autogrill Group**, il Gruppo è "per sua natura, strettamente legato al territorio in cui opera, non solo in termini di offerta commerciale, ma anche nel modello organizzativo che definiamo federale. Siamo quindi molto aperti alle 'contaminazioni' degli stakeholder, che si trasformano in altrettanti stimoli di reazione e di innovazione. E cito, a titolo di esempio, il concorso di idee aperto al pubblico che abbiamo indetto per il lancio del nostro primo eco-grill, uno store ispirato ai principi della sostenibilità. In questo quadro, il report di sostenibilità è lo strumento che ci permette di aumentare la sensibilità di tutti sulle tematiche della responsabilità sociale".

**BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA**

**AUTOGRILL**