

Annarita **Cacciamani**

Strategia e comunicazione: i pilastri per una Pmi che investe sulla “S” di ESG

Oggi non è più solo l'ambiente a distinguere e a rendere alta la reputazione di una azienda. Si parla anche di ambito sociale. Patrizia Gazzola (Insubria): «Investire sul benessere dei dipendenti e della comunità aiuta ad attrarre e mantenere talenti»



Il paradigma ESG attribuisce la stessa importanza alla sfera **ambientale**, a quella **sociale** e alla **governance** aziendale anche se spesso quando si parla di sostenibilità si fa riferimento all'ambiente. Ma la S cosa significa? Ce lo spiega **Patrizia Gazzola, professoressa ordinaria di Business Administration all'Università dell'Insubria**.

«La S riguarda fundamentalmente i **diritti umani e l'equità**. Si focalizza sui **rapporti di un'organizzazione con le persone, siano esse interne o esterne, sulle sue politiche, le strategie e sulle azioni intraprese che hanno un impatto sui diversi stakeholder** – spiega - Queste attività hanno un impatto importante soprattutto dal punto di vista reputazionale». Come può muoversi, quindi, una Pmi che vuole approcciarsi alla S? «Ci sono due elementi fondamentali – prosegue la docente - **strategia e comunicazione**. Ciò che si fa deve essere inserito in una strategia a lungo termine, comunicato e rendicontato».

LA S DI ESG: L'IMPATTO SOCIALE DI UNA PMI

Come detto, la S riguarda fundamentalmente i **diritti umani e l'equità**. Possono ad esempio rientrare nella "S" le **attività rivolte alla riduzione delle disuguaglianze, alla riduzione del gender gap, alla creazione di opportunità volte a conciliare famiglia-lavoro o più in generale al miglioramento della qualità della vita**.

«Le aziende che non considerano i dipendenti come delle risorse o che hanno una scarsa attenzione per la comunità in cui operano difficilmente riusciranno a mantenere i loro equilibri – spiega Gazzola - In questi casi le organizzazioni dovranno fare i conti con un alto rischio reputazionale».

L'impatto sociale di una Pmi può essere **interno** e pertanto orientato ai propri dipendenti e collaboratori, e/o **esterno** orientato alla comunità locale. «In generale – sottolinea ancora la docente - fa riferimento all'efficacia dell'attività sociale svolta e considera la capacità dell'impresa di produrre un effetto positivo e duraturo sui soggetti ai quali si riferisce».

I metodi utilizzati per misurarla sono sia qualitativi che quantitativi e possono prevedere un sistema di indici e indicatori di impatto.

I VANTAGGI DELL'IMPEGNO SOCIALE PER UNA PMI

Le Pmi possono di certo avere un ritorno in termini di **immagine** e di **reputazione**. «Attività sociali rivolte a sostenere il territorio in cui operano e ad applicare politiche finalizzate a migliorare il benessere e l'equilibrio tra lavoro e vita privata dei propri dipendenti hanno un impatto importante sulle famiglie dei dipendenti e sulla comunità locale – sottolinea - Questo coinvolge non solo le imprese ma anche tutta la catena della fornitura. Anche per questo motivo, **l'attenzione si sta progressivamente spostando dalle singole imprese all'intera filiera**».

ESSERE COMPETITIVI E ATTRARRE TALENTI

Promuovere un ambiente lavorativo inclusivo e con attenzione alla parità di genere è cosa non semplice, ma oggi necessaria. «Da un lato la presenza di un numero equilibrato di donne e uomini in un'azienda aumenta la **diversità delle idee, delle prospettive e delle esperienze** – commenta Gazzola - Ciò può portare a soluzioni più innovative e creative e quindi l'ambiente lavorativo diventa più stimolante. Inoltre, **l'immagine dell'azienda ne risulta influenzata positivamente: un'azienda che sceglie di promuovere la parità di genere può essere vista come all'avanguardia. Ciò può aiutare ad attirare e trattenere talenti**».

COMUNICAZIONE E STRATEGIA

Oggi l'investimento sul sociale è imprescindibile per ogni impresa. Basti pensare che le grandi imprese escludono dai propri fornitori aziende che non rispettano i criteri ESG e che anche le banche tengono conto dei parametri ESG nell'erogare finanziamenti.

Le Pmi dovranno essere protagoniste su 2 fronti:

- » Quello della **strategia**: «Le Pmi dovrebbero **incorporare la gestione dei rischi e le opportunità legate all'aspetto sociale dell'ESG nella strategia** in modo che non appaia come mera solidarietà ma come un impegno duraturo».
- » Quello della **comunicazione**: «**Le Pmi dovrebbero comunicare il loro impegno sociale con lo strumento adeguato**, che va dalla rendicontazione non finanziaria al bilancio integrato».