

CSR MANAGER: ARCHITETTO E SOSTENITORE DI STRATEGIA



Silvio De Girolamo, sustainability & Esg accelerating and mentoring di SdG for Future Company.

Per favorire lo sviluppo di un futuro davvero sostenibile a livello economico, sociale e ambientale, raccogliamo esperienze, storie, risultati e obiettivi futuri dalla viva voce dei manager e di chi fa l'impresa: un modo per andare oltre la Csr, con una forte e diffusa responsabilità a tutto campo. Oggi ne parliamo con Silvio De Girolamo, sustainability & Esg accelerating and mentoring di SdG for Future Company e associato a Manageritalia Lombardia.

Pierfilippo Maggioni
specialist Csr Manageritalia

La pandemia ha portato ancora più all'ordine del giorno il tema della sostenibilità: com'è cambiato il mondo della Csr in questi ultimi due anni?

«Fino a qualche tempo fa il tema della sostenibilità riguardava solo gli addetti ai lavori, e spesso nell'affrontarlo era necessario dover motivare i perché, ponendo l'accento sui vantaggi che potevano essere generati per le aziende. Ora invece è un argomento mainstream: non è più necessario fare numerose premesse

“introdotte”, ma ci si può subito concentrare sugli aspetti concreti necessari a orientare persone e risorse per il raggiungimento di obiettivi sostenibili. Nonostante questo, ancora oggi la sostenibilità è molto spesso declinata solo dal punto di vista ambientale, a maggior ragione dopo lo svolgimento della Cop26 che ha indirizzato tutta l'attenzione sul tema del cambiamento climatico. Invece è sempre bene ricordare che anche i temi sociali ne fanno parte».

In cosa consiste il suo ruolo, come viene declinato nel suo settore professionale e quali sono le sfide concrete del suo lavoro quotidiano?

«Da un mero approccio relativo alla rendicontazione della sostenibilità, il Csr manager sta diventando sempre di più una sorta di architetto e coordinatore di strategia, monitoraggio e reporting della sostenibilità. Inoltre, diventa sempre di più il connettore tra l'esterno e l'interno dell'azienda, rendendola permeabile alle sollecitazioni e agli stimoli che arrivano da fuori. Servono una grande visione d'insieme, oltre a buone capacità empatiche e di leadership: solo così il Csr manager è in grado di affermare i temi della sostenibilità nell'agenda dei manager dell'azienda».

Quali sono i trend di settore? Quali sfide e criticità, se ci sono state, ha dovuto affrontare la sua azienda?

«In generale la grande sfida è far diventare la sostenibilità parte integrante dei piani strategici: fin quando sono separati da questi, saranno sempre considerati ancillari e non determinanti per la politica dell'impresa. Però sappiamo che tutto spinge verso questa direzione: dalla tassonomia della Ue alla nuova direttiva sul reporting, al Pnrr».

Perché a un'azienda conviene investire in responsabilità

sociale d'impresa e sostenibilità?

«Perché se non lo fa, qualcun'altra lo farà al posto suo. In altre parole, le aziende saranno sempre più valutate secondo la capacità di perpetuare nel tempo le attività: questo vuol dire avere una visione di medio-lungo termine e una capacità di innovare, che sono proprio gli elementi caratterizzanti di un'impresa sostenibile».

In concreto, quali sono i principali progetti in tema di Csr e sostenibilità che avete portato a termine negli ultimi anni?

«Abbiamo applicato l'approccio dell'economia circolare, superando quello dell'economia lineare: siamo andati a rivedere i processi e le attività, valutando come ottimizzare le risorse, raggiungendo anche obiettivi di efficienza ed economicità (quest'ultima è la terza dimensione della sostenibilità)».

Nel prossimo biennio, invece, in quali obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) sarete coinvolti? Avete già dei progetti su cui intendete impegnarvi?

«In questa fase l'impegno di medio-lungo termine è concertato sul cambiamento climatico e sulla transizione energetica. A seguire ci si concentrerà di più su piani operativi per rendere coerenti gli obiettivi a breve e lungo termine,

in modo da assicurare il raggiungimento dei target anche prima delle scadenze».

Pubblico e privato possono collaborare per raggiungere un obiettivo comune?

«Assolutamente sì, l'obiettivo Sdg 17 sulle partnership vuole dare proprio questo impulso, e anche per sfruttare il meglio del Pnrr è necessario che ci sia cooperazione per raggiungere obiettivi di comune interesse. Dovremmo finirlo di continuare a vedere questa contrapposizione inutile e anacronistica tra pubblico e privato: il pubblico deve definire obiettivi e rimuovere ostacoli e barriere così da mettere il privato nelle migliori condizioni di perseguire obiettivi di efficacia ed efficienza, tenendo in considerazione anche gli aspetti sociali e ambientali».

Csr e sostenibilità: come capire quando è solo un'operazione di marketing?

«La cartina di tornasole è rappresentata dalla distanza o lontananza del marketing dal core business dell'impresa: quando la progettualità legata alla sostenibilità non è realmente connessa con quello che fa l'impresa, allora è solo marketing; se invece è strettamente correlata ai prodotti/servizi dell'impresa, allora possiamo parlare di sostenibilità integrata con il business».