

di ANSELMO CASTELLI

50 sfumature di sostenibilità

La necessità di fare impresa e quella di garantire un futuro ai nostri figli, mentre sta crescendo l'attenzione per gli aspetti green dell'economia.

Ormai la sostenibilità si coniuga in tutte le salse, come **un condimento che va su tutti i piatti**, che fa fare bella figura, che mostra tutta il suo carattere contemporaneo e che proietta nel futuro.

Scusate la banalità, ma fino a qualche anno fa pensavo che sostenibilità derivasse dal verbo sostenere, che ha parecchie declinazioni di significato: sorreggere qualcosa, mantenere qualcuno, aiutare, affermare una propria opinione. **Sostenere la famiglia** significava poterla dotare di mezzi di sussistenza e oltre. Così la sostenibilità diventava un'attenzione alle entrate e alle spese possibili, un calcolo delle opportunità e delle risorse. In modo non dissimile si faceva con un'azienda, dove il pareggio di bilancio diventava una sostanziale sostenibilità.

Capisco che le cose sono molto cambiate, ma ho anche il sospetto che il termine abbia qualcosa di ambivalente, di non risolto, di indeterminato.

Mi sembra chiaro che per un'impresa la sostenibilità sia ancora riferibile al **calcolo economico** che coinvolge le decisioni relative a tutto il ciclo, dall'acquisizione delle risorse fino agli investimenti e alle decisioni di mercato. Da qualche decennio, però, la sostenibilità è diventata un nuovo paradigma che impone una riflessione più alta sulle strategie di impresa. E il significato più semplice l'ho trovato sull'intramontabile Treccani: condizione di uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento della generazione presente senza **compromettere la possibilità della generazione futura** di realizzare i propri.

La definizione presenta, a mio parere, 2 orizzonti: quello attuale e contingente della sostenibilità propria del fare impresa; quello più ampio dell'attenzione al futuro non in modo generico, ma avendo presenti i nostri figli e nipoti e i loro diritti. A sostanziare questa seconda sostenibilità hanno pensato parecchi convegni e determinazioni, che hanno definito indicatori precisi che si rifanno alla sigla **ESG (Environmental, Social, Governance)**, ovvero attenzione all'ambiente, sensibilità sociale e gestione adeguata. Ecco il riuso, l'economia circolare, le emissioni, l'energia da fonti rinnovabili, il benessere dei dipendenti, una nuova organizzazione del lavoro, un management sensibile. A prima vista sembrerebbe un aggravio incredibile per l'impresa, già alle prese con la prima sostenibilità, quella dei conti.

Alcune ricerche mostrano, invece, che un campione di 50 società a più larga capitalizzazione nel mondo e che presentano un **alto valore nell'indicatore ESG** (che sono quindi molto "sostenibili") ha avuto risultati considerevolmente più positivi della media delle imprese che rappresentano insieme il 75% della capitalizzazione a livello mondiale. E questo perché?

Poiché **il mercato premia le imprese sostenibili**, in quanto si è sviluppata una nuova consolidata sensibilità nei consumatori che rende difficile per ogni strategia di mercato non considerare le 2 sostenibilità come facce di una stessa medaglia di successo.

Non è una novità, certo, e dalle campagne di comunicazione si vedono chiaramente le qualità che nei prodotti sono messe in evidenza e come si accenni alle nuove sensibilità ambientali e sociali. Ed è certo che i nuovi orizzonti condizionano la formazione del management e la composizione degli organi di gestione delle imprese. Si è già consolidata ed è in sviluppo una **nuova cultura d'impresa** che mi chiarirà via via anche gli aspetti che mi sembrano ancora indeterminati, ma sembra che la strada sia a senso unico. Sarà sufficiente cautelarsi dalle deviazioni e individuare quando tale sostenibilità viene sbandierata senza una vera realtà sottostante. La **finta sostenibilità** (cosiddetto *greenwashing*) rischia, altrimenti, di far perdere la fiducia di una platea di consumatori bene orientata a sempre più avanzate forme di sostenibilità.