



**Relațiile publice au apărut în momentul în care managerii au înțeles că pot să se descurce mai bine decât concurenții prin îmbunătățirea comunicării cu publicurile lor. Credeți că CSR-ul reprezintă doar un nou mod prin care companiile luptă cu concurența?**

CSR-ul poate sau, mai bine zis, trebuie să fie considerat un avantaj competitiv, dar nu trebuie aplicat doar ca instrument de PR. Managerii „luminați” își îmbunătățesc comunicarea la nivel de companie pentru că sunt conștienți (sau au avut măcar inspirația) că un dialog continuu și reciproc cu factorii interesați are un impact pozitiv în a reduce, printre altele, riscurile cu care companiile se confruntă în activitatea lor de zi cu zi, prevenind prejudiciile de reputație ale propriilor organizații.

Adevăratul salt în domeniul calității apare atunci când CSR-ul devine parte a unui plan industrial care se dorește a fi strategic în ceea ce privește ținte și performanțe specifice care se doresc a fi atinse printr-o politică serioasă și riguroasă în domeniul sustenabilității, auditată intern și extern și monitorizată de oficialii din domeniul CSR-ului și „ambasadorii” companiei. Doar atunci când această etapă a maturității este atinsă, se poate spune că CSR-ul este noul mod prin care companiile își îmbunătățesc și de diferențiază de omologi.

**□ Într-un articol recent publicat în Wall Street Journal, Anneel Karnani, profesor asociat de strategie la Universitatea din Michigan, susține că atunci când profitul companiilor și bunăstarea socială sunt antitetice, companiile nu vor acționa voluntar în interesul public și împotriva intereselor acționarilor. Drept urmare, CSR-ul apare ca fiind lipsit de relevanță sau eficacitate. Cum ați comenta această perspectivă asupra responsabilității sociale corporatiste?**

Sustenabilitatea, etimologic, vorbește de la sine și poate fi considerată abilitatea unei companii de a-și păstra dimensiunile sociale, economice și de mediu într-un echilibru eficient și virtuos. Ceea ce aș prezenta drept argument împotriva spuselor prof. Anneel Karnani este dihotomia drastică dintre profituri și beneficii sociale.

Companiile și corporațiile care sunt doar lacome de profit și orientate către acționari, ignorând aspectele de mediu și sociale (și, drept urmare acele „familii” de factori interesați care așteaptă rezultate în aceste direcții) sunt mult mai vulnerabile decât concurenții lor care se comportă sustenabil. Adevărul este că și în această stare de grație, sunt încă multe companii care ignoră ceea ce înseamnă sustenabilitatea, iar unele companii dansează un fel de „limbo”, dorind să pară sustenabile, dar nefiind pe deplin angajate în cauza sustenabilității.

Profitul trebuie să fie un instrument prin care companiile să creeze valoare, dar acest lucru nu

Scris de Pierluigi Orati  
Joi, 07 Octombrie 2010 01:46

---

trebuie privit ca un dividend cu care foamea acționarilor să fie potolită. Adevăratul dividend este valoarea sustenabilă, „verde”, etică și de lungă durată pe care companiile o creează și generează pe termen lung. Adică sustenabilitatea.

Dacă, după exemplul dat de profesorul Karnani, profitul și bunăstarea socială sunt antitetice, acest lucru înseamnă pur și simplu că afacerea nu este profitabilă sau, mai bine zis, că parte profitabilă, dar nu creează valoare, ceea ce este foarte diferit și periculos pentru acționari din perspectiva unei investiții pe termen mai lung.

Așadar, CSR-ul nu este nici lipsit de relevanță, nici de eficacitate acolo unde interesele acționarilor sunt contrastante, ci este mai degrabă modul de a lăsa la o parte o definiție greșită a profitului.

### **Rolul de astăzi al guvernului, din perspectiva CSR-ului, implică nevoia de a gestiona relațiile complexe dintre organizațiile comerciale și cele sociale. Cât de bine credeți că înțeleg guvernele rolul lor în schimbare în diferitele țări din Europa?**

Globalizarea a adus nu doar o dezvoltare impresionantă a anumitor economii emergente, dar și alte fenomene, cum ar fi: migrații masive, modificări demografice, crize economice, șomaj, încălcarea drepturilor omului și, drept urmare, existența unor categorii vulnerabile de cetățeni. Această situație pune pe masa guvernului responsabilitatea de a proteja aceste categorii. Din perspectiva CSR-ului, acest lucru înseamnă crearea în societate a condițiilor necesare pentru o relație echilibrată între companii (afaceri) și organizațiile sociale. Cred că unele guverne răspund mai proactiv și mai eficient decât altele la aceste modificări esențiale de rol.

Conform tradiției și culturii, în Europa, țările scandinave, cu modelele lor de asistență socială îndelung testate, pot implementa politici CSR care să promoveze un dialog constructiv între organizațiile de afaceri și cele sociale, abordând astfel probleme care derivă din globalizare.

Unele dintre țări, deopotrivă din cauza mărimii (amplarea problemelor) și organizării structurale (sau lipsei acesteia), cum ar fi Italia sau țările sudice, au fost mereu în urma țărilor scandinave în confruntarea cu aceste noi provocări. Se pare însă că majoritatea guvernelor europene au înțeles (cel puțin privind la planurile de politici promițătoare) importanța acestei legături cruciale dintre organizațiile sociale și cele de afaceri, care nu poate fi detașată de restul societății și al cărei rol, într-un model sănătos și idealist capitalist, trebuie să fie și cel de a oferi locuri de muncă și asistență socială tuturor.

### **Responsabilitate socială corporatistă și companii farmaceutice. Pot ele coexista?**

Scris de Pierluigi Orati  
Joi, 07 Octombrie 2010 01:46

---

De la Hipocrate la ipocrit e o distanță mare, care a fost rapid parcursă de companiile farmaceutice în timp.

Privind înapoi în timp este suficient să ne gândim doar la povestea penicilinei și de ce nu a fost utilizată să salveze vieți chiar de la momentul inventării sale (1929). Sulfonamidele create de Farbenfabriken, de la Friederich Bayer & C (1935) au fost literalmente împinse pe piață, în ciuda performanțelor lor curative infinite mai reduse.

O poveste similară (și aceeași companie farmaceutică, Bayer) despre aspirina inventată de Felix Hoffmann care, în ciuda intuiției sale, nu a devenit nici bogat, nici faimos. În timp ce Bayer & co. și-a construit succesul mondial pe această descoperire ingenioasă și utilă.

A trecut mult timp, dar situația nu prea pare a se fi schimbat între timp.

Aceste exemple vechi, dar pline de adevăr urmăresc să provoace și să facă cititorul să se gândească la faptul că această industrie nu este, din nefericire, condusă de un spirit comunitar, așa cum ar trebui să fie, iar concurența nebună (și de miliarde) și goana după cote de piață și profituri par să fie singurele motive care animă acest sector.

Într-o lume ideală, cercetarea medicală și, în consecință, produsele farmaceutice, trebuie să fie „un bun comun” care salvează vieți indiferent de drepturile de autor sau proprietatea intelectuală implicate. Dar sunt perfect conștient de faptul că aceasta parte a fi un basm pentru cei mai mulți dintre domnii și oamenii de afaceri care citesc acest interviu.

Costurile cercetării sunt evident foarte mari, dar astăzi ceea ce pare a fi un domeniu înșelător pentru industria farmaceutică atunci când ne uităm la CSR este politica lor de stabilire a prețurilor și lipsa transparenței, inclusiv relațiile cu organizațiile pacienților și lipsa accesului la informații despre testele medicale.

Concluzii: sectorul farmaceutic, precum și industria auto – blocată la motoarele inventate acum două secole – sunt două dintre sectoarele industriale care, în opinia mea, „dau furnicături pe șira spinării” și care au nevoie DE „un imbold” în ceea ce privește CSR-ul.

### **Care sunt companiile pe care le admirați pentru practicile lor în domeniul CSR-ului și pe care le condamnați pentru practicile lor de CSR?**

O întrebare simplă, dar care m-a făcut să mă gândesc îndelung. Majoritatea companiilor care se pretind, zâmbind, sustenabile, ne arată doar poleială de aur.

Lumea de plină de falsificatori fac din sustenabilitate un domeniu care nu mai este de încredere. Sigur, nu m-aș uita DJSI pentru a găsi un exemplu de sustenabilitate pe care să îl menționez în răspunsul meu, având în vedere că BP a făcut parte din acesta, deși nu ar fi trebuit. Apoi, am

Scris de Pierluigi Orati  
Joi, 07 Octombrie 2010 01:46

---

remarcat cu tristețe că în acest an 2010, componentele DJSI tocmai au dat publicității faptul că există anumite companii, cum ar fi Halliburton Co. (BP Spill) și ThyssenKrupp AG, care se fac vinovate de incendiul de a oțelăria ThyssenKrupp din Torino ce a dus, nu de mult, la moarea a 7 oameni și rănirea numeroși altora.

Nu m-aș simți deloc mândru să fiu în același clasament cu ThyssenKrupp AG care ocupă unul dintre ultimele locuri în clasamentele siguranței între cei șase membri fondatori ai Uniunii Europene, raportând 984 de morți în accidente la locul de muncă din octombrie 2007. Așadar, dacă acesta clasamentul fiabilității în ceea ce privește sustenabilitatea, mă întreb pe mine și pe cei care sunt responsabili de această „elită mondială”, ce se ascunde în spatele acestei situații? De ce sunt aceste exemple considerate sustenabile?

Cu toate acestea însă, chiar și neluând în considerare exemplul dezamăgitor al DJSI, cred că multe companii de dimensiuni reduse din Germania și din partea de nord a Europei care cred și investesc în politicile CSR, integrând CSR-ul în propriile strategii și respectând cu adevărat mediul.

Din nefericire, se pare că există un echilibru dificil între cele trei arii faimoase și, dacă o companie care se descurcă bine din punct de vedere al mediului, aceeași companie pare să fie complet lipsită de îndemânare din punct de vedere social. Problema nu poate fi totuși de nerezolvat.

Deja mă pun singur într-o situație delicată, așa că nu o să mai menționez fraudulenții vicleni pe care i-am detectat în mulți ani de analiză a sustenabilității (există oare suficient loc pe lista mea neagră?), este suficient să deschideți ochii și urechile și să ascultați zvonurile care se vehiculează despre asta sau respectiva mare corporație (conversațiile „neoficiale” sunt mult mai utile în acest sens). Aș invita în schimb directorii de CSR și pe toți cei care lucrează în acest domeniu, din spațiul pe care acest interviu mi l-a oferit cu generozitate, să facă o încercare. Uneori, deciziile sunt bune iar, în final, rezultatele sunt greșite. Nu încercați să căutați un consens privind reputația, nu astfel veți obține rezultate dacă nu există și o strategie serioasă și un angajament durabil care să îl susțină.

---

**Pierluigi Orati** este absolvent al unui curs de Master în Științe Sociale și este doctor în economie, cu o solidă experiență în aceste domenii. Timp de mulți ani s-a ocupat de relațiile cu analiștii din domeniul sustenabilității și investitorii, răspunzându-le la întrebări și oferindu-le informațiile necesare despre practicile CSR la nivelul Enel.

Crearea unei secțiuni pe pagina de CSR a Enel pentru a implica stakeholderii direct prin intermediul unei scalări multidimensionale (cântarul sustenabilității) au fost sarcinile specifice ale lui Pierluigi, iar numeroasele reacții ale acestor stakeholderi dovedesc succesul inițiativei.

Pierluigi a fost membru a Grupului de Lucru al GRI (Global Reporting Initiative) implicat în revizuirea și discutarea, la nivel global, împreună cu concurenții Enel și ONG-urile, a cooperării cu aceștia în elaborarea noilor linii directoare în domeniul CSR și detectarea principalilor indicatori ai performanței pentru companiile din domeniul energetic (EUSS).

Scris de Pierluigi Orati  
Joi, 07 Octombrie 2010 01:46

---

Pierluigi este și jurnalist independent, membru al Consiliului de Conducere al Comitetului Științific al „La Finanza”, revistă bilunară de economie, finanțe și geopolitică.

El este în prezent, în puținul timp liber pe care îl are la dispoziție, consultant independent în domeniul sustenabilității și are o activitate zilnică, intensă și interesată, în cadrul Unității de Gestionare a Riscurilor de Țară a Enel, unde gestionează relațiile cu Agențiile de Creditare la Export (ACE) la nivel global.

@ LinkedIn: <http://it.linkedin.com/in/pierluigi1973>

@ Twitter: mindipendent

---

*Interviu realizat de Rebeca Pop, 2010. Copyright CSR Romania*