

La sostenibilità sociale: fattore di attrattività, crescita aziendale e delle comunità

di **Andrea Onori**

Convegno di aggiornamento

Impatto della sostenibilità per le PMI

Scopri di più

Tra le molteplici **ragioni** per cui si può decidere di intraprendere un **percorso di sostenibilità** o, in termini più semplicistici, **essere sostenibili**, si possono certamente annoverare quelle **legate agli aspetti sociali**, legati al «Fattore “S”» degli **aspetti di sostenibilità ESG**.

Le **principali motivazioni sociali** si possono individuare **nelle seguenti**:

1. attrazione e **fidelizzazione dei talenti**;
2. reputazione e **immagine aziendale**;
3. **coinvolgimento degli stakeholders** locali.

Oggi, gli aspetti relativi alla “**forza lavoro propria**” (ESRS S1), sono una delle **tematiche più importanti** dove la rendicontazione obbligatoria (ESRS), nonché quella volontaria (VSME), oltretutto le esigenze informative che derivano dal sistema di regolamentazione bancario, trovano un **forte punto di contatto** e di **comunione informativa**.

Numero dipendenti, tipologia contrattuale, tasso di *turnover*, nonché gli aspetti legati alla **sicurezza sul lavoro** (il numero e il tasso di infortuni sul lavoro registrabili, il numero di decessi dovuti a infortuni sul lavoro e problemi di salute professionali), oltre che gli **aspetti retributivi** (retribuzione pari o superiore al salario minimo applicabile, il divario percentuale di retribuzione tra i suoi dipendenti donne e uomini) e il **numero medio di ore di formazione** annuali per dipendente, suddivise per genere, sono le **tipologie di dati e di informazioni da fornire nell’ambito della sostenibilità sociale**.

Oltre ad altri aspetti come:

- la **presenza di un codice di condotta** o di una politica in **materia di diritti umani** per la propria forza lavoro;
- la **presenza di un meccanismo di gestione dei reclami** per la propria forza lavoro;
- la **conoscenza di incidenti** confermati che coinvolgono lavoratori della catena del

valore, **comunità interessate, consumatori e utenti finali**;

- il **numero di dipendenti** parte di **“categorie protette”** oltre le richieste di legge;
- il **numero di giornate perse** a causa di **infortuni e/o di malattie** professionali nell'anno
- l'**implementazione di iniziative con impatti sulla propria forza lavoro**: *welfare* aziendale (benessere dei dipendenti), **equilibrio vita-lavoro** (*smart-working*).

Tutti questi aspetti, se affrontati e gestiti dalla società, o azienda che dir si voglia, sono alla **base della soluzione di una problematica aziendale** che oggi è sempre più sentita: il **reperimento dei “talenti”**.

La sostenibilità può, e deve, essere la **chiave per attrarre giovani talentuosi**.

È oltremodo evidente come sia necessario **adottare nuove strategie** per **attrarre e trattenere i talenti**, giovani e ... “vecchi”!

Le imprese sono chiamate a **cambiare il modo di costruire una loro immagine positiva**, al fine di attrarre quest'ultimi. Devono mettere la **sostenibilità al centro delle loro strategie** per posizionarsi come **datori di lavoro di riferimento nel mercato**, rivelandosi, la sostenibilità, una **potentissima leva strategica** per rispondere alle **aspettative di una nuova generazione di lavoratori** oltre che alle aspettative di **maggior equilibrio tra vita e lavoro** di una **generazione che ha sacrificato la propria vita privata** a favore del lavoro.

Come una volta si faceva riferimento al “*prima*” e “*dopo Guerra*”, ora **per queste tipologie di tematiche** si fa riferimento al “*prima*” e “*dopo Covid*”.

I giovani, e non solo, mostrano una **crescente sensibilità verso questi temi** e **cercano occupazioni che offrano** non solo remunerazione, ma anche **valori condivisi e un impatto positivo** sulla loro vita, *in primis*, e sulla società in generale.

Per far diventare la sostenibilità un concreto **motivo di attrazione** e ritenzione dei talenti, le aziende devono intraprendere un **percorso interno complesso** sia dal punto di **vista organizzativo che gestionale**.

Il datore di lavoro può far diventare la **sostenibilità un vero e proprio “vettore di attrazione dei giovani talenti”**, attraverso l'adozione di **alcune possibili azioni concrete** e misurabili in **ambito di sostenibilità** quali:

1. l'**investimento in formazione e sensibilizzazione** con il primario obiettivo del miglioramento delle competenze interne;
2. la **comunicazione degli impegni in termini di impatti**, rischi ed opportunità;
3. dare priorità al **benessere dei dipendenti** attraverso politiche di *work-life balance*, offrendo flessibilità lavorativa e supporto allo sport (per i giovani), alla salute (per i più “maturi”), oltre offrendo opportunità di crescita professionale (aspetto intergenerazionale), nonché **un ambiente di lavoro inclusivo e stimolante**.

Le ulteriori questioni di sostenibilità sociale **sono riferite a:**

- lavoratori nella **catena del valore** (ESRS S2);
- **comunità interessate** (ESRS S3);
- consumatori e **utenti finali** (ESRS S4).

Con riferimento all'ESRS S2, la **rendicontazione di questo *standard***, nei contenuti, è del tutto simile a quella riferita alla forza lavoro propria (ESRS S1), ma con riferimento ai **lavoratori nella/e catena/i del valore dell'azienda**. Tale rendicontazione interesserà, solo in un secondo momento, le aziende.

L'ESRS S3 richiede una **rendicontazione di sostenibilità sociale** che mostri come **l'azienda tenga conto delle esigenze delle comunità**, in particolare come:

- influisce sulla **qualità della vita e sul benessere delle comunità** in cui si trova e svolge la sua attività;
- contribuisce a **promuovere iniziative che favoriscono lo sviluppo locale** e a creare valore per la comunità locale.

Da ultimo, il principio di **rendicontazione sociale ESRS S4** (Consumatori e utenti finali) richiede che l'azienda fornisca una **informativa sugli impatti che i propri prodotti e/o servizi hanno sui consumatori** e sugli utenti finali, compreso **l'accesso a informazioni di qualità**, avendo, inoltre, cura di considerare la **sicurezza personale**, la **privacy** e **l'inclusione sociale** dei consumatori e degli utilizzatori finali, nonché la **protezione dei bambini**.