



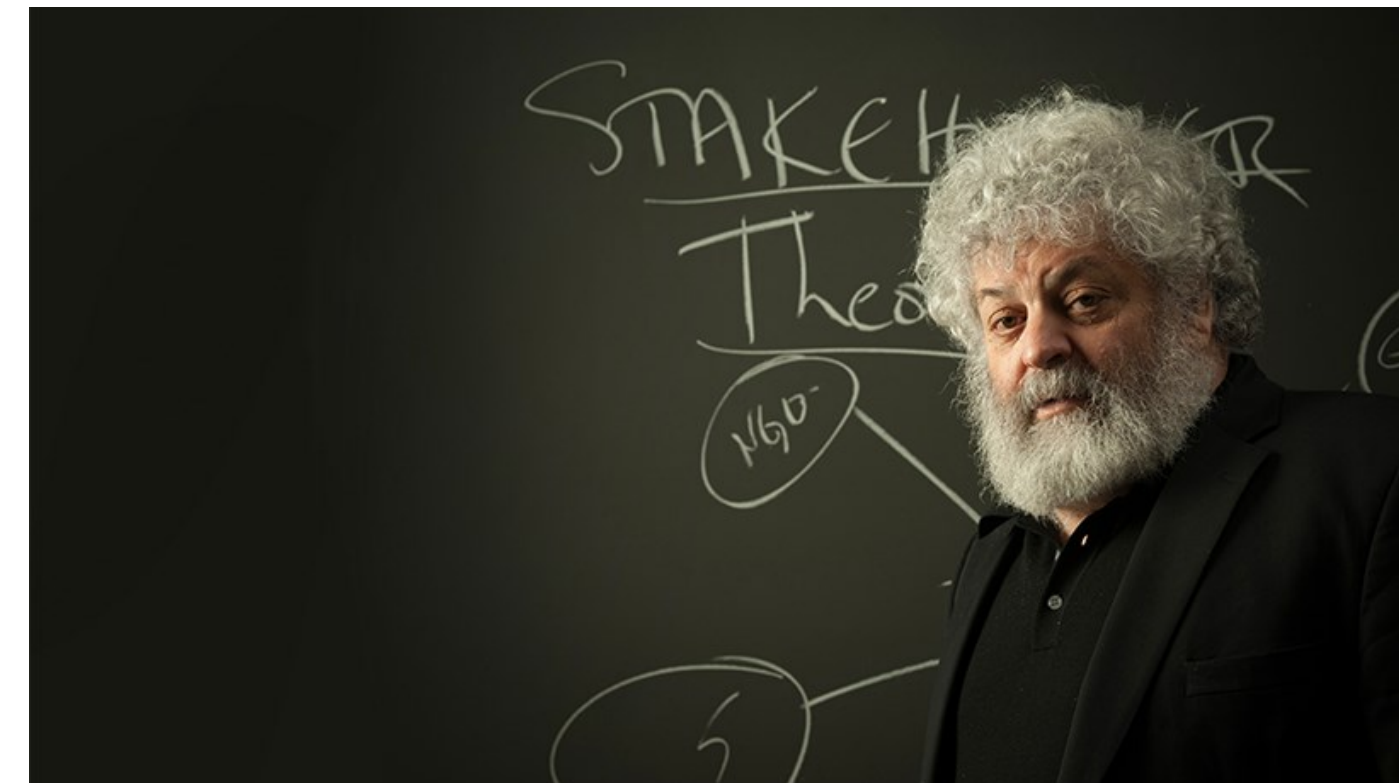
Personne e Stakeholder nella catena del valore: il cuore sostenibile dell'impresa

Emanuela Barreri

Psicologa del Lavoro e del Benessere nelle Organizzazioni – Dottore Commercialista

**“La sostenibilità comincia dalle
relazioni: con i dipendenti, i
clienti, i fornitori, la comunità.”**

Milton Friedman: l'unica responsabilità sociale delle imprese è **generare profitto** per gli azionisti, poiché da questo deriva valore anche per gli altri



**R. Edward
Freeman**



Edward Freeman: propone un approccio **incentrato sugli stakeholder**: le aziende potenti sono quelle che riescono ad allineare gli interessi di tutti gli stakeholder, **perché il profitto è necessario ma non sufficiente**

Shareholder e Stakeholder

Shareholder:

azionista, socio

Chi sono gli **Stakeholder**?

Portatori di interessi, interni o esterni

Influenzano e sono influenzati dall'impresa

Quale è la strategia di governo adottata dall'impresa rispetto agli stakeholder?

Quali interessi portano gli stakeholder?

Mappatura di tutti gli stakeholder e dei loro interessi

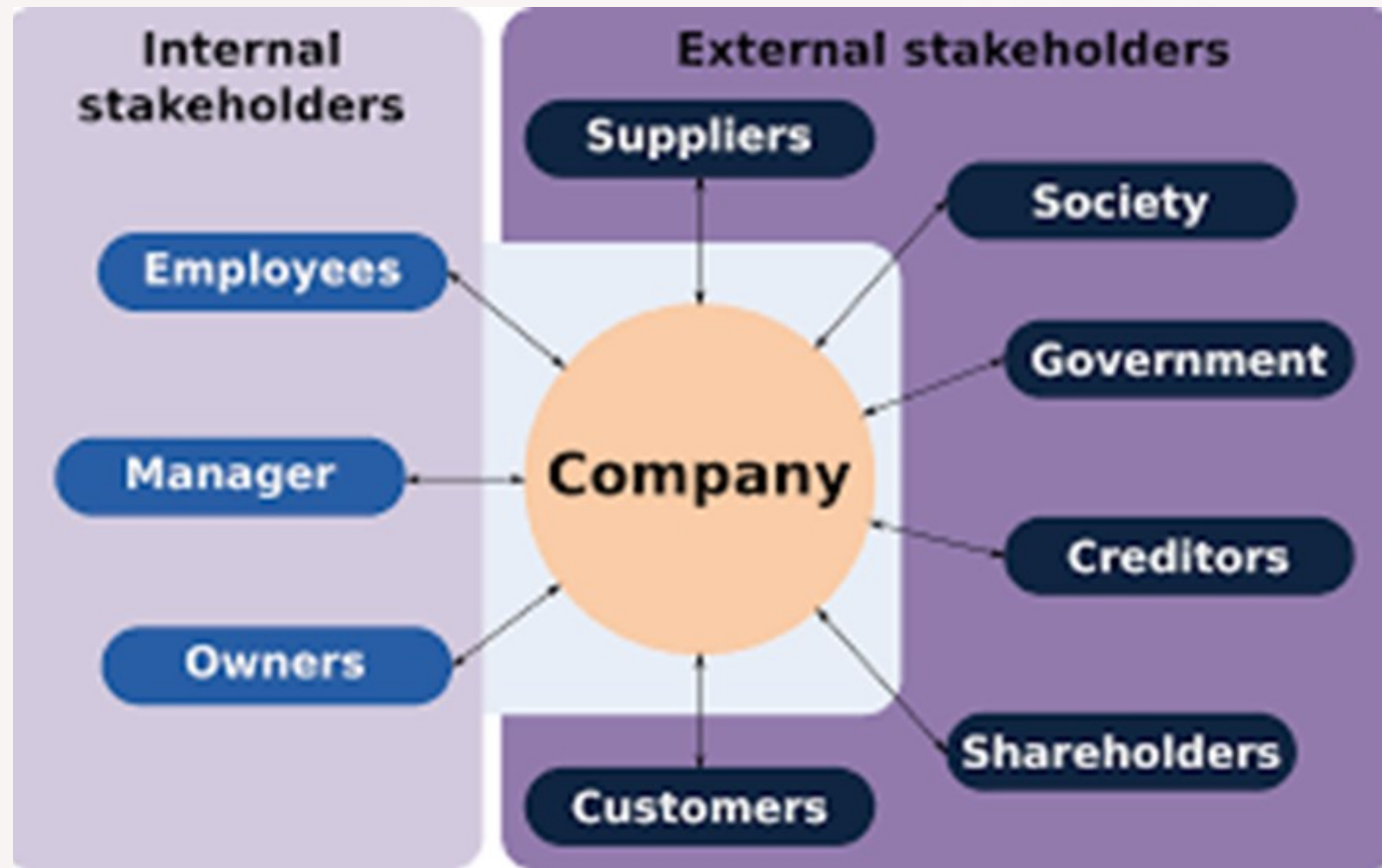
Stakeholder:

«Individui o gruppi che dipendono dall'impresa per il raggiungimento dei loro obiettivi personali e dai quali l'impresa dipende per la sua esistenza»

Edward Freeman e Davide Reed (1980):

«qualsiasi gruppo o persona che può influenzare il raggiungimento degli obiettivi organizzativi o che è influenzato dal raggiungimento degli obiettivi organizzativi»

Edgar H. Schein- professore presso la Sloan School of Management del MIT- Peter A. Schein consulente sviluppo organizzativo Apple, SGI, Sun Microsystems 2015





Principio base:

il successo aziendale è massimo quando gli interessi di tutti gli stakeholder coincidono

Successo v/s profitto, il valore non è solo denaro

Es. fornitori: se non sono soddisfatti -> la nostra azienda verrà trascurata

Es: dipendenti: se lavorano motivati -> aumenterà la produttività

Es. clienti: se sono soddisfatti -> compreranno di più e porteranno altri clienti

Quando tutti vanno nella «stessa direzione», Freeman utilizza il termine «armonizzare gli interessi», «flusso di note armonizzate nella stessa canzone»

UNA NUOVA
NARRAZIONE, UNA
NUOVA STORIA DEL
BUSINESS

Rivoluzioni delle «idee»

Quello che è «buono» per i consumatori deve essere «buono» per i dipendenti, per gli azionisti, per la comunità - la crisi arriva perché di solito si pensa solo ad uno o al max due degli stakeholder

E' un nuovo modo di pensare al «valore creato»

E' un modo di pensare che scatta quando le persone si rendono conto che qualcosa non funziona, se non si «vede» non si può cambiare

Voler vivere in un mondo migliore, allenare le skills creative



Le Risorse Umane al centro della catena del valore

Le persone sono coinvolte in ogni fase della catena del valore: dalla progettazione al servizio post-vendita

Il benessere, la motivazione e la fiducia dei dipendenti influenzano:

- ✓ Produttività
- 💡 Innovazione
- ✨ Qualità del servizio
- 🔊 Reputazione dell'impresa



La “catena del valore umana” accanto a quella di Porter

La catena di Porter

- Logistica
- Operazioni
- Marketing
- Servizio



La catena umana

- Reclutamento
- Inserimento e onboarding
- Formazione e sviluppo
- Engagement
- Leadership e clima organizzativo
- Retention e valorizzazione

Le persone **non sono solo risorse**: sono il motore continuo di ogni attività aziendale

In questa dimensione Business e Etica sono strettamente connessi

Secondo Freeman ci si sposta dal «Shareholder capitalism»,

dove il business è «un campo di battaglia dove solitari guerrieri vigilano contro l'assalto della concorrenza»

al

«Stakeholder capitalism» dove i manager creano valore per tutti gli stakeholder



Etica

“ I globuli rossi sono
essenziali alla vita, ma
non bastano da soli ”

R. Freeman



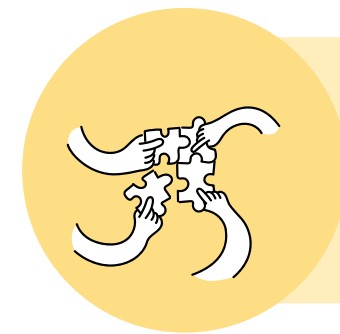
Fasi del processo



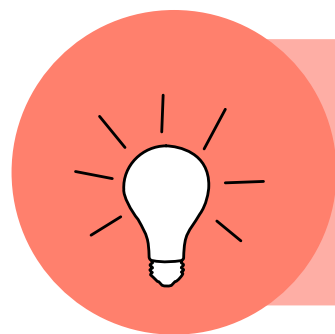
Ascolto



Coinvolgimento



Co-Creazione



Impatto

Faccio questo perché devo farlo o perché mi fa guadagnare di più?




Il dubbio o la fiducia che hai nel prossimo sono strettamente connessi con i dubbi e la fiducia che hai in te stesso

KAHLIL GIBRAN

Il semplice atto di prestare attenzione può dare luogo a grandi vantaggi

KEANU REEVES



**Fare la cosa giusta e fare profitti
non sono in contraddizione. Sono
due facce della stessa strategia,
quando si guarda lontano.**