



Indiferent dacă ne place sau nu, ne-am născut cu toții pe această planetă, făcând parte din marea familie umană, și fiecare dintre noi are același drept de a trăi într-un mediu curat și de a fi sănătos, având în același timp misiunea de a lăsa în urma noastră o moștenire nealterată de acțiunile noastre.

Dezvoltarea durabilă este un concept introdus și popularizat în 1987 de către Comisia Mondială pentru Mediu și Dezvoltare (Comisia Brundtland), fiind definită drept: Dezvoltarea ce răspunde nevoilor din prezent fără a compromite posibilitatea generațiilor viitoare de a-și asigura propriile lor nevoi. În acest context, comunitatea de afaceri conștientizează și acceptă treptat nevoia de a pune în practică o politică socială și de mediu. De exemplu, protecția mediului înconjurător nu mai este considerată drept un domeniu rezervat exclusiv guvernului și comunității, ci mai degrabă o responsabilitate comună a mai multor grupuri de interese: companii, instituții financiare, manageri, creditorii, contractori, consumatori, precum și marele public. Consecințele financiare, responsabilitățile de mediu și riscul distrugerii renumelui unei companii reprezintă motive importante pentru adoptarea unor standarde de responsabilitate etică și de protecție a mediului în cadrul fiecărei companii.

Societatea civilă cere la rândul său să fie consultată de către actorii din domeniul industrial, iar organizațiilor li se solicită din ce în ce mai des să își facă publice standardele de conduită etică, precum și situațiile financiare sau valorile de piață. În prezent, partenerii externi sunt mai interesați ca niciodată de maniera în care managerii își conduc întreprinderile. Anumite sectoare industriale în mod particular sunt foarte sensibile la opinia publică, într-o lume în care comunicarea este globală și instantanee.

### **Cum se poate măsura succesul unui management durabil**

Elaborarea indicatorilor de performanță pentru a măsura sistematic tendințele economice, de mediu și sociale, demonstrează voința comunității de a se angaja în dezbateri privind calitatea vieții și ce înseamnă o comunitate locuibilă.

Comaniile responsabile investesc în consolidarea încrederii partenerilor lor, în paralel cu îmbunătățirea performanțelor economice. Aceasta le permite să se situeze în rândul "companiilor preferate" printre clienți, investitori, furnizori, parteneri de afaceri și comunități locale. Aceste organizații răspund unui nou set de valori sociale bazate pe rolul tot mai mare al corporațiilor în societate, definite prin termenul de responsabilitate socială corporatistă (CSR). CSR reprezintă o noțiune în continuă evoluție neavând o definiție standard, nici un set acceptat de criterii specifice. CSR este perceput în general, ca fiind maniera în care o companie atinge un echilibru sau realizează integrarea factorilor economici, de protecția mediului și sociali, răspunzând în același timp așteptărilor acționarilor și ale celorlalte părți interesate.

### **Rezultatele sondajului KPMG privind responsabilitatea corporatistă**

Sondajul realizat de KPMG în 2005 și publicat în 2006, cu privire la Responsabilitatea Corporativă (CR), analizează tendințele în raportarea CSR a celor mai mari companii din lume, inclusiv a primelor 250 de corporații din topul Fortune 500 (Global 250, G250), precum și a primelor 100 de companii din 16 țări diferite (National 100, N100).

Față de momentul lansării primului astfel de sondaj în 1993, numărul companiilor care raportează elemente legate de responsabilitatea corporativă aproape s-a triplat. În 2005, 52% dintre primele 250 de companii în topul Fortune 500 au publicat rapoarte CSR individuale, comparativ cu 45% înregistrate în 2002.

Mai mult de trei sferturi dintre companiile ce au publicat acest tip de rapoarte în 2005 au invocat motive de natură economică – o statistică ce pledează în favoarea responsabilității corporative, în timp ce peste jumătate dintre cei intervievați în cadrul sondajului au adăugat și motive etice pentru raportarea CSR.

### Principalele concluzii ale sondajului sunt:

- Raportarea CR a crescut constant din 1993, cu o creștere substanțială în ultimii trei ani.
- schimbare importantă a fost înregistrată în tipul de raportare, care s-a schimbat dintr-o raportare bazată exclusiv pe indicatori corespunzători protecției mediului în 1999, într-un tip mai complex de raportare legată de durabilitate, ce cuprinde aspecte sociale, economice și de protecție a mediului.
- Deși cea mai mare parte a companiilor incluse în N100 (80%) din majoritatea țărilor încă publică rapoarte CR separate, a avut loc o creștere a numărului companiilor ce publică informații CR ca parte integrantă a rapoartelor lor anuale.
- Primele două țări în ceea ce privește raportarea CR separată sunt Japonia (80%) și Marea Britanie (71%). Raportarea a crescut considerabil pe parcursul ultimilor trei ani în majoritatea țărilor care au făcut parte din sondaj, cu cele mai semnificative modificări în Italia, Spania, Franța și Canada.
- Sectoarele industriale cu un impact relativ ridicat asupra mediului continuă să conducă în raportare. La nivel global (G250), peste 80% dintre companiile ce publică rapoarte CR provin din sectorul IT, utilități, automobile, petrol & gaze, în timp ce la nivel național (N100), peste 50% dintre companii își desfășoară activitatea în sectorul utilităților, minerit, industria chimică, petrol & gaze, hârtie și celuloză, precum și silvicultură. Cel mai remarcabil este sectorul financiar care a arătat o creștere în raportare de două ori mai mare față de anul 2002.

Sondajul include o analiză detaliată asupra rapoartelor companiilor din G250, care s-a concentrat asupra motivelor pentru care companiile sunt angajate față de responsabilitatea corporativă și asupra factorilor care influențează conținutul rapoartelor. Concluziile sunt rezumate în continuare:

- Motivațiile pentru raportarea CR sunt diverse, atât de natură economică (74%), cât și etică (53%). Principalele 3 motive economice sunt inovația și procesul de învățare, motivarea angajaților și și reducerea riscului – factori raportați de aproximativ 50% dintre companii.
- Aproape două treimi dintre rapoartele CR includ o secțiune de guvernare corporatistă, deși majoritatea rapoartelor nu prezintă detalii asupra structurii CR, nici informații privind modul cum politicile de guvernare sunt implementate în organizație.
- Sondajul a analizat modul în care companiile selectează subiectele dezbătute în rapoarte și dacă utilizatorii acestor rapoarte sunt consultați sistematic în timpul procesului de realizare a rapoartelor. Sondajul a arătat ca cel mai des conținutul raportului este stabilit pe baza instrucțiunilor privind Inițiativa de Raportare Globală (GRI) în 40% din cazuri, cu numai 21% menționând consultarea părților interesate.
- Dialogul cu părțile interesate a fost menționat în aproape 40% dintre rapoarte, dialogul fiind

canalizat mai mult pe politicile CR decât pe raportare. În comparație cu elementele de protecția mediului, abordarea aspectelor de natură socială și economică este mult mai superficială.

- Subiectele sociale sunt discutate de către aproape doua treimi dintre companii, abordând unul sau mai multe din următoarele patru domenii: standarde principale de muncă, condiții de lucru, implicarea comunității și donații. În timp ce majoritatea companiilor își exprimă angajamentul cu privire la aceste aspecte, raportările de performanță sunt superficiale, posibil și datorită lipsei unor indicatori sociali clari.
- Aspectele economice sunt abordate de un număr mic de companii. Deși 61% dintre rapoarte includ informații financiare precum profiturile, numai 25% discută despre impactul economic al activității lor, dintr-o perspectiva mai largă legată de durabilitate.
- Raportarea cu privire la circuitul de aprovizionare este de acum comună. Fără a se oferi detalii, aspectele legate de furnizori sunt menționate în marea majoritate a rapoartelor (80%) pe măsură ce companiilor li se cere tot mai mult să își extindă responsabilitatea corporativă și spre baza circuitului de aprovizionare.
- Sondajul a analizat modul de raportare asupra uneia dintre cele mai actuale subiecte legate de mediul înconjurător, respectiv schimbările climatice, o temă abordată în aproximativ 85% dintre rapoarte.
- Asigurările independente rămân o parte importantă a raportărilor. În 2005, numărul rapoartelor ce includ o declarație de asigurare a crescut la 30% (G250) și 33% (N100), de la 29% și respectiv 27%, în 2002. Companiile mari de contabilitate continuă să domine piața asigurărilor CR, cu aproximativ 60% dintre declarațiile făcute.

Într-o economie mondială globalizată, în care corporațiile au devenit din ce în ce mai puternice, ridicând problema asumării responsabilității, companiile acordă din ce în ce mai multă importanță responsabilității sociale corporative. În timp ce unii analiști au calificat CSR ca fiind un exercițiu de relații publice, multe companii consideră că există motivații comerciale puternice pentru dezvoltarea unei strategii CSR, de la relațiile cu partenerii externi interesați, la motivarea angajaților. Mai mult, interesul crescut al companiilor manifestat în verificarea externă a practicilor CSR indică faptul că domeniul CSR este luat în serios, cu un angajament real în a conferi o semnificație reală conceptului.

În viitor, este probabil ca CSR să devină o parte integrantă a raportărilor realizate de multe companii, cu accent tot mai mare pe stabilirea unor parametri de referință, precum și pe definirea unor elemente de referință și definirea unor standarde de raportare uniforme.

(1) [www.geneva-international.org](http://www.geneva-international.org).

---

**Gheorghiu Diaconu** este Senior Manager Advisory în cadrul firmei de audit KPMG. Ultima carte publicată este Protecția și ingineria mediului înconjurător (2002).