



## **CSR Ferrero, Ikea, Dior... macché campioni Viaggio nell'irresponsabilità sociale**

di *Gaetano Farina* - Fonte: *Affari Italiani*

Una notizia che ha fatto molto piacere alla nostra economia: la premiazione della Ferrero come società con “la miglior reputazione al mondo”. Un premio che viene attribuito annualmente dal Reputation Institute di New York e che si basa su criteri quali la fiducia, l’ammirazione, il rispetto e la stima, oltre che su valori secondari, come l’innovazione, la governance e la qualità della performance. Oltre 60mila interviste ai consumatori di tutto il mondo hanno dettato una graduatoria in cui sono inseriti i marchi globali del pianeta e il cui primo posto, quest’anno, è stato conquistato dall’azienda piemontese che ha risalito tre gradini rispetto al 2008.

Senza nulla togliere alla Ferrero - che si sta impegnando anche in campo ambientale tramite Energhe S.p.A. - e senza voler stonar nel coro di lodi che si è levato per questo riconoscimento, tuttavia, ci pare che, se si scorrono almeno le prime posizioni, la classifica proposta dal Reputation Institute non sia molto convincente, tanto meno rappresentativa.

Di seguito, le prime dieci aziende classificate:

Ferrero (Italia)

Ikea (Svezia)

Johnson&Johnson (U.S.A.)

Petrobras (Brasile)

Sadia (Brasile)

Nintendo (Giappone)

Christian Dior (Francia)

Kraft (U.S.A.)

Mercadona (Spagna)

Singapore Airlines (Singapore)

Possiamo comprendere la popolarità di marchi come Ikea, Nintendo, Dior, ma, fra le migliaia di multinazionali e grandi aziende del pianeta, ci sembrano un po’ improbabili le quote di gradimento raggiunte da una compagnia petrolifera come Petrobras, dall’altra brasiliana Sadia (azienda alimentare sconosciuta in Italia) e dalla Singapore Airlines.

Se poi si avanza la pretesa di costruire uno specchio delle aziende maggiormente responsabili, essendo la responsabilità sociale un altro criterio di misurazione, questa graduatoria si presta a severe critiche.

Lasciamo stare i paradisi fiscali nei quali inevitabilmente si culla anche la Ferrero, andiamo a rivederci, invece, le numerose sentenze che hanno punito la tossicità e la pericolosità di alcuni farmaci prodotti dalla Johnson&Johnson.

Oppure, analizziamo approfonditamente la politica di Ikea che solo apparentemente è rivolta alla sostenibilità ambientale, come già denunciato nel nostro articolo del 13 aprile.

Anche Petrobras ha cercato, in questi anni, di costruirsi un’immagine rispettabile, ma, contemporaneamente, come altre compagnie petrolifere, non ha disdegnato di “aggredire” popolazioni indigene e riserve naturali. E la Kraft? In mano alla più grande multinazionale del tabacco, la britannica Philip Morris.

E Christian Dior che continua a sovvenzionare la vivisezione per la produzione dei suoi cosmetici? La

stessa Mercadona, infine, è diventata il simbolo della lotta contro le pessime condizioni di lavoro nei supermercati.