

# RESPONSABILITÀ ECONOMICA

## Lo scenario

La creazione di valore economico è una condizione assolutamente necessaria nell'esercizio dell'impresa, da cui dipende la sua esistenza e il suo perpetuarsi nel tempo. Sarebbe però riduttivo, e poco fedele alla realtà, pensare ad un'azienda come ad un'organizzazione esclusivamente finalizzata alla produzione di reddito. La sola dimensione del valore di mercato non è infatti sufficiente per fornire un quadro veritiero e corretto della qualità e della complessità della gestione aziendale, che deve essere in grado di rispondere alle esigenze, anche conoscitive, di tutti i suoi **stakeholder** [1]. Dalla capacità di rispondere a tali complesse e variegate esigenze dipende a sua volta, proprio come in un circolo virtuoso, la possibilità stessa per l'impresa di guadagnarsi quella legittimazione sociale e ancor più quella reputazione che le permettono di operare sul mercato. La dimensione economica dell'agire d'impresa deve quindi essere pienamente valorizzata e correttamente contestualizzata all'interno del ruolo che essa svolge a tutto tondo nei confronti della collettività. Ciò vale a maggior ragione in una fase di oggettive difficoltà economiche internazionalizzate, come quella iniziata nel 2008 e proseguita nel 2009. Proprio dalla consapevolezza di quanto siano ardue le sfide che oggi l'impresa deve affrontare, discende allora la necessità di presidiare con grande attenzione, dandone trasparente, puntuale ed esaustiva comunicazione agli stakeholder, la fase di produzione di ricchezza. Una ricchezza di cui, grazie ad un approccio socialmente responsabile, potrà poi beneficiare in modi diversi una pluralità di stakeholder.

## La dimensione economica della sostenibilità

Le sfide poste dal contesto internazionale hanno spinto il Gruppo a gestire, monitorare e rendicontare le attività non solo nella sua dimensione economica, ma anche in quella sociale e ambientale. La sostenibilità?

Oggi la leadership di un'azienda si basa infatti sulla capacità di gestire il business coniugando l'equilibrio economico-finanziario con gli aspetti sociali e ambientali. Tutto ciò porta, nel tempo, a individuare soluzioni economiche ed eco-compatibili e a far coincidere gli interessi degli stakeholder con quelli dell'azienda.

Highlights: principali indicatori economici [2]

Vendite per settore e per canale [3]

Autogrill sui mercati finanziari [4]

Azionariato

[5]

Valore economico generato e distribuito

[6]

[investitori responsabilità economica icavi](#)

**URL originale:** <http://autogrillcsr2008.message-asp.com/node/3>

**Collegamenti:**

[1] <http://autogrillcsr2008.message-asp.com/glossary/term/32>

[2] <http://autogrillcsr2008.message-asp.com/node/33>

[3] <http://autogrillcsr2008.message-asp.com/node/34>

[4] <http://autogrillcsr2008.message-asp.com/node/35>

[5] <http://autogrillcsr2008.message-asp.com/node/36>

[6] <http://autogrillcsr2008.message-asp.com/node/37>

---