

## Editoriale



Ugo Canonici

ugo\_canonici@cleis.it

# Responsabilità Sociale di Impresa

■ Stavo riflettendo nei giorni scorsi su cosa vuol dire per Volkswagen lo scandalo "dieselgate" e come, oltre alla casa tedesca, la contaminazione sia arrivata in altri settori del mercato.

Volendo trovare qualcosa di positivo nell'evento, mi son tornati in mente alcuni versi di Fabrizio De André: "dai diamanti non nasce niente, dal letame nascono i fior."

Ma quale è il buono nato da tanto letame? Per me, è l'attenzione che le aziende e il grosso pubblico hanno rivolto alla CSR.

La CSR (o se preferite in italiano la Responsabilità Sociale di Impresa, ma tutti ormai la chiamano e la riconoscono come CSR) sta "circolando" da parecchi anni e tante aziende se ne riempiono la bocca.

Ma in coscienza ci sentiamo di sostenere che sia una cosa entrata nella cultura dei più, ai vari livelli, sia aziendali sia di mercato?

E l'esperienza ci insegna che un prodotto, un'idea, un comportamento si possono dire recepiti quando sono nella testa di tutti.

Tutti sappiamo che nel mercato la componente emotiva gioca un ruolo non di piccolo conto nelle scelte che vengono fatte.

Un prodotto che viene da una azienda che è percepita come attenta, oltre che al profitto, anche al sociale, e alla sostenibilità, ha certamente dei numeri in più quando arriva alla ribalta.

Ma entriamo più vicino alla CSR, partendo dalla definizione che ne fornisce "l'imprescindibile" Wikipedia.

"La Responsabilità Sociale d'Impresa (nella letteratura anglosassone Corporate Social Responsibility, CSR) è, nel gergo economico e finanziario, l'ambito riguardante le implicazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa: è una manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle zone di attività."

Assumersi una responsabilità sociale certamente deve superare, nell'impresa, il rischio che sia percepito solo come un costo aggiuntivo piuttosto che come investimento in grado di contribuire alla competitività e allo sviluppo aziendali. Il professor Mario Molteni dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, è stato tra i primi ad interessarsi dell'argomento ed è autore di molti libri che sono dei punti di riferimento.

"L'accezione di responsabilità sociale d'impresa -dice Molteni- si discosta dalla mera filantropia che si esaurirebbe nel destinare a scopi sociali una quota del



reddito generato dall'azienda.

La responsabilità sociale invece interessa strutturalmente la gestione strategica e operativa dell'impresa che, nel realizzare la sua tipica missione produttiva, inevitabilmente influisce su una molteplicità di soggetti creando (o distruggendo) valore per ciascuno di essi.

La responsabilità sociale è davvero interessante quando si dimostra conveniente, nel senso etimologico di convenire, ovvero incontrarsi, essere in armonia con le esigenze poste dagli obiettivi di competitività ed economicità dell'impresa ..... puntando anche a sostenere e alimentare il vantaggio competitivo dell'impresa e dunque il suo disegno di sviluppo."

Alcune indagini che hanno esaminato la correlazione tra impegno sociale e performance aziendali hanno messo in luce come gli interventi nel campo della CSR contribuiscono al miglioramento delle performance alimentando un patrimonio di risorse intangibili (capitale organizzativo, umano e relazionale) che costituiscono una determinante fondamentale per il successo futuro dell'impresa.

Insomma far bene del bene fa bene all'impresa e al mercato.

Però, a mio avviso, la diffusione della conoscenza è ancora troppo limitata.

Sì, è vero che "andando in giro" per il web si trovano tante informazioni e si leggono tanti esempi di cose realizzate nell'ambito della CSR. Ma bisogna proprio andarle a cercare, saltellando di qua e di là, dopo che ci si è fatti un certo "occhio".

Per cui ci sembra di non piccola utilità creare un "portale" che si assuma il compito di "mettere insieme" quanto è stato selezionato come utile a chi di questo argomento vuole saperne di più.

Non dimentichiamo poi che l'Unione Europea ha emanato una Direttiva (la n.94 del 29.5.2014) che dovrà essere recepita dai vari Stati componenti entro il 1 gennaio 2017, secondo la quale tutte le aziende, con un fatturato di una certa dimensione ed un certo numero di dipendenti (in Italia sono circa 400), saranno tenute a redigere un "bilancio della sostenibilità". Cioè dovranno evidenziare tutto quanto faranno, al di là dell'ovvio profitto (che sarà sempre l'obiettivo primario), per tutto ciò che attiene all'interesse sociale.

Queste due esigenze (diffusione delle informazioni e adeguamento alla legge) hanno fatto nascere una interessante realtà che va proprio nella direzione di cui si diceva prima: la nascita di CSR Oggi.

L'iniziativa è stata presentata all'inizio di dicembre a Montecitorio e prevede come prima cosa la realizzazione di un portale ([www.csroggi.org](http://www.csroggi.org)) e poi, a seguire, altre iniziative per focalizzare l'attenzione sulla responsabilità sociale per le imprese ma anche per la Pubblica Amministrazione.

Con l'intento di contribuire alla divulgazione della CSR, saremo felici, anche noi di dm&c, di ospitare su queste pagine le case histories di cose realizzate, che si stanno realizzando e che si prevede di realizzare.

Perché "far bene del bene .....".