

Informarsi

Adottare principi e pratiche di CSR

In questa scheda si evidenziano i benefici che possono derivare da un approccio corretto alla CSR e si presentano indicazioni sulle modalità per affrontare il percorso verso la responsabilità sociale. Al fondo di ogni scheda si trovano suggerimenti per approfondire i temi trattati.

? di cosa si parla?

La Commissione Europea ha fornito, con la Comunicazione del 25 ottobre 2011, una nuova definizione di CSR rispetto a quella riportata nel 2001 nel *Libro Verde della Commissione Europea*, dove la responsabilità sociale era definita come “L'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ambientali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate”. Nel 2011 la nuova definizione è la seguente: **“La responsabilità sociale delle imprese consiste nell'impatto che esse hanno sulla società”**.

Si tratta di un passaggio importante perché sposta l'attenzione dal piano tattico (dare vita a isolate iniziative all'interno dell'impresa) al piano strategico: le varie attività della vita di un'organizzazione sono sempre intrecciate tra loro e soltanto uno sguardo globale è capace di governare e di dare conto degli impatti che l'operato dell'impresa ha sulla società. Questo è tanto più vero se si considera che la capacità di conciliare il business con l'attenzione al sociale e all'ambiente produce valore che dura nel tempo. Come indica la stessa Commissione Europea, un approccio strategico e a lungo termine consente anche di esplorare le opportunità per lo sviluppo di prodotti, servizi e modelli innovativi che contribuiscono al benessere della società e portano risultati interessanti per l'impresa.

👍 quali vantaggi

Sono ormai sempre più numerose le ricerche che, anche a livello internazionale, confermano come la CSR sia destinata a influenzare in modo profondo le politiche delle imprese. Questo dipende, da una parte, da una maggior consapevolezza delle imprese, dall'altra dalle attuali esigenze di mercato e dalle mutate aspettative dei consumatori. Un'unione di intenti che porta vantaggi:

- le imprese stanno scoprendo che le politiche di CSR consentono risparmi sui costi energetici e gestionali e stimolano **l'innovazione di prodotti e processi**;
- l'adozione di pratiche di CSR lungo la **catena di fornitura** permette di stabilire rapporti chiari e trasparenti e una maggior condivisione di obiettivi e risultati con i propri fornitori;
- un'azienda attenta alla gestione delle **risorse umane** favorisce il miglioramento del clima aziendale, della motivazione e della fidelizzazione dei dipendenti;
- si consolida il **rapporto con i clienti**, instaurando una relazione basata sulla fiducia non soltanto nel prodotto o nel servizio offerto, ma nell'impresa che lo offre.



Più in generale, un approccio responsabile aumenta la **competitività** e la **produttività** dell'impresa.



Informarsi

da dove cominciare?

Per avviare un percorso verso la CSR, di seguito si indicano 5 utili passaggi.

1. Verificare ciò che è stato già realizzato. È necessario valutare ciò che è già stato fatto, anche se a volte in modo informale. Spesso l'impresa adotta iniziative di responsabilità sociale senza definirle tali. Quindi è necessario organizzare e sistematizzare le attività già avviate in un quadro generale, in relazione alle dimensioni su cui impatta l'organizzazione (ambiente, economia e società) e ai portatori d'interesse (tra cui dipendenti, fornitori, clienti, comunità locale).

2. Esplicitare le esigenze e individuare le priorità. È necessario partire dalle esigenze dell'impresa, chiedendosi quali siano le iniziative di CSR che possano portare vantaggi all'organizzazione. È infatti importante intraprendere azioni che da un lato siano in linea con le caratteristiche dell'azienda (dimensioni, tipo di settore produttivo, etc.) e dall'altro producano benefici per l'ambiente e la società.

3. Mappare gli strumenti e le priorità. Sulla base di queste prime considerazioni, è possibile puntualizzare meglio le priorità dell'azienda e mappare i portatori di interessi (stakeholder) più importanti. La natura degli stakeholder e le loro richieste e aspettative sono un'utile indicazione per valutare quali iniziative di CSR adottare.

4. Individuare gli strumenti di comunicazione da utilizzare. Una CSR non comunicata è una "CSR muta", che non mette a frutto i vantaggi derivanti dalla sua applicazione. A tal proposito è importante una rendicontazione trasparente (accountability) che quantifichi con chiarezza investimenti e risultati raggiunti. Anche in questo caso sarà importante indicare, secondo i criteri individuati al punto precedente, tempi e costi della comunicazione, così che il percorso sia sostenibile da tutti i punti di vista.

5. Definire le risorse disponibili in termini di costi e di tempi. Non sempre le iniziative di CSR richiedono risorse economiche ingenti (alcune sono a costo zero), ma è opportuno valutare preliminarmente gli investimenti necessari per attuarle. È inoltre indispensabile considerare le risorse di tempo occorrenti per avviare e gestire le diverse iniziative. Soltanto così è infatti possibile stabilire un piano d'azione con uno sviluppo temporale a medio o lungo termine.

per approfondire

ec.europa.eu

(per scaricare la "Policy on corporate social responsibility" 2011)

www.lavoro.gov.it

(per scaricare il "Piano d'Azione RSI 2012-14")

www.csрпиemonte.it

(per trovare, tra le altre cose, esempi di buone pratiche)

www.sodalitas.it

(nella sezione "Sodalitas Social Solution" sono presenti progetti e iniziative di organizzazioni che hanno partecipato al premio Sodalitas Social Award)

AlpCoRe è un progetto cofinanziato dall'Unione europea attraverso il Fondo europeo di sviluppo regionale, che coinvolge i territori transfrontalieri di Piemonte, Savoia e Alta Savoia.

