

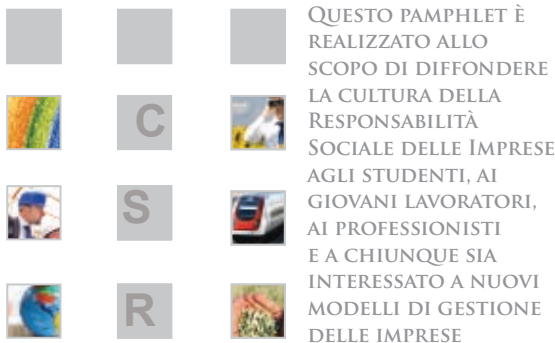
FONDAZIONE
PER LA DIFFUSIONE DELLA
RESPONSABILITÀ
SOCIALE DELLE IMPRESE

L' ESSENZIALE SULLA
**CORPORATE
SOCIAL
RESPONSIBILITY**

a-Z



L'ESSENZIALE SULLA
CORPORATE
SOCIAL
RESPONSIBILITY



QUESTO PAMPHLET È
REALIZZATO ALLO
SCOPO DI DIFFONDERE
LA CULTURA DELLA
RESPONSABILITÀ
SOCIALE DELLE IMPRESE
AGLI STUDENTI, AI
GIOVANI LAVORATORI,
AI PROFESSIONISTI
E A CHIUNQUE SIA
INTERESSATO A NUOVI
MODELLI DI GESTIONE
DELLE IMPRESE

COS'È LA CSR ?

CSR è l'acronimo di Corporate Social Responsibility, concetto tradotto in Responsabilità Sociale delle Imprese. La CSR può essere definita come "l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle istanze sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate".

PERCHÉ IL CONCETTO DI VOLONTARIETÀ ?

Non esiste alcun tipo di vincolo che impone alle imprese l'adozione di politiche e strategie di responsabilità sociale. L'azienda si impegna volontariamente ad andare oltre i limiti di legge perché ritiene che le pratiche di CSR siano in linea con i propri valori e i fini aziendali.

COSA SI INTENDE PER ISTANZE SOCIALI ED ECOLOGICHE ?

Sono le richieste di cui è fatta oggetto l'impresa con riferimento agli effetti indesiderati che le operazioni commerciali producono sulla società o ai disagi che la comunità in cui l'azienda opera può subire per causa o meno dell'agire d'impresa.

COSA SI INTENDE PER OPERAZIONI COMMERCIALI ?

Si intendono tutte le attività caratteristiche del fare impresa. L'approccio alla CSR non si aggiunge o sostituisce alle operazioni commerciali ma ne definisce i metodi e lo spirito.

CHE COSA SONO LE PARTI INTERESSATE?

Le parti interessate o stakeholder, sono tutti i soggetti che a vario titolo sono coinvolti nell'attività dell'impresa, sono cioè i destinatari delle attività intraprese dall'azienda ed i suoi interlocutori di riferimento.

PERCHÉ CI SI DOVREBBE OCCUPARE DI RESPONSABILITÀ SOCIALE?

Perché l'attenzione degli operatori, dell'opinione pubblica e di tutti i portatori di interesse si è ormai concentrata sull'integrità delle imprese e sugli atteggiamenti da queste assunti, non solo nei confronti degli azionisti ma anche della società nel suo complesso. Per cogliere appieno questa sfida diventa necessario investire di più nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate.

A CHI SI RIVOLGE LA CSR?

La disciplina si rivolge in prima battuta alle imprese; a quelle imprese che già adottano, magari inconsapevolmente, comportamenti responsabili, favorendone un approccio più coerente e strutturato e alle imprese che non conoscono la disciplina proponendo un nuovo modo di intendere le proprie attività.

QUALI SONO LE STRATEGIE PER LA CSR?

Le organizzazioni che decidono di confrontarsi con la responsabilità sociale possono

scegliere di farlo facendo:

- in misura minore rispetto a quanto richiesto dagli stakeholder (strategie di reazione);
- ammettendo l'esistenza di un conflitto esterno/interno e cercando di opporsi ad esso (strategie di difesa);
- adattandosi alle istanze degli stakeholder (strategie di adattamento) ad esempio attraverso un processo strutturato di comunicazione con essi;
- anticipandone le richieste (strategie di proattività).

LA CSR È SOLO PER LE GRANDI IMPRESE?

No, ciò che caratterizza l'approccio alla CSR è l'integrazione delle tematiche di responsabilità sociale nelle linee strategiche e di crescita tanto nelle grandi imprese multinazionali quanto nelle medie imprese, fino alle piccole o piccolissime (micro) imprese.

LA CSR È SOLO PER LE IMPRESE?

No, Associazioni, Fondazioni e tutte le organizzazioni attive nel campo, attraverso la loro azione di catalizzazione e veicolo informativo, hanno la possibilità di fare da cassa di risonanza per la diffusione delle pratiche di CSR nei confronti dei loro membri. Ogni persona, ente, istituzione, organizzazione che abbia interesse nell'agire d'impresa è il destinatario finale delle tematiche di responsabilità sociale proprio perché con un approccio strutturato alla CSR è possibile soddisfare le aspettative degli stakeholder.

IN QUALI DIMENSIONI SI ARTICOLA LA GESTIONE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE?

Si articola in primo luogo in una dimensione interna che ricomprende la gestione delle risorse umane, la salute e la sicurezza sul lavoro, l'adattamento alle trasformazioni aziendali, la gestione delle risorse naturali e degli effetti sull'ambiente. In secondo luogo si estende oltre il perimetro aziendale e riguarda le comunità locali, i business partner, i fornitori, i clienti, i consumatori, il rispetto dei diritti umani lungo tutta la filiera produttiva e le istanze ambientali a livello mondiale.

QUALI BUONE PRATICHE POSSONO ESSERE COERENTI CON I PRINCIPI DI CSR NEI CONFRONTI DELLE RISORSE UMANE?

Le azioni a beneficio delle risorse umane possono comprendere: politiche di supporto alle persone con disabilità, alle minoranze, formazione eccedente l'obbligatorietà legislativa, agevolazioni per i dipendenti, ecc. Un esempio pratico può essere lo sviluppo di attività informative per la prevenzione delle malattie a cui sono invitati i dipendenti durante l'orario di lavoro.

QUALI NEI CONFRONTI DEI SOCI/AZIONISTI?

Si possono citare alcuni esempi come le azioni di comunicazione della composizione del

capitale sociale, il coinvolgimento dei Soci nelle attività di formazione insieme ai dipendenti, ai fornitori e ai sindacati, la comunicazione chiara dei risultati e dei possibili rischi futuri. Nei confronti dei soci e degli azionisti è di particolare interesse l'adozione di meccanismi di governance chiari e condivisi.

E PER I CLIENTI?

Per i clienti si possono citare: sistemi avanzati di CRM (Customer Relationship Management), analisi periodiche della soddisfazione e delle aspettative della clientela, ecc. Un esempio importante è il coinvolgimento dei propri clienti nell'abbattimento delle barriere e delle discriminazioni realizzando prodotti utilizzabili anche da soggetti svantaggiati o minoranze.

QUALI PER I FORNITORI?

Azioni mirate a definire le politiche di la scelta dei fornitori che assicurino il rispetto delle leggi e delle convenzioni internazionali sul lavoro e sui diritti umani, richiesta di certificazioni di prodotto e di processo e definizione di un sistema di controllo che verifichi non solo durante la selezione ma anche nel proseguo della relazione il mantenimento degli standard prefissati, ecc. Esempi caratteristici sono il controllo delle certificazioni di settore e l'istituzione di premi per i fornitori socialmente responsabili.

E PER QUANTO RIGUARDA I PARTNER FINANZIARI?

Adozione di politiche di disclosure e comu-

nicazione agli stakeholder finanziari delle informazioni per consentire scelte di finanziamento corrette magari non limitandosi alle informazioni di carattere finanziario ma anche legate alla sostenibilità di lungo periodo dell'impresa. Un esempio è l'istituzione di riunioni periodiche con i partner finanziari per comunicare apertamente i propri risultati e i propri punti di miglioramento.

È POSSIBILE SODDISFARE ANCHE LE ASPETTATIVE DI STATO, ENTI LOCALI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE?

Sì, alcuni esempi possono essere la sottoscrizione di accordi di programma e/o protocolli d'intesa con istituzioni pubbliche, la partecipazione a tavoli strategici per lo sviluppo locale ecc. Un esempio di buona pratica può essere considerata l'adozione di codici di condotta (codici etici) e sistemi di controllo interno per il rispetto delle leggi.

PER QUANTO RIGUARDA LA COMUNITÀ?

Si possono citare, tra gli altri, l'apertura dell'azienda alla comunità locale, alle Università per partnership e studi, programmi di cooperazione internazionale e corporate giving, collaborazione con associazioni di supporto sociale. Un esempio in tal senso può essere la fornitura gratuita ad associazioni o enti ospedalieri di materiali per l'infanzia (seggioloni, lettini e fasciatoi) o giocattoli.

E PER L'AMBIENTE?

Alcune delle pratiche in favore del rispetto dell'ambiente si possono identificare nelle politiche di riduzione dei consumi energetici e di sostanze inquinanti, nella formazione al riciclaggio e alla riduzione dei consumi sia in azienda sia privatamente. Un esempio importante è l'adozione di politiche di riforestazione sulla base delle emissioni di anidride carbonica prodotte nelle attività d'impresa.

COSA FA LA COMMISSIONE EUROPEA IN TEMA DI CSR?

La CSR è entrata formalmente nell'agenda dell'UE a partire dal Consiglio Europeo di Lisbona del marzo 2000, dove è stata considerata come uno degli strumenti strategici per realizzare in Europa una società più competitiva e socialmente coesa e per modernizzare e rafforzare il modello sociale europeo. La Commissione, con la pubblicazione del Libro verde nel 2001, le Comunicazioni del 2002, del 2006 e l'organizzazione dei multi-stakeholder Forum del 2002 e del 2009 si impegna a diffondere teorie e pratiche di CSR sia per le grandi organizzazioni sia per le piccole e medie imprese cercando di coinvolgere tutti gli stakeholder e gli interessati alla tematica.

COSA FANNO LE ISTITUZIONI ITALIANE?

Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

ha seguito l'impulso dato dalla Commissione organizzando nel 2003 a Venezia la terza Conferenza Europea sulla CSR "Il ruolo delle politiche pubbliche nella promozione della CSR" e organizzando un multi-stakeholder forum italiano nel 2004. Il Ministero della Solidarietà Sociale e il ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali stanno continuando a mantenere viva l'attenzione sulla CSR sia con iniziative di diffusione sia sostenendo la Fondazione I-CSR. Il Ministero delle Attività Produttive è impegnato a diffondere le "Linee guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali". Infine il Ministero degli affari Esteri sostiene il progetto "Sviluppo Sostenibile attraverso il Global Compact" dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro rivolto in particolare alle imprese che attuano processi di delocalizzazione.



L'approccio alla CSR concorda con il messaggio fondamentale della strategia di sviluppo sostenibile adottata dal Consiglio Europeo di Gotenborg, nel giugno 2001, secondo la quale nel lungo termine la crescita economica, la coesione sociale e la tutela ambientale vanno di pari passo verso quello che viene identificato come sviluppo sostenibile.

GLOSSARIO

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY



AA1000 (AccountAbility1000)

E' uno standard sviluppato da ISEA (Institute of Social and Ethical Accountability) nasce dall'esperienza di Simon Zadeck e di Accountability per migliorare la trasparenza delle informazioni delle Organizzazioni mediante l'aumento della qualità nell'accounting, nell'auditing e nel reporting sociale, ambientale ed etico.

Agenzie di rating sociale

Sono organizzazioni che si occupano di valutare la sostenibilità economica, sociale ed ambientale delle imprese indirizzando gli investitori verso quelle organizzazioni che, sulla base delle loro analisi, risultano essere maggiormente responsabili.

Bilancio sociale

Strumento di gestione e comunicazione che descrive la dimensione sociale dei rapporti tra l'organizzazione e gli stakeholder integrandone le esigenze nelle scelte strategiche.

Bilancio ambientale

Strumento di gestione/comunicazione che descrive i rapporti tra l'organizzazione e l'ambiente valutando gli impatti ecologici delle attività commerciali. Bilancio di sostenibilità: strumento di gestione/comunicazione che

riunisce gli approcci sociale ed ambientale strutturandoli organicamente in ottica di riduzione dei disagi per le generazioni future.

Buona Pratica (best practice)

Un'azione o un progetto che, per la metodologia di riferimento, per l'approccio innovativo o per i risultati raggiunti, può essere considerato come esperienza di riferimento.

Cittadinanza d'impresa

Gestione della totalità delle relazioni con le comunità dove l'azienda opera sia in termini globali che locali.

Codice etico

Documento d'indirizzo che definisce le linee di condotta degli appartenenti all'organizzazione nei confronti di tutti gli stakeholder e chiarisce i principi basilari che animano le scelte aziendali.

Commercio Equo e solidale

Paniere di iniziative volte ad importare e vendere nei ricchi paesi del "nord del mondo" le merci prodotte in condizioni lavorative dignitose; ovvero pagando ai lavoratori del "sud del mondo" un prezzo stabile e più alto rispetto a quello delle borse delle materie prime.

Consumo critico

modalità di consumo che tiene in conto principi quali il rispetto per l'ambiente, i diritti umani e i criteri di solidarietà internazionale, si basa sull'insostenibilità degli attuali livelli di consumo dei paesi occidentali più sviluppati.

Corporate giving (o direct giving)

Donazioni, elargizioni, liberalità erogate dall'impresa a favore di organizzazioni e iniziative aventi utilità sociale/ambientale. In questo caso il contributo dell'impresa alle organizzazioni e ai progetti correlati è esclusivamente di tipo monetario.

Delocalizzazione

Spostamento della produzione in zone diverse dalla sede produttiva originaria al fine di realizzare un vantaggio competitivo.

Disabilità

Limitazione o perdita (conseguente a menomazione) della capacità di compiere un'attività nel modo o nell'ampiezza considerati normali.

Disclosure (Trasparenza)

Attività informativa che le aziende promuovono nei confronti del mercato, volontaria-

mente o per legge, per aumentare la propria trasparenza nei confronti della comunità finanziaria.

Economia Alternativa

Iniziative che includono commercio equo e solidale, finanza etica, agricoltura biologica, consumo critico, turismo responsabile, pratiche di riuso e riciclo dei materiali, utilizzo di energie rinnovabili, ecc. volte a valorizzare le relazioni prima che il capitale, a riconoscere un'equa ripartizione delle risorse tra tutti e a garantire il rispetto dell'ambiente e l'arricchimento del valore sociale.

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)

Sistema ad adesione volontaria per le imprese e le organizzazioni che desiderano impegnarsi a valutare e migliorare la propria efficienza ambientale.

Eco-label

Iniziativa Europea che promuove prodotti che hanno ridotti impatti sull'ambiente.

Energie rinnovabili

Energia prodotta da fonti rinnovabili come il sole, l'acqua e il vento che, per le loro caratteristiche intrinseche, sono sostenibili e ga-

rantiscono un minore impatto ambientale.

Fair Trade Initiative (Iniziativa per il commercio etico)

Iniziativa indipendente che garantisce al consumatore che il prezzo del bene in commercio prodotto nei paesi in via di sviluppo sia dato dalla copertura dei costi di produzione e da un sovrapprezzo investito nella comunità locale.

Finanza Etica

Principio di valutazione degli impieghi finanziari che si fonda sull'analisi della sostenibilità economica e sull'utilità socio-ambientale degli investimenti delle organizzazioni finanziate.

Global Compact

Iniziativa internazionale della Segreteria Generale dell'ONU che si propone di unire le Agenzie delle Nazioni Unite, le aziende internazionali, le unioni sindacali e la società civile nel supportare i dieci principi sociali ed ambientali universalmente riconosciuti.

Governance

Insieme delle decisioni di assetto d'impresa che orientano le scelte di organizzazione, allocazione delle risorse e controllo. Viene ad

oggi intesa come l'insieme dei rapporti tra i dirigenti, gli amministratori, gli azionisti e le altre parti interessate, specificandone la distribuzione di diritti e di responsabilità.

Global Reporting Initiative (GRI)

E' un network multi-stakeholder internazionale che ha sviluppato uno standard di rendicontazione tra i più utilizzati al mondo. Lo standard è in continua evoluzione e si basa su alcune linee guida che vedono la partecipazione di un gran numero di interlocutori in tutto il mondo.

ILO (International Labour Organization)

Agenzia delle Nazioni Unite che si prefigge la promozione della giustizia sociale e dei diritti dei lavoratori riconosciuti a livello internazionale.

ISO 14001

Standard volontario di processo, valido a livello internazionale, che fornisce un quadro di riferimento a supporto della protezione dell'ambiente e della prevenzione dell'inquinamento da parte dell'impresa.

ISO 26000

Standard internazionale in via di sviluppo dall'Organizzazione Internazionale per la

Standardizzazione (ISO) che propone delle linee guida volontarie per la Responsabilità Sociale. Lo standard sarà pubblicato nel 2010 come ISO 26000 e non sarà uno standard di certificazione.

Minoranza

Insieme di persone che per motivi di tipo etnico, religioso, culturale, linguistico o di altra natura, si trovano in condizioni di inferiorità numerica rispetto ad altre, risultandone potenzialmente svantaggiate.

Mission(e)

Ragion d'essere dell'organizzazione. Individua gli obiettivi di fondo, gli scopi preminenti che l'organizzazione, attraverso la sua attività, tenta di perseguire. Spesso coniuga la dimensione economica con quella sociale, identificando, per l'impresa, un ruolo di promozione e accrescimento del benessere collettivo, della qualità della vita, della coesione sociale.

Multi-stakeholder forum

Incontro organizzato da Istituzioni nazionali ed internazionali a cui vengono invitate le imprese e i rappresentanti di tutti gli stakeholder per discutere di nuovi approcci, modelli e buone pratiche di CSR e di Sostenibilità.

OCSE

E' l'acronimo che sintetizza i termini Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OECD: Organization for Economic Cooperation and Development). Si occupa di dar vita a forme di cooperazione e coordinamento in campo economico tra i 30 paesi membri, più di 70 paesi in via di sviluppo, ONG e società civile.

Organismi non governativi (ONG)

Organizzazioni indipendenti dai governi e dalle loro politiche che si occupano, tra l'altro, di interpretare le esigenze della società civile nei confronti delle grandi organizzazioni.

OHSAS ISO 18001

Standard internazionale di certificazione a tutela della Sicurezza e della Salute dei Lavoratori.

Partner finanziari

Sono quegli stakeholder che, a diverso titolo, sono interessati all'andamento economico-finanziario dell'azienda. Possono essere istituti bancari, assicurazioni, società di rating finanziario, advisor, ecc.

Social Accountability 8000

Standard internazionale in tema di diritti dei

lavoratori di applicazione volontaria. La norma, che rimanda ai principali documenti internazionali in tema dei diritti umani e dei lavoratori, comporta il rispetto di una serie di requisiti minimi e prevede che la loro applicazione sia verificata e certificata da un organismo esterno indipendente.

Stakeholder (portatore di interesse)

Persona o gruppo di persone aventi un interesse nelle prestazioni o nel successo di una organizzazione (in questo caso, l'impresa). Esempio: clienti, proprietari/azionisti/soci, dipendenti, fornitori, concorrenti, banche, sindacati, collettività, amministrazione pubblica locale e centrale.

Sistema di gestione

Concetto che comprende la struttura organizzativa, le attività di pianificazione, programmazione e controllo, le responsabilità, le prassi, i processi, le risorse per sviluppare e mantenere attiva una specifica politica aziendale (ad esempio riguardante la qualità, la gestione ambientale, la sicurezza sul lavoro, ecc.).

Sostenibilità aziendale

Allineamento dei processi e dei prodotti delle organizzazioni con le attese dei loro stakehol-

der in modo da contemperare valore economico, sociale ed ambientale.

Sviluppo Sostenibile

Teoria che integra lo sviluppo economico con lo sviluppo sociale ed ambientale rispettando le esigenze del presente senza compromettere le possibilità delle generazioni future.

Triple Bottom Line

Espressione coniata da John Elkington nel libro: "Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business" in base alla quale, le imprese sviluppano investimenti sostenibili e decisioni societarie partendo dalla base (bottom) perseguendo simultaneamente i tre obiettivi (triple - line) che sono: la prosperità economica, la qualità ambientale e l'equità sociale.



La Fondazione per la Diffusione della Responsabilità Sociale delle Imprese (I-CSR Italian Centre for Social Responsibility) è una Fondazione senza scopo di lucro istituita in virtù dell'art. 1, comma 160 della legge 30 dicembre 2004, n. 311 (Legge Finanziaria 2005), i cui Fondatori Promotori sono:

- Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
- INAIL
- Unioncamere
- Università Bocconi

La **Fondazione I-CSR**, si propone come centro indipendente in grado di favorire l'aggregazione delle migliori competenze nazionali ed internazionali sulle tematiche della CSR.

Crediamo che la cultura della CSR costituisca il primo passo per creare le basi di una concorrenza leale che favorisca lo sviluppo di una economia innovativa capace di garantire una efficiente tutela sociale, un positivo dialogo tra tutte le parti interessate, un maggiore benessere delle generazioni presenti e future.

Accrescere l'attenzione alla CSR promuovendo la ricerca, la formazione, la diffusione e il confronto con particolare attenzione alle esigenze del tessuto economico nazionale formato in prevalenza da piccole e medie imprese.

- **Promuovere**, la diffusione della CSR nelle relazioni con i diversi stakeholder;
- **sviluppare**, la ricerca di base e applicata sulla CSR favorendo il contributo italiano alla comunità scientifica nazionale ed internazionale attive su questo tema;
- **favorire**, il dialogo tra le istituzioni pubbliche e private, le imprese, le università e i diversi stakeholder interessati al tema.



FONDAZIONE
 PER LA DIFFUSIONE DELLA
 RESPONSABILITÀ
 SOCIALE DELLE IMPRESE

