



## Si scrive CSR, si legge Responsabilità Sociale d'Impresa.

Nella visione tradizionale dell'economia e della società, l'impresa ha un solo compito istituzionale: fare profitto ... "business of business is business". **Oggi, quasi nessuno trova più adeguata questa visione dell'impresa. Quest'ultima**, secondo la tesi prevalente, **non deve rendere conto** solo agli "stockholders", cioè a coloro che ne detengono il controllo proprietario, **ma ad un assai più vasto rango di "stakeholders"**, così come si chiamano **tutti coloro che hanno a che fare comunemente con l'impresa**. *Su questa base, nasce e si diffonde l'interesse per la responsabilità sociale di impresa o Corporate Social Responsibility CSR.*



**L'idea di fondo della CSR è che la dirigenza di impresa non debba avere di mira solo la tutela degli interessi dei titolari dei diritti di proprietà, ma anche quella di tutti coloro che hanno rapporti perduranti con l'impresa.**

Gli strumenti oggi disposizione di un'azienda per improntare un progetto di CSR sono molti a partire dai manuali americani di "business ethics" della seconda metà degli anni ottanta, fino agli attuali standard di certificazione tipo Social Accountability 8000; ancora di più sono le iniziative ed i patrocini delle varie associazioni di categoria volti alla diffusione delle Responsabilità Sociale d'Impresa.

A questo punto viene spontanea una domanda: **è possibile che un'idea tanto astratta abbia un risultato sul mercato? O meglio ancora, come l'azienda può fare suoi i principi della CSR in maniera efficace e remunerativa?**

Come sempre **la differenza sta nell'approccio** che si adotta nel momento in cui la CSR deve "calare" sull'azienda.



Proviamo quindi a dare alcune indicazioni partendo dai **punti di forza di un sistema aziendale di Responsabilità Sociale D'Impresa:**

#### **MIGLIORAMENTO DELLA REPUTAZIONE D'IMPRESA:**

comportamenti responsabili contribuiscono a creare, accrescere e mantenere uno dei valori più preziosi, benché intangibile, dell'impresa: la reputazione. Ovviamente questo aspetto, per essere pienamente efficace, non può prescindere dalle strategie pubblicitarie e di comunicazione dell'azienda.

#### **MIGLIORAMENTO NELLA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE:**

in relazione alla centralità che il **"capitale umano"** nell'azienda di oggi, il successo economico appare sempre più correlato all'appagamento dei collaboratori.

#### **RIDUZIONE DEL RISCHIO D'IMPRESA:**

l'impresa socialmente responsabile è **meno esposta** al verificarsi di eventi rischiosi che comportano conseguenze spesso "traumatiche" per l'immagine e per la redditività dell'impresa (es: disastri ecologici, scandali sociali e finanziari, crisi aziendali causate dalla mancanza di trasparenza e di un efficace sistema di controllo). Una buona gestione del rischio di impresa inoltre diminuisce i costi legati a premi assicurativi.

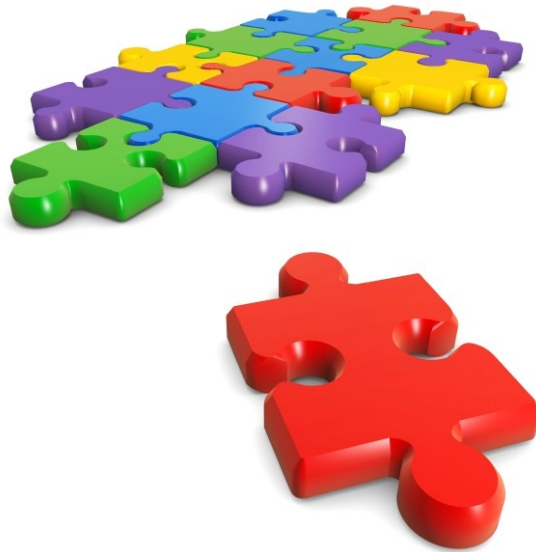
#### **MIGLIORAMENTO DELLE RELAZIONI CON LE ISTITUZIONI FINANZIARIE:**

la riduzione del rischio di impresa rende più agevole **l'accesso alle fonti di finanziamento** e contribuisce ad aumentare il valore delle azioni nei mercati finanziari. Sempre più diffuso, anche nei nostri mercati, è il ricorso da parte degli investitori a criteri di valutazione che esulano dalla dimensione strettamente economica o reddituale. A questo va aggiunto che le autorità locali e le associazioni di categoria spesso stanziavano somme importanti per finanziare e premiare le aziende che adottano dei modelli di CSR; due esempi su tutti: la Camera di Commercio di Ancona finanzia da tempo le PMI che investono in sistemi di gestione certificati SA8000; inoltre sono attualmente previsti dei tagli del 10% dei premi INAIL sempre per quelle aziende che si certificano secondo lo standard SA8000.

#### **MIGLIORAMENTO NELLA GESTIONE DELLE RISORSE:**



comportamenti responsabili verso l'ambiente, quali l'adozione di sistemi di gestione, come anche verso le risorse naturali ed umane dell'azienda portano ad una **riduzione dei costi** legati alla gestione degli impatti ambientali, energetici etc... La CSR è un vero e proprio modello di **gestione strategico integrato** (qualità, profitto, ambiente e sociale).



#### **VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE INTANGIBILI:**

emerge chiaramente che nel lungo periodo la performance d'impresa si fonda sul riconoscimento e la valorizzazione di quegli elementi difficilmente quantificabili come la conoscenza, la capacità di innovare di un'impresa ed il generale consenso da parte delle varie categorie di stakeholder.

Alla luce di quanto detto possiamo concludere che la CSR non è un fenomeno passeggero legato alla moda, bensì un **approccio culturale** che contraddistinguerà l'impresa aprendole nuove opportunità e scenari competitivi, ne tantomeno è mera filantropia o una qualche forma di assistenzialismo o di beneficenza verso le parti sociali più deboli, ma una componente essenziale dell'identità aziendale, un nuovo e innovativo paradigma di **Corporate Governance**.

**Bella sfida..**

[Ing.Mauro Bedetti-Ambiente-Territorio-Eco sostenibilità](#)