

# ***LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE: un'opportunità per le imprese***

***a cura di  
Nicoletta Saccon***

Mantova, 31 Maggio 2006



azienda speciale della  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI MILANO

# PROGRAMMA

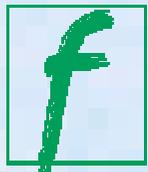
- Il concetto di RSI
- Gli ambiti di applicazione della RSI
- Perché la RSI oggi: elementi di scenario
- Le opportunità legate alla RSI
- Gli strumenti per gestire e comunicare la RSI: codice etico, bilancio sociale, norma SA8000
- Conoscenza della RSI e comportamenti delle imprese
- La diffusione della RSI presso le PI:
  - fattori di ostacolo
  - fattori di facilitazione
- Interventi a sostegno alla diffusione della RSI



# IL CONCETTO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

(dal “Libro Verde” della Commissione  
delle Comunità Europee)

Le imprese decidono, con un **processo volontario di autoregolamentazione**, di integrare nelle proprie **operazioni commerciali** e nei propri rapporti con le parti interessate attenzioni e **preoccupazioni di carattere sociale ed ecologico**



formaper

ASSOCIAZIONE ITALIANA  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI MILANO

# DIMENSIONI DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

I riflessi delle prassi socialmente responsabili investono

## 1) dimensione interna

- gestione delle risorse umane
- salute e sicurezza nel lavoro
- adattamento alle trasformazioni (ristrutturazioni)
- gestione delle risorse naturali e degli effetti sull'ambiente

## 2) dimensione esterna

- comunità locali
- partnership commerciali, fornitori e consumatori
- difesa diritti umani
- problematiche ambientali a livello planetario



formaper

azienda speciale della  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI MILANO

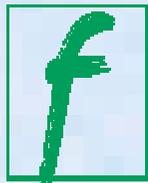
# PERCHÈ LA RSI OGGI?

## LO SCENARIO

- GLOBALIZZAZIONE
- PRIVATIZZAZIONE
- SVILUPPO SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE E DELLE CONOSCENZE

## GLI EFFETTI

- PRESSIONI DELLA SOCIETÀ CIVILE
- PRESSIONI DEI CONSUMATORI
- PRESSIONE DEGLI INVESTITORI
- AMPLIAMENTO ELEMENTI DI COMPETITIVITÀ



**formaper**

ASSOCIAZIONE FORMAPER  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, AGRICOLTURA  
E ARTIGIANATO DI MILANO

# I VANTAGGI DELLA RSI PER LE IMPRESE

- Miglioramento della reputazione e valorizzazione dell'immagine
- Acquisizione di competitività (fidelizzazione/acquisizione nuovi clienti o consumatori)
- Aumento dell'attrattività per gli investitori
- Miglioramento clima interno con riflessi sulla produttività
- Aumento dell'attrattività per la forza lavoro
- Miglioramento dei rapporti con le Istituzioni
- Miglioramento dei rapporti con comunità locale
- Riduzione costi in rapporto a migliori prestazioni ambientali



## CODICE ETICO

È uno strumento di autoregolamentazione con cui l'impresa definisce l'**insieme dei diritti/doveri fiduciari nei confronti dei propri stakeholder** ed attraverso cui può esplicitare la propria politica comportamentale su alcune delle maggiori questioni ambientali, sociali ed economiche

## BILANCIO SOCIALE

È uno strumento per **conoscere e valutare** i risultati dell'attività aziendale nella loro dimensione sociale, ambientale ed etica e **renderne conto pubblicamente**

## NORMA SA8000

È il primo standard internazionale in tema di RSI: comporta il rispetto di **una serie di requisiti minimi** in termini di diritti umani e sociali, la conformità ai quali viene sottoposta a **valutazione di parte terza**, con rilascio di certificazione



azienda speciale della  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI MILANO

# **SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000**

## **REQUISITI DELLA NORMA**

- 1. Lavoro infantile**
- 2. Lavoro forzato**
- 3. Salute e sicurezza sul lavoro**
- 4. Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva**
- 5. Discriminazione**
- 6. Procedure disciplinari**
- 7. Orari di lavoro**
- 8. Criteri retributivi**
- 9. Sistema di gestione** (politica di RSI, formazione, comunicazione, controllo fornitori)



azienda speciale della  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI MILANO

# LIMITI DEGLI STRUMENTI INDIVIDUATI

	<b>CODICE ETICO</b>	<b>BILANCIO SOCIALE</b>	<b>SA8000</b>
<b>RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER</b>	discrezionale	discrezionale	coinvolgimento insufficiente
<b>GRADO COPERTURA DI TUTTI GLI ASPETTI</b>	discrezionale	discrezionale	incompleto e su standard minimi
<b>AUDIT ESTERNO</b>	assente	assente	può essere burocratico e formale
<b>COSTO</b>	può essere oneroso	oneroso	oneroso



# VANTAGGI DEGLI STRUMENTI INDIVIDUATI

- ***Diffusione dei principi di responsabilità etica***

Possono rinforzare le imprese sul percorso della RSI fornendo un modello e criteri di riferimento

- ***Flessibilità***

Possono essere validi anche per le PI

- ***Valorizzazione dell'immagine***

Se correttamente utilizzati contribuiscono alla reputazione dell'impresa creando fiducia verso l'esterno

- ***Miglioramento del clima interno***

Se correttamente utilizzati contribuiscono a migliorare il clima aziendale e rendendo l'azienda maggiormente *appealing* per la forza lavoro



# FATTORI DI OSTACOLO ALLA DIFFUSIONE DELLA RSI NELLE PI

- **Carenza di INFORMAZIONI/CONOSCENZA:**
  - ✓ sul concetto di RSI
  - ✓ sul nesso tra RSI/rendimento economico delle imprese/ (tra RSI/ricadute positive dirette e indirette)
  - ✓ su casi e pratiche di CSR realizzate da altre imprese
  - ✓ sulle opportunità di consulenza e di sostegno all'impresa
- **RISORSE** (finanziarie, umane, tempo) e difficoltà ad investire in attività non strettamente legate al core-business
- **Vantaggi limitati se considerati nell'ottica di breve periodo**



## FATTORI DI OSTACOLO ALLA DIFFUSIONE DELLA RSI NELLE PI

- **Scarse competenze-attitudini per le attività di COMUNICAZIONE**
- **CARENZE DI CARATTERE CULTURALE:**
  - ✓ Carenza di informazione/formazione generalizzata sul tema della RSI
  - ✓ limitata diffusione della cultura della RSI presso i vari stakeholders e, quindi, mancanza di forme di riconoscimento da parte di consumatori, investitori ed istituzioni
  - ✓ resistenze culturali di fornitori, del personale, dei partners commerciali o territoriali
- **Difficoltà di pervenire a STRUMENTI ampiamente RICONOSCIUTI E CONVERGENTI per concepire e gestire la RSI**



## FATTORI DI OSTACOLO ALLA DIFFUSIONE DELLA RSI NELLE PI

- **Criticita' legate alle POLITICHE:**
- Contesti giuridico-istituzionali scarsamente incentivanti
- Scarsa coerenza delle POLITICHE DEI POTERI PUBBLICI
- Mancanza di intesa sulla DIMENSIONE MONDIALE DELLA RSI, specie per la diversità dei quadri politici nazionali del pianeta (criticità generalizzata)



formaper

azienda speciale della  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI MILANO

# FATTORI DI FACILITAZIONE ALLA DIFFUSIONE DELLA RSI NELLE PI

- **Presenza /pre-esistenza di un CONTESTO LOCALE FAVOREVOLE**
- **Presenza di un SISTEMA DI PREMIALITÀ E DI INCENTIVI**
- **Orientamento al COINVOLGIMENTO ed alla CONDIVISIONE come modalità di governo delle RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER**
- **Orientamento alla valorizzazione della QUALITÀ e della CONOSCENZA, all'INNOVAZIONE**
- **Orientamento alla VISIBILITÀ e alla VALORIZZAZIONE DELLA PROPRIA IMMAGINE**
- **Elaborazione di MODELLI DI RIFERIMENTO ADEGUATI PER SINGOLI STRUMENTI DELLA RSI**



# QUALI PERCORSI PER FAVORIRE LA RSI DELLA PI?

- **CREAZIONE DI CULTURA:**

Iniziative di comunicazione e sensibilizzazione

(informazione, formazione, scambio buone prassi, creazione e pubblicizzazione label sociali)



Istituzioni, associazioni  
(imprenditoriali, dei consumatori, dei sindacati...)  
imprese, altri "catalizzatori"

- **INTRODUZIONE DI CRITERI PREMIANTI:**

Incentivi fiscali, punteggio negli appalti pubblici, incentivi creditizi



Istituzioni, banche



azienda speciale della  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI MILANO

# QUALI PERCORSI PER FAVORIRE LA RSI DELLA PI?

- **CREAZIONE DI PROGETTI TERRITORIALI:**

partnership locali su progetti specifici,  
network virtuosi,  
valorizzazione dell'esistente  
iniziative di comunicazione



Istituzioni, associazioni  
(imprenditoriali,  
dei consumatori,  
dei sindacati...)  
imprese profit e  
nonprofit, banche

- **CONVERGENZA DEGLI STRUMENTI DI ATTUAZIONE:**

individuare strumenti di  
riferimento, efficaci e  
credibili, adatti alle PI



Rappresentanze  
stakeholders

