

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA



CHE COS'È LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA?

La R.S.I. Responsabilità Sociale d'Impresa

o C.S.R., Corporate Social Responsibility, è quella forma di responsabilità imprenditoriale che ha come missione l'aspetto etico del proprio impatto nella società, di cui ogni strategia di impresa dovrebbe tener conto, impatto teso a salvaguardare e possibilmente migliorare la condizione economico-sociale delle persone e dei territori nell'area di influenza di mercato e/o territoriale dell'impresa medesima. Nella piena crisi mondiale del cosiddetto «modello capitalistico», la R.S.I. costituisce infatti un obiettivo sempre più perseguito dalle grandi, medie e piccole imprese.

Si parla, nel contesto socio economico attuale, di «nuovo capitalismo solidale» che oltrepassa il vecchio concetto di «economia del capitale» per atterrare o comunque perseguire una moderna «economia di comunione».

Oggi l'imprenditore «socialmente responsabile» mette quindi una parte delle proprie risorse e del know-how aziendale al servizio di una causa di interesse collettivo, nell'ottica di una nuova «cultura del dare» opposta alla «cultura dell'avere».

IDEE PER UNA STRATEGIA DI R.S.I.

Ma quale può essere la strategia che un'azienda deve o vuole perseguire per operare in questo settore in così

forte crescita e migliorare conseguentemente la propria immagine istituzionale agli occhi del grande pubblico, dei propri partners o clienti e fornitori? L'azienda persegue comunque uno scopo di lucro.

Ma lo può fare, oggi e sempre più domani, anche attraverso l'attenzione ed il sostegno a progetti di interesse sociale, etico, culturale, ambientale, cui può partecipare in varie forme: erogazioni liberali, accordi di partnership con Enti non profit, sponsorizzazioni, adesione a progetti a scopo benefico e a scopo misto benefico-commerciale, ecc...

L'imprenditore «socialmente responsabile» dunque:

- 1) mette a budget dei costi aggiuntivi (di capitale o d'opera o entrambi), ma lo fa volentieri perché essi saranno compensati dalla crescita dell'impresa in termini di immagine, reputazione, buone relazioni nei territori in cui opera e nei settori di mercato in cui genera profitto;
- 2) individua con cura le ONP (Organizzazioni Non Profit) meritevoli di sostegno e cura le relazioni con i propri «stakeholders» (soggetti influenti o

portatori di interessi comuni), quali:

- Dipendenti, Clienti, Fornitori, Collaboratori e Consulenti;
- Altre imprese e soggetti finanziatori (ivi comprese Banche, Fondazioni ecc.);
- Istituzioni pubbliche ed Enti locali;

3) una volta determinati i progetti ed i soggetti da sostenere, aiutare o finanziare con le modalità più varie, pianifica e cura poi la comunicazione dell'intrapreso (o aumentato) impegno sociale dell'impresa.

LE FONTI NORMATIVE E REGOLAMENTARI DELLA R.S.I.

In ambito Unione Europea, fondamentale è Commissione U.E., comunicazione n.681/2011, che recita: «La R.S.I. è la responsabilità delle imprese per il loro impatto nella società».

Altrettanto importanti sono i piani d'azione della Commissione dal 2011 in poi per le politiche coordinate negli Stati Membri a favore della RSI.

La Guida alla RSI, infine, pubblicata dal 2011 dalla Commissione UE è espressamente dedicata alla valorizzazione dei diritti umani nelle PMI.



In Italia, massimo rilievo ha l'**art.41 della Costituzione**, che prevede che: «L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana.

La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali».

Un ottimo esempio legislativo al riguardo è la recente normativa sulle cosiddette "benefit corporation" o "società benefit" (L.n.208 del 28.12.2015), in vigore in Italia dal 1° gennaio 2016, e vigente - prima che in Italia - solo in 34 Stati U.S.A.

Numerose sono poi le Leggi regionali e i bandi per finanziamenti regionali con stanziamenti di contributi alle imprese che avviano «progetti a valenza sociale».

Da ultimo, segnaliamo la Guida alla R.S.I. per le P.M.I. italiane, per cui

rinviamo al sito www.pmi.it.

PER CONCLUDERE: ALCUNI ESEMPI PARTICOLARMENTE NOTI ED EFFICACI DI R.S.I. IN ITALIA E NEL MONDO.

La Fondazione svizzera **ROLEX**, leader mondiale nel settore orologi, è dal 1915 una capostipite all'avanguardia nel fare beneficenza con quota parte degli utili aziendali.

Walt Disney Group da sempre si occupa di beneficenza e volontariato per bambini e famiglie disagiati.

Il Gruppo **FERRERO** è portatore di responsabilità sociale nei territori di quasi tutto il mondo.

FERRARELLE da anni si occupa di aiuti all'ambiente, green economy ed ecosostenibilità.

Il Gruppo **LEROY MERLIN** investe in bioarchitettura, efficientamento energetico e conseguenti progetti educativi per le scuole e tanto altro attraverso la piattaforma mensile **ideaTRE60**.

PATAGONIA è una delle più note benefit corporation al mondo.

FAAC, un caso tutto bolognese, con il suo progetto denominato «Insieme per il lavoro», è attiva nelle situazioni di emergenza lavorativa per le categorie di persone più disagiate.

Note sull'autore

L'Avv. Andrea Montanari, avvocato del foro di Bologna, socio senior di MC studio legale associato, via Dante 34, Bologna, fondatore e coordinatore di LAETA Consulting Network e di LAETA Consulting benefit corporation srl SB - il team di consulenza globale integrata convenzionato con Federmanager- assiste Aziende ed Enti non profit in tutte le operazioni straordinarie e di riorganizzazione e nello studio e realizzazione di progetti e processi di crescita aziendale.

avv.montanari@laeta.it

avv.amontanari@laetabenefitsrl.com

