

A cura di Liliana Borrello - Referente Scientifico CONFAO



www.ifsconfao.net



Cos'è?

- La Responsabilità Sociale d'impresa (Rsi) o Corporate Social responsibility (Csr) è, secondo la <u>Comunicazione UE n. 681 del 2011</u>, "la responsabilità delle imprese per gli impatti che hanno sulla società"
- Rsi o imprenditoria socialmente responsabile, sempre secondo l'Unione europea, significa soddisfare le esigenze del cliente e saper gestire allo stesso tempo le aspettative di altri <u>stakeholders</u>, come ad esempio il personale, i fornitori e la comunità locale di riferimento.



www.ifsconfao.net



La responsabilità sociale d'impresa

Elemento distintivo della Rsi è l'affiancamento della responsabilità economica alla responsabilità sociale, ciò

- determina riconoscimento di valore per le persone, il territorio e l'ambiente
- crea attenzione per tutto il contesto in cui l'azienda opera





La Rsi è l'applicazione di diversi principi:

- o sostenibilità: uso consapevole ed efficiente delle risorse ambientali in quanto beni comuni, capacità di valorizzare le risorse umane e contribuire allo sviluppo della comunità locale in cui l'azienda opera, capacità di mantenere uno sviluppo economico dell'impresa nel tempo.
- volontarietà: come azioni svolte oltre gli obblighi di legge.
- o trasparenza: ascolto e dialogo con i vari portatori di interesse diretti e indiretti d'impresa.
- o qualità: in termini di prodotti e processi produttivi.
- o integrazione: visione e azione coordinata delle varie attività di ogni direzione e reparto, a livello orizzontale e verticale, su obiettivi e valori condivisi.





I principali fattori da promuovere per una cultura d'impresa orientata alla Rsi.

- Crescente domanda di qualità, in termini di processi, prodotti, servizi, relazioni, da parte di consumatori-clienti, dipendenti, fornitori, enti locali, mondo finanziario, società civile.
- Linee guida internazionali (Onu, Ilo, Icc) e comunitarie (Ue), network d'impresa, che richiedono sempre più una maggiore integrazione della sostenibilità ambientale e sociale.
- Necessità di innovazione trasversale nelle imprese per rimanere competitive nel tempo.
- Necessità di distinguere e valorizzare il marchio non più solo in termini di prodotto, ma come cultura e reputazione d'impresa, elemento distintivo e di credibilità verso il consumatore, e fattore di maggiore competitività.
- Necessità di distinguersi strategicamente dai concorrenti per una migliore reputazione, sia in termini di prestazioni commerciali che di prestazioni sociali.
- Fattori intangibili come la crescita intellettuale, professionale, relazionale di dipendenti e collaboratori (capitale sociale d'impresa) considerati come elementi determinanti per il successo d'impresa nel tempo.





La Rsi impone altresì la comunicazione sociale. Questa viene attuata con

IL BILANCIO SOCIALE

uno strumento che rappresenta infatti la certificazione di un profilo etico, l'elemento che legittima il ruolo di un soggetto, non solo in termini strutturali ma soprattutto morali, agli occhi della comunità

IL BILANCIO AMBIENTALE

rispetto al Bilancio Sociale, il Bilancio Ambientale si occupa di una parte determinata dell'attività aziendale, analizzandola con dei parametri specifici e seguendo linee guida definite da diverse organizzazioni internazionali, con particolare riferimento allo sviluppo sostenibile

