

Parlando di Responsabilità Sociale d'Impresa

Il concetto di Responsabilità non afferisce solo alla sfera etica dell'individuo o a quella politica, ma viene ormai associata stabilmente anche alla sfera economica del mondo delle imprese, attraverso la cosiddetta **Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)** o **Corporate Social Responsibility (CSR)**.

La CSR è entrata formalmente nell'Agenda dell'Unione Europea a partire dal Consiglio Europeo di Lisbona del marzo 2000; nel **Libro Verde** della Commissione Europea, edito nel 2001 a seguito della "Agenda Lisbona", essa è definita come "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ambientali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate".

Il concetto di CSR va oltre dunque il semplice rispetto delle prescrizioni di legge in ambito sociale e/o ambientale perché individua pratiche e comportamenti che un'impresa adotta su base volontaria, nella convinzione di ottenere dei risultati che possano arrecare benefici e vantaggi al contesto in cui opera e quindi, indirettamente, anche a se stessa.

Sempre secondo l'Unione Europea, la CSR tende soddisfare non solo le esigenze del cliente e ma anche a saper gestire le aspettative di altri stakeholders che partecipano al processo produttivo, come il **personale interno**, i **fornitori** e la **comunità locale** di riferimento. L'idea di fondo che un'azienda prospera solo se intorno a se tutta la comunità la sostiene e partecipa in qualche forma delle ricchezze generate.

Ciò si traduce nell'adozione da parte dell'impresa di una **politica aziendale** che sappia declinare affianco agli obiettivi economici anche quelli sociali e ambientali per migliorare il benessere del territorio di riferimento, creando talvolta azioni tangibili (ad es. un rimboschimento, una nuova area verde), talaltra intangibili (ad es. un ciclo di serate culturali), in un'ottica di sostenibilità.

La CSR dunque applica diversi principi:

- **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**: azioni svolte oltre gli obblighi di legge.
- **Trasparenza**: ascolto e dialogo con i vari portatori di interesse, interno o esterni, diretti e indiretti.
- **Qualità**: in termini di prodotti (ad es. materiali biodegradabili o ecosostenibili, riduzione imballaggi, ecc..) e processi produttivi (ad es. riduzione degli sprechi, alimentazione dell'economia circolare con gli scarti di produzione, energie da fonti alternative e rinnovabili, materie prime certificate) .
- **Integrazione**: visione e azione coordinata delle varie attività di ogni direzione o reparto, a livello orizzontale e verticale, su obiettivi e valori condivisi insieme al territorio di riferimento.

Come sostengono le imprese che sono state pioniere nel campo della responsabilità sociale, la CSR non è un optional o una modalità di comunicazione fine a se stessa: progettare la sostenibilità della propria impresa significa adottare una strategia per competere più efficacemente sul mercato.

I vantaggi sono su diversi fronti:



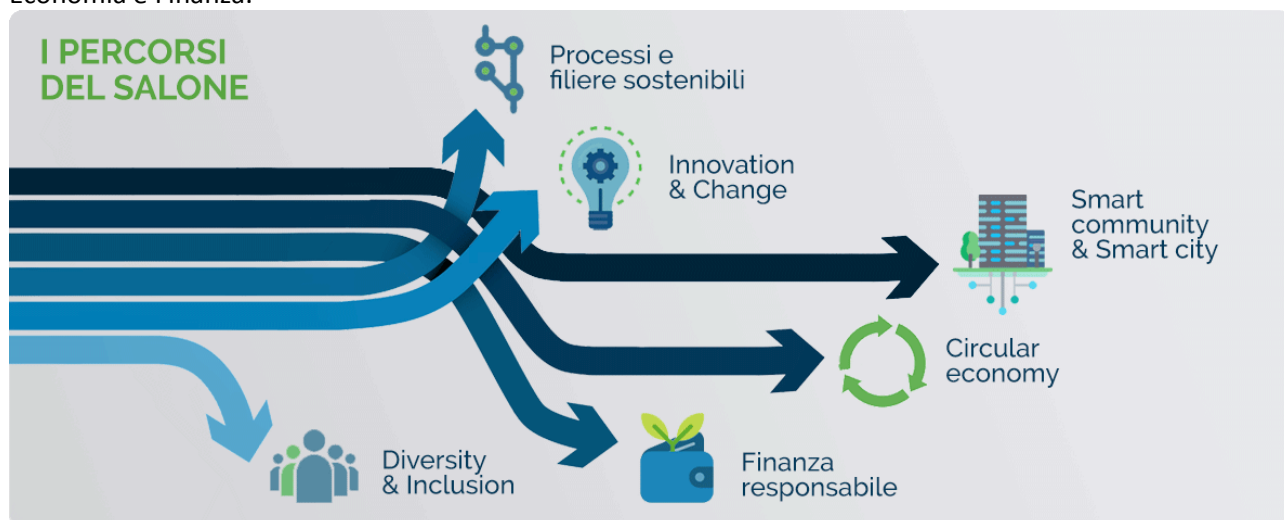
- clima aziendale: viene favorita la motivazione, il dialogo e il coinvolgimento di dipendenti e collaboratori, con ricadute sulla produttività;
- rapporti con la comunità locale: l'impresa attenta alle esigenze del territorio di riferimento viene percepita positivamente e contribuisce alla qualità della vita con iniziative concrete;
- reputazione e fidelizzazione: la reputazione dell'azienda non può che migliorare in seguito a politiche di CSR coerenti e ben comunicate, contribuendo allo sviluppo di una clientela fedele e motivata;
- relazioni con le istituzioni finanziarie: viene facilitato l'accesso alle fonti di finanziamento grazie ad una riduzione del profilo di rischio e a una accresciuta autorevolezza.

In questo quadro di riferimento le imprese giocano oggi un ruolo sempre più importante per il raggiungimento degli obiettivi di Sviluppo Sostenibile inseriti nell'Agenda 2030: da un lato sono parte attiva nella produzione, rispettando l'ambiente, incentivando una crescita economica duratura, garantendo un'occupazione piena produttiva, promuovendo un'industrializzazione attenta agli impatti sul territorio, costruendo infrastrutture resilienti; dall'altro sono attori sociali in grado di assicurare un lavoro dignitoso per tutti, garantire modelli sostenibili di consumo, incoraggiare l'innovazione, valorizzare la condivisione e la collaborazione in ognuna delle loro declinazioni.

“Condivisione non deve essere un'espressione retorica ma vuol dire creare un'azienda nella quale i collaboratori sono felici di lavorare, è la voglia di trasparenza nel rendere partecipi tutti della vita dell'azienda, è l'opportunità di costruire un'azienda dove ogni collaboratore, come un imprenditore, può prendere iniziative e decisioni. Condivisione è partecipazione.” (da Il valore della condivisione, Leroy Merlin, 2017).

Questi principi si ritrovano nelle sempre maggiori occasioni dedicate alla CSR come ambito di intervento strategico.

Tra le più importanti d'Europa vi è il **Salone della CSR e dell'innovazione sociale** di Milano, che si tiene a ottobre ogni anno all'interno della prestigiosa Università Bocconi, nota in tutto il mondo per i propri corsi di Economia e Finanza.



Il diagramma illustra bene le differenti "piste" in cui una impresa può investire per produrre azioni durature verso la sostenibilità.

Il Salone è prima di tutto un'occasione per attivare energie positive, condividere idee, trovare percorsi comuni tra le imprese, gli enti pubblici, le fondazioni. Un appuntamento culturale che ogni anno offre possibilità di aggiornamento, formazione e networking a coloro - organizzazioni e persone - che si occupano di CSR. Dal 2013 ad oggi sono state oltre 500 le organizzazioni che hanno partecipato come protagoniste al Salone: grandi e piccole imprese, start up, cooperative sociali, enti locali, associazioni culturali e di volontariato.

A ottobre 2018 viene simbolicamente piantato presso Parco Nord Milano un albero per ognuno degli 80 eventi del Salone, per dare seguito in forma concreta alle riflessioni sulla CSR promosse durante il Salone. Sebbene l'intervento non nasca in una pura logica compensativa, è giusto rendicontare in termini quantitativi il contributo di questo intervento al miglioramento del clima del pianeta: a maturità gli alberi piantati avranno assorbito circa 60.000 kg di CO₂, compensando le emissioni di circa 1.500.000 km di viaggi in treno, di circa 365.000 ore di lavoro al pc, dell'invio di circa 3.160.000 email (con allegato).

Si tratta di un progetto di CSR più ampio, cominciato nel 2015 da una collaborazione tra Parco Nord Milano e Rete Clima. La forestazione urbana con la messa a dimora di alberi dentro al più grande parco periurbano serve per diffondere naturalità dentro la città, ma anche come forma di pagamento dei servizi ecosistemici del bosco e per promuovere nuove connessioni ecologiche.

Per le Aziende una tale opportunità concreta di tutela ambientale a sostegno alle attività degli Enti no profit ambientali si costituisce senz'altro come strategia di compensazione di CO₂ prodotta in taluni processi produttivi, ma d'altro canto diventa un'occasione di team building aziendale ed insieme di green communication nei confronti dei propri clienti e fornitori.

Costruire un bosco urbano insieme agli Enti che garantiranno una loro gestione futura è un'occasione per l'Azienda rendere evidente il proprio sforzo di tutela del clima e la propria preoccupazione per la salute e il benessere dei cittadini, al di là del loro essere consumatori o clienti.

E' una modalità per mettere in pratica l'approccio secondo cui ciascuno di noi deve diventare agente del cambiamento verso la sostenibilità. Gli individui, e i propri dipendenti prima di tutto, hanno bisogno di conoscenza, abilità, valori, attitudini e condivisione che li rendano più forti in vista del contributo allo sviluppo sostenibile.

Le azioni di sensibilizzazione e di educazione, e con esse, la condivisione dei saperi, diventano davvero sfide cruciali per il raggiungimento pieno degli obiettivi dello Sviluppo Sostenibile.

Fonti

Che cos'è la CSR, in UNIONCAMERE <http://www.unioncamere.gov.it/csr>

Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale, <http://www.csreinnovazionesociale.it>

Il valore della condivisione, Leroy Merlin, 2017,

https://csrdotleroymerlindotit.files.wordpress.com/2018/01/il_valore_della_condivisione1.pdf

Forestazione urbana a Milano: alberi in città, <https://www.reteclima.it/sink/forestazione-urbana-a-milano>,
<https://www.youtube.com/watch?v=-gBnX-vmLI>

