



**Università degli Studi di Parma**  
**FACOLTÀ di ECONOMIA**

---

**LA RESPONSABILITA' SOCIALE NELLE PMI:  
ISTRUZIONI PER L'USO**

APIndustry - Parma, 29 marzo 2007

**“Spunti critici di riflessione in tema di  
Responsabilità Sociale d’Impresa”**

*a cura di Federica Balluchi*

# INDICE degli argomenti

---

- 1) La Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI): aspetti definatori e normativi**
  - 2) Gli strumenti per la RSI**
  - 3) Alcune osservazioni sulle realtà di piccola e media dimensione**
-

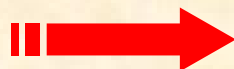
# La RSI: aspetti definatori *economicità e socialità*

## Concezione *classica* di IMPRESA



L'azienda, perseguendo i propri scopi istituzionali di natura economica, persegue di fatto anche finalità sociali

**max economicità**

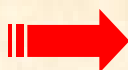


**max benessere collettivo**

*(beni, ricchezza e occupazione)*



esprime la condizione di vita *autonoma* dell'impresa, senza il patologico ricorso a terze economie

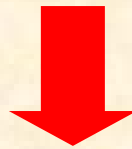


ma l'operare secondo **economicità** (equilibrio nei flussi dei valori economici e finanziari) **non** è sufficiente a garantire l'*equilibrio economico durevole ed evolutivo* dell'impresa

# La RSI: aspetti definatori *economicità e socialità*

---

Prosperità di impresa (economicità) e soddisfazione degli interlocutori sociali (“socialità”) vengono così a saldarsi inscindibilmente

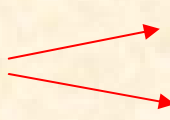


Ne deriva l’esigenza del *management* di attuare una strategia gestionale e di comunicazione che consideri con attenzione gli *stakeholder* e le loro aspettative

---

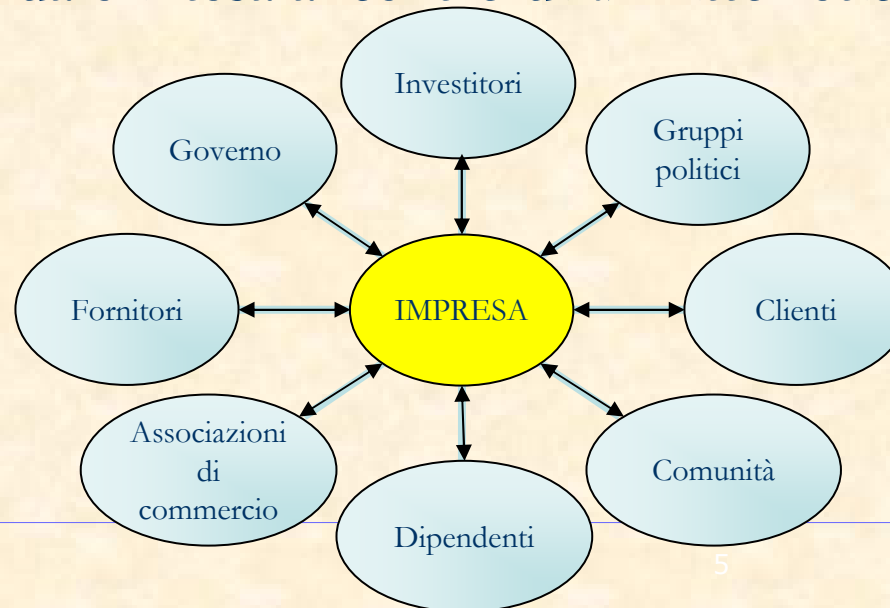
# La RSI: aspetti definitori stakeholder: *evoluzione*

## ➡ CONCEZIONE CLASSICA:

Interlocutori:  Clienti  
Finanziatori

## ➡ TEORIA DEGLI *STAKEHOLDER*

L'azienda è intesa al centro di un fitto reticolo di relazioni



# La RSI: aspetti definitivi stakeholder *e impresa*

---



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

Gli interlocutori assumono consapevolezza del ruolo che possono svolgere nei processi aziendali di creazione di valore e manifestano le loro riflessioni, perplessità ed aspettative.

L'impresa, quindi, oltre a perseguire *performance* economiche e finanziarie nel tempo è obbligata ad assumere un solido orientamento sociale, ovvero, a porre l'attenzione alla soddisfazione delle attese legittime di tutti gli *stakeholder*.

---

# La RSI: aspetti definitivi

---

## Responsabilità Sociale d'Impresa (*Corporate Social Responsibility* – CSR)



volontà dell'impresa si rispondere a uno o più  
soggetti che avanzano richieste, attese o istanze che  
possono avere natura e caratteristiche differenti

---



# La RSI: aspetti definitivi

---

A livello normativo non esiste una definizione univoca e formalizzata. In sintesi:

**RSI**



insieme di politiche che consentono di minimizzare l'impatto negativo delle attività di un'organizzazione sulla società, massimizzando nel contempo l'impatto positivo

---

# La RSI: aspetti definitivi

Libro Verde della Commissione Europea (2001):

**RSI**



“... integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate. Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente obblighi giuridici applicabili, ma anche andare al di là, investendo “di più” nel capitale umano, nell’ambiente e nei rapporti con le parti interessate”

# La RSI: aspetti definatori

## *filoni di studio*

Anni '70: avvio di studi sistematici e strutturati della correlazione tra orientamento socialmente responsabile e *performance* economico-aziendali (Bragdon-Merlin, 1972; Bowman-Haire, 1975; Fogler-Nutt, 1975; Spider, 1978; etc.)

evoluzione ...

Anni '90: - studi su finanza sostenibile  
- studi inerenti la relazione tra *performance* della singola impresa e comportamenti socialmente responsabili della stessa →  
(Wood, 1991; Wood-Jones, 1995; Pava-Krausz, 1996; Preston-O'Bannon, 1997; etc.)

# La RSI: aspetti definatori

## *filoni di studio*

---

Studio della relazione tra *performance* della singola impresa e comportamenti socialmente responsabili della stessa:

- 1° approccio: l'orientamento socialmente responsabile influenza le *performance* economiche dell'impresa
  - 2° approccio: le scelte etiche e sociali sono dipendenti dai risultati economici dell'impresa
  - 3° approccio: i risultati economici delle imprese socialmente responsabili dipendono, prevalentemente, dalla qualità del *management* di cui la sensibilità socio-ambientale costituisce una tipica manifestazione
-

# La RSI: aspetti definatori

## *filoni di studio*

Anni recenti: non più analisi della convenienza economica connessa a comportamenti etici, ma analisi della relazione tra comportamenti socialmente responsabili e soddisfazione di tutti gli *stakeholder* (Tencati, 2002; Zamagni, 2003; Molteni, 2004; Rusconi, Dorigatti, 2004; Sacconi-Silva, 2005; etc.)

Quali fattori giustificano l'esistenza della RSI? Come gestire la RSI?



*Case studies* come nuova metodologia di ricerca con l'obiettivo di identificare *best practices* in tema di comportamenti responsabili da un punto di vista etico, sociale ed ambientale.

# La RSI: aspetti definitori

## *aree rilevanti*

---

- ✓ Rapporti con il personale dipendente
- ✓ Assetti di *corporate governance*
- ✓ Comunicazione e informativa
- ✓ Rapporti con fornitori e clienti
- ✓ Rapporti con le istituzioni
- ✓ Rapporti con la comunità di riferimento
- ✓ Politiche ambientali

# La RSI: aspetti definatori *volontarietà*

---



La scelta di adottare un comportamento socialmente responsabile è conseguente alla consapevolezza del binomio esistente tra RSI e sviluppo durevole dell'impresa.

Tale scelta è pertanto **assolutamente volontaria**, in quanto presa nell'ambito degli spazi di discrezionalità che contraddistinguono il soggetto economico dell'impresa.

---

# La RSI: aspetti definatori *volontarietà*

La volontarietà non implica la possibilità di eludere riflessioni sul tema in fase di pianificazione strategica ed operativa.

L'esistenza di **strumenti, direttive o principi formalizzati** in grado di guidare le imprese nella gestione di aspetti inerenti la RSI, agevola le stesse ad avvicinarsi alle tematiche in oggetto, assistendole nello sforzo di garantire e dimostrare che l'assunzione di comportamenti socialmente responsabili è frutto di una precisa volontà di gestire, valutare e comunicare le proprie decisioni, comportamenti e azioni in ambito sociale.

# La RSI: aspetti normativi *standard e strumenti*

*Standard di processo:* aiutano le imprese a promuovere un processo di miglioramento, monitorato e rendicontato a cadenza periodica, verso una gestione economica e socialmente responsabile.

*Standard di contenuto:* individuano e regolamentano i contenuti che devono avere i documenti a carattere sociale, partendo dal presupposto che gli stessi siano frutto di un percorso basato sull'assunzione di atteggiamenti responsabili da parte dell'impresa maturati mediante il dialogo con i suoi *stakeholder*.

# La RSI: aspetti normativi *standard e strumenti*

---



*Strumenti a valenza nazionale:* hanno un approccio ed una diffusione nazionale e sono promossi e realizzati da organismi o enti nazionali.

*Strumenti a valenza internazionale:* hanno un approccio ed una diffusione internazionale e sono promossi e realizzati da organismi o enti internazionali.

---

# La RSI: aspetti normativi

## *standard*



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

	<i>Standard internazionali</i>	<i>Standard nazionali</i>
<i>Standard di processo</i>	AA1000 SA8000 Copenhagen Charter Global Compact OECD Libro Verde (UE)	Progetto Q-Res
<i>Standard di contenuto</i>	GRI	IBS GBS



# Gli strumenti per la RSI

---

Si tratta di strumenti di *governance* e di **rendicontazione** aventi l'obiettivo di promuovere, nell'ambito dell'impresa, atteggiamenti socialmente responsabili e di fornire informazioni sulle azioni intraprese e i risultati raggiunti in ambito di RSI.

Non esistendo un obbligo di legge o regolamentare, tali strumenti possono assumere forme, contenuti e denominazioni diverse.

# Gli strumenti per la RSI

## *governance*

---



### **Codice etico**

L'impresa esplicita il fondamento della propria cultura, dichiarando le regole che orientano la sua condotta (aree di responsabilità, diritti e doveri di ciascun *stakeholder*).

### ***Standard* di certificazione**

*Standard* di contenuto e di processo che mirano a disciplinare determinati aspetti dell'attività aziendale in modo che rispetti i principi di RSI (es. SA8000).

---

# Gli strumenti per la RSI *rendicontazione*

---

## Bilancio ambientale

Fornisce informativa specificatamente di carattere ambientale, di solito in relazione allo svolgimento di attività particolarmente critiche per gli impatti generati a livello ecologico e ambientale.

## Bilancio dell'intangibile

Identifica gli elementi intangibili che possono garantire lo sviluppo futuro dell'impresa, misurando il capitale umano, il capitale strutturale e il capitale relazionale.

# Gli strumenti per la RSI

## *rendicontazione*

---



### **Bilancio di missione**

Rappresenta il bilancio sociale delle aziende *non profit*.  
Ha l'obiettivo di comunicare la missione perseguita e rendicontare ciò che è stato posto in essere per raggiungerla.

### **Bilancio sociale**

È un modello di rendicontazione sulle quantità e sulle qualità di relazione tra l'impresa e gli *stakeholder*.  
L'obiettivo è quello di informare i terzi sulle *performance* sociali dell'azienda.

---

# Gli strumenti per la RSI *rendicontazione*

---



## Bilancio di sostenibilità

Costituisce una evoluzione della rendicontazione sociale che mira ad integrare in un unico *report* la dimensione economica, sociale e ambientale delle imprese.

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

---

Qual è l'impegno sociale delle piccole e medie imprese italiane?



Ricerca ISVI (Istituto per i Valori d'Impresa – Prof. M. Molteni), gennaio 2003

---

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

---

- 1) Rapporti con il personale
    - a) Comunicazione interna informale
    - b) Orario flessibile
    - c) Corsi di formazione
    - d) Pari opportunità: donne poco presenti
    - e) Lavoratori extra-comunitari: servizi di supporto molto ridotti
-

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

---

## 2) Corporate Governance

- a) Molto limitata la presenza di dirigenti e quadri
- b) Rappresentazione soci di minoranza
- c) Presenza di incentivi economici
- d) Presenza di una cultura fortemente padronale

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

---

## 3) Salute, sicurezza, ambiente

- a) Temi presidiati in misura crescente
- b) Principale fattore motivante: adeguamento alla normativa
- c) Si diffonde, tuttavia, la percezione dei benefici economici connessi a strategie sensibili a questi aspetti

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

---

## 4) Rapporti con la comunità

- a) Profondo radicamento nel territorio
- b) Donazioni per promozione sociale, ricerca scientifica, assistenza sociale e sanitaria, sport
- c) Poco diffuso il ricorso a forme innovative di impegno sociale (volontariato)

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

---

- 5) Rapporti con clienti e fornitori
    - a) Poca diffusione del commercio equo e solidale
    - b) Alcune imprese hanno rapporti con cooperative o altri enti aventi fini sociali
    - c) Bassa percentuale di certificazioni sociali della *supply chain*
    - d) Bassa percentuale di richieste di certificazioni sociali dei processi produttivi
-

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

---

- 6) Strumenti per la comunicazione della RSI
  - a) Diffusione di strumenti per la certificazione della qualità (es. ISO)
  - b) Strumenti più diffusi codice etico e bilancio sociale
  - c) Adozione volontaria di strumenti per la RSI

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

## Considerazioni conclusive

- a) La RSI comincia ad essere valutata come fattore di competitività, ma non si tratta ancora di un sentimento diffuso
- b) Il principale fattore che spinge le imprese a dare importanza alla RSI è di tipo etico
- c) Bassa diffusione di strumenti formalizzati per la RSI
- d) Mancanza di tempo, complessità normativa e impatto sui costi costituiscono i principali “freni” allo sviluppo di un serio impegno sociale

# RSI e PMI: risultati di una ricerca

---

## Considerazioni conclusive: obiettivi

- a) Migliorare la conoscenza sulla RSI e facilitare lo scambio delle esperienze e delle buone pratiche
  - b) Sensibilizzare, quindi, la cultura d'impresa verso le tematiche della RSI, trasmettendone l'importanza anche in termini di economicità duratura
  - c) Diffondere strumenti di rendicontazione ai fini di un formale impegno verso la RSI
  - d) Stimolare politiche pubbliche che premiano le imprese capaci di essere socialmente responsabili
-