

Civitas 2004

La responsabilità sociale d'impresa e l'impresa: Assolombarda, Confindustria e Confcommercio a confronto

- ✓ Estratto da “Relazione sulla responsabilità sociale d'impresa in Europa, in Italia e nel Veneto”, redatta da Raffaella Mantoan e Daniele Nicolai nell'ambito del master in “Responsabilità Sociale di Impresa” promosso dall'Università degli Studi di Verona.
- ✓ Il documento completo è disponibile alla sezione documenti del sito www.bilanciosociale.it e nel sito www.venetoresponsabile.it .

Il tema della responsabilità sociale d'impresa (RSI)¹ è, in questo periodo, al centro di molti dibattiti sia in Italia che all'estero.²

Tuttavia (...) si riscontra una pericolosa tendenza nel far coincidere la definizione di responsabilità sociale d'impresa con la percezione che i singoli hanno di essa ovvero con il fenomeno di impresa socialmente responsabile.

A scanso di equivoci, ci sembra opportuno distinguere la RSI, considerandola come "l'interiorizzazione" delle aspettative degli *stakeholder* nelle decisioni di governo dell'impresa, dal fenomeno di impresa socialmente responsabile che, per sua natura, non è definibile a priori, in quanto "modo di essere" dell'impresa.

Per individuare la definizione di RSI appare opportuno far riferimento al Libro verde "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese", pubblicato dalla Commissione europea il 18 luglio 2001; RSI significa essenzialmente contribuire volontariamente al progresso della società e alla tutela dell'ambiente, integrando preoccupazioni sociali e ambientali nelle operazioni aziendali e nei rapporti con gli *stakeholder* ossia "andare al di là investendo "di più" nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate"³. (...)

Dopo la prima presentazione del progetto CSR-SC da parte del Ministero del Welfare all'Università Bocconi⁴ sul tema della RSI, il dibattito nel mondo imprenditoriale si è intensificato.

Pare significativo considerare dapprima gli atti della maratona sulla "Responsabilità sociale, l'impresa per il futuro"⁵ organizzato da Sodalitas⁶, in collaborazione con Impronta Etica⁷ e ISVI⁸.

Il presidente di **Assolombarda**, Michele Perini, ha evidenziato come la RSI consista nell'andare oltre il "*far bene il proprio mestiere*"; si tratta infatti di un modello di gestione allargato capace di dare ascolto a tutti i portatori di interesse e di un impegno nel sociale, possibile solo se rimane un percorso volontario per tutti. In tal modo, secondo questa tesi, si permettono pari opportunità alle imprese, soprattutto alle PMI italiane.

¹ Di qui in avanti per RSI intenderemo responsabilità sociale d'impresa.

² Estratto da "Relazione sulla responsabilità sociale d'impresa in Europa, in Italia e nel Veneto", redatta da Raffaella Mantoan e Daniele Nicolai nell'ambito del master in "Responsabilità Sociale di Impresa" promosso dall'Università degli Studi di Verona.

L'estratto riporta alcuni periodi della Premessa e il paragrafo 2.3.

Il documento completo è disponibile alla sezione documenti del sito www.bilanciosociale.it e nel sito www.venetoresponsabile.it.

³ Libro verde-Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese, COM(2001)-336 def. 18/07/2001, paragrafo 2, punto 21.

⁴ Il progetto è stato presentato per la prima volta all'Università Bocconi il 13 dicembre 2002.

Il 14 novembre 2003 alla Conferenza intergovernativa di Venezia il progetto CSR-SC è stato presentato ufficialmente quale "*primo modello per la definizione di un quadro di riferimento europeo per la RSP*".

⁵ Sodalitas, convegno "Responsabilità sociale, l'impresa per il futuro". Milano, 10 febbraio 2003 sul sito <http://www.sodalitas.it/sodalitas/sodalitas.htm?sodalitas/documenti/html/documenti.htm?5>

⁶ Sodalitas è un'emanazione di Assolombarda. Vedasi il sito www.sodalitas.it

⁷ Impronta Etica è un *network* di imprese per diffondere e promuovere la responsabilità sociale e per competere eticamente sul mercato. Soci fondatori sono: ATC-Bologna, Coop Adriatica, Granarolo, Conad, Coopfond, SCS consulting, CAMST. Vedere il sito www.improntaetica.it

⁸ ISVI, Istituto per i valori d'impresa. Vedere sito www.isvi.org

Per **Confindustria** la strada della RSI, come “*confronto non più ristretto agli shareholder⁹ ma anche ai diversi stakeholder presenti dove le imprese svolgono la loro attività*”, è percepita come un necessario percorso da intraprendere per la sopravvivenza nel mercato. La RSI viene piuttosto interpretata come un “*market-driven process*”¹⁰ che può e deve realizzarsi solo su base volontaria; “*le chiavi del successo delle iniziative di responsabilità sociale sono il dinamismo, la creatività e l’innovazione che permettono al management di sviluppare azioni nuove e diverse, sempre più mirate agli specifici contesti*”. Pertanto la RSI è un processo dinamico, in continuo adattamento al mercato e alle aspettative dei soggetti che lo animano.

Anche Confindustria paventa il timore che la certificazione, come strumento-indice di RSI, possa comportare rischi di burocratizzazione dell’impresa.

Una posizione diversa rispetto alle due sopra descritte si ritrova in **Confcommercio**¹¹, anch’essa favorevole al ricorso volontario alla certificazione, purché accompagnata da un sostegno economico da parte del Governo.

In sintesi, vengono riportate nella tabella¹² di pagina seguente le posizioni delle associazioni di categoria considerate.

Associazione	Approccio	RSI	Certificazione
Assolombarda	Volontario	<i>Governance allargata</i>	NO
Confindustria	Volontario	<i>Market-driven process</i>	NO
Confcommercio	Volontario		SI purchè sostenuta con incentivi da parte del governo soprattutto per le imprese certificate SA8000

⁹ Per *shareholder* si intendono gli azionisti.

¹⁰ Ossia come un processo guidato dal mercato.

¹¹ Sergio Billè al convegno “*Corporate Social Responsibility: etica ed imprese*”. Roma, 22 novembre 2002. Si veda il sito http://www.confcommercio.it/home/Interviste/2002/festival.doc_cvt.htm

¹² Le tabelle riepilogative dei singoli interventi sono state elaborate da Raffaella Mantoan e Daniele Nicolai.