

## CSR: un impegno verso il futuro

Un altro importante appuntamento, il terzo, che coinvolge le istituzioni e gli *stakeholder* attivi sul territorio nazionale sul tema della Corporate Social Responsibility: a due anni dalla presentazione del progetto CSR SC del ministero del lavoro e delle politiche sociali (Milano, 13 dicembre 2002) e a un anno dalla Conferenza Europea sulla CSR (Venezia, 14 novembre 2003), il governo italiano interpella alcune delle “voci” più significative del panorama politico, sociale e imprenditoriale italiano, per fare il punto, in termini di sviluppo e iniziative concrete, sulle questioni legate alla responsabilità sociale d’impresa e alla sostenibilità, nella convinzione che la costruzione di una strategia condivisa sulla Responsabilità sociale sia un passo fondamentale per migliorare la competitività del Paese, aumentare la coesione sociale e proseguire il cammino verso un modello sostenibile di sviluppo, nel rispetto delle attese delle future generazioni. L’apertura della conferenza nazionale è stata affidata al Ministro Maroni, che ha ricordato e ribadito i presupposti dell’argomento oggetto del confronto, ovvero la **volontarietà** dei comportamenti socialmente responsabili, che devono divenire patrimonio culturale delle imprese che li adottano, nonché la necessità di definire uno strumento di **valutazione** e **misura** del “grado di consapevolezza” del mondo imprenditoriale nei riguardi di certe tematiche, in grado di rispondere a criteri di modularità, ossia risultare adattabile alle PMI, così come alle micro e grandi imprese (finora l’unico esperimento in questo senso ha prodotto un set di **indicatori** testato su 25 imprese).

A favore di una diffusione il più possibile estesa e capillare di concetti e pratiche di CSR, il Ministro ha poi annunciato l’impegno su due fronti: la promozione di campagne di comunicazione, attraverso i principali media (è stato presentato il primo di una serie di spot istituzionali sulla CSR) e l’istituzione di una Fondazione scientifica, cofinanziata dal governo, con autonomia propria ma in stretta e continua collaborazione con la Commissione europea che, dal canto suo, ha voluto sottolineare, nella persona del nuovo Commissario per l’occupazione e gli Affari sociali, Vladimir Spidla, l’attenzione rafforzata delle politiche internazionali, ai temi della CSR e a quelli concernenti la trasparenza delle imprese, sui quali verterà appunto la prossima comunicazione della Commissione.

Altro segnale positivo, l’interesse dimostrato dalle Camere di Commercio, che, come ha riferito il Presidente di Unioncamere Carlo Sangalli “*dopo la firma, nel novembre 2003, di un protocollo d’intesa con il ministero del Welfare per supportare iniziative di sensibilizzazione rivolte in particolare alle PMI, si attiveranno nell’apertura di sportelli dedicati alla CSR (se ne prevedono almeno 60 in tutta Italia), ovvero strutture snelle e flessibili per realizzare un modello che vada al di là delle prescrizioni vigenti e punti su volontarietà e autovalutazione”.*

“*Cura della Formazione, dell’inserimento in azienda e dei rapporti con l’ambiente esterno, intesi come relazioni con le categorie privilegiate dei contatti aziendali (i clienti e i fornitori)*” sono gli obiettivi da perseguire in tema di CSR, secondo il Presidente di Confindustria Luca Cordero di Montezemolo per ottenere maggiore innovazione e solidarietà, dunque competitività sul mercato.

Interessante infine l’intervento di Edoardo patriarca, portavoce Forum Terzo Settore, che ha raccolto alcuni suggerimenti emersi dal dibattito, elaborandoli e puntualizzandoli in una serie di proposte aperte per il futuro:

1) affinché il discorso subisca un’evoluzione positiva, occorre dimostrare la correlazione tra **buone pratiche** di CSR ed **efficienza economica** : un contributo fondamentale in questo senso può essere fornito da una rielaborazione degli indicatori già esistenti, in modo da renderli il più possibile adattabili alla “conformazione” delle piccole e medie imprese italiane, che rappresentano, come è noto, il tessuto economico del nostro Paese;

2) è importante anche rafforzare il dialogo con gli stakeholder coinvolti, *in primis* i cittadini e le loro rappresentanze organizzate, che possano rilevare le criticità emergenti di volta in

volta e farsene portavoci presso gli imprenditori, in modo da rendere il discorso di CSR uno strumento di crescita aziendale, e non di *Marketing sociale*;

3) occorre inoltre “ripensare”, sempre in un’ottica di superamento della teoria a favore di un’applicazione pratica e di una adesione convinta a certi assunti, gli strumenti che hanno finora “raccontato” la CSR, ossia il bilancio sociale, il codice etico etc., o magari inventarne altri, più funzionali al raggiungimento di certi risultati.

4) vanno infine considerate come parte integrante del discorso anche le imprese pubbliche, ed è auspicabile un loro maggior coinvolgimento, a partire dalle amministrazioni locali.

**Donatella L. M. Vasselli**