



**POLITICHE ED ESPERIENZE ITALIANE DI CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY**

ISFOL

Queste slide raccolgono e diffondono i principali risultati di un'indagine realizzata dall'ISFOL, raccolti nel volume *Responsabilità sociale d'impresa. Policy e pratiche*, di cui è Autrice Paola Nicoletti, edito dall'ISFOL nella Collana I Libri del Fse, 2014.

La ricerca è stata finanziata nell'ambito della Programmazione FSE 2007-2013 – PON a titolarità del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali “Governance e azioni di sistema” (Ob. Convergenza) e “Azioni di sistema” (Ob. Competitività regionale e occupazione), Asse Adattabilità, Obiettivo specifico 1.4 Formazione e impresa formativa, Attività 2, annualità 2012-2013.

Mariagrazia Di Salvo ha realizzato l'impaginazione, la presentazione multimediale delle slide, Paola Nicoletti è autrice dei contenuti.

CONTATTI

Riferimenti:

ISFOL

Corso d'Italia, 33

00198 Roma

Tel. (+39) 06854471

Fax (+39) 0685447334

www.isfol.it

Copyright (C) [2014] [ISFOL]

Quest'opera è rilasciata sotto i termini della licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 3.0. Italia License.
(<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/it/>)





Gli obiettivi della ricerca

- fornire uno scenario delle Policy in materia di Corporate Social Responsibility, a partire dall'analisi degli orientamenti comunitari sviluppatasi negli ultimi decenni, fino alla nuova strategia europea e al Piano d'azione nazionale;
- individuare alcune esperienze significative di responsabilità sociale d'impresa adottate nel nostro paese, sia nelle multinazionali e nelle grandi imprese, che nelle imprese di dimensioni minori, che si sono sviluppate anche grazie a standard e linee guida internazionali di gestione sociale.

La nuova definizione Ue di CSR

La nuova definizione di CSR quale «responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società» si discosta dalla precedente concezione che considerava la CSR come l'integrazione da parte delle imprese degli aspetti sociali ed ambientali nelle proprie strategie aziendali su base volontaria.

Si sposta l'attenzione dalle singole iniziative all'interno delle aziende verso una visione globale delle attività d'impresa.



I principali risultati sulle policy

La nuova strategia dell'Ue e la strategia nazionale sulla RSI

Le opinioni emergenti dalle testimonianze dirette risultano abbastanza diversificate, soprattutto sul fronte dei sistemi di rappresentanza, laddove alcuni intervistati vedono sostanzialmente con favore la nuova strategia, mentre altri non la condividono perché limiterebbe la flessibilità dei percorsi di RSI. I punti di vista sono però unanimi sulla natura volontaria dell'adozione di comportamenti socialmente responsabili da parte delle imprese.



I principali risultati sulle policy

La cultura della responsabilità sociale e della sostenibilità

Si configurano, per grandi linee, sostanzialmente tre diversi filoni di pensiero:

- il primo, per il quale nel nostro paese la cultura della responsabilità sociale e del ruolo sociale dell'impresa è sufficientemente diffusa, sia presso le imprese che nella società civile;
- il secondo, che ritiene questo processo non del tutto realizzato, nonostante gli importanti progressi compiuti;
- un terzo filone, che sottolinea il ritardo e la strada che ancora bisogna percorrere in questa direzione.



I principali risultati sulle policy

I rapporti tra la RSI e il modello di governance aziendale

Le imprese considerano oggi la RSI a pieno titolo parte della cultura di impresa e, in quanto tale, elemento intrinseco alla gestione aziendale

La responsabilità sociale/sostenibilità si integra nell'impianto valoriale, decisionale e gestionale d'impresa, costituendo realmente uno strumento gestionale delle politiche aziendali a valenza strategica



I principali risultati sulle policy

Per una rendicontabilità sociale semplificata delle PMI

- redazione del bilancio sociale/di sostenibilità, come realizzata dalle grandi imprese e dalle multinazionali, non é esportabile alle PMI
- opportunità, se avvertita dalla singola piccola impresa, di ricorrere all'utilizzo di procedure semplificate, snelle e graduali, anche in funzione delle reali esigenze di un reporting sociale o di sostenibilità in rapporto alla tipologia di azienda, alle attività che svolge e ai suoi mercati di riferimento

Le esperienze significative

Le motivazioni alla scelta della sostenibilità

Le ragioni per approcciare e sviluppare tali strategie sono molteplici e variano da impresa a impresa, dato che ciascuna realtà imprenditoriale è portatrice di propri valori, ma alcune motivazioni risultano trasversali:

- ragioni etiche e culturali,
- migliorare la produttività e l'organizzazione,
- migliorare il rapporto con gli stakeholder
- contribuire allo sviluppo sostenibile,
- promuovere il brand verso i clienti e la società
- accrescere la condivisione dei valori aziendali con i dipendenti.

La governance della CSR

Le modalità e il livello di coinvolgimento degli stakeholder

Il coinvolgimento dei portatori di interesse avviene a vari livelli, che vanno dalla semplice consultazione fino alla gestione di progetti in partnership con istituzioni e associazioni non profit. Si registra una diffusa e costante integrazione tra il livello operativo - finalizzato alla comprensione delle istanze dei portatori di interessi - e il livello strategico, per l'individuazione comune delle linee di indirizzo per le strategie di sostenibilità



La governance della CSR

Il modello di coinvolgimento dei dipendenti nell'approccio alla sostenibilità

Le soluzioni adottate risultano abbastanza diversificate:

- in alcune esperienze vengono coinvolti tutti i dipendenti, in altri soltanto i vertici aziendali, il top management
- quando è coinvolto tutto il personale, le modalità sono sia di informazione, sia anche di sensibilizzazione che di pieno coinvolgimento nella scelta delle attività di CSR da realizzare

La governance della CSR

Le modalità di organizzazione della funzione CSR all'interno delle aziende

- nel 66% dei casi analizzati funzione/unità che opera trasversalmente ai diversi dipartimenti
- nel 17% dei casi responsabilità affidata ad un Comitato etico appositamente creato
- nel 17% dei casi non c'è una funzione unica di responsabile CSR



Le iniziative di corporate welfare

Il quadro è molto ricco, gli ambiti specifici sono molto articolati, anche se si riscontra una certa concentrazione su alcune iniziative, tra tutte quelle analizzate nei seguenti contesti: conciliazione tra lavoro e famiglia; misure a sostegno del reddito; tutela pensionistica; sostegno all'istruzione; salute, previdenza, assistenza; time saving

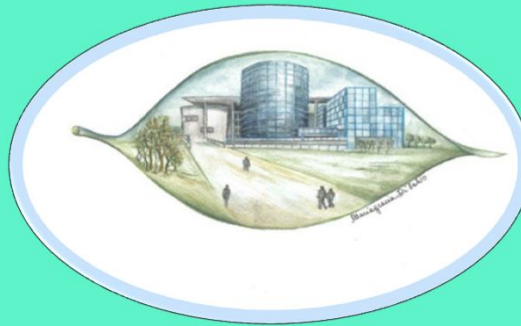
Conciliazione tra tempi di lavoro e tempi dedicati alla famiglia

- tutte le imprese intervistate hanno attivato forme di part time verticale o orizzontale, hanno adottato flessibilità negli orari di lavoro (in entrata, in uscita, in pausa pranzo) e previsto permessi per esigenze particolari, quali ad esempio il volontariato
- c'è una forte concentrazione sulla presenza di una mensa aziendale soprattutto da parte delle imprese di dimensione medio-grande, ed una presenza di campi vacanze
- oltre un terzo delle imprese ha previsto iniziative di integrazione facoltativa del congedo di maternità o paternità ed iniziative volte a favorire la mobilità tra casa e lavoro
- nessuna impresa intervistata ha attivato un servizio di baby sitting e solo due imprese coinvolte in questa indagine hanno un servizio di asilo nido (interno o tramite convenzioni con strutture esterne), così come nessuna ha adottato forme di job sharing



Misure a sostegno del reddito

- forte concentrazione di iniziative sulle convenzioni per l'acquisto di beni o servizi
- l'integrazione del reddito in caso di CIG e malattia prolungata rappresenta un terzo degli interventi,
- discreta attenzione anche al supporto legale per problemi personali



Misure a sostegno dell'istruzione

- forte concentrazione di permessi per facilitare il conseguimento di titoli di studio
- iniziative di sostegno all'apprendimento della lingua italiana per stranieri
- erogazione di borse di studio per i figli dei dipendenti, ma non di buoni libri per i figli dei dipendenti