



***“POLICY E PRATICHE DI SOSTENIBILITÀ NELLE
GRANDI IMPRESE E NELLE PMI”***

SINTESI DEI CONTENUTI DEL WORKSHOP ISFOL

Roma, 26 giugno 2014

di Paola Nicoletti

ISFOL

UNA COMMUNITY SULLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Il Workshop è stato finalizzato ad analizzare e diffondere i risultati del volume di Paola Nicoletti *“Responsabilità Sociale d’Impresa. Policy e Pratiche”* e a mettere a confronto l’opinione di esperti, rappresentanti delle istituzioni, delle imprese e delle parti sociali su questi temi, consolidando e approfondendo quanto emerso dall’indagine, con uno specifico riguardo alle PMI. Queste ultime rappresentano infatti l’oggetto di una nuova attività di ricerca dell’Isfol, in corso di realizzazione, per la quale sono stati raccolti dal dibattito spunti e suggerimenti, per fare luce sulle peculiarità e le potenzialità di queste aziende, in particolare sul tema della formazione delle risorse umane, quale pilastro della sostenibilità della Responsabilità Sociale d’Impresa.

Si è trattato di un momento di riflessione, dibattito e confronto molto interessante per esperienze e patrimonio di idee che, da quanto condiviso dai partecipanti, rappresenta una prima tappa di un percorso di collaborazione più ampio che nasce dall’aver dato vita, con il workshop, ad una piccola ma rilevante Community sulla Responsabilità Sociale.

L’incontro si è aperto con l’analisi degli snodi strategici nei modelli di governance della CSR e si è sviluppato a partire da alcuni spunti di riflessione già forniti ai partecipanti.

Il primo tema affrontato concerne la corresponsabilità tra gli attori pubblici e privati che concorrono alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica in una visione di economia partecipata: i cittadini, quali consumatori, risparmiatori, investitori, membri della comunità che sono in grado di incidere fortemente ben più di altri attori sul comportamento responsabile e sostenibile delle imprese nei confronti della società, perché sono in grado di orientare i mercati, attraverso le loro scelte di acquisto, privilegiando prodotti e servizi di aziende sostenibili, sostenendo il cambiamento con i loro stili di vita, le loro esigenze di chiarezza, partecipazione, coinvolgimento; le istituzioni pubbliche, che possono facilitare un contesto favorevole allo sviluppo della RSI principalmente attraverso incentivi premianti e di stimolo al comportamento socialmente responsabile delle imprese, come il recentissimo decreto Mef-Mise sul rating di legalità attribuito alle imprese dimostra. Ma le istituzioni possono incidere fortemente anche a livello educativo e formativo, promuovendo programmi didattici mirati su questi temi già dalla scuola; infine le imprese, che devono rendere concreti i principi dichiarati nei propri Codici etici, carte dei valori, codici di autoregolazione e di comportamento, codici di autodisciplina o di condotta variamente denominati e mirare a sviluppare comportamenti e investimenti sostenibili per efficienza, qualità ambientale e sociale.

Il tema della corresponsabilità è strettamente collegato al ruolo sociale dell’impresa che la crisi, come si evince dall’indagine e dal dibattito, ha reso ancor più evidente date le difficoltà degli Stati a mantenere i sistemi di welfare e che rappresenta un’occasione per ripensare un nuovo modello di sviluppo economico.

Un modello che coinvolga tutti gli stakeholder, che siano individui, comunità o organizzazioni che influiscono direttamente o indirettamente sulle operazioni di un’impresa o ne subiscono le ripercussioni, che hanno un interesse nell’attività dell’impresa e il cui consenso permette alla stessa di funzionare in modo migliore, massimizzando il valore “condiviso”. L’obiettivo sta nella creazione di valore sociale, e non esclusivamente economico, attraverso processi sostenibili che, accompagnando tutta la catena del valore di un’impresa, siano in grado di soddisfare i bisogni dei vari stakeholder, ma anche più ampi bisogni sociali, generando benessere per le famiglie, i territori, la collettività.

Il valore della condivisione che si concretizza tra benessere delle persone e interesse dell’impresa è stato sottolineato in diversi interventi, a dimostrazione di come non debba essere sottovalutato, anche tenuto conto di come il sociale sia rientrato nell’economia, aprendo un nuovo ciclo di relazionalità tra i soggetti, “il ciclo del noi”, della convivenza, dell’identità e della dimensione

collettiva che segna la fine della “stagione dell’io”, della soggettualità esasperata che ha portato ad uno sviluppo individualistico.

Il dibattito ha messo in luce anche l’opportunità di una nuova definizione di Corporate Social Responsibility, più ampia e calzante per il nostro paese, che allarghi i suoi confini superando l’ambito Corporate per divenire una responsabilità sociale di territorio, che tenga conto anche della responsabilità dei cittadini, dei consumatori e delle parti sociali. Dalla Corporate Social Responsibility ad una Commun Social Responsibility nella quale possa essere valorizzato anche il partenariato tra pubblico e privato.

Un partenariato che, a detta di diversi partecipanti, ha ben funzionato ad esempio nel caso dell’impegno del Ministero dello sviluppo economico - Punto di Contatto Nazionale Ocse – che ha costituito un tavolo multistakeholder sull’implementazione della CSR nella catena di fornitura sulla filiera del tessile, con l’individuazione di indicazioni e linee guida comuni che il nostro paese si appresta a diffondere, come ha già fatto la Francia; un lavoro apprezzato dalle parti sociali.

D’altra parte, come è emerso chiaramente nel workshop, non è più possibile parlare di CSR come se ne parlava prima della crisi, altrimenti il rischio di autoreferenzialità è forte. Con la crisi è cambiata la sensibilità verso questa tematica, e l’impegno di tutti gli attori coinvolti, perché il sociale è ritornato ad essere parte integrante dell’economia, non più una parte aggiuntiva come è accaduto negli scorsi anni, in funzione di una maggiore solidarietà. Il recupero di attenzione del sociale comporta un cambiamento di sensibilità da parte delle imprese – a tutti i livelli aziendali – delle amministrazioni, delle stesse parti sociali. La crisi ha finito con il decontestualizzare la Corporate Social Responsibility, che ora costituisce parte integrante delle politiche industriali, uscendo dai precedenti schemi, così come ha decontestualizzato la politica, la classe dirigente e il ceto medio, che è divenuto meno benestante rimanendo tuttavia sempre esigente nei suoi bisogni consolidati e in quelli emergenti. L’esigenza che si avverte, con il passaggio della crisi, è di ritrovare una dimensione collettiva che apra nuovi spazi che gli attori chiave devono saper interpretare e presidiare con il loro impegno, in una rete di relazioni.

Si è registrata inoltre una forte consapevolezza sull’importanza delle risorse umane, al centro di questo processo quale pilastro fondamentale della RSI, come il trend sull’investimento in formazione e sulle iniziative di corporate welfare dimostrano e come ha confermato il dibattito.

Per quanto riguarda in particolare le PMI, si delineano altri snodi strategici analizzati dai partecipanti nell’incontro.

Innanzitutto l’emersione della responsabilità sociale che, in particolare nelle micro-imprese, è un processo informale, non organizzato né comunicato agli stakeholder, un processo destinato a rimanere informale e intuitivo, come dichiara la stessa Commissione europea nella sua ultima comunicazione sulla CSR. È il fenomeno della “RSI sommersa”, ossia di comportamenti che, seppure in linea con i dettami della responsabilità sociale non sono organizzati, identificati o comunicati agli stakeholder come tali attraverso varie forme di comunicazione, tra cui il reporting sociale o di sostenibilità. Le PMI collocate all’interno delle filiere (catene del valore) globali mostrano maggiore attenzione alla comunicazione della CSR, trainate dalle richieste delle grandi aziende multinazionali, che fanno da apripista. È condivisa dai partecipanti l’importanza di favorire nel modo più ampio possibile l’emersione dell’impegno profuso nella responsabilità sociale e nella sostenibilità ambientale dalle aziende di dimensioni minori, per comunicarlo all’esterno, aiutando e supportando le PMI sul fronte del commitment della dirigenza, con modalità più moderne e con il ricorso a distretti comunicazionali e ad indici di sostenibilità per le PMI da accompagnare al bilancio civilistico.

Strettamente connesso è il tema dell’innovazione e della formazione implicita, dell’apprendimento di tipo non formale, intenzionale, volontario ma non certificato, non convenzionale che non viene misurato, di cui non è agevole tener conto, che non rientra nelle statistiche, ma che è ampiamente

utilizzato dalle piccole e micro imprese quasi come prassi quotidiana. Si tratta di una formazione sommersa, quasi spontanea, ma determinante nelle piccole e micro imprese per trasferire il know how al personale. Il passaggio di conoscenze, atteggiamenti e comportamenti avviene infatti spesso in tali imprese per affiancamento, o per autoapprendimento, o attraverso la formazione sul lavoro, piuttosto che per attività corsuali effettuate internamente o esternamente.

È stato messo in luce molto chiaramente come il futuro di una CSR modernamente intesa passi necessariamente, nelle PMI, attraverso l'emersione della formazione implicita, dell'innovazione implicita e della stessa responsabilità sociale implicita.

Un altro aspetto dibattuto è quello delle aggregazioni tra imprese quale strumento di sostenibilità, e su questo emerge come ci sia molto da lavorare anche all'interno delle associazioni, così come sul tema legato alle azioni e ai contenuti per favorire l'occupazione giovanile previste dal recente Piano Youth Guarantee, dove si individuano interventi mirati a promuovere programmi di RSI orientati all'attivazione del raccordo con l'istruzione, la formazione e l'occupazione, tenendo conto del rapporto tra le generazioni. In particolare Anima per il sociale nei valori d'impresa sta lavorando sui contenuti di tali programmi nei percorsi formativi e di orientamento, per favorire l'inserimento professionale e trasmettere ai giovani l'importanza della cultura d'impresa e di una crescita sostenibile dal punto di vista economico, sociale ed ambientale, favorendo un forte impegno da parte degli stessi giovani in termini di innovazione nelle organizzazioni nelle quali andranno ad operare.

Il dibattito si è incentrato anche su altri aspetti, quali: l'importanza del riconoscimento della CSR nella contrattazione collettiva, come accade nel settore chimico che svolge un ruolo pionieristico che potrebbe servire da modello per altri settori; le politiche per qualificare questo processo di responsabilità e sostenibilità che, a detta di alcuni partecipanti potrebbero essere più incisive insieme ad una maggiore sensibilità burocratica-istituzionale; la contaminazione delle esperienze tra grandi imprese e PMI e tra associazioni, che dovrebbe sempre più portare a disseminare e valorizzare buone pratiche; la misurazione del valore sociale creato con la RSI e la sostenibilità.

Infine sono state richiamate ed individuate interessanti esperienze di welfare aziendale, sotto forma di sostegno al reddito dei lavoratori, realizzate in provincia di Bergamo attraverso un voucher da distribuire ai lavoratori in CIG (modello tipo casse edili) e a Prato, con il *Progetto welfare per le pmi*, una sperimentazione bilaterale tra industriali e sindacati che sta avviandosi per potenziare il potere di acquisto dei lavoratori mediante beni e servizi scontati o agevolati e rimborsi per spese sostenute per vari motivi (libri per la scuola, retta dell'asilo nido, ecc.). È stato evidenziato però come il sostegno normativo per favorire iniziative di welfare aziendale sia ancora inadeguato.

Al fine di favorire un proficuo scambio di informazioni, esperienze, riflessioni tra tutti gli esperti della materia, in modo da implementare la Community sulla Responsabilità Sociale d'Impresa che ha preso vita con il workshop, si fa presente che la segreteria dell'Isfol sul tema della CSR (Maria Grazia Di Salvo, tel. 06-85447521, e-mail: m.disalvo@isfol.it) è a disposizione quale punto di snodo tecnico ed organizzativo.