



Associazione
per lo Sviluppo dell'Imprenditoria
nel Sociale



SODALITAS, Associazione per lo Sviluppo dell'Imprenditoria nel Sociale, nasce nel 1995 per iniziativa di Assolombarda e di quattordici delle sue aziende associate, con l'obiettivo di *"aiutare chi aiuta, creando un ponte tra il mondo dell'impresa e il nonprofit"*.

Si tratta di un inedito esperimento che coniuga volontariato d'impresa con volontariato manageriale, razionalità con solidarietà. Il ruolo di Sodalitas si esplica concretamente in due direzioni:

- da un lato contribuisce alla professionalizzazione gestionale del nonprofit, trasferendo cultura e competenze d'impresa alle organizzazioni del terzo settore;
- dall'altro incoraggia il coinvolgimento delle aziende nel sociale, fornendo strumenti di intervento e consulenza.

Questo secondo asse strategico dell'attività di Sodalitas è un obiettivo che l'Associazione ha adottato in un momento successivo, incoraggiata e sollecitata dalle sue stesse imprese socie (ad oggi 51) e che prevede la sperimentazione sul campo di progetti di impegno sociale. L'obiettivo è, infatti, quello di stimolare l'evoluzione dell'impresa dal suo ruolo esclusivo di attore economico, a quello strategico di fattore di coesione sociale.

L'attività di Sodalitas verso le imprese ha portato in questi anni alla messa a punto di strumenti e programmi atti a favorire una gestione aziendale socialmente responsabile. Essa prevede:

- a) **l'assistenza progettuale nella realizzazione concreta di iniziative di responsabilità sociale d'impresa:** dall'informazione alla consulenza, fino all'accompagnamento e alla valutazione dei risultati.

In questo campo, le principali aree di intervento sono:

- **Bilancio Sociale:** supporto metodologico per raccogliere in un unico documento tutte le informazioni relative agli impatti economici e socio-ambientali dell'attività di un'impresa;
- **Marketing sociale:** affiancamento nella scelta di partner nonprofit e nell'impostazione della campagna di marketing sociale;
- **Volontariato d'impresa e coinvolgimento dei dipendenti:** assistenza nello sviluppo di un dialogo costruttivo tra impresa e territorio, attraverso programmi di appoggio e di supporto al volontariato di dipendenti o di distacco e missioni di sviluppo manageriale presso organizzazioni nonprofit;
- **costruzione e gestione di una fondazione d'impresa:** individuazione degli ambiti di intervento della fondazione per dare continuità e visibilità all'impegno sociale dell'azienda;
- **partnership con la società civile:** sostegno nella costruzione di una partnership tra impresa, comunità e territorio che, integrando risorse e competenze, veda tutti gli attori in gioco impegnati in un'azione congiunta, orientata ad un obiettivo sociale condiviso.

- b) **la diffusione di una cultura d'impresa socialmente responsabile:**

Sodalitas si è fatta e si fa promotrice di numerose iniziative in tal senso, come ad esempio:

- * la **tappa italiana della Campagna europea sulla Responsabilità Sociale**, che, inaugurata ad Atene nel 2000 da CSR Europe, ha toccato 15 Paesi dell'Unione, attraverso una vera e propria "maratona". Conclusasi a Milano con la Conferenza nazionale *"Responsabilità sociale & l'impresa per il futuro"*, l'iniziativa, organizzata da Sodalitas in collaborazione con ISVI e Impronta Etica, si è rivelata un'occasione unica di dialogo e di confronto fra le imprese partecipanti sui temi e sulla sensibilità ai problemi socio-ambientali. L'evento, che ha raccolto l'adesione di più di 800 imprese e 2000 persone, ha rappresentato, inoltre, per il nostro Paese un punto di svolta: da un lato la presa di coscienza dell'attualità delle problematiche legate alla responsabilità sociale delle imprese; dall'altra la necessità di condividere esperienze e sperimentare sul campo strumenti concreti di impegno nel sociale;
- * il **Sodalitas Social Award**, il Premio nazionale destinato alle aziende che si sono distinte nella realizzazione di programmi di alto contenuto e valore sociale, che, giunto ormai alla sua terza edizione, si propone di innescare un meccanismo emulativo tra le imprese, portandole a conoscenza degli strumenti, dei vantaggi e delle numerose applicazioni possibili della CSR;

- * il **Centro per lo Sviluppo della Responsabilità Sociale d'Impresa**. Costitutosi nel luglio del 2003 come seguito attuativo della tappa italiana della Campagna europea sulla CSR, fin dalla sua nascita, il Centro si è posto come un punto di riferimento per le imprese interessate al tema della responsabilità sociale, come punto di raccolta delle esperienze aziendali, come catalizzatore per lo sviluppo della CSR in Italia. Un dinamico polo di aggregazione ed iniziative d'impresa, aperto ad un confronto multi-stakeholder.

Il Centro si avvale di un Comitato Scientifico, composto dai maggiori esponenti del mondo accademico a livello nazionale ed internazionale, esperti in materia di CSR. Compito specifico del Comitato è di fornire un contributo culturale e di confronto sulle direttrici di azione.

In un anno di attività, il Centro ha rafforzato il suo ruolo sviluppando la sua azione lungo tre assi principali:

- **Osservatorio**: per il monitoraggio, la documentazione e la ricerca sullo sviluppo e l'evoluzione della CSR: i già esistenti database di Orsadata (www.orsadata.it) e Osservatorio sul marketing sociale (www.sodalitas.it) sono stati arricchiti dalla pubblicazione di nuove ed interessanti case histories. Orsadata (Osservatorio sulla Responsabilità Sociale delle Aziende), è un progetto pilota europeo che si propone di fornire una visione organica e costantemente aggiornata di imprese italiane maggiormente impegnate nel sociale. L'Osservatorio, introdotto in Italia nel 2000 e realizzato da Sodalitas, ISVI (Istituto per i Valori d'Impresa) e Impronta Etica, si propone come strumento di diffusione, presso la società italiana, della cultura d'impresa socialmente responsabile.

I casi d'impresa (circa 250) si articolano in 8 categorie principali: Accountability, auditing e reporting; Valori, codici, governance e sistemi di gestione; gestione dell'impatto ambientale; partnership con la comunità; tutela dei diritti umani e globalizzazione; inclusione finanziaria e investimenti socialmente responsabili; sviluppo delle risorse umane; Cause Related Marketing.

Orsadata diventa così, nella sua unicità, uno strumento utile alle imprese che vogliono conoscere più da vicino e più concretamente gli strumenti e le modalità d'applicazione della CSR, facendo da contenitore di casi esemplari da imitare.

L'Osservatorio sul marketing sociale, gestito da Sodalitas insieme a Nielsen Media Research, documenta le buone iniziative commerciali di partnership tra imprese ed organizzazioni nonprofit e misura gli investimenti delle imprese italiane in marketing sociale.

- **Forum**: luogo di approfondimento e di dibattito sull'evoluzione degli strumenti di responsabilità sociale a disposizione delle imprese. Sette i workshop realizzati fin'ora: sul "Cause Related Marketing", su "Etica e impresa", "Corporate Governance e sistemi di gestione", "Misurazione, reporting e assurance", "Partnership nella comunità", "Finanza e responsabilità sociale", "Codici di comportamento e valori".
- **Laboratorio**: luogo di sperimentazione e perfezionamento di nuovi strumenti di CSR. Avvalendosi del supporto del Comitato Scientifico, il Laboratorio ha lanciato i "gruppi tematici d'impresa" per fornire assistenza progettuale alle imprese per i loro interventi nel sociale. Sono già esistenti un gruppo tematico sul Cause Related Marketing (che ha realizzato un codice di comportamento per un CRM efficace e trasparente), uno sulle Fondazioni d'impresa e uno sulla Corporate governance.

Tra le iniziative supportate dal Comitato Scientifico vi è anche il progetto di una "Carta dei Valori della CSR" che coinvolgerà l'imprenditoria italiana e la partecipazione come interlocutore attivo al Forum italiano multistakeholder sulla responsabilità sociale d'impresa, promosso dal Ministero del Welfare.

Le **Ricerche Ipsos-Explorer** forniscono, inoltre, dati quantitativi e risultati attraverso indagini e interviste su un campione rappresentativo, relativamente all'impegno sociale di un'impresa e all'azione benefica che essa svolge nei confronti della società.

- * il **CSR Monitor**, newsletter digitale con periodicità mensile, rivolta ad un pubblico selezionato di soggetti interessati a ricevere un aggiornamento organico su quanto avviene in fatto di programmi, tendenze, ricerche, convegni, a livello sia italiano che internazionale, sulla responsabilità sociale. Il CSR Monitor conta più di 2000 iscritti ed è realizzato attivando la rete europea di relazioni di Sodalitas con i più dinamici centri di promozione della CSR;

c) **lo sviluppo di partnership consolidate con network europei più attivi in materia di CSR:**

- * Sodalitas collabora inoltre con le istituzioni locali e nazionali, il Ministero del Welfare, il mondo della scuola e dell'università, la Pubblica Amministrazione, al fine di promuovere iniziative destinate ad una sempre più ampia cultura della responsabilità sociale d'impresa come fattore di sviluppo del Paese. È partner nazionale di **CSR Europe** (il network di imprese e associazioni con sede a Bruxelles che opera con il supporto della Commissione per la promozione della responsabilità sociale in Europa), è membro di **Efc** (European Foundation Centre, associazione nata per incrementare le attività di filantropia organizzate da privati) e di **Isea** (Institute of Social and Ethical Accountability, organizzazione inglese attiva nel campo della ricerca e consulenza in materia di Social and Ethical Accountability, Auditing e Reporting), è affiliate di **Eabis** (European Academy of Business in Society, network di imprese, istituzioni accademiche e governative autonome, impegnato nello sforzo di integrare la CSR nel cuore della teoria e della pratica economica).

Per informazioni:

Sodalitas, Associazione per lo Sviluppo dell'Imprenditoria nel Sociale

Via Pantano, 2 – 20122 Milano

Tel 0286460236 Fax 0286461067 – Email sodalitas@sodalitas.it