

# Introduzione alla responsabilità sociale delle imprese (CSR) per le piccole e medie imprese



Commissione europea  
Direzione generale Imprese

*Questa guida è stata messa a punto come parte della campagna di sensibilizzazione paneuropea in materia di CSR, un'iniziativa della Commissione Europea, Direzione Generale per le Imprese.*



Come può un imprenditore, impegnato tutti i giorni nella gestione della propria azienda, assicurare allo stesso tempo all'impresa il vantaggio dato dalla competitività a lungo termine e, in generale, la continuità degli affari? Curando costantemente i clienti acquisiti e acquisendone di nuovi, sviluppando nuovi prodotti e nuovi servizi, e – soprattutto – assicurando profitti all'impresa. La responsabilità sociale delle imprese (Corporate Social Responsibility - CSR) – o, se vogliamo, imprenditoria socialmente responsabile – può contribuire al raggiungimento e al rafforzamento di tutti questi obiettivi.

Per "imprenditoria socialmente responsabile" si intende una strategia che garantisca la riuscita economica di un'impresa, badando però anche al rispetto dei principi sociali e ambientali. Significa, in altre parole, soddisfare le esigenze del cliente e saper gestire allo stesso tempo le aspettative di altri soggetti, come ad esempio il personale, i fornitori e la comunità locale di riferimento. La responsabilità sociale delle imprese vuol dire dare un contributo positivo allo sviluppo dell'azienda e gestire il suo impatto con l'ambiente economico e istituzionale in cui opera. Essa può apportare benefici diretti alle imprese e garantire, al contempo, la competitività a lungo termine.

## 1. Perché diventare un imprenditore socialmente responsabile?

La responsabilità sociale delle imprese consiste essenzialmente nel preservare la riuscita economica e nel trarre vantaggi commerciali, migliorando la reputazione dell'azienda e conquistando la fiducia dei portatori di interesse (stakeholder) e della comunità locale.

I vostri clienti vogliono un fornitore affidabile, che sia riconosciuto per la qualità dei prodotti e dei servizi che offre.

I vostri fornitori vogliono clienti fidelizzati, che ripetano gli acquisti nel tempo ed effettuino tempestivamente i pagamenti. La comunità, in cui la vostra azienda è inserita, vuole contare sul fatto che questa operi in maniera responsabile a livello sociale e ambientale. I vostri dipendenti, infine, vogliono lavorare per un'azienda di cui essere fieri e che riconosca il contributo che essi le apportano.

Il concetto di imprenditoria socialmente responsabile non è nuovo; la maggior parte delle aziende, soprattutto quelle piccole, è da sempre vicina alle comunità locali; dagli albori del commercio umano, le imprese cercano di essere “buoni cittadini”. Molti imprenditori sanno istintivamente che ‘facendo la cosa giusta’ – soddisfare i clienti, guardare con

attenzione ai bisogni del personale, rispettare i fornitori, essere “buoni vicini” e tutelare l'ambiente – conviene all'impresa stessa. Negli ultimi anni inoltre, la responsabilità sociale è stata promossa anche in altro modo: basti pensare, ad esempio, alla pressione esercitata sulle imprese dai clienti, dalle comunità locali, dagli enti di controllo, dalle banche, dai finanziatori e dagli assicuratori.

Per rimanere competitive, le aziende devono sapersi adattare a queste nuove esigenze del mercato e della società in cui operano. La natura flessibile e ‘familiare’ di molte piccole e medie imprese (PMI) consente loro di reagire rapidamente dinanzi a tali cambiamenti, dal momento che esse possono individuare e sfruttare le opportunità di mercato più facilmente rispetto a molte grandi imprese. In questa guida vengono riportati molti case study – esempi reali di piccole imprese che adottano con successo politiche di responsabilità sociale delle imprese. Basti pensare alla Lippemeier, un'azienda tedesca che si occupa di pulizia industriale, che ha sviluppato nuovi servizi e nuovi prodotti per rispondere alla crescente domanda di prodotti più eco-compatibili.

## 2. Come si traduce in pratica il concetto di Responsabilità Sociale delle Imprese

Il concetto di Responsabilità Sociale delle Imprese prevede l'integrazione di istanze sociali e ambientali nella prassi aziendali. Quando ci si trova ad affrontare tali tematiche per la prima volta, è meglio procedere per gradi, concentrandosi su uno o più temi rilevanti per l'azienda e che si ritengono realizzabili nel breve periodo. Non si dovrebbe dimenticare inoltre di comunicare all'esterno cosa si sta facendo (vedasi la Guida alla comunicazione)!

L'azienda potrebbe ad esempio investire nelle risorse umane, offrendo la possibilità di partecipare a corsi di formazione dei cui risultati potranno beneficiare sia lavoratori, sia l'azienda stessa. Oppure potrebbe introdurre assetti che tutelino i lavoratori, ad esempio come ha fatto l'impresa slovena produttrice di letti Meblo Jogi (vedasi i case study). Questa impresa ha capito che comunicare alle risorse umane quanto il lavoro che svolgono sia importante e ascoltare le loro esigenze può essere una fonte di successo per l'azienda. I passi compiuti da Meblo Jogi hanno contribuito a migliorare il livello di fedeltà del personale e tale azienda è stata insignita di uno speciale premio per l'impegno a favore delle donne.

Un'impresa potrebbe inoltre sostenere una buona causa e incoraggiare le risorse umane a svolgere del volontariato per la comunità. L'impegno che l'azienda inglese Hanley Economical Building Society dimostra concretamente come sponsorizzare e partecipare a progetti

della comunità locale rappresenti un completamento vitale per gli obiettivi dell'azienda stessa (vedasi i case study). Il chiaro nesso che la Hanley nota fra redditività aziendale e benessere della comunità locale dovrebbe essere d'esempio ad altre realtà imprenditoriali.

Oltre alla gestione interna, un'impresa dovrebbe valutare la gestione dei rapporti con il territorio, la comunità locale e le istituzioni pubbliche. Le piccole imprese si dimostrano spesso abili nel gestire queste relazioni, dal momento che esse stesse sono parte integrante e visibile della comunità in cui operano. Il potere del coinvolgimento sociale e dell'importanza di costruire relazioni viene illustrato nel case study su Koffie Kàn, un'impresa belga che si occupa di torrefazione del caffè, il cui staff è formato da tre persone. Koffie Kàn si è impegnata sul territorio partecipando attivamente alla vita della comunità, cosa che ha contribuito notevolmente alla riuscita economica dell'azienda.

Le imprese potrebbero inoltre impegnarsi sul fronte della tutela ambientale. L'ottimizzazione energetica, la prevenzione dell'inquinamento, la minimizzazione dei rifiuti e il riciclaggio possono portare a riduzioni dei costi e favorire quindi la vitalità economica di un'impresa. Tali iniziative possono migliorare inoltre i rapporti con la comunità, gli enti di controllo e altre istituzioni. Possono anche far nascere nuove opportunità commerciali, con clienti che siano alla ricerca di fornitori 'verdi'.

L'ungherese Telvill KFT, oggetto di un ulteriore case study, ha seguito questi principi e con la certificazione di gestione ambientale ISO 14001 ha ottenuto notevoli e concreti benefici commerciali di fidelizzazione e soddisfazione dei clienti.

Non è necessario affrontare tutte queste tematiche contemporaneamente. Stabilendo delle priorità e concentrando gli sforzi sulle iniziative più affini agli scopi dell'azienda si raggiungeranno sicuramente risultati migliori. Si possono poi intraprendere ulteriori iniziative, dopo aver riscontrato i benefici tangibili derivanti dalle prime.

Per un'impresa potrebbe essere interessante anche collaborare con organizzazioni o altre realtà aziendali e promuovere strategie di gestione aziendale socialmente responsabile. Si

potrebbe partecipare ad esempio a programmi promossi dal Governo o dagli Enti Locali, o, ancora, aderire ad associazioni imprenditoriali particolarmente interessate al tema della responsabilità sociale delle imprese. Si potrebbe anche portare avanti uno specifico progetto di CSR insieme ad un'altra impresa, magari quella di un proprio fornitore. Nella maggior parte dei casi, stabilire collaborazioni del genere non costa nulla ad un'impresa. E qualora ciò comportasse dei lievi costi, con un'attenta individuazione e gestione dell'investimento scelto ci si potrebbe garantire un ampio ritorno in termini di notorietà, soddisfazione delle risorse umane, miglioramento della reputazione dell'impresa e accesso a nuovi mercati.



### 3. Imprenditoria socialmente responsabile: Case Study

Nella sezione che segue presentiamo dieci case study di PMI europee che hanno integrato con successo la CSR nella prassi quotidiana di lavoro. Con questi case study si vogliono mettere in luce i molteplici modi in cui un'impresa può adottare e trarre benefici dalla responsabilità sociale delle imprese.

## 4. Informazioni

Qui di seguito vengono elencate alcuni indirizzi utili al fine di avere maggiori informazioni sulla CSR e sull'imprenditorialità socialmente responsabile.

### **Direzione Generale Imprese, Commissione europea**

E-mail:

[entr-csr@cec.eu.int](mailto:entr-csr@cec.eu.int)

Sito sulla CSR:

<http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index.htm>

Sull'imprenditoria socialmente responsabile nelle PMI:

[http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support\\_measures/responsible\\_entrepreneurship/index.htm](http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/responsible_entrepreneurship/index.htm)

### **EUROCHAMBRES**

E-mail:

[eurochambres@eurochambres.be](mailto:eurochambres@eurochambres.be)

Sito sulla CSR:

<http://www.eurochambres.be/activities/csr.shtml>

### **UEAPME**

E-mail:

[csr@ueapme.com](mailto:csr@ueapme.com)

Sito sulla CSR:

[http://www.ueapme.com/EN/policy\\_enterprise\\_csr.shtml](http://www.ueapme.com/EN/policy_enterprise_csr.shtml)

### **Governo Italiano:**

Sito sulla CSR: <http://www.welfare.gov.it/EaChannel/MenuTematiche/csrtc>

### **Unioncamere e Camere di Commercio:**

Sito Unioncamere sulla CSR:

<http://www.unioncamere.it/servizi/scheda.asp?id=15>

Camera di Commercio di Milano:

<http://www.mi.camcom.it/show.jsp?page=293460>

Camera di Commercio di Roma:

<http://www.sportellocsr-sc.roma.it/>

Camera di Commercio di Lecce:

[http://www.le.camcom.it/in\\_evidenza/sportellocsr.asp](http://www.le.camcom.it/in_evidenza/sportellocsr.asp)

Camera di Commercio di Sassari:

<http://www.ss.camcom.it/news.htm>

### **Altri siti di riferimento:**

<http://www.lavoroetico.it>

<http://www.eticare.it>

<http://www.rsnews.it>

<http://www.sodalitas.org>

<http://www.bilanciosociale.it>