

Cenni di CSR ? Responsabilità Sociale Delle Imprese

10 maggio 2010

La Responsabilità Sociale d'Impresa (Corporate Social Responsibility – CSR) è stata definita dal Libro Verde della Commissione Europea del 2001, come "integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate". Nel documento è specificato che essere socialmente responsabili significa andare al di là degli obblighi previsti dalla legislazione adottando volontariamente comportamenti socialmente responsabili sia all'interno che all'esterno dell'azienda, contribuendo a migliorare la società e a rendere minimo l'impatto ambientale. Il fenomeno della globalizzazione infatti ha portato in primo piano questioni quali i diritti dei lavoratori e lo sfruttamento dell'ambiente sensibilizzando fortemente l'opinione pubblica, che presta sempre maggiore attenzione ai comportamenti delle aziende e alla loro attività sul territorio e sul mercato.

La Responsabilità Sociale dell'impresa dunque non si improvvisa, ma nasce da una vera e propria cultura d'impresa orientata verso la trasparenza e l'acquisizione di coscienza, fondata sulla necessità di far interagire al meglio gli interessi economici delle singole imprese con quelli sociali e ambientali del contesto di riferimento.

Il tema della CSR va inquadrato, peraltro, nell'ambito delle politiche per la competitività dell'impresa e del sistema economico, ricollegandosi direttamente con il concetto di "sviluppo sostenibile". Sostenibilità è la "capacità di una organizzazione (o società) di continuare, in maniera duratura nel tempo, le proprie attività, tenendo in debita considerazione l'impatto che queste ultime hanno sul capitale naturale, sociale e umano" (ISEA – Institute of Social and Ethical AccountAbility, AccountAbility 1000 framework). In altri termini, la CSR è il contributo che le imprese offrono allo sviluppo sostenibile.

L'assunzione di Responsabilità Sociale da parte di un'impresa non è però solo un atto volontario, ma anche una naturale conseguenza della trasformazione avvenuta nei mercati internazionali nell'ultimo decennio. Per un'impresa oggi un comportamento socialmente responsabile è un investimento strategico che concorre a creare profitto e competitività. Contribuendo infatti ad obiettivi sociali e alla tutela dell'ambiente l'impresa produrrà un plus valore per se stessa e per la società il cui impatto economico sarà quantificabile nel lungo periodo, trattandosi questo di un nuovo campo d'azione.