



Csr Manager in 4 aziende su 10

Pubblicato da Altis uno studio sulla diffusione e il ruolo dei Csr Manager nelle imprese quotate italiane

fonte: Vita.it - Di Lorenzo Alvaro

Sono in crescita le imprese in Italia che si dotano di unità di Csr. Il totale infatti che nel 1998 era intorno al 1,6 per cento, raggiunge oggi il **38,7 per cento**. In sostanza **4 aziende su 10** si sono dotate di un vero e proprio settore dedicato alla Corporate social responsibility.

Lo rivela uno studio, patrocinato da Altis (Alta Scuola Impresa e Società) dell'Università Cattolica di Milano, condotto da CSR Manager Network Italia e dell'Istituto per i Valori di Impresa (Isvi).

Il campione analizzato consiste in 337 imprese italiane quotate, di cui hanno risposto in 62, tramite la compilazione di un questionario telefonico.

Molto interessante è la sezione in cui la ricerca definisce la diffusione e l'impatto della Csr in vari settori dell'impresa. Si scopre che negli approvvigionamenti il 50% delle aziende adotta criteri socio-ambientali nella selezione dei fornitori mentre 1/3 delle aziende è impegnato in attività di Csr nella logistica e spesso l'unità di Csr supporta la fase realizzativa (31,7 %). Un altro dato interessante è relativo alle risorse umane, in questa pratica infatti c'è un intenso impegno nella attività connesse alla salute e sicurezza (82,3%) e alla conciliazione lavoro-vita familiare (64,5%).

Il manager Csr è poi fondamentale nel dialogo con gli stakeholder, gestendo spesso direttamente lo stakeholder engagement (28,6%) e gli incontri con le associazioni di consumatori (36,4%).

Le unità di Csr è di grande aiuto anche nel rapporto con la comunità. Lo dimostra il fatto che crescono le fondazioni d'impresa (22,6%) in cui l'unità di Csr ha un ruolo di primo piano. Si amplifica la diffusione delle donazioni (61,3%) e sponsorizzazioni (77,4%). Per quanto riguarda la rendicontazione e rating è in crescita la pratica di diffusione del bilancio di sostenibilità (40,3%) e di sezioni del sito internet dedicata alla Csr (45,2%)

Tracciando un primo quadro d'insieme dunque risulta che queste unità hanno un ruolo prevalente nella raccolta e comunicazione di informazioni connesse alla Csr, sono leader nelle pratiche di rendicontazione e rating e supportano in modo significativo la realizzazione di attività connesse ad alcune attività caratteristiche: marketing e vendite, logistica. Infine nel dialogo con gli stakeholder si occupano in prevalenza della gestione dei rapporti con clienti e comunità.

Andando a vedere invece più nel dettaglio il profilo di queste unità aziendali tante le scoperte:

sono prevalentemente più full-time (25,8%) che part-time (12,9%) ed in prevalenza dipendono direttamente dal vertice aziendale (62,5%). Il responsabile csr in azienda è un uomo nel 70,8 % dei casi (niente pari opportunità a quanto pare) e proviene da facoltà di economia o management (50%). Qualcuno viene anche da studi di comunicazione o pubbliche relazioni (8,3%) ma rimane numero limitato. Spesso l'incaricato ricopriva già precedentemente una posizione all'interno dell'azienda (79,2%).

Andando a guardare le dimensioni risulta che la maggioranza delle unità di Csr dispongono di un budget autonomo (79,2%).

Ancora molto da fare per quanto riguarda l'interazione con il vertice aziendale, infatti se è vero che il 37,5% si relaziona con l'Alta Direzione almeno una volta alla settimana risulta anche che principalmente accade con incontri diretti (29,2%) e comitati interni (37,5%) e solo un limitato numero di responsabili della Csr è occasionalmente invitato al C.d.A. (8,3%).

Dunque per dare un quadro generale del polso della situazione in conclusione possiamo dire che le pratiche di Csr sono in via di diffusione tra le imprese quotate italiane (il 53,2% delle imprese è attivo) ma purtroppo ad oggi la Csr è ancora scarsamente integrata nella strategia aziendale. Gli obiettivi socio-ambientali devono entrare nell'agenda dei



C.d.A. e nei sistemi incentivanti del management anche alla luce del fatto che le imprese si rendono sempre più conto dell'utilità di queste unità, fatto confermato dalla continua loro crescita.

Comincia ad avere riconoscimenti la figura del Csr manager che raramente è leader delle pratiche ma collabora, consiglia e informa accelerando il cambiamento e l'evoluzione dell'impresa. Resta da migliorare l'aspetto dell'interazione con i manager di funzione, dai quali sempre più dipenderà l'integrazione della responsabilità sociale nella vita aziendale.