



Non basta il marketing *Istruzione e filantropia al centro degli investimenti in Csr*

Fonte: Il Sole24Ore – Osservatorio Istud – Dnv di: Valentina Melis

Dalla semplice sperimentazione di quella che, inizialmente, poteva essere una «moda manageriale» a un nuovo modo di lavorare e di fare azienda. La responsabilità sociale delle imprese, in Italia, sembra aver già mosso i suoi primi passi, per diventare una discriminante forte nel mondo aziendale, tra «chi la fa» e «chi non la fa». Almeno questo è ciò che emerge dalla ricerca «La Csr in Italia: dalla sperimentazione al consolidamento», realizzata dall'Osservatorio Istud-Dnv.

Un'indagine condotta per dieci mesi tra 80 grandi imprese nazionali e multinazionali (con una media di 9.015 dipendenti), quotate e non. Già l'autoselezione del campione – hanno aderito all'indagine 80 imprese su 323 contattate – ha consentito di individuare uno "zoccolo duro" di aziende per cui l'investimento nella responsabilità sociale è già o sarà in futuro una priorità strategica. Le società quotate, più sensibili alla visibilità nei confronti del mercato, si dimostrano più attente a dar conto all'esterno del proprio operato. Nell'ambito della Corporate social responsibility, questo le porta a privilegiare tutte le pratiche più evidenti e formalizzate: codici, certificazioni, uso più maturo del bilancio sociale.

«Oggi le associazioni dei consumatori – dice Antonio Astone, coordinatore per Dnv della ricerca – fanno l'analisi dei bilanci sociali delle aziende, e ne valutano la coerenza. È evidente che adottare politiche di Csr solo "per immagine" diventa molto rischioso. Questo spiega anche – aggiunge Astone – perché il numero delle imprese che sceglie questa strada sia limitato a quelle che possono percorrerla con serietà».

La Csr non è prerogativa di un solo settore, ma è un tema trasversale, che interessa ormai le aziende attive nell'energia, nella chimica, nella farmacia, nelle telecomunicazioni e nell'Ict, nella finanza, nella grande distribuzione e nell'industria alimentare. La responsabilità dell'impresa passa anche attraverso le azioni per il personale: dall'indagine Istud-Dnv emerge che gli investimenti medi annui in formazione delle aziende analizzate si aggirano intorno a 2,1 milioni di euro. Il 76,3% delle aziende, poi, ha fatto formazione specifica sulla Csr. Il 70%, però, non prevede nella valutazione delle prestazioni obiettivi legati alla Csr, ed è rara la previsione, per i dirigenti, di quote variabili della retribuzione collegate al raggiungimento di questi obiettivi. Rientrano nelle azioni a favore del personale anche la possibilità del lavoro part time (86% del campione), l'uso dei congedi parentali (81%), l'orario flessibile (71%). C'è meno consuetudine, invece, con il telelavoro (23%) e con gli asili nido aziendali (21%). E nonostante il numero crescente dei dipendenti di origine straniera, è scarso l'interesse verso programmi di «diversity management» (13%).

Il 90% delle aziende dichiara di aver realizzato negli ultimi tre anni investimenti a favore della comunità, nel campo dell'istruzione, dell'assistenza sociale e dell'arte. Quanto al rapporto con i fornitori, sempre più rilevante in un contesto di globalizzazione, dove i mercati di fornitura sono concentrati in Paesi lontani e dalla cultura industriale non sempre avanzata, il 74% delle aziende intervistate dice di esigere dichiarazioni di correttezza sociale dei processi produttivi, ma solo nel 25% dei casi sono previste facilitazioni per i fornitori «in regola con la Csr».

L'attenzione all'ambiente è sicuramente uno dei temi "forti" della responsabilità sociale: il 74% delle aziende dichiara di essere impegnato a sviluppare una politica ambientale formalizzata, con gli sforzi maggiori nella riduzione dei consumi energetici.

La fondazione internazionale Dnv partecipa al board dell'International organization for standardization (Iso) che sta predisponendo le linee guida per la Csr, Iso26000. «Non si tratta di una certificazione – spiega l'amministratore delegato di Dnv Italia, Vittore Marangon – ma di linee guida che ogni azienda potrà seguire con un approccio diverso, secondo la sua mission. In forma definitiva, le linee guida saranno disponibili dal 2009, ma Dnv le sta già sperimentando, proprio in Italia».