

costo zero

magazine di economia, finanza, politica imprenditoriale e tempo libero

Novembre 2011

Pmi e responsabilità sociale, una SFIDA di VALORE

Il Dipartimento di Studi e Ricerche Aziendali della Facoltà di Economia dell'ateneo salernitano, in collaborazione con la locale Confindustria, ha iniziato un processo di mappatura per valutare lo "stato dell'arte" della reale applicazione della RS, quale framework conoscitivo da cui far scaturire idonee proposte di attività di informazione, formazione e sviluppo

*di Mario Testa, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Salerno - mtesta@unisa.it
e Mario Vitolo, Vircoffe S.C.F. Service - training@vircoffe.com*

L'affermazione di una corretta ed efficace cultura d'impresa non può prescindere dall'includere nelle strategie, nelle politiche e nelle azioni la "responsabilità" verso il proprio contesto di riferimento. Nell'attuale scenario economico, la Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) rappresenta una sfida ineludibile, ai fini della creazione di valore allargato, ovvero di valore per sé, ma anche per la società intesa in senso lato. È ormai ampiamente accolto l'orientamento secondo il quale la natura dell'impresa non confligge affatto con l'assunzione di responsabilità sociali che, invece, costituisce una componente fondante la sua essenza, quale istituto economico e sociale orientato alla creazione e distribuzione di valore. I modelli e gli strumenti attraverso i quali la RS oggi è declinata sono assai variegati, poiché spaziano dai codici etici ai sistemi di gestione ambientale, dalla certificazione di standard a valenza etica a strumenti di marketing sociale, fino alle diverse tipologie di modelli

di rendicontazione socio-ambientale. Essi sono stati concepiti essenzialmente da e per le grandi imprese, spesso operanti in più paesi e, pertanto, maggiormente esposte alle istanze e, talvolta, pressioni degli stakeholder in tema di performance ambientali e sociali.

Tale set di strumenti, pertanto, risulta di difficile adozione da parte delle PMI che, pur presentando caratteristiche differenti fra i vari Stati membri dell'Unione Europea, costituiscono l'asse portante del tessuto produttivo dell'attuale Europa allargata e, com'è noto, del nostro Paese. In virtù di quanto affermato, il coinvolgimento delle PMI risulta indispensabile per la "costruzione" di una sostenibilità duratura, in quanto capace di integrare crescita della competitività, tutela ambientale, progresso sociale e sviluppo locale.

La ricerca condotta nell'ambito dell'"Indagine sui comportamenti sociali e ambientali nel sistema delle imprese di Confindustria Salerno" è stata volta ad analizza-

re il livello di conoscenza degli "strumenti etici" da parte delle organizzazioni associate a Confindustria operanti nell'area salernitana nonché il livello di diffusione delle cosiddette pratiche "socialmente responsabili". Il Dipartimento di Studi e Ricerche Aziendali della Facoltà di Economia dell'Università di Salerno, in collaborazione con Confindustria Salerno, ha iniziato un processo di mappatura, essenziale per l'analisi e la valutazione dello "stato dell'arte" in merito alla reale applicazione della RS, quale framework conoscitivo, onde far scaturire idonee proposte di attività di informazione, formazione e sviluppo. Dall'indagine, emerge che le PMI sono spesso caratterizzate da un impegno sociale concreto, seppur poco riconoscibile, in quanto connotato da una declinazione quasi "intimista", manifestazione della spinta ideale dell'imprenditore, il quale realizza interventi sociali considerandoli espressioni della sua sfera personale, piuttosto che di quella della sua organizzazione e,



costo zero

magazine di economia, finanza, politica imprenditoriale e tempo libero

Novembre 2011

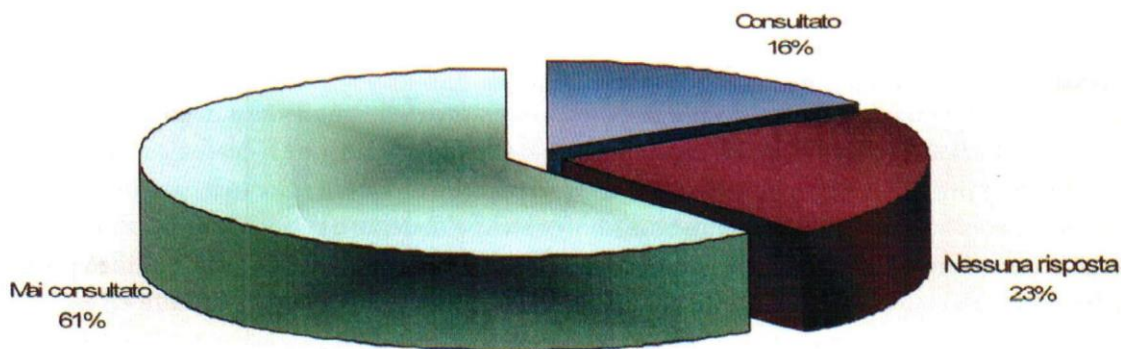
sovente, privi di un coordinamento locale e condiviso. Come evidenziato anche nei grafici riportati, il livello di adozione di strumenti a valenza socio-ambientale appare piuttosto modesto, solo il 13% redige un Bilancio Sociale (Fig. 1), così come la conoscenza di codici di comportamento e di norme di

riferimento nonché di standard e linee guida, tesi a rendere più efficaci le dinamiche di Corporate Governance, sembra davvero limitata, solo il 16%, ad esempio, ha consultato il documento del Ministero del Welfare CSR-SC (Fig. 2).

La ricerca ha altresì confermato che la sfida della "legittimazione

sociale" è sentita da tutte le organizzazioni, a prescindere dalla loro dimensione. Tuttavia, troppo spesso, le strategie socialmente responsabili sono timidamente implementate, senza un'adeguata conoscenza dell'ampio ventaglio di strumenti a disposizione né, tantomeno, delle relative strategie di comunicazione.

Ha mai consultato o adottato le linee guida del Ministero del Welfare CSR-SC?



Estratto pag.66-67