



*Regione Puglia*

**POR PUGLIA 2000-2006**  
**ASSE III, MISURA 3.12-**  
“Miglioramento delle risorse umane nel settore della ricerca e dello sviluppo tecnologico”  
Azione a) – Intervento specifico A.1):  
Borse di ricerca

**Progetto di Ricerca**  
**“La Responsabilità Sociale d’Impresa”**

**In collaborazione con**  
**l’Università degli Studi di Bari- Facoltà di Scienze Statistiche**



## **Sommario**

1. Premessa	pag.3
2. Prefazione	pag.4
3. La responsabilità sociale d'impresa: contenuti	pag. 5
3.1 Definizione	pag. 5
3.2 Scopi e motivazioni	pag. 7
3.3 Obiettivo	pag. 12
4. Attività e risultati	pag. 14
5. Un case history	pag. 21
6. Osservazioni	pag. 22
7. Conclusioni	pag. 24
8. Bibliografia e sitografia	pag. 26

## **1.Premessa**

Il presente documento costituisce raccolta di materiale conoscitivo ed elaborazione documentale di informazioni sulla Responsabilità Sociale d'Impresa, acquisite nel corso del progetto di ricerca dal titolo “La Responsabilità Sociale d'impresa”, finanziato dal POR PUGLIA 2000-2006 ASSE III, MISURA 3.12- “Miglioramento delle risorse umane nel settore della ricerca e dello sviluppo tecnologico” Azione a) – Intervento specifico A.1): Borse di ricerca; realizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Bari-Facoltà di Scienze Statistiche. Del presente elaborato, la cui divulgazione è consentita solo a scopo informativo, è vietata la vendita, nonché la riproduzione per usi e fini estranei al progetto.

## **2.Prefazione**

Il presente lavoro riveste notevole interesse in particolare per quanto riguarda il tema della Responsabilità Sociale d'Impresa che ha assunto negli ultimi anni un notevole rilievo non solo da parte degli addetti ai lavori ma anche nell'ambito dei consumatori.

Si evince dalla lettura delle pagine che seguono che il successo di un'azienda dipende dalla conoscenza e della competenza dei propri dipendenti, ed in particolare dalle motivazioni che vengono date alle risorse impegnate.

La ricerca è stata condotta tra le aziende del settore turistico alberghiero facenti parte del Consorzio Turistico Apulia Leisure.

A tal proposito, preme sottolineare, che il contesto geografico in cui le aziende operano, ha un rilievo solo secondario, in quanto è importante il contributo apportato alle Aziende delle professionalità del settore.

Il presente lavoro evidenzia come la CSR (Corporate Sociale Responsibility) è un fenomeno in espansione, infatti la ricerca svolta da Unioncamere ha consentito di analizzare il processo di diffusione delle pratiche connesse a CSR.

E' stato evidenziato che, l'orientamento attualmente vigente tra le aziende italiane è diretto verso scelte etiche e a tale orientamento devono ricondursi, o quanto meno cercare di orientarsi anche le scelte imprenditoriali delle realtà economiche locali, da noi

conosciute, onde agevolare il processo economico evolutivo e competitivo.

### **3. La responsabilità sociale d'impresa**

#### **3.1 Definizione**

Il presente documento è realizzato e distribuito a scopo meramente informativo, onde consentire al lettore di acquisire in maniera veloce e sintetica utili informazioni sul tema della Responsabilità sociale d'impresa.

Il presente progetto di Ricerca si inserisce nell'ambito dell'analisi sul tema delle “esternalità positive” condotta dal **Consorzio Costellazione Apulia, mediante il “Progetto: Avanzare” – Reti di Cooperazione Virtuosa tra le piccole e medie imprese – Intervento Cofinanziato dall'Unione dall'U.E. – F.E.S.R. sul Por Puglia 2000/2006 Misura 6.2 Azione C – codice 27; oltre che nell'ambito del Progetto Equal “E.S.I. Economia Sociale ed Imprenditorialità Cod. It G2 PUG 085”**

Negli ultimi anni, si sta manifestando un crescente interesse, sia da parte delle imprese e del loro mondo associativo, che dei consumatori, che degli enti ed istituzioni nei confronti delle tematiche sociali.

Le caratteristiche produttive e qualitative dei servizi offerti dal Consorzio Apulia Leisure, destinati ad una categoria di utenti sempre più esigente e desiderosa di ottenere servizi qualificati e all'avanguardia, conducono a spunti di riflessione di notevole interesse, facendo sicuramente del **“Consorzio Turistico Apulia**

**Leisure”** un potenziale caso d’eccellenza nell’ambito della Responsabilità Sociale d’impresa.

La conoscenza e l’adozione di strategie politiche improntate ai temi della CSR certamente potranno rappresentare un importante trampolino di lancio per le aziende del Consorzio e per i potenziali consorziati.

La definizione di CSR che è di riferimento in Europa è quella contenuta nel Libro Verde pubblicato dalla Commissione Europea nel 2001, e poi ripresa nella successiva *“Comunicazione della Commissione relativa alla responsabilità sociale delle imprese: un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile”* del 2002.

In questi documenti la CSR è descritta 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 vuol dire *“non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili, ma anche andare al di là investendo di più nel capitale umano, nell’ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate”*.

Il tema della CSR va inquadrato, quindi, 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 un’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.

I soggetti coinvolti nel concetto di gestione socialmente responsabile d'impresa sono tutti i “*portatori d'interesse*”, definiti *stakeholders*, che se distinti per gruppi, sono così individuati: Risorse umane; Soci/Azionisti e Comunità finanziaria; Clienti; Fornitori; Partner finanziari; Stato, Enti locali, e Pubblica amministrazione; Comunità; Ambiente.

Il successo a lungo termine delle aziende e l'efficacia della gestione aziendale dipendono spesso dalle conoscenze, dalle competenze, dal talento, dalla creatività e, in particolare, dalla motivazione delle risorse umane impegnate all'interno della struttura organizzativa. Più l'azienda cresce, più vi è la necessità di disporre di persone sulle quali contare e alle quali delegare alcune attività, al fine di rafforzare le prestazioni dell'azienda. Anche se la legislazione inerente al lavoro, alla salute e alla sicurezza sul posto di lavoro tutela già di per sé le risorse umane e soddisfa le loro esigenze fondamentali, un impegno tangibile all'interno delle strutture aziendali diretto verso il miglioramento della soddisfazione sul luogo di lavoro, la crescita professionale e il benessere in generale dimostreranno la grande considerazione verso le proprie risorse umane, riconoscendo il valore del loro contributo al successo dell'azienda.

Il coinvolgimento del personale potrà garantire un ulteriore apporto di idee, impegno, fedeltà, aumentandone la capacità di gestione aziendale.

### **3.2 Scopi e motivazioni**

In questi ultimi anni, si è registrata una crescente sensibilità di imprese e pubblici poteri nei confronti della CSR.

Anche da parte dei consumatori cresce la sensibilità nei confronti di temi rientranti nella CSR: sui mercati sono sempre più ricercate le derrate prodotte biologicamente, le merci provenienti dal commercio equo e solidale; i consumatori sono sempre più riluttanti ad acquistare merci prodotte con lo sfruttamento di lavoro minorile, tanto da indurre sempre più produttori e distributori ad applicare etichette sociali ed ecologiche sui prodotti.

L'attuazione di buone prassi all'interno dell'azienda risulta favorevole al miglioramento dell'immagine aziendale nonché della produttività.

Nello specifico, si tratta di iniziative a favore del personale, quali corsi di formazione per i dipendenti, istituzione di asili nido all'interno della struttura aziendale, creazione di una carta valori, redazione di un codice etico, attivazione di processi di certificazione - **SA 8000**, *ossia della certificazione internazionale che attesta la conformità del comportamento di un'impresa agli standard di responsabilità sociale* - assunzione di persone con disabilità, miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza sul luogo di lavoro, assistenza sanitaria integrata, comunicazioni tramite giornali e incontri periodici, diffusione della qualità dei servizi offerti a tutela degli interessi della clientela, rispetto degli accordi contrattuali e selezione dei fornitori, miglioramento dell'organizzazione dell'orario di lavoro, consolidamento di gruppi di lavoro, incontri e meeting con il team manager, riduzione dell'impatto ambientale e risparmio energetico.

Interessanti iniziative possono rafforzare lo standard aziendale mediante interventi d'impatto per i fornitori: presenza di certificazioni; coinvolgimento e responsabilizzazione sui temi CSR; realizzazioni di progetti appetibili per la comunità.

Si tratta di azioni finalisticamente orientate a migliorare le performance ambientali, allo scopo di far conseguire alle aziende del Consorzio, impegnate nel settore turistico-alberghiero, l'ottenimento del massimo consenso e riconoscimento da parte della clientela, certamente raffinata nei gusti e nelle esigenze.

I vantaggi che un'azienda certificata nel sociale può cogliere sono riscontrabili sia da parte degli utenti, certamente soddisfatti dalle performance aziendali, che da parte della comunità (comunità locale e lavoratori). Altrettanti vantaggi sono colti dai dipendenti, nei confronti dei quali l'azienda mette in atto una serie d'iniziative volte al riconoscimento di vari benefit.

La responsabilità sociale delle imprese consiste, dunque, 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 clienti/utenti o fruitori dei servizi erogati dalle aziende vogliono un fornitore affidabile, che sia riconosciuto per la qualità dei prodotti e dei servizi che offre. I fornitori vogliono clienti fidelizzati, che ripetano gli acquisti nel tempo ed effettuino tempestivamente i pagamenti.

La comunità, in cui il Consorzio opera con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo e l'incremento dei servizi turistici a livello locale ed internazionale, vuole contare sul fatto che questo operi in

maniera responsabile a livello sociale e ambientale. I dipendenti, infine, vogliono lavorare per un'azienda di cui essere fieri e che riconosca il contributo che essi le apportano.

Per rimanere competitive, dunque, è necessario che anche le aziende del Consorzio si adattino a queste nuove esigenze del mercato e della società in cui operano.

Dall'analisi dei risultati raccolti nel corso del progetto di ricerca condotto, è stato constatato che alcune delle aziende del Consorzio, attuano a livello inconsapevole pratiche di CSR, soprattutto nell'ambito del settore delle Risorse Umane e dell'Ambiente, mostrandosi sensibili anche all'attuazione di nuove iniziative sostenibili.

Le dimensioni delle aziende esaminate, il momento storico che viviamo e lo scetticismo mostrato dagli imprenditori locali verso iniziative di carattere etico hanno indubbiamente rappresentato dei limiti alla conoscenza e sviluppo della CSR in ambito locale. Tuttavia 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.

L'impatto collettivo dell'adozione di pratiche di RSI da parte delle PMI è essenziale per sfruttare pienamente la capacità della RSI di contribuire alla **CRESCITA** e all'**OCCUPAZIONE** e allo **SVILUPPO SOSTENIBILE**.

Lo studio della CSR ci riguarda poiché riflette i valori fondamentali della società in cui desideriamo vivere. Essa concerne

le singole imprese, grandi o piccole, che possono migliorare le loro prestazioni economiche, ambientali e sociali a breve e lungo termine grazie a prodotti e servizi innovativi; concerne coloro che lavorano per e nelle imprese, per i quali può contribuire a creare un ambiente di lavoro più gratificante e motivante; concerne le comunità locali in cui operano le imprese che desiderano che esse condividano i loro valori e le loro preoccupazioni, nonché gli investitori che ritengono che sia necessario incoraggiare un comportamento responsabile da parte delle imprese.

Molte piccole e medie imprese svolgono attività di CSR a livello inconsapevole, senza conoscerne la definizione ufficiale e senza comunicare le iniziative intraprese. Attraverso la promozione delle scelte vincenti compiute da terzi, quali le Istituzioni, le Università e i Centri di ricerca anche nella nostra regione si auspica il coinvolgimento consapevole e cosciente verso la responsabilizzazione delle PMI, sperando di convincere del fatto che essere socialmente responsabili apporta concreti vantaggi economico-commerciali.

Nell'attuale contesto storico, si va sempre più affermando l'importanza delle conoscenze e dell'approfondimento di aspetti sicuramente meno tangibili rispetto all'incremento del fatturato, ma certamente indispensabili per il raggiungimento dell'obiettivo finale, ovvero, il miglioramento delle condizioni ambientali di lavoro, valorizzazione dei diritti dei lavoratori, miglioramento dell'immagine aziendale, aumento della capacità di attrarre le migliori professionalità, miglior clima aziendale, tutela del brand, spontanea

condivisione di specifici valori da parte del top-management, valore maggiore riconosciuto da parte dei clienti ai prodotti etici.

Tale valore aggiunto rappresentato dall'incremento delle scelte consapevoli all'interno dell'azienda costituisce la nuova spinta per sostenere l'incremento del ciclo produttivo e il miglioramento dell'immagine aziendale.

### **3.3 L'obiettivo**

L'obiettivo del presente progetto di ricerca è stato quello di verificare il grado di conoscenza del tema della **CSR (Corporate Social Responsibility)** da parte delle aziende del Consorzio Turistico Apulia Leisure e di valutare la disponibilità e la fattibilità alla introduzione all'interno delle realtà aziendali esaminate di buone pratiche, ovvero servizi ed attività inerenti a politiche a favore del personale, quali creazione di spazi ristoro, asili nido, team building, corsi di formazione, orario flessibile, riconoscimenti ai dipendenti in base ai risultati lavorativi conseguiti, atti a migliorare le condizioni lavorative del personale, a svilupparne le competenze ed ad incentivare carriere a lungo termine; incremento di politiche sociali (sponsorizzazioni, donazioni, apprendistato e stage per gruppi di persone svantaggiate) atte a valorizzare l'immagine aziendale; attuazione di strategie ambientali (risparmio energetico, riciclaggio rifiuti, prevenzione dell'inquinamento) atte ad accrescere l'efficienza aziendale in termini di costi (es. risparmio energetico) e benefici (es. miglioramento dei rapporti con la comunità locale); l'introduzione di politiche di mercato (informazioni su prodotti e servizi, qualità dei contratti, puntualità nell'adempimento degli obblighi assunti nei confronti della clientela e dei fornitori, confronto con altre imprese

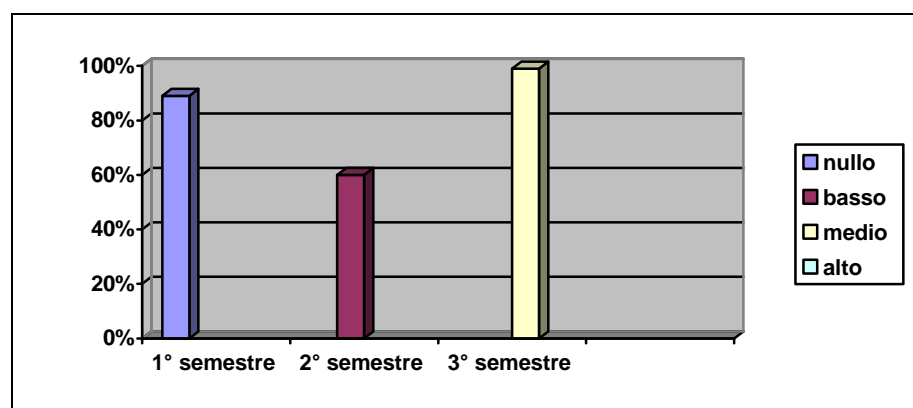
e/o enti sul tema della CSR) atte a consolidare la reputazione aziendale.

In tal modo si è inteso contribuire alla diffusione della CSR nella consapevolezza che l'adozione di buone pratiche aziendali possa, com'è dimostrato dalle imprese socialmente responsabili, favorire l'incremento dei livelli di competitività e produttività.

#### 4. Attività e risultati

Il lavoro di ricerca condotto è stato strutturato in modo da evidenziare e misurare il grado di conoscenza dei valori CSR tra le aziende del Consorzio Apulia Leisure, ubicate nel territorio pugliese.

I risultati ottenuti dall'esame e dalla valutazione delle indagini svolte mediante una prima verifica <sup>1</sup> e successiva elaborazione del questionario distribuito tra gli imprenditori del Consorzio, hanno evidenziato risultati interessanti ed incoraggianti sebbene, da una prima analisi, è emerso un grado di conoscenza della tematica piuttosto scarso.



Tab. 1

#### Il grafico relativo al grado di conoscenza della CSR

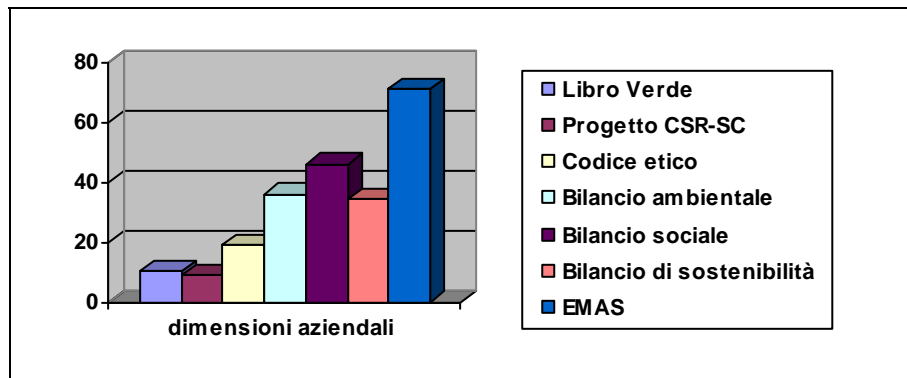
evidenzia che all'inizio del nostro percorso la percentuale di soggetti che non erano a conoscenza del tema era particolarmente elevata mentre tale percentuale si è ridotta nel corso del tempo, giungendo

---

<sup>1</sup> Nella fase iniziale del progetto, l'analisi è stata condotta allo scopo di verificare il grado di conoscenza della tematica CSR da parte degli imprenditori del Consorzio, responsabili delle risorse umane, direttori amministrativi e amministratori delegati i quali sono stati intervistati mediante l'uso del metodo Delphi, tecnica di sondaggio durante la quale gli intervistati possono esprimere liberamente la propria opinione sul tema, generalmente è rivolta a interlocutori esperti della materia ma, in alcuni casi consente di acquisire utili informazioni circa il grado di conoscenza della tematica trattata. L'intervista libera è servita per verificare il grado di conoscenza della CSR da parte dei soggetti intervistati, e sulla base delle risposte fornite è stato possibile elaborare il questionario, somministrato successivamente agli imprenditori del Consorzio.

alla fine del progetto ad un risultato in cui almeno il 99% delle unità esaminate ha raggiunto un buon livello di conoscenza della Csr.

La ricerca ha evidenziato che l'orientamento delle imprese verso la responsabilità sociale risente sensibilmente dell'influsso delle dimensioni aziendali<sup>2</sup>, difatti, in aziende come quelle esaminate il tema era pressochè sconosciuto (tab.2).



Tab. 2

Tale considerazione emerge dalla constatazione che, realtà aziendali locali, diverse e più grandi, che sono state conosciute durante il corso della presente ricerca, sono a conoscenza del tema, hanno adottato strumenti di certificazione migliorando l'immagine aziendale a livello locale, ma soprattutto ricevendone una gratificazione dal punto di vista produttivo<sup>3</sup>.

La ricerca ha consentito la realizzazione del principale obiettivo del progetto, ovvero, far conoscere tra le aziende oggetto di indagine il tema della CSR, nonché a diffondere ed implementare l'adozione di pratiche di CSR.

<sup>2</sup> La conoscenza dei temi e strumenti della CSR (libro verde, codice etico, bilancio ambientale, bilancio sociale, SA 8000, emas/ISO 14001) le percentuali relative alla conoscenza mostrate dalle imprese del consorzio si attestano su percentuali sensibilmente inferiori a quelle di imprese di grandi dimensioni. Si osserva come aziende di piccole dimensioni non conoscano alcuni dei suddetti elementi, mentre queste percentuali scendono al crescere delle dimensioni aziendali.

<sup>3</sup> La Dussman S.r.l., società estranea al Consorzio, ma ubicata nel medesimo ambito territoriale, società certificata SA8000, dotata di codice etico, il cui riferimento ha rappresentato un'importante occasione per trarre utili elementi di comparazione, oltre che per illustrare i benefici ottenibili dalla attuazione di buone pratiche CSR.

E' stata attivata un'efficace campagna di sensibilizzazione delle imprese consorziate verso le tematiche sociali, ambientali e della sostenibilità, per stimolarle all'adozione di comportamenti socialmente responsabili, tese alla valorizzazione delle risorse umane nonché delle politiche del personale orientate verso lo sviluppo della professionalità dei propri dipendenti, determinanti per il conseguimento degli obiettivi societari, il rispetto dell'ambiente e il miglioramento della qualità del lavoro.

La ricerca è stata condotta in quattro fasi mediante l'utilizzo di strumenti e metodologie statistiche, mediante la elaborazione e distribuzione di un questionario che è stato somministrato tra gli imprenditori delle aziende esaminate, unitamente ad una brochure informativa.

Il questionario è stato articolato in sette sezioni di seguito evidenziate, mediante le quali viene esplorato il fenomeno della responsabilità sociale in tutti i suoi ambiti applicativi: a) Relazione con il personale; b) Relazione con la comunità; c) Relazione con i fornitori; d) con l'ambiente; e) Sistema di governace allargato; f) Sistemi di pianificazione e controllo; g) gli Aspetti Organizzativi della responsabilità sociale d'impresa.

La ricerca è stata condotta a livello specifico verso tutte le aziende del Consorzio: Immobiliare Domus S.r.l.; Nicotel Barletta S.r.l.; Nicotel Group S.r.l.; G.A. Progetti e Gestioni S.r.l.; Nicotel Wellness S.r.l.; Mefar S.r.l. Turismo Gargano Investimenti S.r.l.; Arkè S.r.l., operanti nel settore edile, turistico alberghiero; gestione business center e servizi di logistica alle aziende.

E' stato rilevato che almeno quattro delle aziende del Consorzio, Nicotel Barletta S.r.l., Nicotel Group S.r.l., Nicotel Wellness S.r.l. e Arkè S.r.l., attuano, sia pure inconsapevolmente, politiche di CSR.

Dalle risposte fornite è emerso, infatti, che tali aziende hanno organizzato corsi di formazione professionale ed attuato il team building, adottato misure di prevenzione dell'inquinamento e di tutela dell'ambiente, conseguendo la certificazione ISO14001, ed infine predisposto la realizzazione di spazi di ristoro.

Nella seconda fase del progetto di ricerca sono stati analizzati i dati in precedenza acquisiti al fine di trarre elementi utili all'elaborazione di una proposta di intervento sostenibile.

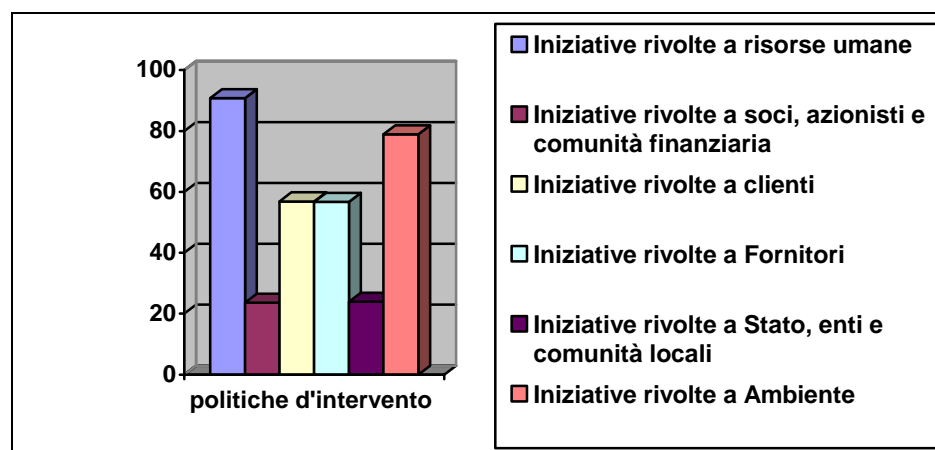
Si è verificato, da un punto di vista logistico, che gli spazi all'interno delle aziende esaminate sono stati progettati e realizzati in maniera flessibile e tanto permetterebbe di destinare una parte di essi ad interventi funzionali allo svolgimento di attività di CSR, come ad es. la realizzazione di asili nidi o l'allestimento di aule attrezzate per attività di formazione professionale.

Da un punto di vista della disponibilità all'implementazione di pratiche di CSR, si è constatato che la maggior parte delle aziende esaminate considera l'investimento nel sociale come una possibilità per rafforzare la rilevanza e l'immagine aziendale, oltre che un incentivo per coinvolgere il personale operante verso scelte più consapevoli.

I settori che suscitano maggiore interesse sono quelli dell'ambiente e delle risorse umane, anche se gli imprenditori intervistati ritengono che adeguate politiche di mercato (quali,

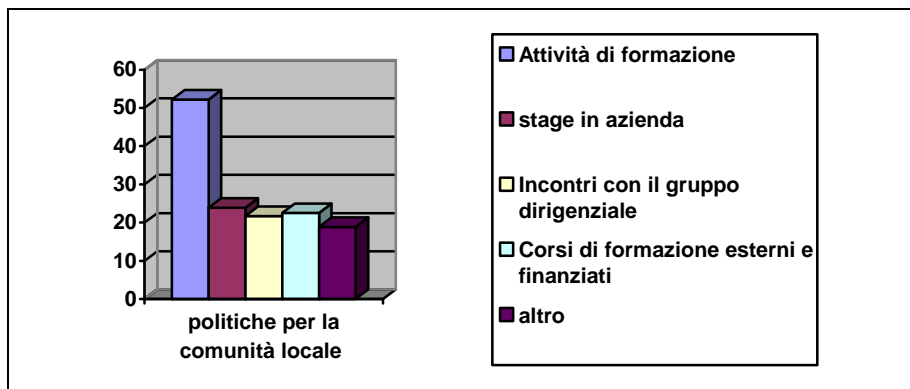
informazioni chiare e precise sui prodotti e servizi offerti in tutti i contatti sociali, accordi e campagne pubblicitarie, puntualità nei pagamenti delle fatture ai fornitori e degli stipendi ai dipendenti) possano contribuire al successo dell'azienda.

Tab. 3



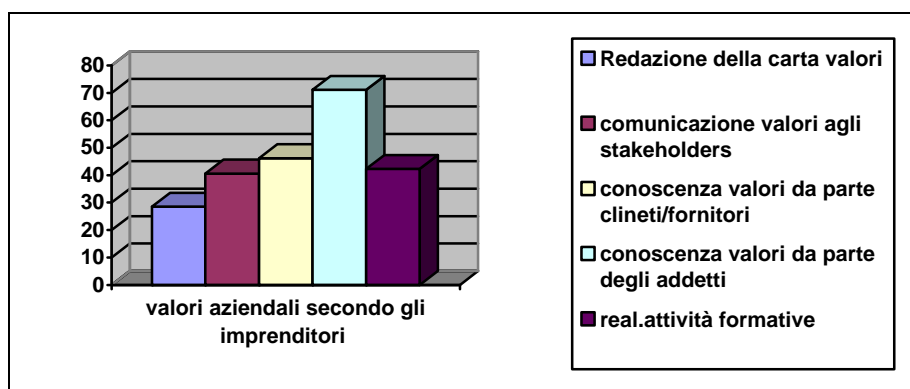
Il grafico mostra che le aziende consorziate hanno investito essenzialmente in iniziative rivolte a favore delle risorse umane, dal momento che iniziative, invece, in favore della comunità crescono in relazione alla crescita della dimensione aziendale: in particolare, esperienze di advertising sociale e cause related marketing sono pressochè assenti nelle imprese minori (tab.3).

La maggior parte delle aziende esaminate considera l'investimento nel sociale come una possibilità per rafforzare la rilevanza e l'immagine aziendale, oltre che un incentivo per coinvolgere il personale operante verso scelte più consapevoli.



Tab. 4

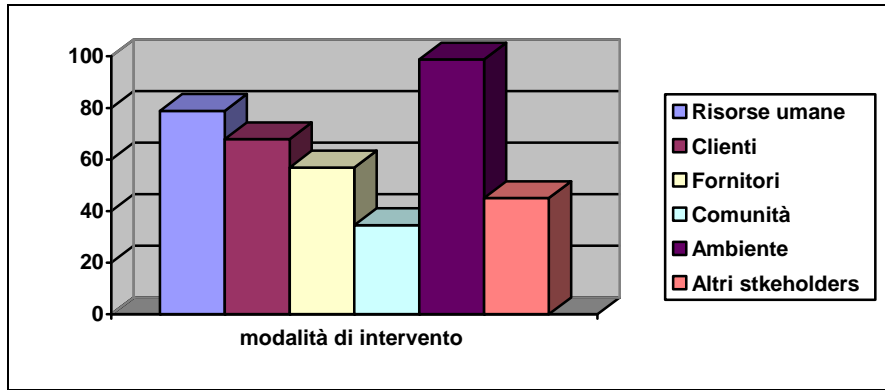
L'organizzazione di attività formative è stata ritenuta tra le più importanti scelte sostenibile per le imprese esaminate. (tab 4)



Tab. 5

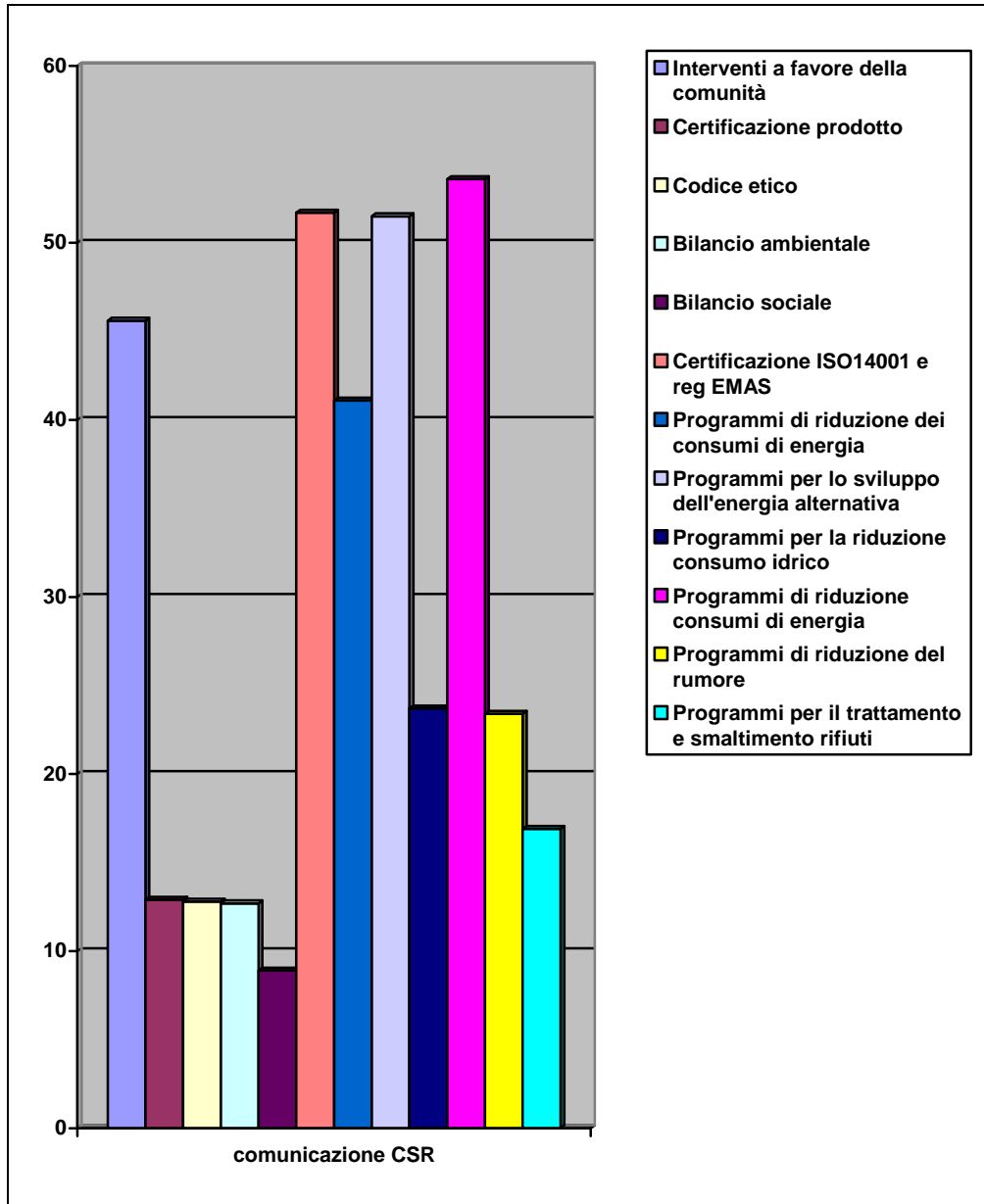
Gli intervistati affermano altresì che i clienti conoscono i valori e le regole di condotta dell'azienda e di comunicare al personale aziendale i valori e le regole di condotta che si attuano in azienda. (Tab. 5)

Tab. 6



Le aziende intervistate hanno mostrato maggior interesse principalmente in azioni tese alla **tutela dell'ambiente**, quasi la totalità degli imprenditori intervistati afferma l'importanza del rispetto dell'ambiente; a supporto di questa condivisione di opinioni vi è la maggior parte degli intervistati che afferma di aver cercato di ridurre l'impatto ambientale dell'azienda in termini di ottimizzazione e riciclaggio dei rifiuti, mediante la prevenzione dell'inquinamento, mentre la rimanente parte si adopera attivamente al fine di effettuare una adeguata tutela per l'ambiente circostante (tab.7).

Tab. 7



## 5. Un case history

Nel corso della ricerca è stata analizzata altra impresa - la Dussman S.r.l. – estranea al Consorzio ospitante, ma ubicata nel medesimo ambito territoriale ed in possesso del codice etico e della

certificazione SA8000 (ossia della certificazione internazionale che attesta la conformità del comportamento di un'impresa agli standard di responsabilità sociale) al fine di trarre elementi di comparazione utili alla diffusione e possibile implementazione, all'interno del Consorzio, delle politiche di CSR ([www.dussman.it](http://www.dussman.it)).

In particolare, il riferimento alla Dussman S.r.l. ha rappresentato l'occasione per illustrare, nel corso di una serie di incontri tenuti presso le aziende consorziate, i benefici ottenibili dall'adozione delle politiche di CSR ossia: l'armonizzazione dei rapporti con gli utenti interni ed esterni, la riduzione della conflittualità, la formazione continua del personale e la garanzia di erogazione di un servizio efficace ed efficiente nel rispetto delle norme ambientali e di sicurezza, il miglioramento della fiducia dei consumatori e delle organizzazioni sociali, l'accrescimento della credibilità e la valorizzazione dell'immagine aziendale.

L'illustrazione del caso Dussman ha suscitato vivo interesse e al termine degli incontri tenuti è emerso che la maggior parte delle imprese consorziate sarebbero propense ad investire nel sociale per ottenere un ritorno di immagine e per accrescere i livelli di competitività e di produttività.

## **6. Osservazioni**

L'indagine compiuta ha consentito l'acquisizione da parte delle realtà aziendali esaminate di una valida consapevolezza dei vantaggi ottenibili dall'adozione di politiche di CSR ed ha contribuito a focalizzare l'interesse delle medesime verso scelte etiche atte a

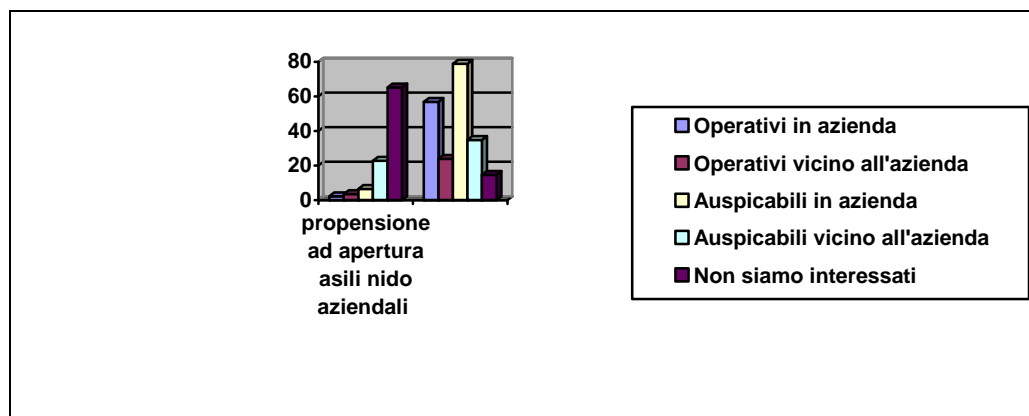
contribuire all'innovazione e al raggiungimento di maggiori livelli di competitività e produttività.

Sulla base delle informazioni acquisite è stato possibile valutare il grado di sensibilità degli imprenditori intervistati e la disponibilità degli stessi a pianificare attività progettuali di CSR, anche mediante una *consapevole* ridefinizione delle attività di CSR già esistenti.

Si è, inoltre, constatato un elevato grado di flessibilità strutturale delle aziende esaminate. Ciò, com'è evidente, permetterebbe di soddisfare, da un punto di vista logistico, tutte le esigenze connesse all'implementazione di politiche di CSR. **Esistono, infatti, all'interno delle strutture aziendali esaminate, spazi che potrebbero essere destinati efficacemente ad attività di CSR ed in particolare alla realizzazione di asili nido aziendali per soddisfare le esigenze del personale dipendente.**<sup>4</sup>

In considerazione di tale fattibilità strutturale è stata valutata la proposta progettuale di realizzare un asilo nido all'interno delle aziende facenti parte del Consorzio ed è stato esaminato il grado d'interesse delle aziende consorziate verso tale possibile intervento. Dall'indagine compiuta è emerso che, sebbene entusiasti del progetto, gli imprenditori intervistati hanno dichiarato che non intendono

4



istituire asili nido aziendali, *quantomeno nel breve periodo*, dal momento che, la situazione congiunturale poco incoraggiante, attualmente presente, rende particolarmente difficile per le imprese esaminate avviare tale innovativo progetto all'interno del proprio plesso industriale.

Il progetto di ricerca ha permesso di elaborare una bozza di codice etico che, pur se non adottato dalle aziende del Consorzio ospitante, stante lo scetticismo mostrato nei confronti di iniziative e forme di investimento fondamentalmente di carattere etico o a carattere prevalentemente filantropico (es. donazioni), ha rappresentato un'importante occasione per contribuire alla diffusione ed applicazione di pratiche di indubbia utilità per le imprese.

**Sicuramente il risultato tangibile di maggiore rilievo è costituito dalla possibilità di contribuire, attraverso i dati acquisiti nel corso della realizzazione del progetto, a sviluppare politiche di territorio maggiormente aderenti alle realtà esaminate e che consentano di superare quegli ostacoli, soprattutto di carattere economico, che, allo stato, si frappongono alla piena attuazione di interventi di CSR.**

## **7. Conclusioni**

Gli studi condotti hanno permesso di evidenziare l'attualità del tema CSR e dall'analisi comparativa svolta, è emerso che aziende certificate e dotate di caratteristiche conformi ai canoni delle eticità risultano maggiormente competitive.

Si è così dimostrato che l'attuazione di politiche di CSR può favorire la produttività aziendale e generare quel valore aggiunto finalizzato al raggiungimento degli obiettivi etici, di sostenibilità ambientale e sociale.

**Il progetto di ricerca ha permesso alle aziende esaminate di acquisire una maggiore consapevolezza delle proprie potenzialità e di superare l'iniziale scetticismo verso il tema trattato.**

Gli imprenditori intervistati, adeguatamente coinvolti nel corso degli incontri tenuti, hanno, inoltre, manifestato una particolare propensione all'approccio con la nuova cultura d'impresa determinata dall'adozione degli interventi di CSR.

A conclusione della ricerca, infatti, è emerso che gli intervistati hanno dichiarato la propria disponibilità all'attuazione di politiche ambientali nonché ad incentivare le iniziative a favore del personale, e ciò, evidentemente, nella consapevolezza che tali interventi, come più in generale, ogni politica sociale, ambientale ed etica possa, nel lungo periodo, agevolare e promuovere la competitività e incrementare il successo dell'azienda.

Dalla ricerca condotta è, in definitiva, emerso che il Consorzio intende adottare e promuovere un comportamento socialmente responsabile avvalendosi di strumenti finalizzati a rafforzare anche i rapporti con la comunità locale.

E' risultato, inoltre, che le aziende intendono incrementare l'adozione di strumenti di comunicazione tecnologica e dedicare una maggiore attenzione verso il mondo della formazione e dell'informazione al fine di diffondere a tutti i livelli una nuova

consapevolezza dell'economia ecosostenibile: salvaguardia del territorio, rispetto dell'ambiente, concreta possibilità per la manodopera locale di trovare occupazione.

L'attuazione di tutti questi interventi trova nell'immediato un unico limite che è rappresentato dalla congiuntura sfavorevole, ma è da ritenersi altamente probabile, in virtù dei risultati ottenuti, che al mutare delle condizioni economiche, possa conseguire una valida ed efficace azione di responsabilizzazione delle aziende consorziate.

## **8. Bibliografia e sitografia**

- Mario Moliterni – “Responsabilità sociale e performance d'impresa” – per una sintesi socio competitiva (Teca del consiglio Reg.) anno 2004;
- Luciano Gallino – “Prospettive della Responsabilità sociale delle imprese Il contesto internazionale, le aree di intervento” versione del 28.12.2007;
- Lavoro interinale – La responsabilità sociale delle Agenzie per il lavoro di Alessandro Zollo Fondazione I-CSR;
- Sciarelli S., Etica e responsabilità sociale dell'impresa, Casa Editrice Giuffrè, Milano, 2007;
- Sciarelli S., Business quality and Business Ethics, in "Total Quality Management Journal", vol. 13, n. 8, 2002;

- Sciarelli S., Responsabilità sociale ed etica d'impresa: una relazione finalizzata nello sviluppo aziendale, in "Finanza, Marketing e Produzione", n. 1/1999;
- **"L'intervento pubblico per la promozione della responsabilità sociale d'impresa"** di **Aiccon** in collaborazione con **Impronta Etica** a cura di Maria Luisa Parmigiani, Michele Viviani e Francesca Zarri.
- La responsabilità sociale dell'impresa, in "Rivista della cooperazione" n. 1/2 2000, MALAVASI, A.
- Bilancio sociale d'impresa: gli scopi e il contesto, in "Rivista della cooperazione" n. 1/2 2000, RUSCONI, G.
- Bilancio sociale dell'impresa, in "Economia Pubblica", n. 4/5, 1981, CRACOGNA, D.
- Bilancio sociale ed "essere cooperativa", in "Consumi e Società", gennaio - febbraio 1998, FERINI L.
- Regione Puglia, Programma Operativo Regionale Puglia 2000/2006;
- Rafforzare l'economia sociale nella direzione della sostenibilità e della qualità delle imprese e dei servizi, Progetto Equal "ESI Economia sociale ed imprenditorialità" Cod. IT-G2-PUG-085;
- Progetto Avanzare cod. 27, Por Puglia 2000/2006;
- Le esperienze italiane sulla Responsabilità Sociale nel settore Agricolo e Agroalimentare, a cura di Lucia Briamonte; Inea 2007;
- Esperienze in tema di bilancio sociale - "Il modello francese", G. Giappichelli Editore, Torino, 1996, PULEJO L.
- Gruppo Comunità e Impresa, Il bilancio sociale - Qualità Sociale e Stakeholder Management, Milano 1999, C&I
- Il "bilancio sociale" nel quadro evolutivo del sistema d'impresa, Messina, 1984, VERMIGLIO, F.;
- Il bilancio come strumento di informazione verso l'esterno, Cedam, Padova, 1990, AVI M.S.
- Il bilancio sociale d'impresa, Franco Angeli, Milano, 1980, DE SANTIS G. e VENTRELLA A.M.
- Il bilancio sociale d'impresa. Problemi e prospettive, Giuffrè, Milano, 1988, RUSCONI, G.
- Il Bilancio Sociale nel Terzo settore, guida pratica alla redazione, ed. Egea, Milano, 2001, PUCCI L., VERGANI E.
- Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", Accounting, Auditing and Accountability Journal 8 (2) 1995 (pp47-77), GRAY R.H., KOUHY R. & LAVERS S.
- Responsabilità Sociale e Impresa Sociale, Giulio Ecchia Michele Viviani Working Paper n. 34 giugno 2006;
- LORENZO SACCONI "PUÒ L'IMPRESA FARE A MENO DI UN CODICE MORALE?" Introduzione di GIUSEPPE VIGORELLI Ciclo di conferenze e seminari "L'Uomo e il denaro", Milano 13 febbraio 2006;
- IL DECRETO LEGISLATIVO 231/2001 E LA RESPONSABILITÀ DELL'IMPRESA A cura di Impronta Etica Novembre 2006;
- Le Attività del Sistema Camerale sulla Responsabilità Sociale, A cura del Centro Studi Unioncamere, Febbraio 2007.

Siti web consultabili

<http://www.bilanciosociale.it>

[http://www.bilanciosociale.it/codice\\_etico.it](http://www.bilanciosociale.it/codice_etico.it)

<http://www.sportellocsr.it>

<http://www.unioncamere.it>

<http://www.welfare.gov.it>

<http://www.lavoroetico.org/certificazione/prodotto.htm>