

“La responsabilità sociale d’impresa, modello per lo sviluppo”: gli atti del Workshop



Si è tenuto, in data 17 dicembre 2013, il Workshop “**La Responsabilità Sociale d’Impresa, Modello per lo Sviluppo**”, registrando una partecipazione numerosa ed entusiasta di pubblico. Il seminario, nella sua struttura tripartita, ha mantenuto la promessa di approfondire il tema della **Responsabilità Sociale d’Impresa** dal punto di vista degli enti pubblici territoriali, del mondo accademico e di quello imprenditoriale. Ciò ha consentito di rileggere la RSI sotto un profilo non solo istituzionale e scientifico ma anche operativo e

concreto di imprese che ne hanno interiorizzato i principi come leva strategica.

Il funzionario della Commissione Europea **Nicolas Gilbert-Morin**, dopo aver sottolineato la trasversalità del tema, ha illustrato l’impegno delle istituzioni europee sul fronte della RSI soffermandosi sul Programma d’Azione 2011-2014; **Alessandro Castenetto**, funzionario della Direzione regionale Lavoro, ha invece focalizzato l’attenzione sull’importanza della “formazione” e sul ruolo della regione FVG nell’attività di sensibilizzazione e diffusione dei principi di RSI. L’intervento di **Francesco Marangon**, che nell’occasione ha sostituito **Luca Brusati**, si è concentrato sull’interrelazione tra “valore economico” e “valore sociale” e sulla valenza della RSI in termini di competitività. **Giovanni Lombardo** ha completato l’analisi prettamente accademica con un quadro su “percorsi, premi e incentivi per imprese socialmente responsabili”, rimarcando la necessità di “percorsi per rating più oggettivi” e di “semplificazione dei requisiti” per una “personalizzazione strategica” della responsabilità sociale.

Sono seguiti i contributi di **Illycaffé**, **I.CO.P.** e **Interna Group**, tre esperienze aziendali significative sul fronte della attuazione concreta dei paradigmi della RSI; in particolare, Piero Petrucco di I.CO.P. (azienda annoverata tra i soci di Animaimpresa) ha catturato emotivamente i convenuti presentando i progetti di cooperazione internazionale in Paesi in Via di Sviluppo e le iniziative locali tra cui il loro centro estivo aziendale. **Animaimpresa** ha chiuso la rassegna proponendo un resoconto di metà anno del percorso formativo che prevede la costituzione di un’impresa virtuale che sta coinvolgendo gli studenti delle classi IV[^] del Liceo Economico Sociale Percoto di Udine: un’occasione di promozione per l’associazione e un simpatico “momento di gloria” per i giovani liceali, le nuove leve della sostenibilità.

[Qui puoi scaricare gli atti del convegno](#)

In questa edizione:

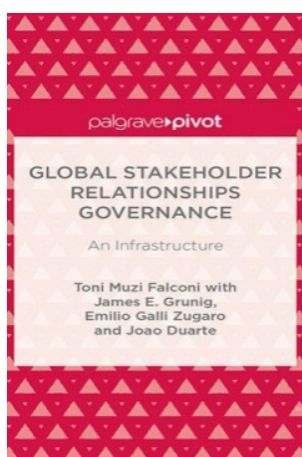
- *Accordi volontari di imprese e di enti pubblici con il Ministero dell'Ambiente: uno sguardo da Kyoto sulla responsabilità ambientale*
- *Crowdfunding – Equity crowdfunding: la finanza accessibile*

Spazio libro

La governance delle relazioni con gli stakeholders

T. Muzi Falconi con J. Grunig, E. Galli Zugaro e J. Duarte, *“Global Stakeholder Relationships Governance: an Infrastructure”*, FERPI editore, 2013

Nell'ambito della governance aziendale - ovvero quell'insieme di norme e comportamenti che assicurano un corretto e trasparente funzionamento degli organi di governo e dei sistemi di controllo aziendali - sta assumendo sempre più importanza la **“gestione delle relazioni con gli stakeholders”**.



Già negli anni '80, la SCR Associati aveva elaborato un sistema di “misurazione e valutazione” dell'efficienza delle “pubbliche relazioni” attraverso un processo sistematico definito **Gorel** (Governo delle Relazioni). A questo lavoro - di straordinaria importanza quanto a portata innovativa - aveva partecipato anche Toni Muzi Falconi, autore del saggio *“Global Stakeholder Relationships Governance: An Infrastructure”* qui presentato. Muzi Falconi costruisce, tramite la sua opera, una “infrastruttura soft/hard” in cui la parte “soft” attiene le relazioni pubbliche nel senso più classico e istituzionale, la parte “hard” implementa approcci innovativi quali integrated reporting, cultura dell'ascolto per il coinvolgimento e l'engagement degli stakeholder, allineamento interno/esterno, e altro ancora.

Certamente, il saggio mette in luce la natura “complessa” delle relazioni con gli stakeholder, proponendo un modello di governance tanto articolato quanto coerente. Quello che l'autore crea non è soltanto un aggiornamento di Gorel, ma una rivisitazione “definitiva” dello stesso.

A supporto delle tesi dell'autore sono presentati svariati contributi: tra questi si ricorda l'articolo *“Replacing Images, Reputations and Other Figments of the Mind with Substantive Relationships”* di James Grunig, i casi di studio proposti da Emilio Galli Zugaro, John Paluszek e Jean Valin, e lo studio di João Manuel Alves Duarte.



AMBIENTE

Accordi volontari di imprese e di enti pubblici con il Ministero dell'Ambiente: uno sguardo da Kyoto sulla responsabilità ambientale

L'attuale politica ambientale del governo italiano si muove entro gli schemi del "Pacchetto clima-energia" dell'UE che prevede degli ambiziosi obiettivi di contenimento delle emissioni di CO2 parametrati al 2020.

Il **Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare** è impegnato a sostenere da diversi anni un programma di supporto alle **iniziative volontarie delle imprese italiane**, con particolare riferimento all'**impronta ambientale** (*in primis* la Carbon Footprint) nelle filiere di produzione. Questa attenzione si è tradotta in una serie di accordi stipulati tra aziende, o enti pubblici, e Ministero, accomunati da una medesima logica operativa:

- in una prima fase i sottoscrittori si impegnano a "contabilizzare" le emissioni di CO2; questo consentirà di rilevare le diverse metodologie valutative delle impronte (soggette, ad intrinseche differenze settoriali) allo scopo di armonizzarle e di renderle applicabili in futuro su scala più ampia;
- in un secondo "step" saranno implementati sistemi più efficienti di *management* delle emissioni, orientati alla riduzione o neutralizzazione delle stesse attraverso i meccanismi del Protocollo di Kyoto (in particolare Joint Implementation e Clean Development Mechanism).

Dal punto di vista delle imprese, l'accordo volontario costituisce un **fattore di competitività**, quando non anche un'**alternativa cost-efficient** all'adeguamento alle regolamentazioni normative; rappresenta inoltre un'opportunità di revisione dei sistemi di gestione ambientale e di "sensibilizzazione" dei consumatori verso la sostenibilità *lato sensu*.

La partecipazione attiva agli accordi ministeriali da parte di molte imprese e gruppi industriali (tra cui i corregionali Illycaffé, Venica&Venica, Palazzetti, MCZ Group...) segnala una crescente responsabilizzazione in chiave di mitigazione del *climate change* ed è in linea col paradigma della "azione" che ha ispirato la recente COP-19 sul Clima di Varsavia.

Andrea De Colle

Per approfondimenti:

[Ministero dell'Ambiente e della Tutela e del Territorio e del Mare](#)

[Illycaffé](#)

[UNFCCC](#)

Crowdfunding - Equity crowdfunding: la finanza accessibile

Si diffonde il fenomeno del finanziamento dal basso per far fare il salto ad una buona idea o dar vita ad un nuovo progetto imprenditoriale.

Anche se è vero che mezzo mondo si sta muovendo per aiutare creativi e giovani startupperi facendo nascere incubatori, farm, talent garden, factory, hub, coworking e via dicendo, quello che si può fare tramite la rete, con l'aiuto di semplici cittadini che si innamorano di un progetto, può raggiungere in certi casi risultati davvero straordinari.

L'idea di raccogliere fondi da vari donatori o investitori non è certo una novità dato che affonda le proprie radici nel concetto di "microfinanza".

Il meccanismo è abbastanza semplice e oramai stanno proliferando anche in Italia **piattaforme di crowdfunding** che offrono soluzioni adeguate per portare avanti campagne di raccolta fondi rendendo il processo sempre più accessibile. Non manca l'attività di promozione, garantita tramite i media, in particolare i social, dove ci si può raccomandare presso follower o fan sfruttando l'enorme potenziale della viralità del web.

Per le iniziative imprenditoriali le donazioni diventano una sorta di giudizi individuali che, messi assieme, aiutano a valutare un business plan o a testare un prodotto sul mercato, il tutto basato sulla trasparenza e sui modelli di scambio di fiducia che sono presenti sul web.

Si trova di tutto, dall'appello per dipingere le sale dedicate alla cura dei pazienti pediatrici dell'Istituto GEMELLI di Roma (chiesti € 20.000 - donati € 24.689) a quello per tenere in vita una scuola in via Padova a Milano, dove si insegna gratuitamente la lingua italiana agli stranieri, fino al progetto per un nuovo "Smart Air Monitor" che tratterà qualità dell'aria, presenza di fumi e monossido di carbonio, a favore della salute e della sicurezza.

StarsUp è invece il primo portale per le startup italiane approvato da **Consob** che ha emanato un regolamento, il primo in Europa, a seguito del decreto-sviluppo bis (L. 221 del 2012) che disciplina questa modalità di reperimento di capitali a rischio.

Al nastro di partenza l'operazione di Diaman Tech Srl, azienda che nasce come spin-off delle attività tecnologiche e software del gruppo DIAMAN Holding con l'obiettivo di diventare una delle principali società fornitrici di applicativi software per la finanza.

E' vero, i soldi a disposizione sono sempre meno ma, al tempo stesso, siamo sempre più connessi. Non ci resta che sfruttare la forza di questo "più" che diventa una risposta al vuoto lasciato dai modelli più conosciuti di formazione di capitale.

Gigliola Piccolo

Per approfondimenti:

<http://www.reporter2dot0.com/i-10-migliori-siti-di-crowdfunding/>

<http://www.wired.it/economia/business/2013/04/09/tutte-le-piattaforme-di-crowdfunding-italiane/>

<http://marketingarena.it/2013/07/16/vuoi-avviare-una-start-up-usa-il-crowdfunding/>

Lo sapevate che?

Tre ragazzi di Padova hanno creato [votazienda.it](http://www.votazienda.it), un sito, dedicato a chi è in cerca di occupazione, che presenta una modalità di “voto” alle aziende alla pari di altri portali web di recensioni (es. di alberghi, ristoranti...) e social network. I visitatori possono muoversi tra centinaia di imprese, suddivise per regione e per settore, e visionare i giudizi a queste attribuiti, sintesi di 13 parametri differenti: rapporto coi colleghi, opportunità di carriera, formazione, stipendi, benefits....).

Roberto Del Longo, uno dei giovani creatori, spiega: «Perché inviare mille curricula ad un’azienda che non paga? O dove l’ambiente è brutto? Scrivendo la tua esperienza (precedente) sarai di aiuto a chi cerca lavoro dopo di te». Le “votazioni” vengono infatti rilasciate da utenti che, a vario titolo, hanno avuto esperienza diretta con una realtà aziendale e danno possibilità all’azienda di “controbattere” alle critiche, se giudicate infondate, e/o di avviare processi virtuosi di verifica e di risoluzione delle critiche ricevute.

Al di là dei limiti insiti in uno strumento di questo tipo, risulta evidente quanto la rete stia oramai sottoponendo qualunque forma di attività economica al giudizio dell’utente e di come i parametri reputazionali risultino sempre più strategici. Attività di **responsabilità sociale, asset intangibili, pratiche sostenibili**, saranno sempre più fattore di competitività e consentiranno di interfacciarsi con trasparenza e credibilità nei confronti della rete, ricevendo un feedback positivo.

Per approfondimenti:

<http://www.votazienda.it/press-media>