

Responsabilità Sociale (1/6)

Cosa significa Responsabilità Sociale?

Perchè facciamo business?

Profitto?



Interesse vs l'intera comunità di cui fa parte anche l'azienda?



☐ Sofocle – 440 a. C (drammaturgo greco)

«L'opera umana più bella è di essere utile al prossimo»

- Definizione primordiale di Responsabilità Sociale, che mette al primo posto l'utilità per la società.

☐ Milton Friedman – 1912 – 2006

(economista, che ha influenzato le maggiori teorie economiche, soprattutto in campo monetario, premio Nobel per l'economia nel 1976)

« La responsabilità sociale del business è quella di incrementare i profitti, dopodichè possiamo prendere qualsiasi tipo di altra decisione»

- Teoria che assume che si possa calcolare gli effetti di un comportamento etico sui profitti.

☐ Papa Giovanni Paolo II – 1920 – 2005

“...Occorre che alla progressiva mondializzazione dell'economia, corrisponda sempre più la cultura globale della solidarietà, attenta ai bisogni dei più deboli”

Responsabilità Sociale (2/6)

- **Definizione Commissione Europea:** la R.S.I. è la “responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società”

- ❑ L'evoluzione in campo economico, sociale e ambientale, assieme a tutti i fattori che ne guidano il loro andamento, ci ha portato ad affermare che:

- ❑ *Un qualsiasi business deve trovare un bilancio fra le sue attività:*

- *realizzare profitto*
- *realizzare benefici per la società.*



- ❑ *L'azienda perciò deve operare con un approccio positivo alla società e con un impegno inderogabile di tutto il management, a tutti i livelli organizzativi*



Responsabilità Sociale (3/6)

- *Business «per» e Business «con»*

❑ *Il business per:*

- *fare prodotti che trasformano la vita dei consumatori al meglio*
- *dare a tutti i dipendenti di un'azienda un ambiente salutare e le migliori condizioni in cui lavorare*
- *conservare la società e l'ambiente per le nostre future generazioni.*



❑ *Il business con:*

- Azionisti o investitori
- Impiegati e lavoratori
- Consumatori o clienti
- Governi e amministrazioni
- Comunità locali
- Ambiente
- Società



Responsabilità Sociale (4/6)

- *Profitto e Responsabilità Sociale di Impresa*

Il profitto delle aziende che basano il loro operato sull'attuazione di politiche di Responsabilità arriverà in maniera naturale, perchè la reputazione di una azienda che opera secondo questi principi è eccellente, attraendo perciò l'interesse di tutti gli stakeholders



Gli investitori vogliono investire il loro denaro in aziende che riflettono l'idea di ciò che vorrebbero che il mondo fosse: «un mondo migliore».

Responsabilità Sociale (5/6)

- *Strategia di business ESG: Environmental, Social, Governance*

ENVIRONMENTAL: *Ambiente e Risorse Naturali*

- *Qualità dei prodotti, anziché nella quantità, comporta maggiori costi, almeno nel breve periodo;*
- *Prodotti della filiera «Green» per rafforzare reputation/brand e competitività sul mercato.*

SOCIAL: *Dipendenti, Clienti, Comunità, etc...*

- *Trattare meglio gli impiegati significa spendere di più per le loro remunerazioni, per migliorare le condizioni in cui lavorano e potrebbe significare nel breve periodo distribuire meno dividendi agli azionisti per investirli nella cura del personale;*
- *Investire nella comunicazione agli stakeholder delle strategie di business socialmente responsabili, per rafforzare brand/reputation*
- *Costruire Networking per partnership collaborative col mondo industriale e quello della Ricerca*

GOVERNANCE: *Investitori e Organizzazione Aziendale*

Per una condivisione del perseguimento attività di Responsabilità sociale a tutti i livelli gerarchici aziendali. La Responsabilità Sociale deve diventare un fattore culturale aziendale.

Le aziende che hanno investito nel lungo periodo, sulla base delle strategie ESG, da un'analisi condotta in Italia nel 2018 da UBM Consulting, hanno incrementato il fatturato del 58%, l'occupazione del 41% e l'export del 49%.



United Nations 2015

Agenda Globale per lo Sviluppo Sostenibile – Goals 2030



United Nations 2015

Agenda Globale per lo Sviluppo Sostenibile – Goals 2030

- ❑ La Responsabilità sociale deve essere promossa e consolidata attraverso questi strumenti:



