

## PMI e responsabilità sociale d'impresa

di Francesca Magli, Alberto Nobolo

### La responsabilità sociale: storia e definizione<sup>1</sup>

Il concetto di "responsabilità sociale" appare per la prima volta negli Stati Uniti alla fine del 1800 nelle imprese dei principali capitani d'industria come Andrew Carnegie e John D. Rockefeller che dopo aver preso coscienza delle condizioni abitative, di salute e sicurezza previdenziale dei propri lavoratori, svilupparono le prime forme di welfare aziendale. (Heald 1970, Carroll 2008, Gond e Moon, 2011).

Nel 1920 il concetto di responsabilità sociale era utilizzato principalmente dai manager americani nelle "stewardship" e "trusteeship", ovvero nell'ambito delle gestioni e amministrazioni fiduciarie, in risposta alle organizzazioni sindacali, alla chiesa e alle autorità morali (Bowen 1953, Carroll 2008, Heald 1970). Da questi due concetti nasceranno le basi ideologiche per lo sviluppo della responsabilità sociale in USA fino al 1960, basate essenzialmente sullo sviluppo della consapevolezza e sull'analisi filantropica (Murphy, 1978).

Già nel 1927 Wallace Donham, decano della Harvard Business School, affermava che una delle priorità delle imprese fosse "creare e far sviluppare una classe imprenditoriale socialmente responsabile" (Donham, 1927) ma il vero e proprio concetto di responsabilità sociale d'impresa (RSI, definita *Corporate social responsibility* – CSR in inglese) si sviluppò nei Paesi anglosassoni. Howard R. Bowen viene considerato l'ideatore della moderna "responsabilità sociale delle imprese" (Wood 1991, Carroll 2008, Carroll 1999), grazie anche alla pubblicazione del suo libro "Responsabilità degli affari" nel 1953, il primo studio sulla formazione di una coscienza sociale degli uomini d'affari.

Durante questo periodo l'attenzione degli studi di RSI si sofferma principalmente su due questioni:

- la responsabilità degli uomini d'affari e manager d'impresa;
- l'analisi delle esternalità della gestione aziendale.

Gli studi sulla responsabilità sociale ebbero un'enorme diffusione attorno agli anni '70, in particolare in Francia (Matacena, Del Baldo, 2009:65) ed in Inghilterra dove si passò da un concetto di *Corporate Social Responsibility* (CSR o CSR1) ad un concetto di *Corporate social responsiveness* (CRS2), più attento alla dimensione interna all'impresa (Cantele, 2006:3).

Negli anni '80 Friederich (1986) iniziò il filone degli studi sull'etica degli affari (*business ethics*) ed il periodo della cosiddetta *corporate social rectitude* (CSR3). L'etica degli affari è considerata quella parte dell'etica applicata finalizzata all'impiego dei principi e delle norme morali che fanno capo a diverse famiglie di teorie normative, nella valutazione e nella regolazione di istituzioni ed attività economiche variamente intese (Sacconi e Fasano, 1997).

Ulteriore evoluzione del termine RSI si evidenzia negli anni '90 dove nasce il concetto di *Corporate social performance* (CRS4). Carroll sottolinea che tale termine include sia i

---

<sup>1</sup> I paragrafi 1, 2, 3 e 4 sono stati predisposti dalla Dottoressa Magli mentre il paragrafo 5 è il risultato del lavoro congiunto dei due autori

concetti di *CSR* tradizionale, sia di *Corporate social responsiveness* nonché l'intero spettro delle attività sociali dell'impresa (Carroll, 1991).

Wartick e Cochran (1985) definiscono la *Corporate social performance* come il prodotto dell'interazione tra la definizione ed i principi che motivano la responsabilità, il processo che determina i comportamenti dell'impresa e i risultati prodotti dall'azione sociale (Chirieleison, 2004).

Come già accennato nella trattazione storica, non esiste una definizione univoca ed esaustiva di responsabilità sociale. La definizione di responsabilità sociale d'impresa tende a variare a secondo del Paese, dell'organizzazione e degli studi analizzati (Massoud, 2010).

Il concetto di responsabilità sociale d'impresa, tuttavia, molto importante soprattutto negli ultimi decenni in cui sono stati numerosi gli scandali finanziari causati da lacune proprio in tale ambito, "è stato da sempre identificato nella dottrina economico-aziendale, come elemento fondante per garantire la continuità della vita dell'azienda, la sua crescita nel lungo periodo e la sua legittimità" (Orlandini, 2008).

La responsabilità sociale delle imprese è strettamente connessa sia all'esigenza dell'impresa di non causare danni, al fine di garantirsi così la legittimazione all'agire, sia al diritto/dovere di informare gli interlocutori sociali, per essa rilevanti, sull'eticità del comportamento gestionale, al fine di garantirsi così il consenso all'agire (Matacena, 2005:15).

A partire dagli anni '70, con l'introduzione del concetto di *Corporate social responsiveness* la definizione si sposta su "la capacità di rispondere alle pressioni sociali" (Frederick, 1994) e "sullo sviluppo dei processi con la quale si gestiscono le politiche e azioni dell'impresa" (Epstein, 1987).

Nel 1979 Carroll elabora una definizione di *CSR* basata su quattro fattori:

- fattore economico: è importante per l'impresa essere produttrice di valore economico;
- fattore legale: è importante che l'impresa agisca sempre nel rispetto della legge;
- fattore etico: è fondamentale che l'impresa agisca secondo criteri di equità, giustizia e imparzialità, in conformità ai valori sociali;
- fattore filantropico: è fondamentale che l'impresa scelga di compiere investimenti sociali senza che vi siano specifiche aspettative in tal senso da parte della comunità (Carroll, 1979).

Vi sono poi altri approcci più vicini alla dimensione strategica della RSI.

Secondo Steiner (1971) la responsabilità sociale deve essere analizzata in stretto collegamento con la strategia d'impresa; nella sua definizione la responsabilità sociale "deve diventare un'attitudine, una filosofia che guida il *decision making* manageriale, anche se le imprese sono e rimangono istituzioni essenzialmente economiche" (Chirieleison, 2004).

Nella visione di Perrini (2008) la RSI "è un nuovo approccio strategico alla gestione d'impresa, basato su una visione relazionale della stessa. E', in sintesi, innovazione per la sostenibilità dell'azienda e dello *stakeholder network* in cui questa è inserita. La Responsabilità sociale non consiste, quindi, in una moda effimera e passeggera, ma, a seconda delle modalità interpretative adottate e delle situazioni considerate, è:

- a) *driver* di *pattern* sostenibili di sviluppo;
- b) fattore differenziale per superiori modelli competitivi;
- c) elemento alla base di rinnovate relazione tra soggetti pubblici, imprese e società civile” (Perrini, 2008:19)

Anche la Commissione Europea a sostegno di questo approccio ribadisce che le imprese sono incoraggiate ad adottare un approccio strategico a lungo termine nei confronti della Responsabilità sociale ed ad esplorare le opportunità (Commissione Europea, 2011:7).

Il *World Business Council for Sustainable Development* (WBSCD) definisce la RSI come “il continuo impegno dell’impresa a comportarsi in maniera etica ed a contribuire allo sviluppo economico, migliorando la qualità della vita dei dipendenti e delle loro famiglie, della comunità locale e più in generale della società”.

A livello comunitario la disciplina della responsabilità sociale d’impresa (RSI) giunge con il Consiglio Europeo di Lisbona nel marzo 2000 e viene disciplinata nel Libro Verde della Commissione Europea del 2001, in cui la RSI è definita come “l’integrazione volontaria delle problematiche sociali ed ecologiche nelle operazioni commerciali e nei rapporti delle imprese con gli *stakeholder*” (Commissione Europea, 2002). Ulteriore definizione comunitaria sopraggiunge nel 2011 al fine di innovarne il concetto. La Comunicazione della Commissione Europea del 25 ottobre 2011 stabilisce che un’impresa è socialmente responsabile quando “si dota di approcci e strumenti per integrare nella propria gestione gli aspetti relativi a tematiche ambientali, etiche, del rispetto dei diritti umani e dei diritti dei consumatori con l’obiettivo di massimizzare la creazione del valore condiviso con gli *stakeholder* e di prevenire o mitigare gli impatti negativi della propria attività” (Commissione Europea, 2011).

Tale nuova definizione include, indi, sia la capacità dell’impresa di far fronte alle problematiche più comuni di RSI (già insita nella definizione comunitaria precedente) ma anche l’importanza di sviluppare tutto ciò nel rispetto degli altri *stakeholder* (consumatori, ambiente, diritti umani) al fine di massimizzare il proprio valore e migliorare la propria visibilità all’esterno.

Nei *Guiding Principle* del “Proposed Draft Corporate Social Responsibility Rules under Section 135 of the Companies Act, 2013” la CSR viene definita come: “*the process by which an organization thinks about and evolves its relationships with stakeholders for the common good, and demonstrates its commitment in this regard by adoption of appropriate business processes and strategies*”.

O ancora come: “*a way of conducting business, by which corporate entities visibly contribute to the social good. Socially responsible companies do not limit themselves to using resources to engage in activities that increase only their profits. They use CSR to integrate economic, environmental and social objectives with the company’s operations and growth*” (Company Act, 2013).