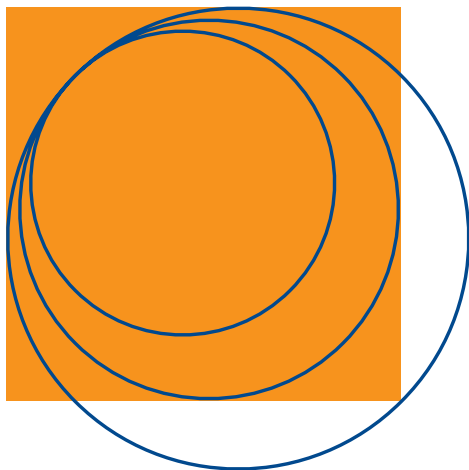




UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CATANIA
Centro di Documentazione e Studi sulle
Organizzazioni complesse ed i Sistemi locali

Quaderni CeDoc

Materiali per lo sviluppo locale



La Responsabilità Sociale *oltre l'impresa*

a cura di
C. Arezzo, R. D'Amico, S. Randone

FrancoAngeli

Quaderni CeDoc
Materiali per lo sviluppo locale

La Responsabilità Sociale *oltre l'impresa*

a cura di C. Arezzo, R. D'Amico, S. Randone

Scritti e contributi di

D. Arcidiacono, C. Arezzo, F. Bizzini, M.T. Clasadonte, C. Coco, R. D'Amico, A. Ferrante, M. Filippello, T. Fonte, C. Gagliardi, S. Inghilterra, I. Lo Bello, A. Matarazzo, F. Martinico, G.S. Martorana, P. Modica, R. Palidda, F. Perrini, S. Randone, G. Salerno, I. Salvati, P. Santoro, C. Strazzeri, A. Tencati, M. Termini, G. Tumino, M.T. Tumino

FrancoAngeli

Il presente volume è pubblicato con il contributo di:



Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura
di Ragusa



ECIPA
RAGUSA

Confederazione Nazionale Artigiani - Ente Confederale
Istruzione Professionale Artigianato di Ragusa

copyright © 2008 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni specificate sul sito www.francoangeli.it

Indice

1. La diffusione della <i>Csr</i> in Sicilia come strategia di sviluppo locale	pag.	11
di <i>Renato D'Amico</i>		
1. Sperimentare lo sviluppo sostenibile attraverso la <i>Csr</i>	»	11
2. Il primo soggetto della <i>Csr</i> : l'impresa	»	13
3. La <i>Csr</i> dall'impresa al sistema territoriale	»	16
4. Il contesto siciliano e le basi etiche della <i>Csr</i> tra individuo e organizzazione	»	19
5. Questo libro	»	25

PARTE I

Visioni, condizioni e premesse della *Corporate Social Responsibility*

2. La <i>Corporate Social Responsibility</i> in alcuni paesi europei: sostenibilità dei modelli di sviluppo	»	29
di <i>F. Perrini e A. Tencati</i>		
1. Il Regno Unito e l'approccio liberale	»	31
2. Il modello regolatore francese	»	34
3. Il modello danese fondato sulla <i>partnership</i>	»	36
4. Il modello tedesco: l'evoluzione dell'economia sociale di mercato	»	39
5. Il ruolo del <i>Social Label</i> nelle politiche del Governo belga	»	41
6. La Spagna tra <i>business ethics</i> e <i>corporate social responsibility</i>	»	42
7. Conclusioni	»	44

3. Il ruolo delle amministrazioni centrali dello Stato nella promozione e diffusione della Responsabilità sociale d'impresa in Italia	pag.	46
di <i>Alfredo Ferrante</i>		
1. Le competenze in materia di responsabilità sociale delle imprese a livello centrale	»	48
2. Il ruolo del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (2001-2006)	»	49
3. L'esperienza del Ministero della Solidarietà Sociale (2006-2008)	»	54
4. Considerazioni conclusive	»	56
4. Csr: fattore di competitività del Sistema Paese	»	60
di <i>C. Gagliardi</i>		
5. Il ruolo della Camera di Commercio di Ragusa nella diffusione della Csr	»	64
di <i>C. Arezzo e G. Corallo</i>		
1. La peculiarità socio-economica del territorio	»	65
2. La disponibilità della Camera di Commercio di Ragusa alla innovazione	»	67
3. Le ipotesi di lavoro della Camera di Commercio rispetto agli <i>stakeholder</i> del sistema delle imprese	»	69
4. Lo sportello per l'informazione	»	70
5. La formazione nella scuola e nell'Università	»	71
6. La soluzione dell'emulazione	»	72
7. Esempi vincenti nel territorio	»	73
8. Il tavolo della Responsabilità sociale d'impresa	»	74
9. La <i>Csr</i> come ipotesi di crescita e di sviluppo di un sistema locale produttivo anche attraverso la premialità	»	76
10. Una prima conclusione	»	77
6. Responsabilità sociale delle imprese di piccole e medie dimensioni	»	78
di <i>Francesco Perrini</i>		
1. La <i>Csr</i> tra obiettivi e opportunità	»	78
2. La <i>Csr</i> nelle Pmi italiane: punti di forza e di debolezza	»	80

7. La Responsabilità sociale delle pubbliche amministrazioni	pag.	83
di <i>Patrizia Santoro</i>		
1. L'equivoco del «Bilancio sociale»	»	83
2. Le pubbliche amministrazioni e l'etica della responsabilità	»	86
3. Dall'etica individuale all'etica organizzativa	»	88
4. I modelli etici della pubblica amministrazione: l' <i>ethos</i> burocratico e l' <i>ethos</i> democratico	»	95
5. Dal «cosa» al «come» dell'agire responsabile delle pubbliche amministrazioni	»	98

PARTE II

Orientamenti metodologici e dimensioni operative della *Csr*

8. Strumenti metodologici e applicativi di contesto per la valutazione di <i>performance</i> imprenditoriali socialmente responsabili	»	103
di <i>S. Randone</i>		
1. Le ragioni di una scelta valutativa condivisa	»	103
2. L'esperienza italiana: spunti di riflessione e suggerimenti	»	107
3. L'intreccio fra significato e metodo: una proposta di valutazione	»	114
9. Le <i>Check List</i> delle norme <i>Ilo</i> per la valutazione dei prerequisiti della Responsabilità sociale d'impresa e della certificazione <i>Sa 8000</i>	»	123
di <i>M.T. Clasadonte, A. Matarazzo, I. Salvati, C.A. Strazzeri</i>		
1. Relazione tra etica e Responsabilità sociale d'impresa	»	123
2. La norma <i>Social Accountability 8000: 2001</i>	»	126
3. Sistema di Gestione della Responsabilità sociale d'impresa	»	130
3.1 Autovalutazione	»	132
3.2 <i>Applicant</i>	»	132
3.3 Certificazione	»	132
4. Le <i>check list</i> delle Norme <i>Ilo</i> come strumento di valutazione di conformità etica	»	133
4.1 Lavoro infantile	»	135
4.2 Lavoro obbligato	»	138
4.3 Salute e sicurezza	»	140
4.4 Libertà di Associazione e Diritto alla contrattazione col-		

lettiva	pag.	142
4.5 Discriminazione sociale	»	145
4.6 Orario di lavoro	»	147
4.7 Retribuzione	»	149
4.8 Procedure disciplinari	»	151
5. Conclusioni	»	152
10. La Responsabilità sociale d'impresa: la dimensione locale dell'etica economica	»	155
di <i>G.S. Martorana</i>		
1. Cosa <i>non</i> è la Responsabilità sociale d'impresa	»	155
2. La Responsabilità sociale d'impresa fra utilitarismo della regola ed etica della responsabilità	»	156
3. Le organizzazioni socialmente responsabili	»	159
4. Etica economica e fallimento del mercato	»	161
5. L'etica della responsabilità e il sistema delle relazioni fra impresa e contesto	»	163
6. La multifunzionalità delle imprese come paradigma della responsabilità sociale	»	166
7. Le relazioni etiche e gli interlocutori	»	168
8. La prospettiva della responsabilità territoriale	»	172
9. Serve essere responsabili	»	176
10. Cosa è (forse) la Responsabilità sociale d'impresa	»	180
11. La Responsabilità sociale d'impresa e le politiche territoriali di sostenibilità ambientale	»	182
di <i>F. Martinico</i>		
1. Territorio e aziende: un rapporto complesso	»	183
2. Agricoltura, industria e territorio	»	185
3. Turismo e territorio	»	187
4. Le strategie integrate	»	189
12. Responsabilità sociale d'impresa, lavoro irregolare e sviluppo locale	»	192
di <i>R. Palidda</i>		
1. La questione del lavoro irregolare tra etica ed economia	»	192
2. Sviluppo locale e lavoro irregolare	»	199
3. Le ambivalenze del mercato del lavoro tra piena occupazione e <i>surplus</i> di offerta	»	201
4. La struttura produttiva	»	209

5. Quali misure per la lotta al sommerso	pag.	213
13. Da suddito a guardiano del mercato: il ruolo del consumatore per la Csr	»	218
di <i>D. Arcidiacono</i>		
1. Impresa, Stato e consumatori: quale contributo alla Csr?	»	218
2. Il consum-attore: guardiano del mercato	»	220
3. Il rapporto dei consumatori con la Csr: evidenze empiriche, limiti e strategie di rilancio	»	227
PARTE III		
Spunti da un dibattito territoriale		
14. La Csr tra movente individuale e rispetto delle regole	»	233
a cura di <i>S. Randone</i>		
contributi di <i>F. Bizzini, C. Coco, M. Filippello, T. Fonte, S. Inghilterra, I. Lo Bello, P. Modica, G. Salerno, M. Termini, G. Tumino, M. T. Tumino</i>		
1. La Csr come leva di sviluppo e l'esigenza di contestualizzare	»	233
2. Esperienze di responsabilità sociale tra protagonismo e cultura delle regole	»	235
3. Politiche sociali e individuo-organizzazione come «agente morale»	»	239
4. Dalla sostenibilità ambientale ad uno sforzo collettivo	»	243
5. Alla radice dell'etica organizzativa: la cultura della legalità	»	245
6. La pubblica amministrazione fra timidezza e voglia di sottomettersi	»	249
Riferimenti Bibliografici	»	253

1. La diffusione della Csr in Sicilia come strategia di sviluppo locale

di Renato D'Amico

1. Sperimentare lo sviluppo sostenibile attraverso la Csr

Questo volume trae origine dai lavori di un Convegno – organizzato dal CeDoc (Centro di documentazione e studi sulle organizzazioni complesse e i sistemi locali) dell'Università degli Studi di Catania, insieme alla Camera di Commercio di Ragusa e alla Fondazione *I-Csr (Italian centre for social Responsibility)* di Milano – sul tema *La Responsabilità Sociale delle Imprese in Sicilia: quali strategie per quale futuro*, tenutosi a Ragusa il 2 febbraio 2007. Originariamente, l'idea era quella (come spesso accade in questi casi) di pubblicarne gli «Atti». Successivamente, però, ci si è orientati per una pubblicazione più “ambiziosa” che, pur traendo spunto dalle numerose ed importanti relazioni e interventi di quella giornata, potesse offrire un panorama più ricco e meglio approfondito del dibattito e delle iniziative in materia di *Csr (Corporate social responsibility)*, con lo sguardo rivolto soprattutto al caso siciliano.

Quello verso la *Csr*, del resto, non è per il CeDoc – pur nella sua ancor breve vita (il CeDoc è nato appena quattro anni fa, nel luglio del 2004) – un interesse occasionale. Tutt'altro. A riprova, ricordo qui che l'iniziativa di Ragusa del 2007 era stata preceduta da un altro Convegno, dedicato al medesimo tema – titolo del Convegno *La Responsabilità sociale d'impresa come strategia di sviluppo del territorio* –, tenutosi il 9 giugno 2006 presso la sede del Consorzio Asi (Area di sviluppo industriale) di Caltagirone (anch'esso organizzato in collaborazione con la Fondazione *I-Csr* e con lo stesso Consorzio Asi del Calatino). Nel quadro, infatti, della *mission* che anima la vita del Centro di ricerca, orientata verso lo sviluppo locale, la convinzione è che proprio la “filosofia” fondante e le pratiche della *Csr* possano rappresentare un importante volano per l'avvio e/o il rafforzamento degli indispensabili processi virtuosi, integrati e condivisi, volti a coniu-

gare il successo competitivo dell'impresa con la coesione sociale e lo sviluppo sostenibile (ci tornerò più avanti).

Accanto a queste due iniziative congressuali, l'impegno del CeDoc per la diffusione della *Csr* in Sicilia è proseguito nel corso degli ultimi anni con costanti attività sia di promozione e partecipazione ad iniziative formative sia di elaborazione e di proposta di progetti di indagine scientifica e di ricerche-intervento volte a conoscere e valorizzare le condizioni territoriali "di forza" sulle quali innestare la diffusione della *Csr* e ad attenuare, o addirittura "rovesciare", quelle condizioni di debolezza che operano ancora come ostacoli, soggettivi e oggettivi. Ivi comprese le tante difficoltà – come spesso, ahimé, accade a quanti in Italia e in Sicilia soprattutto si dedicano alla ricerca scientifica – a intercettare le risorse finanziarie necessarie a portare avanti queste azioni. Difficoltà, queste, che traggono origine e insieme acuiscono il circolo vizioso tutto nostrano per il quale, da un lato, la mancanza di risorse finanziarie impedisce un'efficace azione di informazione circa il valore delle pratiche di *Csr* ai fini dello sviluppo, ma, dall'altro, l'assenza di conoscenza produce scarsa attenzione al tema da parte di molti attori istituzionali impedendo che alla sua diffusione vengano destinate le risorse anche finanziarie necessarie.

Fortunatamente, però, l'impegno per la *Csr* non riguarda in Sicilia solo il CeDoc. Lo dimostrano i tanti contributi contenuti in questo volume. In particolare, oltre ai numerosi attori territoriali che operano in prevalenza nel cosiddetto «terzo settore» e di alcune rappresentanze dell'imprenditoria siciliana, risalta con assoluta evidenza il ruolo della Camera di Commercio di Ragusa. Il suo impegno in questa direzione data ormai da parecchi anni. Sin dal 2004, infatti, a seguito del protocollo d'intesa tra l'Unioncamere e il Ministero del Lavoro volto a realizzare iniziative per la diffusione della *Csr* in Italia, la Camera di Commercio di Ragusa veniva indicata come sede per la Sicilia destinata a sperimentare un progetto pilota che prevedeva l'istituzione qui di uno «sportello» specificamente destinato alla Rsi. Ma non solo di "disegno organizzativo" si trattava. Dietro quello sportello c'era infatti il riconoscimento della sensibilità e dell'attenzione verso questo tema che lega la Camera di Commercio al suo territorio, alimentandone e valorizzandone le migliori prassi. Non a caso, è proprio in questa Camera di Commercio che nel corso del 2007 l'Unioncamere – è appena il caso di ricordare che insieme al Ministero del Welfare, all'Inail e all'Università Bocconi di Milano, questo ente ha dato vita alla Fondazione *I-Csr* – ha deciso di istituire, unico in Sicilia ed uno dei cinque in Italia, il *Tavolo territoriale per la Responsabilità sociale d'impresa*. Insediatosi formalmente il 30 aprile 2008, il Tavolo ha registrato l'adesione dei principali attori territoriali istituzionali e non, pubblici e privati, con l'obiettivo di tutte quelle

attività, in una logica di «sistema», volte alla concreta diffusione della *Csr* come «argomento di grande attualità e di straordinaria rilevanza nel quadro di uno sviluppo sostenibile e avanzato».

Ma perché tanto interesse per la *Csr* e per la sua diffusione in Sicilia? Quale valore aggiunto ne può derivare per la crescita economica, la sostenibilità ambientale e il miglioramento della qualità della vita? Quali strategie sono oggi possibili?

2. Il primo soggetto della *Csr*: l'impresa

La *Csr* – *Corporate Social Responsibility* – parte da lontano, dagli anni '50, e precisamente dal 1953, anno cui risale il primo articolato contributo ad opera di Howard Bowen dedicato, sia pure in maniera ancora generica, ai «valori riconosciuti dalla società». Sull'onda di quelle iniziali suggestioni, già negli anni '70 le riflessioni intorno all'interrogativo di sempre circa il modo di assicurare il successo all'impresa hanno cominciato ad ampliare il campo di attenzione dai soli fattori produttivi a tutti gli altri elementi che interagiscono con l'impresa, dagli *stakeholders* – ovvero, portatori di interessi, persone o gruppi, che hanno appunto un interesse nelle prestazioni e nel successo dell'impresa – interni (lavoratori, management), a quelli esterni (fornitori, banche, ecc.), fino alla comunità e all'intero territorio di riferimento. Nel volgere di un paio di decenni, poi, sempre più numerosi imprenditori si sono resi conto – complici i processi di globalizzazione e la crisi energetica che hanno riaperto i giochi nell'arena competitiva del mercato – dell'importanza strategica di tutti questi elementi, a partire dalla percezione da parte del territorio circa la natura etica dei loro comportamenti.

La vera spinta, però, non soltanto ad una maggiore enfasi della *Csr* ma anche ad una migliore sistematizzazione del tema, si deve all'Ue, a cominciare dalla «strategia di Lisbona», adottata dal Consiglio Europeo nel marzo 2000. Da quel momento la *Csr* è entrata formalmente nell'agenda dell'Ue, come uno degli strumenti strategici per realizzare in Europa una società più competitiva e socialmente coesa e per modernizzare e rafforzare il modello sociale europeo. Un anno dopo, così, la stessa Ue pubblica il Libro Verde dove la *Csr* è definita come «l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate». Una definizione, questa, ribadita con la comunicazione del luglio 2002, e d'allora in avanti rimasta immodificata fino ad oggi.

Allo sforzo di proporre una definizione condivisa della *Csr*, è corrisposto un preciso impegno dell'Ue per la massima diffusione, tanto da avere

indotto la Commissione, nell'ultima comunicazione del marzo 2006, a indicare l'Europa come polo d'eccellenza con il significativo titolo *L'alleanza dei paesi europei per la Csr*. Nello stesso documento – e questo merita qui di essere sottolineato, anche per l'importanza che riveste ai fini della sua applicazione nel territorio della provincia di Ragusa – la Commissione dell'Ue, inoltre, sostiene la centralità delle piccole e medie imprese per la diffusione della *Csr* ancor più delle grandi imprese.

L'apparente genericità di quella definizione può essere superata risalendo all'approccio di base che quella stessa definizione fa propria, ovvero quello che si suole indicare come la *triple bottom line*, rivisitata alla luce della più recente lettura della *Csr* in chiave di *corporate citizenship*, ovvero come «decisione volontaria a contribuire al progresso della società e alla tutela dell'ambiente, integrando preoccupazioni sociali e ecologiche nelle operazioni aziendali e nelle interazioni con gli *stakeholder*».

Superato una volta per tutte l'equivoco della *Csr* come pratica filantropica, quel che viene proposto all'imprenditore non è affatto di rinunciare a quella prosperità economica dell'impresa dalla quale dipende il suo "utile", bensì di coniugare quella stessa prosperità con il ruolo che oggettivamente l'impresa svolge in termini di coesione sociale e di sostenibilità ambientale.

Su quest'ultimo punto, in particolare, non si può non evidenziare la lettura talvolta riduttiva che nell'immaginario collettivo si ha del cosiddetto *sviluppo sostenibile*, spesso ricondotto a sole categorie rigorosamente economiche (costi per la riduzione dei consumi energetici, per gli impianti di depurazione e riduzione delle sostanze inquinanti, ecc.) nella prospettiva della eco-sostenibilità. Diversamente, è invece necessario ricordare il messaggio dell'Ue che nel Consiglio Europeo di Göteborg del giugno 2001 ne ha adottato una visione – fermo restando l'obiettivo generale di uno sviluppo economico che rispetti le esigenze del presente senza compromettere le possibilità delle generazioni future – in termini di integrazione tra sviluppo economico, inclusione sociale e performance ambientali. Si tratta di quell'approccio della cosiddetta *triple bottom line* che non a caso è implicito nella *Csr*, e che fa della stessa la principale occasione di pratica concreta e concretamente perseguita di «sviluppo sostenibile».

La Tav. 1 può servire ad esprimere in modo più chiaro questo concetto. I sei quadranti che derivano dall'incrocio dei tre campi (economico, sociale ed ambientale) nei quali si sviluppa l'azione imprenditoriale con le due dimensioni (all'interno dell'impresa e all'esterno di essa, nei confronti della comunità e del territorio) sui quali le dinamiche d'impresa producono effetti, diretti e indiretti, contengono gli obiettivi da perseguire da parte di un'impresa che ispiri la sua azione ai principi della responsabilità sociale.

A scanso di equivoci, peraltro, va detto che l'approccio della *triple bottom line* implicito in questa visione della *Csr* è tutt'altro che mera esercitazione accademica e/o astratta. Ad esso, infatti, corrisponde un sistema di indicatori – il *Social Statement* del progetto *Csr* del Ministero del Welfare – da tempo ormai abbastanza condiviso, anche se certamente ancora perfezionabile, che consente la valutazione della *Csr*, peraltro con differente applicabilità a seconda dell'ampiezza dell'impresa (Pmi entro i 50 dipendenti, tra 51 e 250, oltre i 250).

Tav. 1 – *Gli obiettivi della Csr nei tre campi di attività distintamente all'interno e all'esterno dell'impresa*

<i>CAMPI DI ATTIVITÀ DELL'IMPRESA</i>	<i>OBIETTIVI DELL'IMPRESA</i>	
	<i>VERSO L'INTERNO</i>	<i>VERSO L'ESTERNO</i>
<i>ECONOMICO</i>	prosperità	crescita
<i>AMBIENTALE</i>	qualità	sviluppo sostenibile
<i>SOCIALE</i>	benessere organizzativo	coesione sociale

Il superamento dell'equivoco filantropico si accompagna anche con un atteggiamento più equilibrato nella richiesta rivolta da parte di taluni ambienti all'impresa di operare come «agente sociale». Non che il problema non si ponga. Nessuno può nascondere il fatto che siano ancora aperte questioni cruciali quali la sicurezza sul lavoro, il sommerso, l'evasione fiscale, i rifiuti inquinanti, e così via. Non per questo, però, l'impresa alla quale si propone di essere socialmente responsabile può essere sovra responsabilizzata rispetto al ruolo di altri attori, a cominciare dalle istituzioni pubbliche sino alla società civile, quasi a surrogarne così la latitanza o l'avversità.

Come dire, quindi, che l'intera questione non può essere esaurita nei termini di un semplice richiamo alla morale individuale, alla morale del singolo imprenditore. Ritornerei più avanti sul punto. Fatto sta che, al di là delle singole soggettività, l'imprenditore non è del tutto estraneo alla comunità e al territorio di riferimento, bensì ne è in qualche modo il "prodotto". Lì si è formato, è cresciuto, ha appreso valori e principi, modelli di comportamento, e così via. Sarebbe un grave errore, dunque, ai fini delle

politiche di diffusione delle buone pratiche della *Csr* nel tessuto economico di un territorio, trascurare il comune denominatore che lega, sul piano dei modelli culturali, delle regole e degli stili di comportamento, l'imprenditore alla sua comunità. Ma non solo. Con quella comunità, ovvero con gli attori singoli o associati, istituzionali e non, che vi operano, l'impresa instaura di continuo relazioni di varia natura. Altrettanto grave errore, quindi, sarebbe trascurare il ruolo che ai fini della *Csr* hanno le diverse componenti (politiche, amministrative, economiche, sociali, ecc.) della comunità di appartenenza.

Eccomi, così, al punto successivo che mi ero proposto di affrontare: la necessità di adottare una *prospettiva sistemica* alla diffusione della *Csr*.

3. La *Csr* dall'impresa al sistema territoriale

Adottare una prospettiva sistemica per le politiche di diffusione della *Csr* significa riferirsi non solo all'impresa come l'esclusivo attore responsabile, bensì alla pluralità dei soggetti che vivono ed operano nel territorio condividendone, ognuno per la propria parte di responsabilità, i processi di sviluppo. In particolare, sono *quattro* le categorie di attori alle quali occorre guardare, e cioè:

1. singole imprese;
2. organizzazioni di rappresentanza e altri soggetti collettivi;
3. società civile complessivamente intesa;
4. istituzioni pubbliche.

Dall'azione sinergica di tutti questi dipende la possibilità per la *Csr* di trasformarsi da enunciato di principi in comportamenti concreti e concretamente in grado di produrre effetti sul territorio. Ne deriva un percorso di diffusione e concreta applicazione della *Csr* che si articola in diverse possibili fasi-condizioni, ognuna delle quali si declina diversamente a seconda della categoria di attori di riferimento.

La Tav. 2 chiarisce tutto questo proponendo, distintamente per ciascuna delle quattro categorie di attori territoriali indicati, un insieme generale di premesse e di azioni possibili. Senza, ovviamente, alcuna pretesa di completezza, le caselle contengono alcune dichiarazioni di principio che potremmo intendere come una sorta di linee guida.

Tav. 2 – *Gli attori territoriali e le rispettive condizioni/azioni per la diffusione delle pratiche della CSR*

CONDIZIONI/ AZIONI	ATTORI TERRITORIALI PARTE DELLA «FILIERA» DELLA Csr			
	IMPRESE (PMI)	ORGANIZZA- ZIONI DI RAP- PRESENTANZA	SOCIETÀ CIVILE	ISTITUZIONI PUBBLICHE
PREMESSE ETICHE	etica degli affari	orientamento alla <i>governance</i> e alla negoziazione dialogica	etica del lavoro	etica della responsabilità
ORIENTA- MENTI METO- DOLOGICI	consapevolezza e accesso ai vantaggi competitivi	analisi dei bisogni e valutazione di risultato e di impatto	dalla cittadinanza normativa alla cittadinanza attiva	progettazione strategica
AZIONI DIFFUSE	formazione permanente	sensibilizzazione	sensibilizzazione	formazione permanente
AZIONI STRUMENTALI	processi e strumenti di valu- tazione “riflessi- va” interni/esterni	processi decisionali inclusivi	partecipazione	revisione delle procedure e dell’organizzazi- one
AZIONI SPECIFICHE DI CSR	applicazione delle misure della Csr	azioni volte a produrre vantaggi strategici per la comunità e il ter- ritorio	consumo responsabile	azioni dirette di responsabilità sociale e indiret- te di supporto allo sviluppo d’impresa

In particolare, per quanto attiene alle condizioni, il punto di partenza è costituito da quelle *premesse etiche* che sostengono e orientano i concreti comportamenti sia individuali sia collettivi. La loro declinazione è, rispettivamente, in termini di etica degli affari per i singoli imprenditori, di etica del lavoro per i singoli cittadini e di etica della responsabilità per coloro che operano nelle istituzioni pubbliche, con l’aggiunta di un orientamento alla *governance* e alla negoziazione dialogica per tutte quelle organizzazioni di rappresentanza e soggetti collettivi di diversa natura (sindacati, organizzazioni datoriali, associazioni di cooperative, banche, ecc.) sempre più direttamente coinvolte nei sistemi di concertazione che attengono al *decision making* e alla implementazione delle politiche pubbliche.

A queste premesse etiche seguono quelle che definiamo *metodologiche*, ovvero relative agli orientamenti circa il metodo da adottare. Così, ad esempio, in riferimento all'impresa, l'enfasi è posta su un metodo per l'azione che preveda sempre la piena consapevolezza dei vantaggi competitivi che possono venire all'impresa dall'adozione delle pratiche di *Csr*, nonché della capacità di accesso alle opportunità che questa offre. O, ancora a titolo d'esempio, per quanto attiene le istituzioni pubbliche l'enfasi è posta sulla adozione sul metodo della progettazione (o pianificazione) strategica; mentre per la società civile il metodo riguarda una cittadinanza che dalla semplice titolarità di diritti e doveri (normativa) preveda un agire diretto.

L'altro piano, dopo le premesse, è quello che riguarda le possibili *azioni*. Muovendoci qui, ovviamente, in termini assai generali, ci siamo riferiti solo a tre tipologie di azioni: quelle *diffuse* e "di base"; quelle *strumentali* alla implementazione delle pratiche di *Csr*; e quelle dirette nel campo *specifico* della *Csr*.

Quanto alle prime, le azioni riguardano un *continuum* crescente che va da una generica sensibilizzazione (campagne pubblicitarie, convegni, ecc.) ad una formazione specifica e articolata (ad esempio nelle scuole), fino alla formazione permanente (in particolare per chi è chiamato quotidianamente a confrontarsi, direttamente o indirettamente, con i temi della *Csr*).

Quanto, invece, alle *azioni strumentali*, merita di essere sottolineata l'area di reingegnerizzazione o di specifica revisione delle procedure e dei modelli organizzativi indispensabili alle istituzioni pubbliche (il caso, ad esempio, del cosiddetto Sportello Unico per l'impresa in molti Comuni, o degli Uffici valutazione strategica di altri enti locali, ma anche di Asi o Autorità portuali, ecc.) al fine di operare correttamente e con efficacia in questo settore.

Quanto, infine, alle *azioni specifiche* di *Csr*, oltre ovviamente quelle che riguardano le singole imprese, o quelle che attengono all'adozione di uno stile di consumo responsabile da parte dei singoli cittadini, meritano una particolare sottolineatura ancora una volta tutte quelle che possono essere poste in campo dalle istituzioni pubbliche. In senso diretto, si tratta, ad esempio, della redazione del cosiddetto bilancio sociale, ma non solo. In senso indiretto, si tratta invece di tutte quelle misure di sostegno alle pratiche della *Csr*, a partire dallo sportello specificamente dedicato alla responsabilità sociale d'impresa da parte delle Camere di Commercio, ovvero dall'adozione di misure delle imprese socialmente responsabili, e siamo qui nel campo delle organizzazioni di rappresentanza e altri soggetti collettivi, da parte di banche, sindacati ecc..

4. Il contesto siciliano e le basi etiche della *Csr* tra individuo e organizzazione

Che alla base della *Csr* vi sia una questione etica è fuor di dubbio. L'importanza, tuttavia, dei fattori significanti di una condotta etica – i valori e i principi morali che determinano i comportamenti – che si riflettono nell'adozione della *Csr* non deve far trascurare un altrettanto essenziale secondo piano d'analisi: il “soggetto” cui l'etica è relazionata. Il rinvio, a questo proposito, conduce direttamente alla distinzione tra etica individuale ed etica organizzativa.

Nel primo caso, l'enfasi posta sulla dimensione soggettiva dell'etica trascina con sé una sorta di sovra-responsabilizzazione del singolo individuo nell'adozione di quei comportamenti buoni, giusti o moralmente leciti nel cui alveo egli governa la propria libertà (di essere e di agire) rendendola compatibile con quella della comunità di riferimento in prospettiva sia sincronica sia diacronica (anche con riferimento al futuro). Tradotta in termini di *Csr*, non è difficile riconoscere proprio in questa enfaticizzazione della dimensione soggettiva dell'etica l'architrave sui cui poggia la questione della responsabilità sociale d'impresa. Ma anche la principale ragione di tanti equivoci e ambivalenze poco o per nulla risolte.

È principalmente in questo quadro, ad esempio, che si spiega l'adesione ai principi della *Csr* come adesione “volontaria”, quasi lasciando intendere che l'adozione di pratiche socialmente responsabili costituisca il “naturale” esito operativo e concreto dei moventi etici individuali. Se poi il “soggetto” di riferimento non è un individuo “qualunque” bensì un imprenditore (nel senso “economico” con il quale siamo abituati ad adottare questo termine), ecco sgorgare la formula della responsabilità sociale d'impresa. Solo che il termine «impresa» non sta qui tanto a sottolineare la natura in sé e per sé dell'organizzazione, bensì un insieme di fattori economici, strumentali e personali *guidati* dall'imprenditore. È a quest'ultimo, insomma, o, comunque al management più o meno numeroso dell'impresa, che dovrebbe farsi risalire – nel quadro di una concezione prevalentemente gerarchica dei rapporti di lavoro – la condotta socialmente responsabile dell'impresa. E con essa l'idea dell'impresa stessa come non soltanto «agente sociale» ma persino come «agente morale».

Lo stesso equivoco filantropico, in questo quadro, finisce persino per trovare una sua paradossale giustificazione. Non soltanto per il fatto di restringere, o quanto meno enfatizzare eccessivamente il campo di esplicazione della *Csr* al tema dell'equità sociale e dell'inclusione dei soggetti svantaggiati (terreno sicuramente privilegiato della filantropia che guarda con particolare attenzione ai tanti nostri consimili più deboli e meno fortu-