



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

Università degli Studi di Pavia

Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali

Corso di Economia Aziendale - *Teoria del Controllo*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

EVOLUZIONE, INFORMATIVA, EFFETTI, STRUMENTI E CONTROLLO

*Giusy Grammatico
Martina Nese*

INDICE

1. EVOLUZIONE NEL TEMPO
2. DEFINIZIONE DI CSR
3. AMBITI DI AZIONE
4. INFORMATIVA
5. EFFETTI: Sistema di controllo e Causal loop diagrams
6. CONCLUSIONI



«L'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ambientali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate per realizzare una società più competitiva e socialmente coesa e per modernizzare e rafforzare il modello sociale europeo».

Libro verde della Commissione Europea

EVOLUZIONE NEL TEMPO

L'impegno dell'Unione europea sul tema della responsabilità sociale risale al 1993, quando Jacques Delors si rivolse alle imprese affinché utilizzassero le loro risorse per affrontare i problemi strutturali dell'UE, soprattutto per quanto riguardava la disoccupazione e l'esclusione sociale.



DEFINIZIONE DI CSR

Considerata come **strumento strategico fondamentale**, la CSR si pone l'obiettivo di sviluppare una strategia sostenibile che vada a vantaggio sia dell'impresa sia del contesto in cui opera, adottando pratiche e comportamenti di natura volontaria che vanno oltre specifici obblighi di legge.

Tre *principi* su cui si focalizza l'attività del CSR:

1. *Responsabilità*
2. *Trasparenza*
3. *Sostenibilità*

Un impegno formalmente assunto da un'azienda nel contribuire allo sviluppo economico e sociale rispettando i diritti umani e dei lavoratori, salvaguardando l'ambiente.



MODELLO ALLARGATO DI IMPRESA

DA VISIONE MONOSTAKEHOLDER A VISIONE MULTISTAKEHOLDER



MODELLO ALLARGATO DI IMPRESA

La *Corporate Social Responsibility* può essere definita come un “**Modello di governance allargato**” dell’impresa, basato su doveri fiduciari nei confronti di molteplici stakeholder, e che vale prescindendo dalla struttura proprietaria e di controllo.

La linea strategica della CSR si basa quindi su una “stakeholder-view”, in quanto pone la sua attenzione a tutti gli *stakeholder*, attuando una conciliazione tra gli obiettivi economici e quelli sociali-ambientali del territorio di riferimento.

Il **dovere fiduciario** passa così da una prospettiva mono-*stakeholder*, in cui l’unico *stakeholder* rilevante è il proprietario dell’impresa stessa (*shareholder*), ad una prospettiva multi-*stakeholder*, in cui il dovere fiduciario si espande a tutti gli *stakeholder* dell’impresa, proprietà inclusa.

Ma chi sono gli stakeholder?

Tutti i soggetti, individui od organizzazioni, ***attivamente coinvolti*** in un'iniziativa economica (progetto, azienda), il cui interesse è negativamente o positivamente influenzato dal risultato dell'esecuzione, o dall'andamento, dell'iniziativa e la cui azione o reazione a sua volta influenza le fasi o il completamento di un progetto o il destino di un'organizzazione.



AMBITI DI AZIONE

- MASSIMA TRASPARENZA E CORRETTEZZA VS I FORNITORI
- ACCESSO ALLA FINANZA ETICA
- MASSIMA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

MERCATI DI APPROVVIGIONAMENTO E DI VENDITA

PERSONALE E CONTESTO LAVORATIVO

- SICUREZZA
- AGEVOLAZIONI
- PROMOZIONI
- ATTIVITA' FORMATIVE
- NO DISCRIMINAZIONI

- CONTROLLO EMISSIONI E CONSUMI DI ENERGIA
- SENSIBILIZZAZIONE
- PRODOTTI E SERVIZI SOSTENIBILI
- SMALTIMENTO RIFIUTI

AMBIENTE

TERRITORIO E COMUNITA' LOCALI

- AUMENTO QUALITA' DELLA VITA
- SOSTEGNO SVILUPPO SOCIO-ECONOMICO E CULTURALE

INFORMATIVA

BILANCIO
SOCIALE

RAPPORTO
AMBIENTALE

BILANCIO
INTEGRATO

CODICE DI
AUTODISCIPLINA

BILANCIO SOCIALE

Stakeholder

CONTENUTO

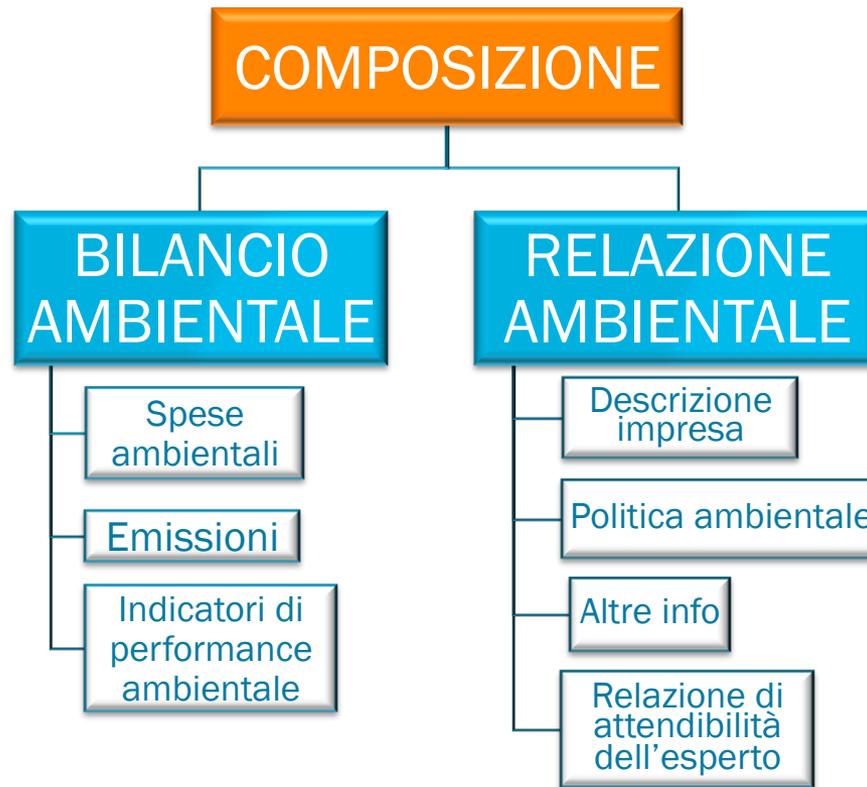
QUANTITATIVO

Costi sostenuti per
Stakeholder

QUALITATIVO

- Strategie
- Obiettivi
- Dinamica relazioni
con Stakeholder

RAPPORTO AMBIENTALE



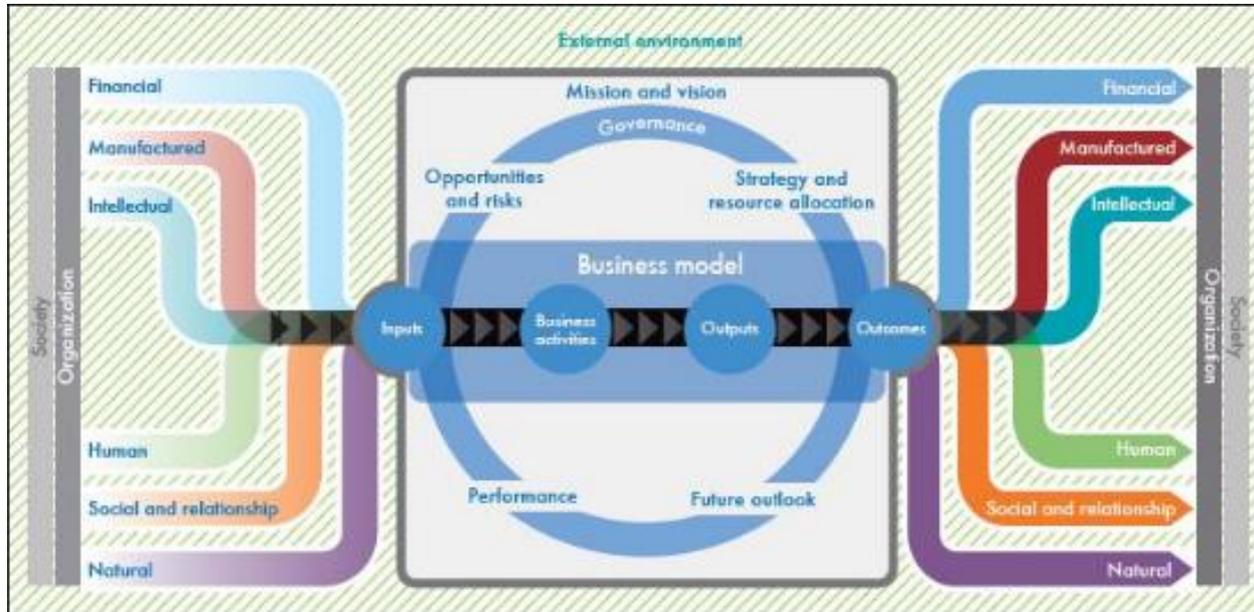
BILANCIO INTEGRATO

“Comunicazione sintetica che illustra come la strategia, la governance, le *performance* e le prospettive di un’organizzazione consentono di creare valore nel breve, medio e lungo periodo nel contesto in cui essa opera”



L'IIRC (*International Integrated Reporting Council*),
È stato istituito nel 2010 al fine di elaborare
un *framework* capace di soddisfare le esigenze
di comunicazione sulla creazione di valore
e di porre le basi per il futuro reporting aziendale.

PROCESSO DI CREAZIONE DI VALORE



BREVE ANALISI DEL MODELLO DI CREAZIONE DI VALORE

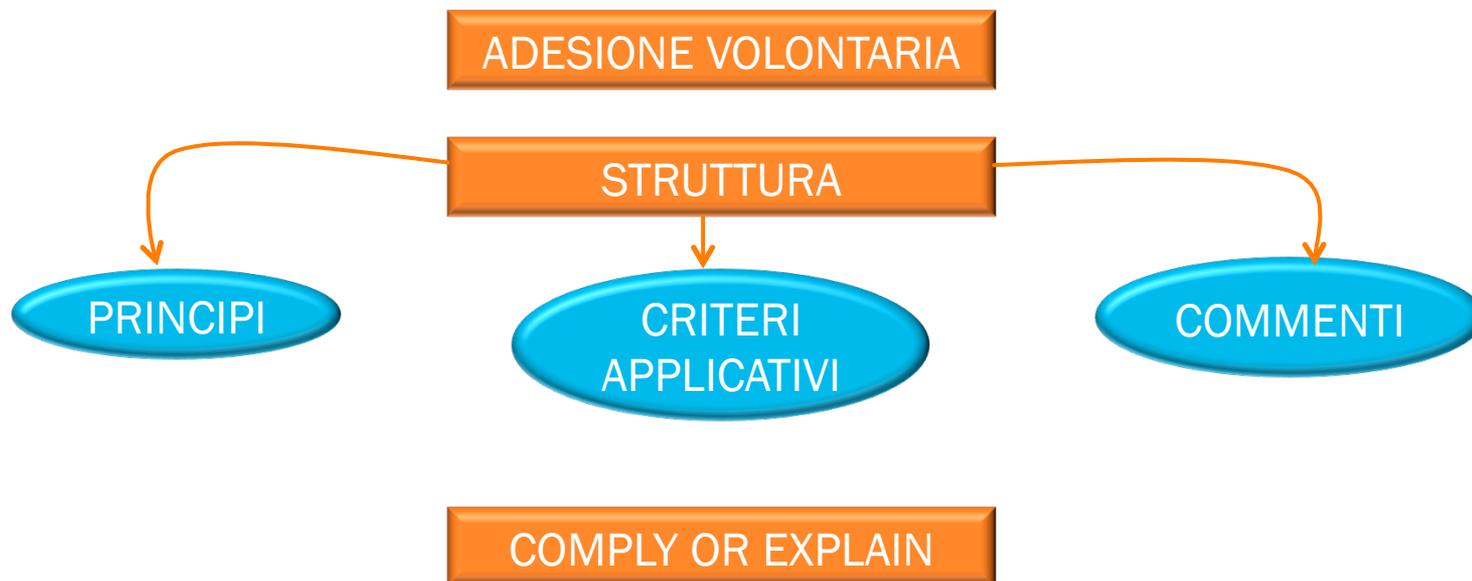
Il Reporting Integrato si basa sul concetto di *creazione di valore*, in base al quale l'impresa viene vista come una «scatola nera» in cui vengono inseriti capitali di varia natura (naturale, industriale, umano, relazionale/sociale, intellettuale e finanziario) e da cui ne usciranno arricchiti, tramite particolari processi di trasformazione e nel rispetto degli obiettivi strategici.

Osservazione:

Questa logica ricorda molto quella del modello MISTE che vede l'impresa come un insieme di trasformazioni (imprenditoriale, manageriale, finanziaria, economica e produttiva) e che definisce cosa devono fare le imprese per creare valore.

CODICE DI AUTODISCIPLINA

Insieme di regole di “*Best Practice*” promosso da Borsa Italiana.



CODICE DI AUTODISCIPLINA

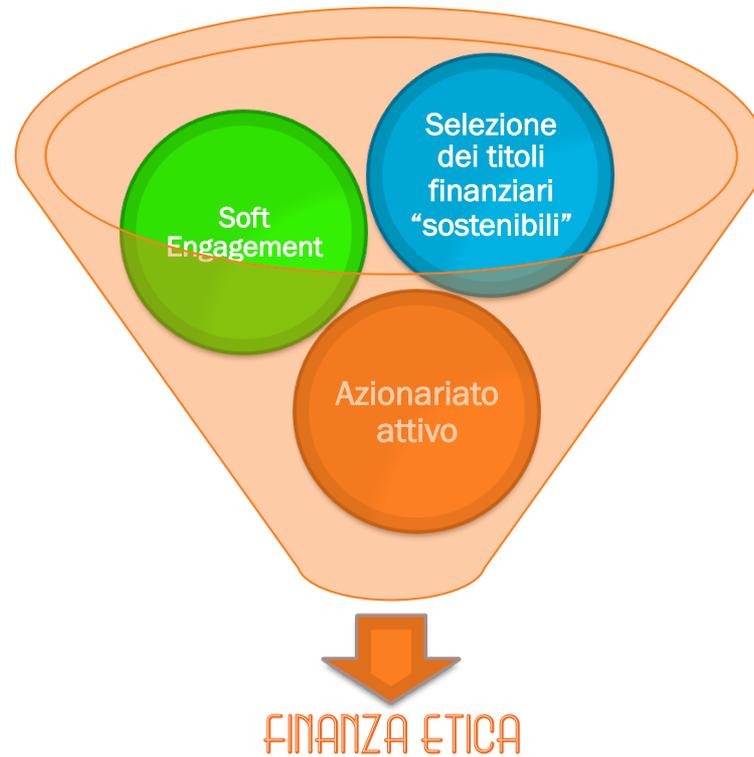
Il ***codice di autodisciplina*** rappresenta un insieme di regole di Best Practice elaborate da Borsa Italiana e viene adottato, su adesione volontaria, dalle imprese.

Esso si suddivide in tre ***sezioni***: i principi, di carattere generale, i criteri applicativi, contenenti indicazioni di dettaglio in attuazione ai principi, e i commenti, che costituiscono approfondimenti effettuati al fine di chiarire la portata dei principi e dei criteri applicativi, integrati anche con esempi.

Il codice utilizza l'approccio "***comply or explain***" in base al quale i componenti della Governance devono spiegare, in caso di non conformità ad un principio, le motivazioni della non applicazione.

ETICA SGR

Società di gestione del risparmio operativa dal 2003.



VALORI

- RESPONSABILITÀ
- COERENZA
- SEMPLICITÀ DEI PRODOTTI
- CENTRALITÀ E RISPETTO PER LA PERSONA
- TRASPARENZA
- UTILIZZO RESPONSABILE DELLE RISORSE

ATTIVITA' DI ETICA SGR

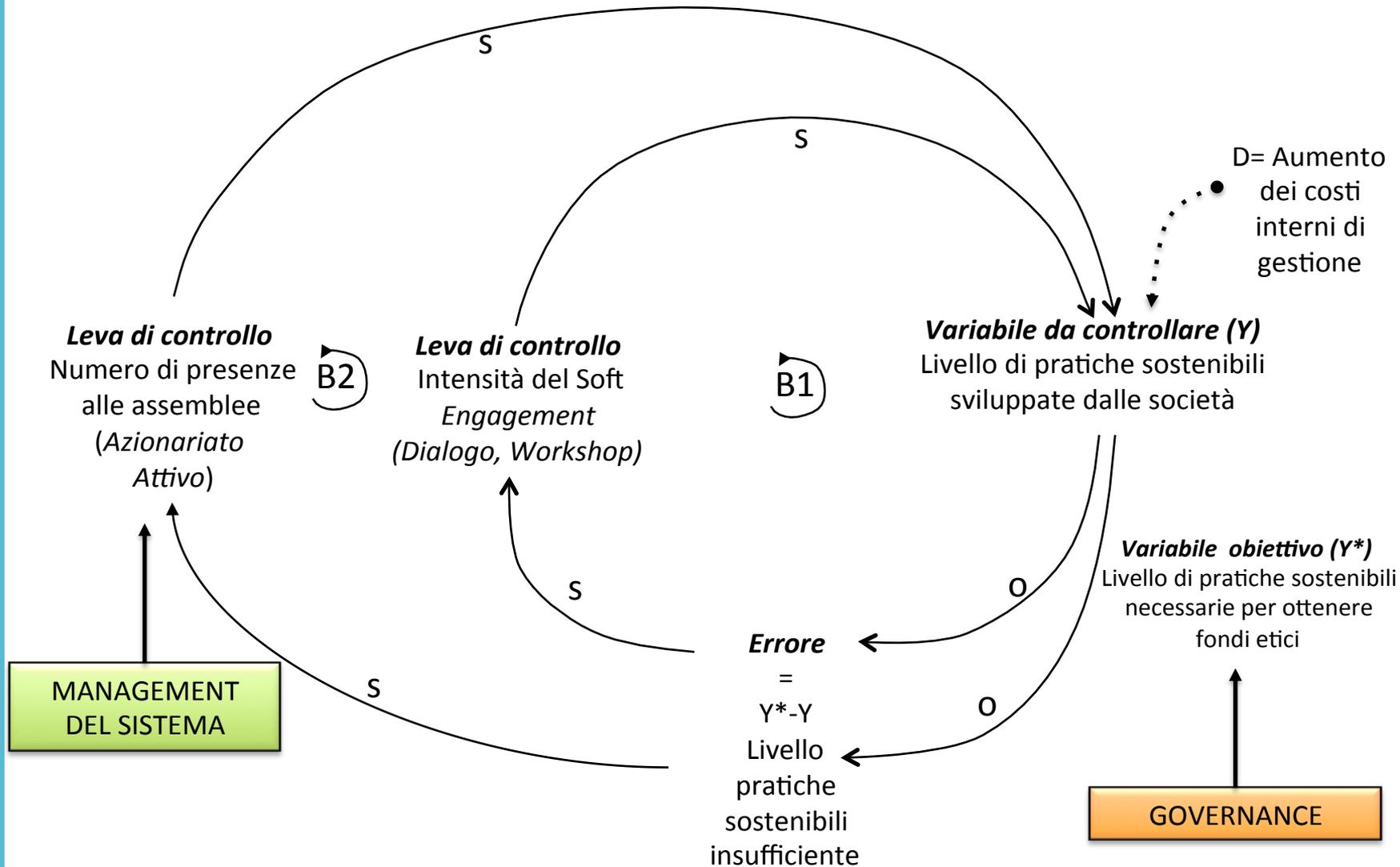
Etica SGR è una società di gestione del risparmio operativa dal 2003, e si occupa principalmente di **finanza etica**, intesa come *l'attività di investimento di fondi socialmente responsabili*, cioè fornendo capitali solo alle imprese che rispettano particolari principi etici.

La sua **attività** inizia con la selezione di titoli finanziari che rispettano criteri di sostenibilità, in seguito, procede con l'attività di engagement che si basa sulla capacità di influenza degli investitori verso comportamenti sostenibili e responsabili delle aziende, e si sviluppa attraverso due forme:

- a) *soft engagement*, cioè dialoghi e incontri con il management;
- b) *hard engagement o azionariato attivo*, attraverso la partecipazione alle assemblee delle aziende in cui esercita il diritto di voto.

MODELLO A DUE LEVE INDIPENDENTI MONOLIVELLO:

LE ATTIVITA' DI ETICA SGR PER FAVORIRE PRATICHE SOSTENIBILI DELLE IMPRESE



CONCLUSIONI

CSR come leva di controllo

CSR come variabile da controllare

CSR come variabile obiettivo

CONCLUSIONI

La *Corporate Social Responsibility* è un tema che sta assumendo sempre più importanza in questi anni. Nell'ottica della Teoria del Controllo, questa potrebbe essere sfruttata come:

1. Una leva di controllo, nell'elaborazione delle strategie, in quanto questa permette di controllare il valore creato dall'impresa verso tutti i suoi stakeholder;
2. Una variabile da controllare, come abbiamo visto nel caso di Etica SGR;
3. Una variabile obiettivo, nell'elaborazione delle politiche delle imprese.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

COMMISSIONE EUROPEA, *Libro Verde: Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*, 2001.

D. CROWTHER, G. ARAS, *Corporate Social Responsibility*.

M. ALLEGRINI, *L'informativa di periodo nella comunicazione economico-finanziaria: principi e contenuti*, Milano, Giuffrè, 2003.

O. PERRONE, *Responsabilità Sociale d'Impresa: evoluzione e ambiti di applicazione nella strategia d'impresa*.

QUAGLI, C. TEODORI, *L'informativa volontaria per settori di attività*, FrancoAngeli, Milano, 2005.

www.borsaitaliana.it

www.csрпиemonte.it

www.csr.unioncamere.it

www.to.camcom.it

www.treccani.it

A top-down view of a person's hands holding a heart shape made of white flowers on a green lawn. The hands are positioned on the left and right sides, palms facing up, holding the edges of the heart. The heart is composed of numerous small, white, five-petaled flowers with yellow centers, arranged in a dense, heart-shaped pattern. The background is a lush, green lawn with individual blades of grass clearly visible.

Grazie per l'attenzione