

Dal Dire al Fare

Sesto Salone delle Responsabilità Sociale d'Impresa

Milano, 28 settembre 2009

Fondazione Marco Vigorelli



La Corporate Family Responsibility come vantaggio competitivo nella gestione delle risorse umane

La CFR come asset strategico delle Pmi italiane

Bocconi

Prof. Francesco Perrini

Direttore CRESV – Centro di Ricerca su Sostenibilità e Valore

CSR Unit, Dipartimento di Management e Tecnologia

Università Bocconi e SDA Bocconi School of Management

Introduzione



- La **corporate social responsibility** (CSR), intesa quale nuovo approccio strategico alla gestione d'impresa, basato su una visione relazionale della stessa, riveste un **ruolo di primo** piano nel **rafforzamento** e nel **rilancio**, anche sul piano concorrenziale, dei **sistemi economici attuali**
 - Ruolo della Commissione Europea: Dal Libro Verde del 2001 alla Comunicazione del 2006
 - Ruolo di istituzioni internazionali (ONU, ILO, OCSE, WCD) nell'armonizzazione delle pratiche nazionali
- **Perché la CSR sortisca gli effetti sperati**, accademia, mondo politico e opinione pubblica tendono a convergere sulla necessità che **ciascuna impresa traduca la propria visione responsabile** in **obiettivi, attività concrete e risultati misurabili e monitorabili** da parte degli stakeholder
- Assume rilievo crescente il tema dell'**Accountability**, ossia la capacità dell'impresa di fornire agli stakeholder informazioni trasparenti, affidabili, complete e allineate con le attese dei destinatari
 - Sviluppo di sistemi che consentano alle imprese di gestire le proprie responsabilità e dare prova della capacità di soddisfare le aspettative dei propri stakeholder, identificando le aree di responsabilità rilevanti e misurando sistematicamente le performance sociali e ambientali congiuntamente a quelle economiche

Lo stato dell'arte e le prospettive future

Una visione per stakeholder



Financial highlights 89.1%
Investor relations 71.7%
Corporate governance 71.7%

Shareholder

Attori Pubblici

Code of conducts and compliance with law 87.0%
Relations with local authorities 65.2%

Supplier management policy 84.8%

Fornitori

Environmental strategy 87.0%

Ambiente

Energy consumption, materials and emissions 73.9%

Market development 91.3%

Product and service information and labeling 84.8%

Clienti

Employment policy 82.6%

Customer satisfaction and loyalty 71.7%

Comunità

Direct involvement 87.0%

Corporate giving 65.2%

Stakeholder engagement 56.5%

Health and Safety 93.5%

Training 91.3%

Employment policy 82.6%

Industrial relations 76.1%

Risorse Umane

Bocconi

F. Perrini, 2010

Lo stato dell'arte e le prospettive future

Focus PMI

- Pur presentando un minor grado di copertura delle tematiche di CSR rispetto alle imprese di grandi dimensioni, le PMI tendono a concentrarsi su:
 - **Salute e sicurezza dei lavoratori** e rispetto dei **diritti di associazione e contrattazione** collettiva
 - Condizioni negoziali nei **rapporti di fornitura**
 - **Soddisfazione del consumatore**
 - Contributo allo **sviluppo territoriale locale**
- **Bocconi** Non risulta coperta prioritariamente nelle PMI con riferimento alla gestione delle risorse umane l'area della c.d. **Corporate Family Responsibility (CFR)**, che nelle grandi impresa va dalle **Pari opportunità** alla **Flessibilità del lavoro**, ai **Servizi familiari** al lavoratore e così via.

Ricerca Bocconi per il Comitato Punto di Contatto Nazionale per la diffusione delle linee guida OCSE sulla responsabilità sociale delle imprese presso il Ministero dello Sviluppo Economico



- La ricerca conferma l'ipotesi secondo cui la **dimensione d'impresa** ha un **impatto rilevante sul grado di formalizzazione delle strategie e sui modelli di CSR**
- Le **PMI presentano caratteristiche intrinseche** che le rendono **sensibilmente differenti rispetto alle imprese di grandi dimensioni**, influenzando l'integrazione delle pratiche responsabili nella gestione e governo d'impresa
 - Le PMI sono attivamente e volontariamente coinvolte nelle aree della CSR ma in modo:
 - *Scarsamente sistematico*
 - *Non integrato nei processi strategici in modo formale*
 - *Con limitata visibilità all'esterno*
 - *In assenza di comunicazione*
 - Questa forma di CSR sommersa – ***sunken CSR*** – non può essere investigata adattando le interpretazioni derivate dallo studio delle grandi imprese e *corporation*. Molto probabilmente anche le politiche di CFR sono informali oppure assenti perché tipiche appunto delle grandi imprese.

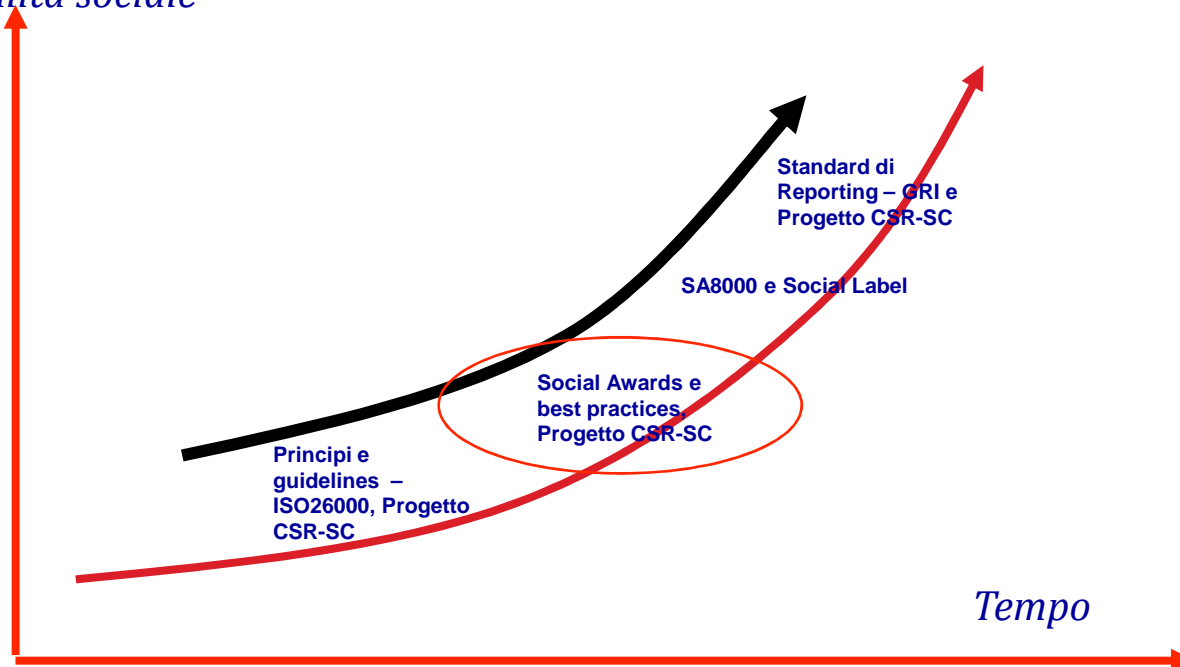
Riflessioni conclusive sulle PMI italiane

- E' possibile introdurre la nozione di **sunk CSR** o responsabilità sociale sommersa per individuare azioni e interventi a livello di comunità locale e di lavoratori realizzati dalle imprese spontaneamente

Come fare emergere una cultura della CSR e della CFR nelle PMI?

*Cultura della
responsabilità sociale*

Bocconi



Grazie per l'attenzione!

Francesco Perrini,

Professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese

SIF Chair of Social Entrepreneurship

Direttore CSR Unit e CReSV – Centro di Ricerche Europeo su Sostenibilità e Valore

Direttore del Corso di Laurea in Economia Aziendale e Management - CLEAM

Dipartimento di Management e Tecnologia, Istituto di Strategia, Università Bocconi

Professore di Finanza Aziendale e Immobiliare, SDA Bocconi School of Management

Email: francesco.perrini@unibocconi.it

Bocconi

