

ETICA E RESPONSABILITÀ SOCIALE

Come pensiamo di contribuire a diffondere conoscenza e cultura dell'etica d'impresa

Marcella Mallen

Molte sono state, dagli anni '90 a oggi, le motivazioni che hanno spinto le organizzazioni a orientarsi alla Responsabilità sociale d'impresa (Rsi): gestione del consenso e della reputazione, creazione di valore per la collettività attraverso la filantropia, essere appetibili per i fondi di investimento dimostrando la propria eticità, comunicazione "alla moda". Se la crisi economica ha portato da un lato a ridimensionare molti degli slanci meno ragionati e più opportunistici della Rsi, dall'altro ha contribuito ad aprire una nuova e interessante frontiera: la responsabilità sociale come strumento di innovazione di prodotto e di servizio, con ricadute positive sulla performance economica.

Perché ciò avvenga è indispensabile che negli ambienti lavorativi maturi una nuova sensibilità e una nuova cultura dell'impresa e, quindi, si affermi un nuovo approccio manageriale alla Rsi: solo se essa viene integrata negli obiettivi strategici di un'organizzazione e nelle conseguenti attività è possibile farne una leva di innovazione, sviluppo e competitività. Ripensare un prodotto o un servizio in chiave di pari opportunità o di sostenibilità ambientale può infatti aprire a nuove opportunità di business o a nuovi mercati.

Confrontarsi con i propri stakeholder su come deve essere un nuovo prodotto o servizio in una logica collaborativa può, inoltre, portare a migliorare la qualità e il valore percepito dai clienti dei propri prodotti.

Portare, quindi, la responsabilità sociale all'attenzione del management delle grandi come delle pmi significa anche avere la capacità di convertire ciò che era un "obbligo etico" e costo aggiuntivo in un investimento in innovazione, con immediato ritorno in termini economici e di competitività.

L'approccio di Manageritalia alla Rsi

Il quadriennio che abbiamo davanti nasce da una più ampia consapevolezza rispetto al valore sociale creato, nonché dall'ambizione di voler contribuire alla diffusione di nuovi modelli gestionali "sostenibili". L'orientamento responsabile è per Manageritalia un vero e proprio *modus operandi* che ci ha consentito in questi anni di mettere a punto e attuare un'efficace strategia di ascolto; solo attraverso il confronto, la lettura e l'analisi delle domande e dei bisogni emergenti è stato possibile produrre significative innovazioni sociali e organizzative e progettare soluzioni tempestive e adeguate alla complessità dell'attuale realtà.



rate L nsibility

In sintesi, è stato possibile fare rappresentanza in modo nuovo grazie all'apertura verso l'esterno e a un forte orientamento all'innovazione.

Le numerose iniziative già attive, tra cui "Un Fiocco in azienda", il volontariato professionale, gli eventi di beneficenza finalizzati non solo alla raccolta di fondi ma anche alla sensibilizzazione di manager e comunità territoriali su temi a rilevanza sociale, il processo di rendicontazione sociale avviato da un'Associazione territoriale, partnership con università sui temi della Rsi, fanno già parte della nostra storia e documentano il nostro impegno nel sociale su più fronti: dall'ambiente alla diversità, al benessere organizzativo. Esperienze positive che ci hanno portato a comprendere il nostro ruolo sociale di orientamento verso comportamenti organizzativi responsabili ed etici, capaci di includere e dare speranza alle nuove generazioni, tenendo presente il bene comune e la solidarietà tra generazioni.

Le proposte di intervento

Le linee progettuali da sviluppare, sulla base della sensibilità maturata e dei più recenti orientamenti sulla Rsi, potranno riguardare prevalentemente due ambiti: il bilancio sociale e la Rsi come leva per l'innovazione.

Il bilancio sociale è un documento in cui raccontare non solo "ciò che fa" l'organizzazione, ma anche "come lo fa" e "con quali risultati", al fine di rispondere al meglio ai bisogni dei propri stakeholder. Affidare al bilancio di esercizio di natura contabile il compito di restituire la ricchezza e i significati dell'agire associativo appare ormai del tutto insufficiente a costruire un rapporto di fiducia e di dialogo costante con i nostri interlocutori. Dotarci di uno strumento innovativo in grado di comunicare in maniera trasparente quale valore generiamo e quali valori ispirano e guidano la nostra azione è ormai

PROSEGUE L'IMPEGNO PER GLI STUDENTI DELL'AQUILA

Manageritalia e l'Università dell'Aquila si sono accordati per erogare **nove borse di studio dal valore di 1.000 euro** ciascuna ad altrettanti giovani laureati meritevoli. L'iniziativa nasce dalla volontà di dare seguito al progetto **Ricomincio da Te**, realizzato dopo il terremoto del 2009 da Manageritalia insieme all'Associazione librai italiani di Confcommercio e al gruppo Cambiaso Riso di Genova, che ha portato alla distribuzione di circa **950 buoni libro per un valore di circa 95mila euro**.

Le borse saranno assegnate agli studenti che, per ciascuna delle nove facoltà, avranno conseguito la laurea triennale con il voto migliore e la media più elevata. I destinatari saranno, inoltre, coinvolti in alcuni dei progetti per i giovani talenti messi in cantiere da Manageritalia, con l'intenzione di continuare così a sostenere la città colpita dal sisma, partendo dagli studenti e valorizzando il merito e la conoscenza.

fondamentale per coinvolgere gli associati, i partner, i collaboratori, e interiorizzare nell'informazione e nell'azione i loro valori e i loro bisogni. Per fare un esempio, il bilancio sociale di Manageritalia Roma è basato su un approccio di tipo processuale, ovvero sulla costruzione di un sistema di misurazione e valutazione delle performance sociali collegato con le finalità e gli obiettivi dell'Associazione, e prevede l'orientamento agli stakeholder e la quantificazione dell'impegno e degli impatti generati dall'Associazione. Per promuovere presso tutte le Associazioni territoriali la diffusione di questo modello di bilancio sociale, con l'obiettivo di adottare un approccio univoco e condiviso, potrà essere adottata la metodologia del laboratorio. Sarà così più facile costruire contenuti e strumenti in modo partecipato e identificare le specifiche esigenze di ciascuna organizzazione, valorizzando il patrimonio di esperienza di ogni partecipante.

Perché promuovere la Rsi: collaborazione e competitività

La Rsi potrà essere diffusa per sensibilizzare manager e imprese sull'opportunità di attivare processi di collaborazione e di innovazione e sui conseguenti benefici in termini di competitività e performance economica. Anche in questo caso sarà utile aprire un laboratorio di scambio di esperienze e di buone pratiche gestionali, nazionali e internazionali, per mettere a fuoco le condizioni e gli elementi organizzativi e manageriali che consentono di avviare processi innovativi in chiave di Rsi.

Inoltre, sempre per contribuire a diffondere un modello etico basato sui comportamenti virtuosi, potremo curare la raccolta di casi ed esempi positivi di "virtù" manageriali, dimostrando che in molti casi "l'agire etico" dà luogo a "un'agire economico" di vero e durevole successo. Uno sguardo nuovo sul management, che potrà richiedere il ricorso di strumenti originali, come l'immagine fotografica o l'intervista video, per creare interesse e attenzione e meglio incidere sull'opinione pubblica.