

LA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COME STRUMENTO DI PREMIALITA' PER LE IMPRESE



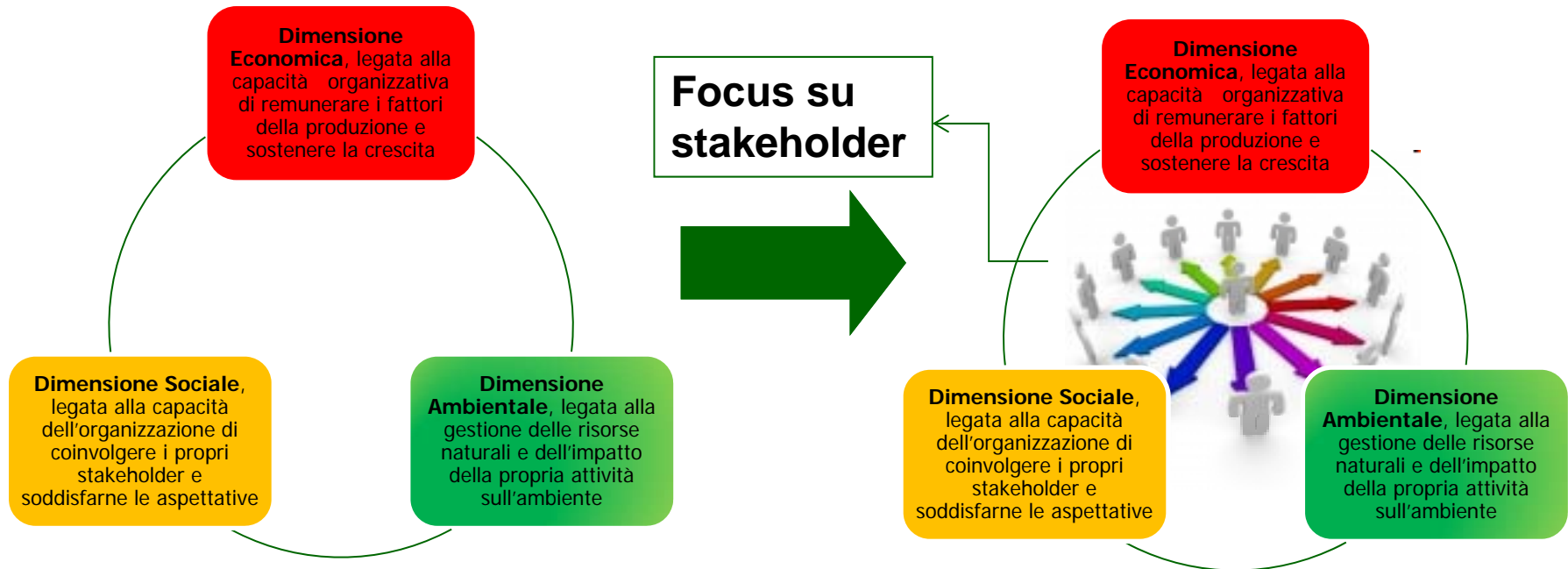
Filippo Amadei

Centro Studi BilanciaRSI

Ricerca consulenza e formazione per la sostenibilità aziendale

16 aprile 2013

Dalla Corporate Social Responsibility alla Company Stakeholder Responsibility



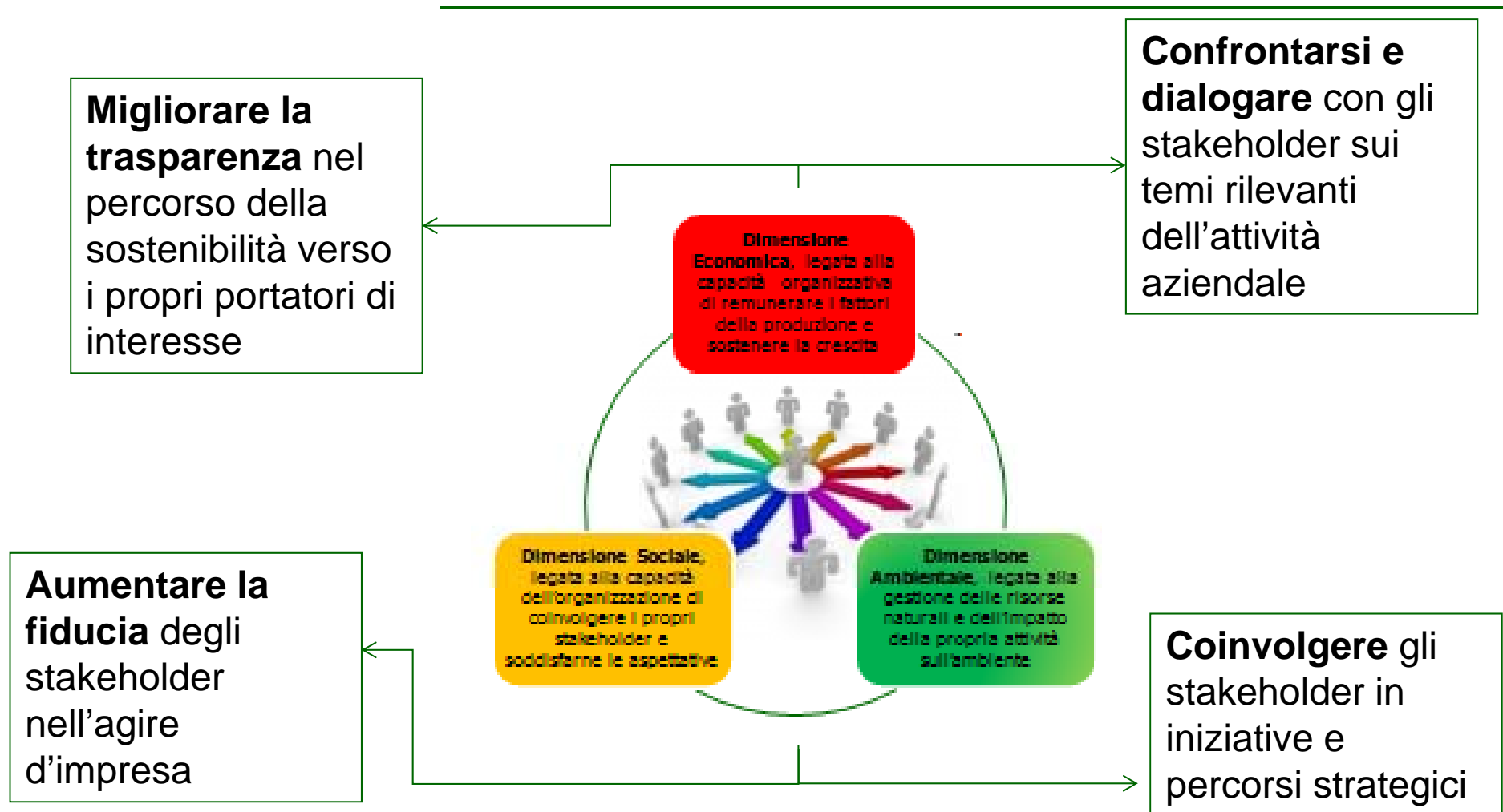
L'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle **preoccupazioni sociali e ambientali** nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate

Libro Verde CE, luglio 2001

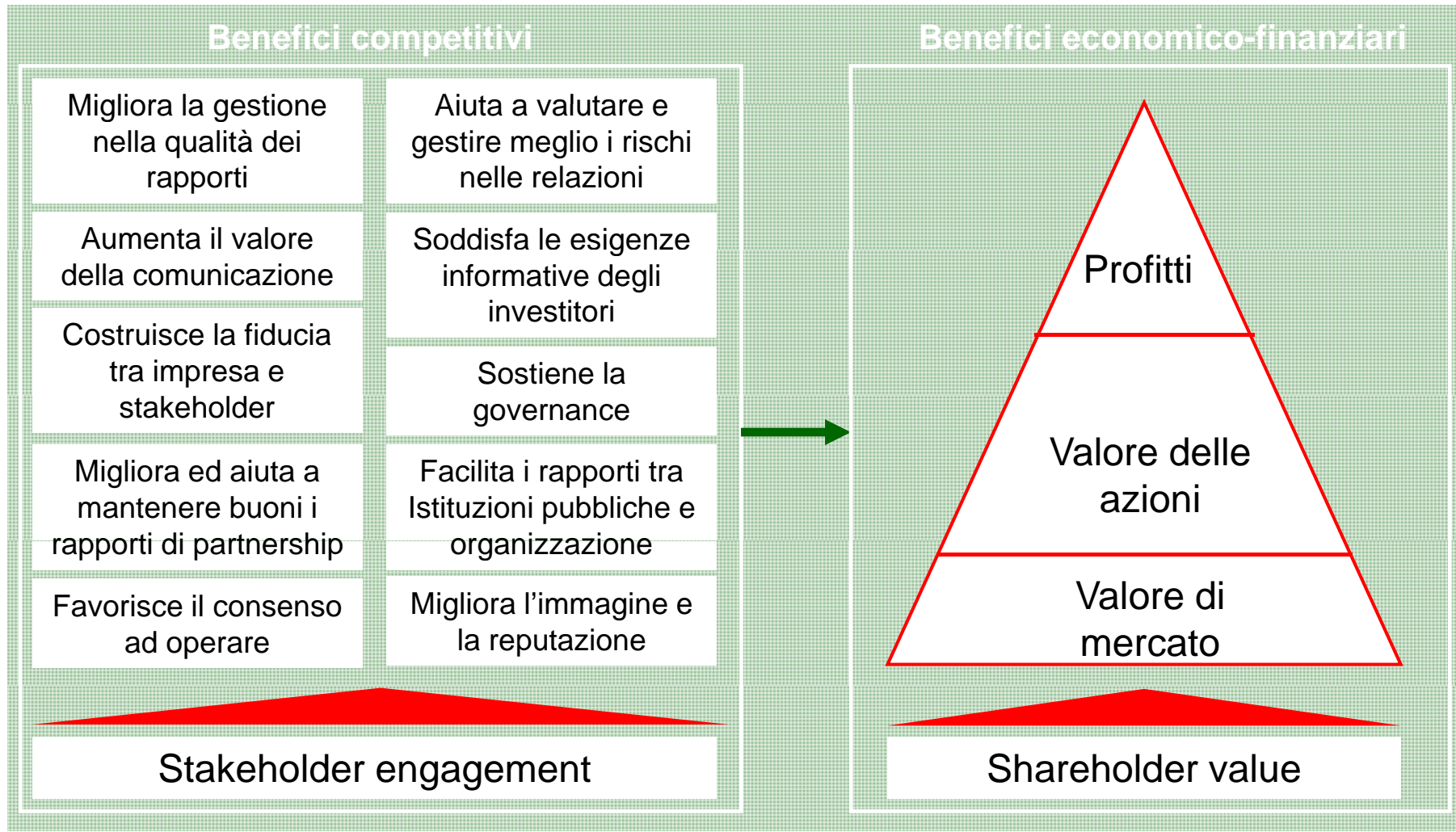
Creazione di valore a tutti i livelli, in tutte le tipologie d'azienda. Adempimento delle responsabilità **verso i portatori di interesse** e inseparabilità del business dall'etica

Edward R. Freeman

I cardini dello Stakeholder Engagement



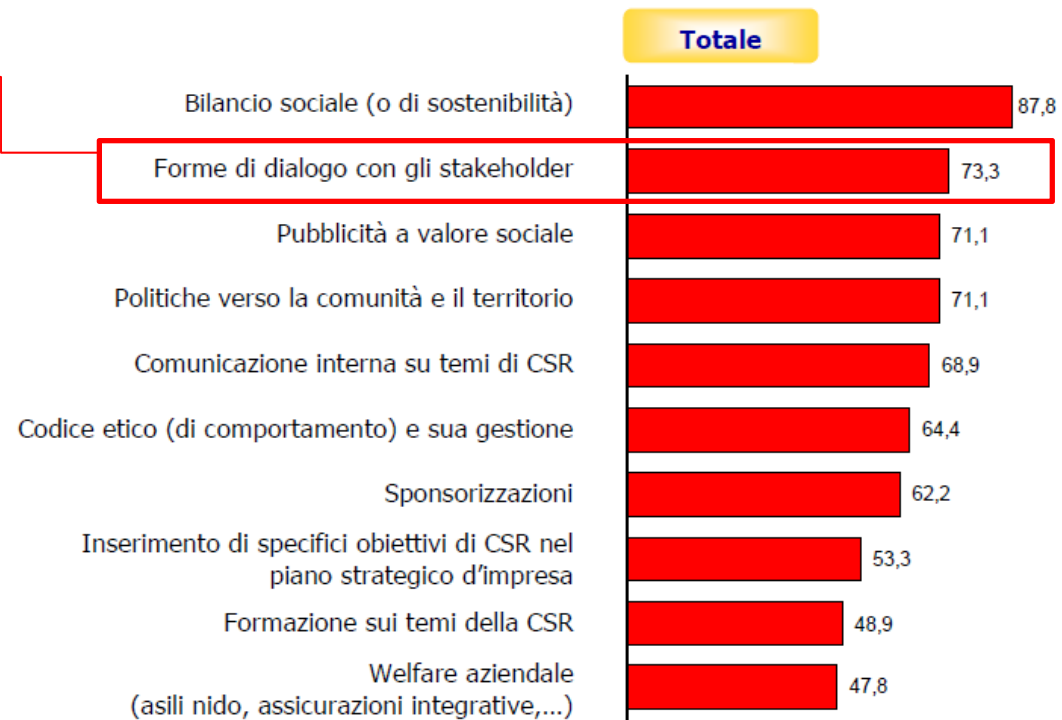
Perché dialogare con gli stakeholder



Un focus rilevante per le imprese

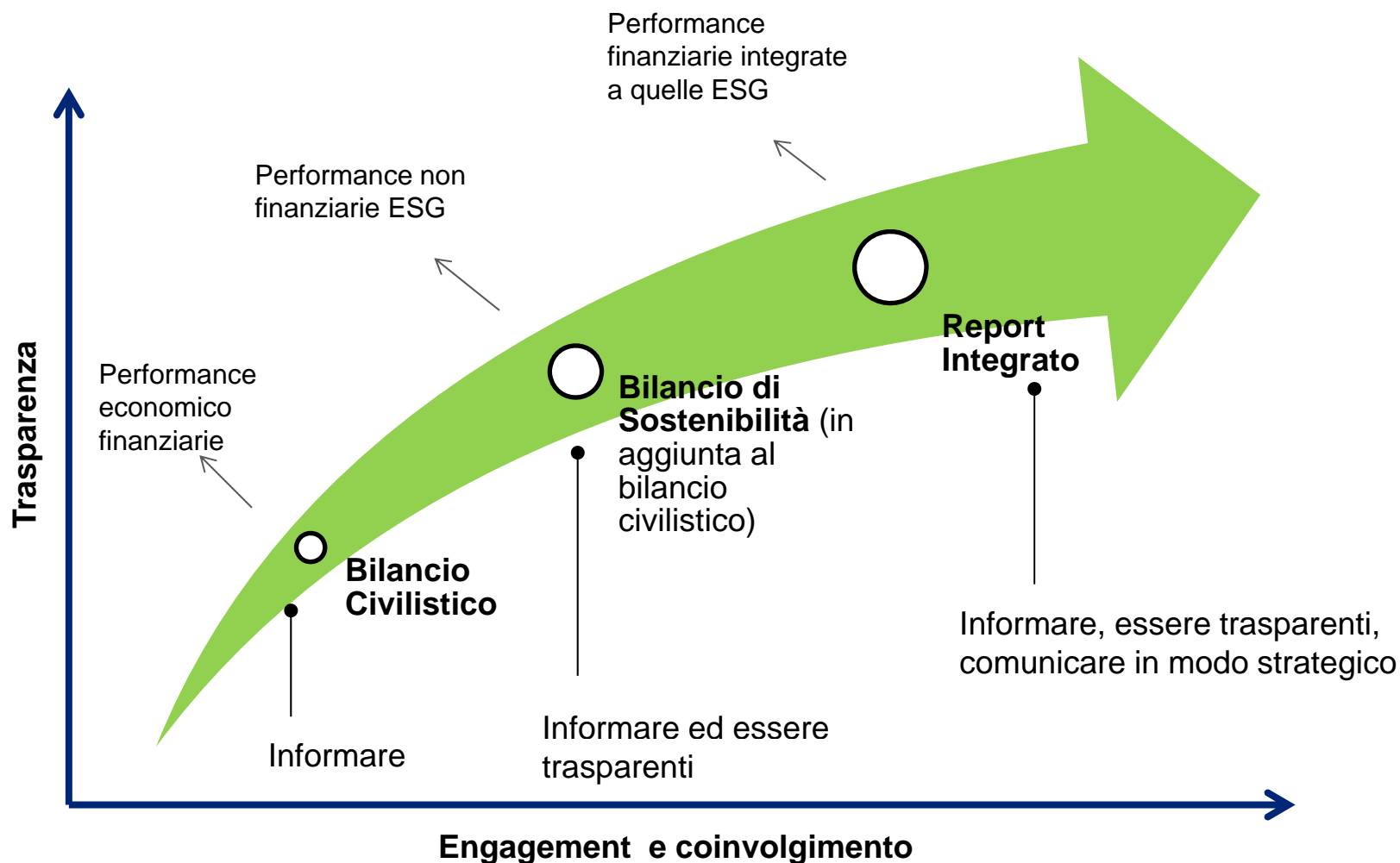
Figura 5. Le dieci principali attività di CSR realizzate dalle aziende esaminate

La gestione dei rapporti con gli stakeholder risulta in **cima alla lista** dei principali compiti del CSR Manager



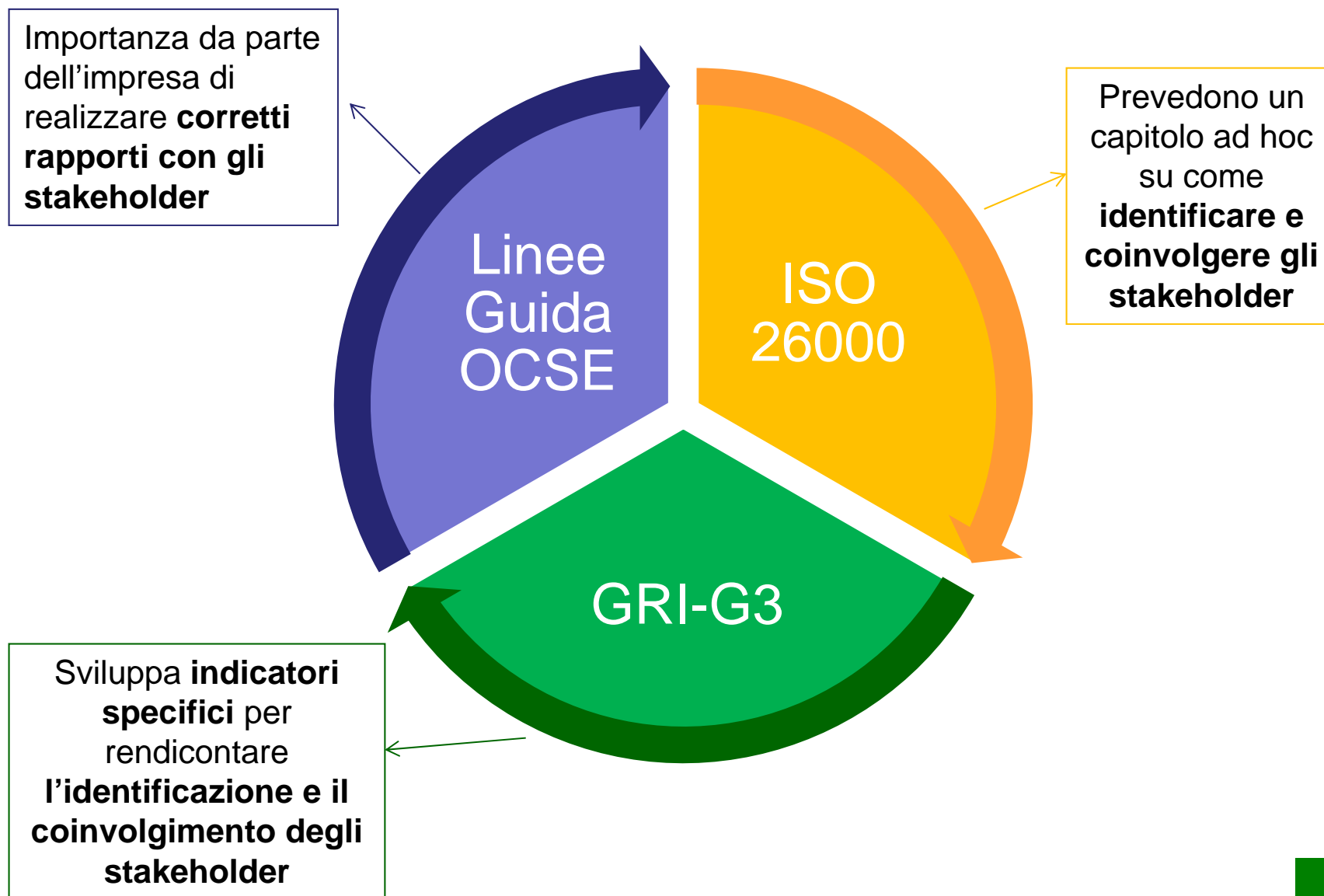
Fonte: ISVI – Istituto per i Valori d'Impresa

L'evoluzione come trasparenza e coinvolgimento degli SH

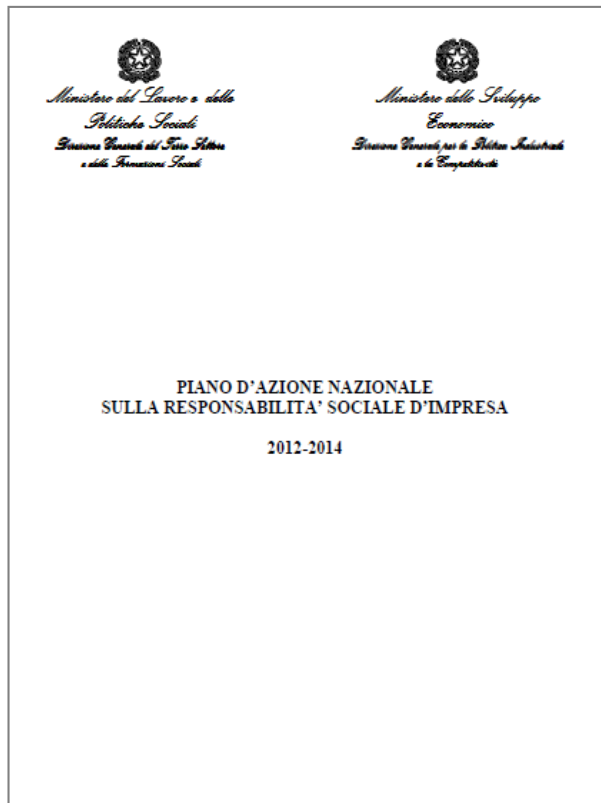


Fonte – I-Report – Report Integrato, rendicontazione integrata per una strategia sostenibile pag. 32

La rilevanza degli stakeholder negli standard internazionali



Piano d'azione nazionale sulla RSI 2012-2014



Indice	
I. La strategia nazionale	3
II. Il quadro di riferimento	7
1. La strategia europea	7
2. L'evoluzione internazionale della RSI e gli impegni del Governo	8
3. La dimensione territoriale della RSI	10
4. Gli altri attori coinvolti	11
III. Il Piano d'Azione 2012 - 2014	13
L'ambito di intervento	13
Tabella 1- Riepilogo degli obiettivi, delle linee prioritarie e degli interventi 2012-2014	15
A. OBIETTIVO: Aumentare la cultura della responsabilità sociale presso le imprese, i cittadini e le comunità territoriali	19
1. Diffusione della RSI come approccio integrato e strategico dell'impresa	19
a) Azioni di informazione e formazione delle imprese e diffusione delle buone pratiche	19
b) Integrazione della RSI nell'ambito dell'istruzione, della formazione e della ricerca	24
2. Rendere consapevoli i cittadini e evitare pratiche sleali	26
a) Strumenti per la visibilità delle imprese responsabili	27
b) Azioni per migliorare il livello di fiducia dei consumatori	28
c) Miglioramento dei processi di autorgolamentazione e coregolamentazione	30
d) Sviluppo della self-regulation e degli	30
B. OBIETTIVO: Sostenere le imprese che adottano la RSI	33
1. Sostegno dal lato dell'offerta pubblica	33
a) Incentivi, sgravi fiscali, premialità e semplificazione	33
C. OBIETTIVO: Contribuire al rafforzamento degli "incentivi di mercato per la RSI"	37
1. Il contributo del mondo finanziario	37
a) Promozione delle iniziative per gli investimenti e il credito sostenibile	37
b) Finanza etica	39
2. Appalti pubblici	40
a) Promozione di appalti pubblici che integrino criteri sociali e ambientali	40
3. Consumatori	42
a) Reti e forum di consumatori	43
D. OBIETTIVO: Promuovere le iniziative delle imprese sociali delle organizzazioni di Terzo settore, di cittadinanza attiva e della società civile	44
1. Promozione delle potenzialità sociali ed economiche delle organizzazioni del terzo settore	44
a) Diffusione della RSI presso le organizzazioni di Terzo settore e sostegno al dialogo con le imprese	45
E. Favorire la trasparenza e la divulgazione delle informazioni economiche, finanziarie, sociali e ambientali	48
1. Informazioni, trasparenza e reporting delle imprese	48
a) Diffusione e coerenza dei quadri di riferimento e degli indicatori	48
b) Sostegno per l'adozione di standard di sostenibilità e per il reporting extrafinanziario	49
F. OBIETTIVO: Promuovere la RSI attraverso gli strumenti riconosciuti a livello internazionale e la cooperazione internazionale	51
1. Le Linee Guida OCSE per le imprese multinazionali	51
a) Attuazione delle Linee Guida OCSE	52
2. Promozione di standard e iniziative internazionali	54
a) Global Compact delle Nazioni Unite	54
b) ISO 26000	55
c) Extractive Industries Transparency Initiative (EITI)	56
d) Gruppo di lavoro del G20 sulla lotta alla corruzione	57
3. Cooperazione internazionale	57
a) Attirare le imprese verso i Paesi prioritari della cooperazione italiana	58

Un obiettivo primario è costituito da una serie di azioni di **incentivi, sgravi fiscali, premialità e semplificazione** per sostenere le imprese che adottano la RSI

Progetto interregionale sulla RSI

Avviare tra pubbliche amministrazioni un processo di scambio e apprendimento reciproco su temi e attività inerenti la RSI per aumentare la diffusione nei territori e tra le imprese di comportamenti virtuosi e responsabili

ATTIVITA':

- **scambio di buone pratiche** tra amministrazioni pubbliche regionali/provinciali
- **individuazione di agevolazioni/facilitazioni** amministrative/punteggi premianti nella partecipazione a bandi per le imprese e le amministrazioni pubbliche socialmente responsabili (valutate mediante una **piattaforma nazionale di indicatori di responsabilità sociale** a cui tutte le pubbliche amministrazioni possano attingere quando si intende incentivare o premiare la RSI)
- **promozione e valorizzazione** delle esperienze

Le tematiche agganciate alla RSI a livello regionale



Salute e sicurezza sul lavoro: riduzione del premio assicurativo INAIL

- **Riduzione del tasso medio di tariffa** ai sensi dell'art. 24 delle Modalità di applicazione delle Tariffe dei premi (D.M. 12/12/2000) dopo il primo biennio di attività per imprese socialmente responsabili.
- Le aziende, che abbiano effettuato **interventi per il miglioramento delle condizioni di sicurezza e di igiene nei luoghi di lavoro**, possono presentare la richiesta di riduzione compilando l'apposito modulo unico di domanda (e relativi allegati) - mod. OT24.
- Nel 2012 la percentuale di sconto riconosciuta ha assunto un peso pari addirittura al **30% per le microimprese**.
- Il riconoscimento del beneficio è basato su principi e aspetti specifici declinati nella **UNI ISO 26000:2010**.

Incentivi e premialità regionali

Progetto I.Re.M. - Regione Marche

Sperimentazione su un panel di 42 aziende, in maggioranza piccole, dei settori calzaturiero, alimentare, metalmeccanico e del mobile.

ATTIVITA':

- elaborazione di un codice di comportamento e di una **banca dati regionale**
- **cruscotto per la rendicontazione della RSI** da parte delle aziende
- **strumenti di “incentivo” dedicati al sistema I.Re.M** quali finanziamenti specifici, sgravi fiscali, premialità nei bandi pubblici fino ad arrivare a specifiche attività di sensibilizzazione dei consumatori.

Incentivi e premialità regionali

Fabrica Ethica - Regione Toscana

Iniziativa che ha fornito **contributi alle PMI** a fondo perduto per:

- acquisire **certificazioni di responsabilità sociale e/o ambientale** (premiando processi di certificazione integrata)
- realizzare **azioni di riorganizzazione interna**, mappatura e monitoraggio della catena di fornitura, redazione di bilanci di sostenibilità.

Dal 2004, alle imprese certificate secondo gli schemi SA8000 oppure ISO14000 oppure registrate EMAS, viene riconosciuto uno **sgravio dell'IRAP**.

Le imprese con certificazioni, bilanci di sostenibilità o con azioni concrete di responsabilità sociale ricevono dei **punteggi aggiuntivi nei processi di valutazione per la concessione di contributi** per investimenti.

L'ottenimento delle certificazioni richiamate oppure la redazione di un bilancio di sostenibilità sono criteri validi per poter usufruire di **semplificazioni dei procedimenti amministrativi**, in termini di riduzione dei tempi del procedimento.

LA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COME STRUMENTO DI PREMIALITA' PER LE IMPRESE



Filippo Amadei

amadei@bilanciarsi.it

www.bilanciarsi.it