

Csr: le imprese italiane investono, ma servono marchio e incentivi



Rapporto Csr in Italia, migliorano la reputazione aziendale e il clima interno

Investire sulla Responsabilità sociale conviene, soprattutto se le buone pratiche vengono condivise con i dipendenti, mettono radici all'interno dell'impresa e viaggiano parallelamente al business. In questi ultimi due anni quasi tutte le aziende italiane che hanno fatto Csr (Corporate Social Responsibility), investendo complessivamente **circa 1 miliardo e mezzo di euro solo negli ultimi 12 mesi**, si dichiarano molto soddisfatte dei risultati raggiunti (97%). E l'85% ritiene che le politiche di Csr rendono l'impresa "più attrattiva e affidabile in termini di accesso al credito e come possibile oggetto di investimenti".

Lo rileva **l'ottavo Rapporto sulla Csr in Italia dell'Osservatorio Socialis**, presentato all'Università di Milano-Bicocca. Delle 400 aziende campione, l'85% dichiara di impegnarsi in Csr (era il 42% nel 2001) e tra queste il 52% lo farebbe con maggiore costanza se avesse un marchio ad

attestarlo, come pure l'emanazione di una norma che dia la possibilità di ottenere detrazioni fiscali sarebbe un incentivo alla stabilizzazione degli investimenti, auspicata dal 50% del campione.

Il primo vantaggio riconosciuto alla Csr è sul fronte del mercato: oltre il 50% delle imprese che ha investito in Csr ha rilevato un miglioramento del posizionamento, della reputazione e anche un aumento della notorietà; in quasi 4 casi su 10 si è riscontrato un aumento della fidelizzazione dei clienti. Tra i terreni di maggiore investimento, dichiarati dalle aziende impegnate in Csr, rientrano il coinvolgimento dei dipendenti, l'attenzione all'ambiente, la lotta agli sprechi, l'ottimizzazione dei consumi energetici e il ciclo dei rifiuti.

Il 49% delle imprese riconosce l'efficacia della Csr nell'agevolare i rapporti con le comunità locali e, in seconda battuta, con le pubbliche amministrazioni. Aumentano, pure solo in linea tendenziale, anche le ricadute positive sul clima interno all'azienda: il 44% registra un miglioramento del clima ed un maggior coinvolgimento del personale.

Ormai **l'85% delle imprese italiane (con più di 80 dipendenti) si è dotata di un codice etico.** L'87% ne ha almeno sentito parlare. I valori fondanti di un buon comportamento sociale dell'impresa riguardano essenzialmente la trasparenza (63%), la salvaguardia dell'ambiente (61%) e, con qualche distanza, il tema dell'uguaglianza e della tutela delle diversità (42%) della protezione della salute (40%) e la tutela dei dipendenti (38%). **Il 54% delle imprese redige un bilancio sociale e il 65% predispone un bilancio di sostenibilità aziendale** (il 34% fa entrambi i documenti).

