



Centro Studi e Ricerche di Lega Pro per i Club

La Responsabilità Sociale

Paolo Del Bene - Giovanni Esposito



La Responsabilità Sociale

Cenni storici

La **Responsabilità Sociale d'Impresa** o **CSR (corporate social responsibility)** è stata definita da **Howard Bowen** nel 1953:

«La **RSI** fa riferimento agli obblighi degli uomini di affari di perseguire quelle politiche, prendere quelle decisioni, o seguire quelle linee di azione auspicabili in termini di obiettivi e valori della nostra società»

La Responsabilità Sociale:

Cos'è

Secondo la **Comunicazione UE** n. 681 del 2011 la **RSI** è «la responsabilità delle imprese per gli impatti che hanno sulla società».

L'elemento distintivo della **RSI** è quello di affiancare alla **responsabilità economica** anche una **responsabilità sociale** per tutto ciò che sta intorno all'azienda.

Valori **vincenti** per l'impresa, per le persone, per il territorio e per l'ambiente.



La Responsabilità Sociale

La redditività della RSI

La **RSI** come mezzo per guadagnare credibilità da sfruttare per ottenere maggiori utili.

Molti studiosi sostengono che le aziende dovrebbero impegnarsi in azioni socialmente responsabili perché la redditività e la crescita si accompagnano al comportamento moralmente responsabile verso i gruppi, per esempio i dipendenti, i clienti e la comunità.



La Responsabilità Sociale



Alcuni esempi di responsabilità sociale

BMW è senza dubbio all'avanguardia nell'ambito della corporate **social responsibility** innovativa.

Prendiamo ad esempio il progetto di sviluppo dell'educazione ambientale nelle scuole, con cui BMW raggiunge migliaia di studenti in tutto il mondo per aiutarli a comprendere le sfide sociali e ambientali che il mondo deve affrontare oggi.

Anche **Google** ha fatto di tutto per affermarsi come marchio socialmente consapevole. Prendiamo ad esempio l'iniziativa **Google Green**, che ha visto l'azienda ridurre i costi energetici fino al 50% solo nei loro data center, sin dall'inizio.

- ✓ I **data center di Google** consumano il 50% in meno di energia, rispetto ad altri data center comparabili.
- ✓ Google ha destinato oltre 1 miliardo di dollari a **progetti di energia rinnovabile**, e ha scelto di utilizzare l'energia rinnovabile ove possibile.

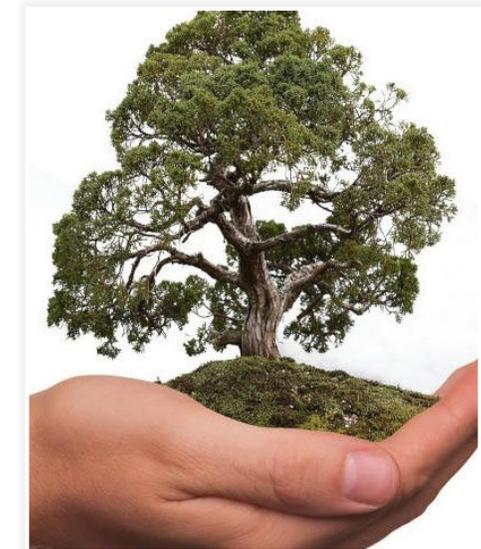


La Responsabilità Sociale

La redditività della RSI

I principali fattori che dovrebbero portare ad adottare una cultura d'impresa orientati alla RSI:

- ✓ Crescente domanda di **qualità**, in termini di processi, prodotti, servizi, relazioni, da parte di consumatori-clienti, dipendenti, fornitori, enti locali, mondo finanziario, società civile.
- ✓ **Linee guida internazionali** (Onu, Ilo, Icc) e comunitarie (Ue), che richiedono sempre più una maggiore integrazione della sostenibilità ambientale e sociale.
- ✓ Necessità di **innovazione** trasversale nelle imprese per rimanere competitive nel tempo.
- ✓ Necessità di distinguersi strategicamente dai concorrenti per una migliore **reputazione**, sia in termini di prestazioni commerciali che di prestazioni sociali.
- ✓ Fattori intangibili come la **crescita** intellettuale, professionale, relazionale di dipendenti e collaboratori (capitale sociale d'impresa) considerati come elementi determinanti per il successo d'impresa nel tempo.



La Responsabilità Sociale

La redditività della RSI

La ricerca di **Cone Communication** del 2017 che ha rivelato che oltre il 60% degli americani spera che siano le imprese a guidare i cambiamenti sociali e ambientali in assenza di regolamentazioni da parte del governo. Quasi il 90% dei consumatori intervistati ha dichiarato che avrebbe acquistato il prodotto di un'azienda che ha sostenuto un problema a loro caro. Ancora più importante, il dato che dice che circa il 75% degli intervistati rifiuterà di acquistare da un'azienda che supporta una istanza contraria alle proprie convinzioni.

I consumatori, quando usano un prodotto o un servizio di un'azienda socialmente responsabile, sentono che anche loro stanno facendo la loro parte. Quindi maggiore è la responsabilità sociale di un'azienda e maggiore sarà il coinvolgimento della comunità e dei consumatori.



Gli **stakeholder**, quando scelgono un brand o un'azienda, stanno iniziando a dare la priorità a chi fa scelte di responsabilità sociale, perché è ormai diffusa l'idea che anche le aziende e i brand siano responsabili del cambiamento sociale con le loro convinzioni, azioni e profitti aziendali

La Responsabilità Sociale:



La responsabilità sociale delle Società Sportive si presenta in molte forme:

- ✓ Definizione di Vision, Mission, Valori ed Obiettivi
- ✓ Riduzione dell'impatto ambientale riguardo le emissioni di anidride carbonica prodotta dalla società sportiva sul territorio operante;
- ✓ Miglioramento delle performance;
- ✓ Partecipazione attraverso il merchandising della PTO;
- ✓ Attività di Charity e volontariato nel sociale;
- ✓ Politiche sportive sostenibili rispetto agli stakeholder interni ed esterni;
- ✓ Investimenti nel medio e lungo periodo nel rispetto della policy della società sportiva;
- ✓ Condivisione del bilancio d'impatto della società sportiva sul territorio





GRAZIE

centrostudi@lega-pro.com