

Corporate Social Responsibility

Per Responsabilità Sociale delle Imprese, o Corporate Social Responsibility nel corrispettivo inglese, si intende "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, collaboratori, fornitori, clienti, partner, comunità e istituzioni locali, verso cui realizzano azioni concrete.

La Responsabilità sociale di impresa individua quindi pratiche e comportamenti che l'impresa adotta volontariamente, nella convinzione di ottenere dei risultati che possano arrecare benefici e vantaggi a se stessa e al contesto in cui opera.

Ciò si traduce nell'adozione di una politica aziendale che sappia conciliare gli obiettivi economici con quelli sociali e ambientali del territorio di riferimento, in un'ottica di sostenibilità futura.



Il rispetto della normativa vigente e degli accordi collettivi tra le parti sociali è solo il presupposto necessario per realizzare la Responsabilità sociale di impresa.

Infatti, per soddisfare pienamente le loro responsabilità, le imprese dovrebbero dotarsi di un processo per integrare le istanze sociali, quelle ambientali e quelle etiche, i diritti umani e le richieste dei consumatori nelle loro strategie e operazioni commerciali.

Tutto questo in stretta collaborazione con le parti interessate, gli stakeholders, e con l'obiettivo di: massimizzare la creazione di valore condiviso per i loro proprietari, o azionisti, per le altre parti interessate e la società tutta in generale, individuando, prevenendo e mitigando i possibili effetti negativi.

In ragione di quanto detto, la Responsabilità Sociale d'Impresa non può che derivare dall'applicazione di una serie di principi riassumibili in: *trasparenza, integrazione, volontarietà, multidimensionalità, sostenibilità, reputazione e fiducia.*

Di seguito alcuni dei principi specifici=

Trasparenza: Scambio di informazioni, condivisione, ascolto e dialogo con i vari stakeholder in un contesto in cui la comunicazione degli interessi strategici e dei valori di un'organizzazione deve essere coerente con i comportamenti effettivamente attuati.

Volontarietà: Le azioni prescindono dagli obblighi di legge per dar spazio alla libertà d'azione dell'impresa.

