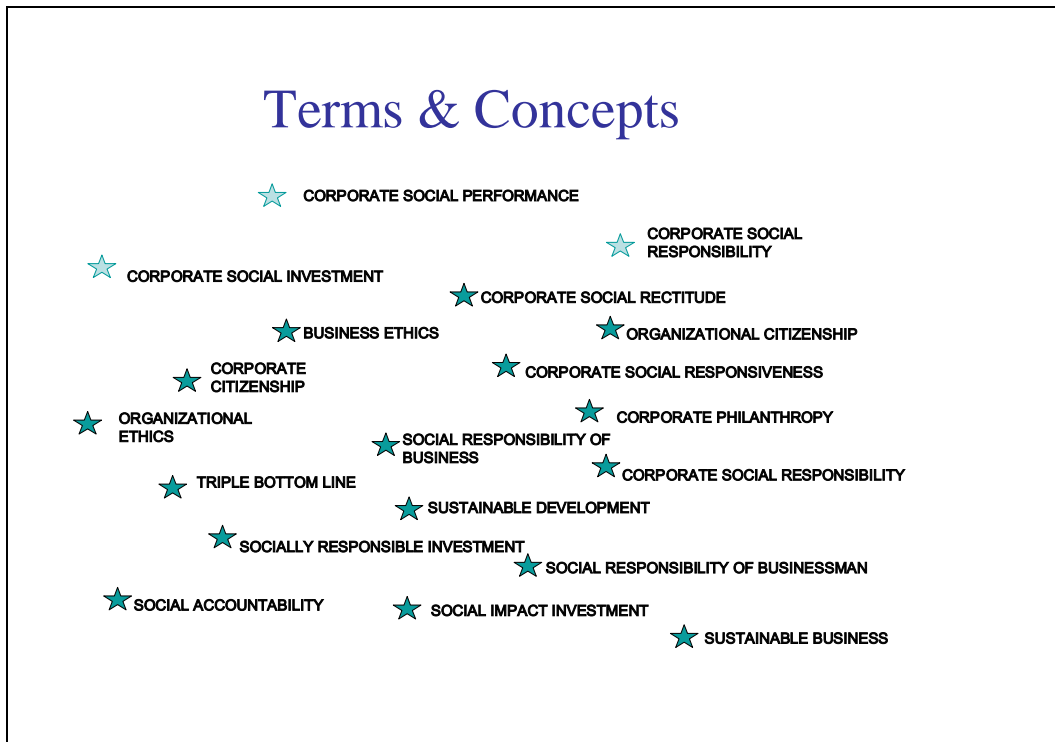


Barbara Sena

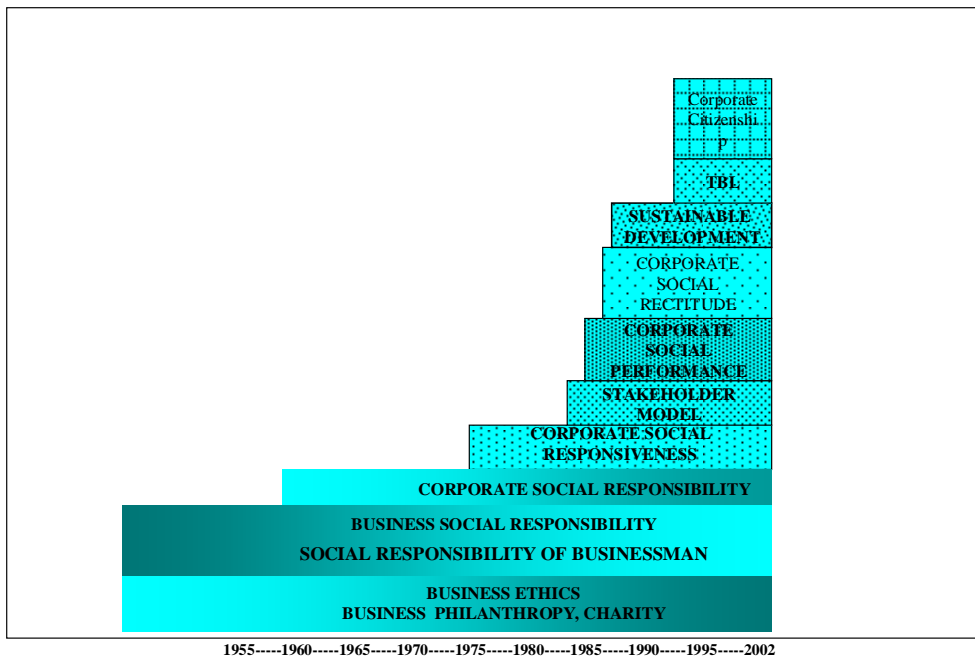
Definizioni del termine “Responsabilità sociale d’impresa”

Con il termine “Responsabilità sociale d’impresa” si intende, in generale, *l’impegno sociale e ambientale di una impresa*. Come è facile intuire, questa definizione è molto vaga e può comprendere un’infinità di aspetti, temi, azioni, comportamenti delle imprese. Purtroppo, però, le definizioni che sono state fornite dalla letteratura su questo tema non sono alla fine molto più precise di questa. Inoltre, nel corso degli anni sono stati introdotti una miriade di concetti e termini, il cui significato è stato differente nel corso del tempo e dello spazio. Questi concetti e termini si sono accumulati nel dibattito e nella letteratura, anziché sostituirsi l’uno con l’altro.



Fonte: adattato da De Bettignies, 2002

Trends in Usage of Terms & Concepts in Literature



Fonte: adattato da De Bettignies, 2002

E' necessario, quindi, cominciare con una trattazione dell'oggetto di studio, volta ad individuare con precisione che cosa in questo lavoro si intende per "Responsabilità sociale d'impresa" e perché.

Parte Prima

Partiamo dall'etimologia dei termini in questione. Nella lingua italiana e nell'uso comune con il termine "responsabilità" si intende *la consapevolezza di dover rispondere degli effetti di azioni proprie o altrui*, e di conseguenza, si indica anche *l'azione concreta, l'impegno derivante da tale consapevolezza*¹. Lo stesso significato si ha nella lingua inglese e francese. La parola deriva in tutte e tre le lingue dal latino *responsare*, intensivo del verbo *respondere*.

¹ Il grande dizionario Garzanti della lingua italiana.

Il termine “sociale”, invece, si riferisce a tutto ciò che riguarda la società umana, e in particolare, i rapporti tra individui e gruppi entro una comunità determinata. Deriva anche stavolta dal latino *sociale* che a sua volta è una derivazione del termine *socius*, “socio”, “partecipe”.

“Impresa”, infine, significa un’attività economica organizzata per la produzione o lo scambio di beni e servizi e per estensione l’azienda che svolge tale attività (quindi, impresa di costruzioni, di trasporti, di servizi; commerciale, industriale; pubblica, a partecipazione statale; ecc.). Nel termine inglese (Corporate Social Responsibility), il corrispettivo dovrebbe essere il termine “*corporate*”, che è di per sé un aggettivo che significa corporativo. Quindi, *Corporate social responsibility* letteralmente significa responsabilità sociale di ciascun membro di un ente corporativo. Il termine “*corporate*” deriva da *corporation* che viene definito nel vocabolario inglese come “gruppo costituito per agire come un individuo oppure eletto per governare una città”.

In realtà, l’aggettivo “*corporate*” non corrisponde con precisione all’italiano. Infatti, mentre “impresa” è un sostantivo che si applica a qualsiasi forma di attività economica condotta da un agente o imprenditore, il termine *corporate* si applica solo ad una particolare forma di impresa che è la *corporation*, ossia in italiano la grande impresa capitalistica. E questo perché è stata proprio questo tipo di impresa ad allontanarsi da quella naturale responsabilità sociale che altre forme di impresa hanno invece mantenuto nel tempo (Negri, 2005, p.31).

Sia l’etimologia delle parole che le definizioni che ne sono state date fanno comunque riferimento alla dimensione comportamentale dell’impresa ed è quindi sostanzialmente a quella che ci si deve riferire nel momento in cui si parla di CSR.

Quindi, se prendiamo alla lettera le definizioni di ciascuna parola, per responsabilità sociale d’impresa intendiamo in primo luogo un insieme di azioni che un’impresa, di qualsiasi tipo, compie nei confronti della società umana in generale, nella consapevolezza di dover rispondere degli effetti di tali azioni ad essa stessa.

Anche questa definizione, un po’ più corretta forse nei termini, rimane comunque molto generica. Il problema, infatti consiste nell’individuare di preciso

di quali azioni deve rispondere l'impresa e nei confronti di quale società. Detto in altri termini, la domanda a cui bisognerebbe rispondere per riuscire a trovare una definizione più precisa a questo termine è, come sottolinea Bowen (1953, p.xi): "quali responsabilità ci si può ragionevolmente aspettare che l'impresa, o chi per lei, assuma nei confronti della società?"

E' questa, probabilmente, la questione principale di cui bisognerebbe occuparsi se si vuole dare non solo maggiore concretezza, ma soprattutto chiarezza a questo termine.

Il dibattito su questo tema ha avuto origine intorno agli anni Cinquanta negli Stati Uniti e successivamente è stato ripreso in Europa, accumulando sino ai giorni nostri una serie di trattazioni e interpretazioni.

In realtà, il tema era già stato introdotto nei primi anni Trenta per contrastare l'ostilità pubblica verso il mondo delle imprese, per esempio, quello di Chester Barnard (1938), *The Functions of the Executive*, di J. M. Clark (1939), *Social Control of Business*, and Theodore Kreps (1940), *Measurement of the Social Performance of Business*².

Dal punto di vista accademico, l'idea di responsabilità sociale delle imprese era stata introdotta nel 1932 da Berle e Means in *The Modern Corporation and Private Property*, ma il tema ottenne una effettiva considerazione accademica solo a partire dagli anni Cinquanta.

Pare che la prima definizione di CSR infatti risalga a quel periodo, e sia stata quella di **Bowen** in un testo del 1953³, dove viene definita come

il dovere degli uomini d'affari di perseguire quelle politiche, di prendere quelle decisioni, di seguire quelle linee di azione che sono desiderabili in funzione degli obiettivi e dei valori riconosciuti dalla società. (p.6)⁴

Sicuramente la maggior parte della letteratura sulla CSR degli ultimi Cinquant'anni si è concentrata negli Stati Uniti.

² Citati in Archie B.Carroll, 1999,"Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct", in *Business & Society*, vol. 38 n. 3, 268-295.

³ H. Bowen, 1953, *Social Responsibilities of the Businessman*, New York, Harper.

⁴ "The obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society".

Nei primi scritti sulla CSR, ci si riferiva più spesso ad essa come *social responsibility*, omettendo cioè il termine *Corporate*, probabilmente perché non erano ancora preminenti e dominanti le grandi *corporation*. Per cui il testo di Bowen che invece fa riferimento esplicito alla *Corporate social responsibility*, segna l'inizio del dibattito moderno sull'argomento, al punto che Bowen viene definito da Carroll (1999, p.270) come il "padre della Corporate Social Responsibility"⁵.

Se negli anni Cinquanta non vi sono stati nella letteratura molti tentativi di definire la CSR, negli anni Sessanta si è affermata una crescita significativa di testi che cercavano di formalizzare, o determinare in modo più accurato, il significato della CSR.

Uno degli autori di questo periodo, **Keith Davis** definisce, in un articolo del 1960 la CSR come "le decisioni e le azioni degli imprenditori prese per ragioni che vanno almeno parzialmente aldilà del diretto interesse economico o tecnico dell'impresa" (Davis, 1960, p.70). Secondo Carroll, Davis divenne famoso per la sua visione della relazione tra responsabilità sociale e potere del business e per la famosa "legge ferrea della responsabilità", la quale afferma che "le responsabilità sociali degli imprenditori necessitano di essere commisurate con il loro potere sociale"⁶ (Davis, 1960, p.71). Davis sosteneva, inoltre, che se la responsabilità sociale e il potere dovevano essere relativamente uguali, allora il fatto di negare ogni responsabilità sociale avrebbe portato alla graduale erosione del potere sociale da parte delle imprese (idem, p.73). Secondo Carroll, il contributo di Davis è così importante al punto che può essere considerato come il prosecutore del pensiero di Bowen.

Definizioni più o meno simili sono quelle fornite anche da William C. Frederick (1960, p.60), e da Joseph McGuire (1963, p.144).

⁵ Carroll cita poi altri testi, peraltro con riferimenti bibliografici spesso mancanti, che riportano lo stato della CSR in quel periodo e che seguono la definizione data da Bowen. In particolare, suggerisce la lettura del libro di Morrell Heald (1970), *The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900-1960*, Cleveland, Case Western Reserve University Press, che riporta i casi di imprese che praticavano la CSR secondo la definizione di Bowen in quegli anni. Oppure, per quanto riguarda una riflessione più teorica, i testi di Selekman B. (1959), *A Moral Philosophy for Business*, New York, Mac Graw -Hill; Heald M. (1957), *Management responsibility's to society: The Growth of an Idea*; Eells R. (1956), *Corporate giving in a free society*, New York.

⁶"Social responsibilities of a businessmen need to be commiserate to their social power".

Allo stesso modo, in *Business and its Environment*, di Davis e Blomstrom (1966), si definisce la responsabilità sociale come

il dovere di una persona di considerare gli effetti delle sue decisioni e azioni sull'intero sistema sociale. Gli imprenditori applicano responsabilità sociale quando essi considerano i bisogni e gli interessi di altre persone che possono essere coinvolte dalle azioni dell'impresa. Nel fare ciò, essi guardano aldilà dei loro bassi interessi economici e tecnici d'impresa" ⁷(p.12).

Qui compare in sostanza l'idea di stakeholder. Resta tuttavia il problema di capire perché l'impresa debba comportarsi in questo modo, perché debba considerare i bisogni e gli interessi di altre persone, cosa che trova invece maggiore giustificazione nella teoria degli stakeholder di Freeman.

Un contributo ulteriore al concetto di CSR viene dal **Committee for Social Development** (CED), che nella sua pubblicazione del 1971, *Social Responsibilities of Business Corporations*, osserva che le "funzioni dell'impresa per il consenso pubblico e il suo obiettivo basilare sono di servire costruttivamente i bisogni della società, per il soddisfacimento della società" (p.11).

In questa definizione compare in pratica l'idea della CSR come legata ad un ideale contratto sociale tra l'impresa e la società. A seconda dei bisogni della società, l'impresa realizza un differente impegno sociale. Se prima degli anni Settanta alle imprese veniva chiesto solamente di fornire le quantità necessarie di beni e servizi, adesso invece la società chiede loro di contribuire al miglioramento della qualità della vita, segnando così una sostanziale modifica del contratto sociale tra impresa e società.

Il CED, inoltre, in quel documento articolava **una definizione a tre dimensioni (o cerchi concentrici) di responsabilità sociale:**

Il cerchio più interno include le responsabilità basilari di taglio più chiaro che riguardano l'esecuzione efficiente delle funzioni economiche – prodotti, lavoro, crescita economica.

Il cerchio intermedio racchiude la responsabilità di esercitare questa funzione economica con una sensibile consapevolezza di priorità e valori sociali mutevoli: per esempio, riguardo alla conservazione dell'ambiente; assunzioni e

⁷ "A person's obligation to consider the effects of his decisions and actions on the whole social system. Businessmen apply social responsibility when they consider the needs and interest of others who may be affected by business actions. In so doing, they look beyond their firm's narrow economic and technical interests".

relazioni con i dipendenti; più esigenti aspettative di consumatori nei confronti dell'informazione, di un trattamento onesto, e della protezione dai danni.

Il cerchio più esterno sottolinea nuove responsabilità emergenti e ancora amorphe che l'impresa dovrebbe assumere per diventare più ampiamente coinvolta nel migliorare attivamente l'ambiente sociale (per esempio, povertà, degrado urbano, etc).⁸ (p.15)

In questa definizione sicuramente compare una descrizione più precisa e concreta di cosa sia un comportamento socialmente responsabile di un'impresa.

E' importante notare che il CED è un'organizzazione composta da persone del mondo delle imprese e da accademici del settore. Ma bisogna anche tener presente il periodo storico in cui questo documento è stato scritto. Si era infatti tra gli anni Sessanta e primi anni Settanta, un periodo di intensa attività dei movimenti sociali sui problemi dell'ambiente, della sicurezza del lavoro, dei consumatori, etc.

Un grande dibattito sul significato della CSR ha avuto luogo nel 1972, sponsorizzato dall'*American Enterprise Institute for Public Policy Research* di Washington, ed è stato racchiuso in un volume di H. J. Manne e H. C. Wallich dal titolo *The Modern Corporation and Social Responsibility*. In questo volume, **Manne** afferma (p.4):

Ogni definizione operativa dell'idea di responsabilità sociale d'impresa deve cominciare con l'idea che una spesa o attività dell'azienda sia tale che i ricavi marginali dell'impresa siano inferiori ai ricavi provenienti da qualche altra spesa alternativa. Questo non significa che l'impresa deve in termini assoluti perdere denaro, ma semplicemente che essa produce meno denaro che in altri casi.⁹

Secondo Manne (ibidem), questa caratteristica del comportamento socialmente responsabile di un'impresa è fondamentale per creare una differenza significativa con la mano invisibile di Adam Smith che guiderebbe, in virtù del

⁸ "The *inner circle* includes the clear-cut basic responsibilities for the efficient execution of the economic function – products, jobs and economic growth. The *intermediate circle* encompasses responsibility to exercise this economic function with a sensitive awareness of changing social values and priorities: for example, with respect to environmental conservation; hiring and relations with employees; and more rigorous expectations of customers for information, fair treatment, and protection from injury. The *outer circle* outlines newly emerging and still amorphous responsibilities that business should assume to become more broadly involved in actively improving the social environment (for example, poverty and urban blight)".

⁹ "Any working definition of the idea of corporate social responsibility must begin with the idea that expenditure or activity be one for which the marginal returns to the corporation are less than the returns available from some alternative expenditure. That is not to say that the company must in absolute terms lose money but simply that it makes less money than would otherwise be the case". (Manne e Wallich, 1972, p.4)

comportamento individuale, tutte le risorse economiche al loro uso socialmente ottimale.

Manne continua dicendo che “un altro aspetto di qualsiasi definizione operativa di responsabilità sociale d’impresa è il fatto che il comportamento delle imprese deve essere volontario” (Manne, p.5).

Qui viene sottolineato l’elemento del volontarismo (anche se Manne non è il primo a parlarne), che ha trovato ampia diffusione nella letteratura successiva sul tema. Tuttavia, nella sua descrizione viene affermata l’idea che sia difficile immaginare un puro volontarismo, piuttosto che, più plausibilmente, un volontarismo spinto da norme o pressioni sociali. Inoltre, è chiaro che solo l’elemento del volontarismo di per sé non giustifica l’azione dell’impresa come socialmente responsabile (esempio: il cause related marketing).

In sostanza, non possono essere considerate come attività socialmente responsabili dell’impresa quelle derivate dal rispetto di una legge. Ma, per Manne, non sono azioni di CSR neppure quelle derivate da altre forme di coercizione come boicottaggi dei consumatori, scioperi dei dipendenti o proteste di vario tipo dei fornitori di materiali. In questi casi, infatti, la conseguente azione, o spesa socialmente responsabile dell’impresa, è derivata dalle pressioni, minacciate o effettive, di questi attori, ma ha come obiettivo la massimizzazione del profitto, in quanto serve ad evitare di incorrere in costi più onerosi. Queste riflessioni, pur essendo state scritte negli anni settanta mostrano ancora la loro attualità alla situazione che attraversa oggi il dibattito sul tema.

Il potere dei consumatori o di lobbies politiche può infatti influenzare l’azione delle imprese che dipendono per la loro sopravvivenza dal consenso di questi stakeholder.

Tutti i casi di coercizione o pressione più o meno formalizzata, eliminano l’elemento della volontarietà dell’azione dell’impresa, per cui essa non può essere definita come socialmente responsabile nel senso fornito da Manne.

Un altro aspetto della definizione di CSR consiste nel fatto che “l’attività deve essere quella di un’impresa e non di una singola persona”. (Manne, 1972, pp.6-7).

Questa definizione in pratica esclude tutte le donazioni filantropiche e caritatevoli dell’impresa, che molto spesso godono di particolari vantaggi nei vari

sistemi di tassazione se effettuate dall'impresa, mentre la stessa cosa non accadrebbe se ad effettuare la donazione fosse un singolo individuo (per esempio, il proprietario o un azionista dell'impresa). Anche qui, il fine della massimizzazione dei profitti potrebbe essere quello predominante nelle scelte dell'impresa e di chi la dirige.

Per quanto riguarda la realizzazione di fini diffusamente desiderati, realizzati attraverso attività di responsabilità sociale da parte delle imprese, la questione risulta abbastanza complessa. In primo luogo, non esiste una funzione matematica di benessere sociale universalmente accettata. Quindi ogni sforzo da parte del settore privato di massimizzare il bene pubblico può essere condannato al fallimento. Inoltre, anche all'interno di obiettivi generalmente accettati, possono insorgere conflitti di natura pratica legati al livello di sviluppo economico e sociale. Chi può affermare che la decisione di un'impresa di non delocalizzare la propria produzione all'estero per salvaguardare l'occupazione nel proprio paese d'origine non sia più dannosa per i consumatori, che dovranno pagare ad un prezzo più alto il prodotto, e gli investitori, che avranno meno margini di guadagno, di quanto possano essere i vantaggi per gli impiegati?

Come è possibile e chi ci assicura che le spese sostenute oggi da un'impresa per attività socialmente responsabili non si ripercuotano sui costi dei prodotti o delle azioni dell'impresa nel lungo periodo? [\[qui Manne non è molto chiaro, poiché afferma che è impossibile realizzare una politica di RSI sulla base della definizione da lui fornita a meno che non l'impresa non agisca in particolari condizioni di mercato\]](#)

Uno spunto utile per la nostra riflessione ci viene da Schumpeter, il quale nella sua opera *Capitalismo, Socialismo e Democrazia*, notava che poiché le imprese crescevano e diventavano burocratizzate, gli amministratori esecutivi dell'impresa avrebbero cessato di pensare e agire come imprenditori e avrebbero cessato di difendere il capitalismo. Schumpeter aveva affermato una cosa corretta, ma per la ragione sbagliata. Contrariamente alla sua visione, infatti, gli imprenditori si comportano ancora in modo da massimizzare il profitto, come nella teoria economica classica. Tuttavia, oggi questo comportamento include anche il difendere comportamenti non direttamente rivolti alla massimizzazione

del profitto come nel caso di quelli socialmente responsabili. Ciò significa che gli imprenditori hanno smesso di difendere apertamente solo l'impresa, ma perché è l'unico modo oggi per agire nel modo migliore per l'impresa stessa.

La conclusioni e i ragionamenti di Manne circa l'esistenza di forme reali di responsabilità sociale nelle imprese sono comunque negative. Secondo l'autore, infatti, non possono esistere altro che forme di responsabilità sociale attraverso i fondi destinati ad azioni caritatevoli, che nella maggior parte dei casi però sono gestiti dalle imprese in modo del tutto arbitrario e per ottenere favori o perseguire interessi di altro tipo. Anche le partnership governo-impresa, secondo Manne, possono essere finalizzate solo o ad un aumento del potere dell'impresa e della sua competitività o ad un maggiore controllo dello Stato sul mercato. Una partnership finalizzata al puro perseguimento del bene pubblico secondo Manne non può sussistere.

Dalla definizione di CSR di Manne rimane da prendere, a mio avviso, il duplice criterio per calcolare una azione socialmente responsabile di un'impresa da quella finalizzata ad altro: la dimensione dei ricavi marginali rispetto ai costi e il volontarismo delle azioni.

Di nuovo, **Davis**, in un articolo del 1973, chiarisce ulteriormente la dimensione del volontarismo nel concetto di CSR, affermando che "la responsabilità sociale di un'impresa comincia dove la legge finisce". Cioè "un'impresa non è socialmente responsabile se essa compie semplicemente i requisiti minimi della legge, poiché questo è ciò che ogni buon cittadino dovrebbe fare" (p.313).

Negli anni Settanta, nella letteratura comincia a trovarsi spesso non solo il termine *corporate social responsibility* (CSR), ma anche il termine *corporate social performance* (CSP).

In un articolo del 1975, Sethi distingue tra dovere (obligation) sociale, responsabilità (responsibility) sociale e la rispondenza (responsiveness) sociale.

Il dovere sociale è il comportamento dell'impresa in risposta alle forze del mercato o alle costrizioni legali, cioè in base solamente a criteri economici e legali.

La responsabilità sociale, per contrasto, va invece aldilà del dovere sociale. “la responsabilità sociale implica portare il comportamento dell'impresa a un livello in cui è congruente con le norme sociali, i valori e le aspettative di performance prevalenti”. Mentre l'obbligo sociale è proscrittivo in natura, la responsabilità sociale è prescrittiva. Il terzo stadio nel modello di Sethi è la rispondenza (responsiveness) sociale, che consiste nell'adattamento del comportamento dell'impresa ai bisogni sociali.

Negli anni Ottanta, il crescente interesse per il tema della CSR porta non solo all'espandersi di ricerche ma anche alla diffusione di scritti che parlano di altri termini e concetti affini come la *corporate social responsiveness*, CSP, *business ethics*, *stakeholder theory/management*.

Proprio Carroll nel 1983, elabora ulteriormente la sua definizione di CSR del 1979:

La CSR coinvolge la condotta di un'impresa in modo che essa sia vantaggiosa economicamente, stabile legalmente, di sostegno etico e sociale. Essere socialmente responsabile significa allora che il produrre profitto e l'obbedienza alla legge sono condizioni che vengono prima di discutere l'etica dell'impresa e l'ampiezza con cui essa supporta la società in cui essa esiste con contributi di denaro, tempo e talento. Quindi la CSR è composta di quattro parti: economica, legale, etica, volontaria o filantropica¹⁰. (p.604)

La componente volontaria e filantropica indica la parte discrezionale dell'impresa nell'essere socialmente responsabile. Mentre le rimanenti tre rappresentano una parte imprescindibile per il comportamento responsabile di un'impresa.

In realtà, una ricerca empirica volta a operationalizzare la definizione in quattro parti di Carroll¹¹ ha evidenziato come la componente economica non fosse

¹⁰ “CSR involves the conduct of a business so that it is economically profitable, law abiding, ethical and socially supportive. To be socially responsible...then means that profitability and obedience to the law are foremost conditions to discussing the firm's ethics and the extent to which it supports the society in which it exists with contributions of money, time and talent. Thus, CSR is composed of four parts: economic, legal, ethical, and voluntary or philanthropic”.

¹¹ Aupperle K. E., Carroll A. B., Hatfield J. D., 1985, “An empirical investigation of the relationship between corporate social responsibility and profitability”, in *Academy of Management Review*, vol.28, pp.446-463.

considerata dalle imprese come una responsabilità sociale, al contrario delle altre tra componenti (legale, etica, discrezionale).

Successivamente, in un altro articolo, Carroll (1991) dipinge le quattro componenti della CSR come disposte su una piramide, che va dalla categoria economica a quella discrezionale. La piramide non ha una sequenza temporale, ma deve essere letta come, in una scala di importanza, ciò che l'impresa dovrebbe tenere presente nello stesso momento. L'ultimo livello, la categoria filantropica (che insieme a quella etica formano la componente discrezionale) secondo la Carroll corrisponde alla cosiddetta *corporate citizenship*. Ovvero impegnarsi in modo filantropico significa per l'impresa essere un buon cittadino (Carroll, 1991, p.43).

Se già negli anni Ottanta il dibattito aveva iniziato ad ampliarsi ad altri termini e concetti correlati al tema della responsabilità sociale delle imprese, questa tendenza diventa ancora più marcata negli anni Novanta. CSP, *stakeholder theory*, *business ethics theory* e *corporate citizenship* sono stati i maggiori temi trattati in quegli anni.

Purtroppo il problema di tutte queste definizioni di CSR fornite dalla letteratura è quello di affermare, anche se vagamente, che l'impresa dovrebbe essere responsabile nei confronti della società, rispondere ai suoi bisogni e così via. Nessuna di esse, tuttavia, è convincente nello spiegare le ragioni per cui all'impresa debba competere anche questo ruolo e soprattutto in che termini e fino a che punto si può e si deve parlare di responsabilità sociale. In mancanza di questo chiarimento risulta difficile scendere ad un livello di maggior precisione e di minore astrazione del concetto di CSR.

Un piccolo aiuto nel chiarire questi aspetti lo ha dato forse l'approccio della Responsabilità sociale dell'impresa basato sul concetto di stakeholder, che tende a definire la natura e gli ambiti degli obblighi dell'impresa verso gli stakeholder alla luce dei differenti interessi di cui essi sono portatori. La responsabilità sociale dell'impresa si traduce, quindi, in primo luogo, nell'identificazione dei suoi stakeholder e, in secondo luogo, nella ricerca di un giusto bilanciamento dei legittimi interessi in gioco, al fine di risolvere i dilemmi decisionali generati dalla natura conflittuale degli interessi di diversi gruppi di stakeholder. L'idea alla base di tale approccio è che gli stakeholder, analogamente a quanto fanno gli

shareholder che investono il loro capitale, pongono in essere degli investimenti (di risorse, competenze professionali, competenze, ecc.) nei confronti dell'impresa, e quindi hanno un diritto/pretesa di ottenere un'equa remunerazione del loro investimento. Il ragionamento vale anche in senso negativo, nel caso di stakeholder danneggiati dalle attività dell'impresa: in tal caso si parlerà di un diritto/pretesa a un equo risarcimento.

In questa prospettiva, il concetto di RSI si definisce anche in rapporto all'*accountability* delle democrazie rappresentative: come i membri dei governi democraticamente eletti devono render conto delle loro scelte, dei loro comportamenti e delle conseguenze delle loro azioni a tutti i cittadini e non solo ai loro elettori, così si ritiene per estensione che il top management delle aziende debba render conto delle proprie decisioni non solo agli azionisti e ai finanziatori che forniscono il capitale e ai collaboratori che forniscono il lavoro, ma a tutti coloro che risentono degli effetti positivi e negativi delle attività aziendali¹², poiché il rischio è la fine dell'esistenza stessa dell'impresa.

¹² A. M Chiesi, A. Martinelli, M. Pellegatta, 2000, *Il bilancio sociale. Stakeholder e responsabilità sociale d'impresa*, Milano, Il Sole 24 ORE S.p.A., pp.21-23.

Parte seconda

(definizioni recenti di CSR)

Si può dire che nella concezione attuale di CSR si contrappongono due orientamenti principali: quello che deriva dal pensiero neoliberista (Friedman) e dai suoi sostenitori (per es. governo degli Stati Uniti, riviste come *Wired* e *The Economist*), e quello che invece deriva dagli organismi internazionali, come ONU e affiliati, e dalle varie ONG. In realtà, questa contrapposizione non è così netta. Il *Global Compact* delle Nazioni Unite infatti viene considerato in linea con il pensiero neoliberista, mentre la posizione assunta da alcune multinazionali come quelle afferenti al BLIHR (Business Leader Initiative on Human Rights) sono di segno opposto.

Ma vediamo la definizione di CSR in questi due orientamenti nel dettaglio¹³.

Nella tradizione statunitense, come è noto, la CSR è stata di solito definita molto più in termini di un modello filantropico: le compagnie fanno profitti senza impedimenti eccetto quello di adempiere ai loro doveri di pagare le tasse. A volte essi donano una certa quota di profitti a cause caritatevoli, che poi molto spesso possono scaricare dalle tasse. Ma da dove deriva questa concezione di responsabilità sociale?

Deriva in larga parte da quell'orientamento di pensiero noto come "neoliberismo", termine che deriva da Friedman e dalla sua rivalutazione del pensiero liberista di Adam Smith a discapito del pensiero keynesiano, il quale invece aveva cercato di dimostrare l'incapacità di autoregolarsi del mercato e dell'economia, giustificando l'intervento dello Stato. Il motore dell'economia per Friedman è esclusivamente l'impresa e nella sua opera più celebre, *Capitalism and Freedom*, del 1962, così definisce la responsabilità sociale dell'impresa:

L'impresa ha una e una sola responsabilità sociale: quella di usare le risorse a sua disposizione e di impegnarsi in attività dirette ad accrescere profitti sempre con l'ovvio presupposto delle regole del gioco, vale a dire dell'obbligo a impegnarsi in una aperta e libera competizione senza inganno o frode. (Friedman, 1987, p.207)

¹³ Questa suddivisione è tratta dal recente libro di Vittorio Capecchi, *La responsabilità sociale dell'impresa*, Roma, Carocci, 2005.

Nello scenario neoliberista l'impresa è responsabile solo verso gli azionisti e deve cercare di realizzare i migliori profitti possibili subordinando a questo obiettivo tutte le sue scelte (i prodotti, l'uso delle tecnologie, l'organizzazione del lavoro, il sistema delle retribuzioni, ecc.). L'impresa è, inoltre, l'attore principale, l'unica via per il raggiungimento del benessere per tutti. Pertanto, lo Stato e i sindacati devono ritrarsi, poiché tutto il benessere di una nazione dipende dalla libera iniziativa dell'impresa, che produce l'intero PIL della nazione, il cui aumento e benessere prodotto si rifletterà sull'intera popolazione senza l'intervento di istituzioni esterne.

A partire dagli anni Ottanta questo pensiero si è diffuso soprattutto negli Stati Uniti. Da Reagan in poi e anche adesso con Bush abbiamo una promozione di questo orientamento.

Tra gli strumenti di propaganda del pensiero neoliberista si possono citare due riviste molto famose: La rivista *Wired*, che nasce per diffondere la conoscenza sulle innovazioni tecnologiche, e che grazie a Bill Gates è diventata uno strumento di propaganda delle tre principali caratteristiche del neoliberismo (privatizzare tutto, distruggere i sindacati, smantellare il welfare state); e la rivista *The Economist*, che difende il punto di vista e il comportamento fortemente rivolto al perseguimento del profitto per gli azionisti delle grandi multinazionali e sostiene il comportamento dei governi come quello degli Stati Uniti e della Cina, fortemente improntati su politiche di *laissez faire*.

La rivista *The Economist* (2005), in particolare, in un recente dossier dal titolo *The Good Company*, attacca il concetto di CSR ribadendo che occorre separare nettamente le responsabilità dell'impresa, che sono quelle del profitto, da quelle dei governi, che possono porsi obiettivi di welfare state. Essa prende come punto di riferimento i testi di Elaine Sternberg (1999, 2000), che in relazione alle imprese considera solo due responsabilità: quella di rispondere a criteri di "decenza ordinaria" (che significa non ingannare, truffare, rubare, uccidere, esercitare violenza fisica e psicologica, agire illegalmente) e di giustizia distributiva (definita dal criterio: chi contribuisce di più al successo dell'impresa è giusto ne abbia i maggiori benefici). Se un'impresa si comporta seguendo questi due criteri allora il suo comportamento è etico e socialmente responsabile.

Dal punto di vista opposto troviamo gli orientamenti che fanno capo al *Global Social Forum*, il quale rappresenta e dà voce a posizioni comunque estremiste, ma sul versante opposto. In sostanza, questo orientamento può essere sintetizzato in iniziative come per esempio il commercio equo solidale e di quelle che vanno sotto il nome di *Etiqueta Popular*, cioè in un'idea di impresa che ha come obiettivo primario il conseguimento del bene comune e il rispetto assoluto dei diritti umani e dell'ambiente. Questa visione si contrappone a quella neoliberista e giunge a sostenere che ci debba essere una regolazione internazionale da imporre alle multinazionali e alle imprese che seguono come unica logica quella del profitto, a discapito del rispetto dei diritti umani e dell'ambiente.

Tutte le iniziative degli ultimi dieci anni a livello internazionale e nazionale possono essere ricondotte all'interno di questa forbice costituita dalle due contrapposte concezioni della responsabilità sociale dell'impresa. Ad un estremo, abbiamo la concezione neoliberista che definisce la CSR come un approccio volontario da parte dell'impresa e che non deve intaccare in alcun modo il profitto e il valore per i propri azionisti. All'estremo opposto abbiamo invece una visione di CSR basata su una regolazione e imposizione alle imprese da parte degli organismi internazionali di comportamenti etici e responsabili, soprattutto nel campo dei diritti umani e dell'ambiente e la proposta di un'idea alternativa di impresa, che pur essendo un'istituzione privata, deve impostare il proprio comportamento sul rispetto dei diritti umani, dell'ambiente, delle pari opportunità e dello sviluppo sostenibile perseguendo l'obiettivo di un *welfare mondiale*. In mezzo a questi due estremi vi sono poi degli orientamenti che mediano tra le due prospettive, proponendo una concezione della CSR basata su un approccio comunque volontario, ma allo stesso tempo su una presa di posizione ufficiale e verificabile esternamente sui temi al centro del dibattito internazionale sulla CSR.

In base ad alcuni criteri di valutazione è possibile individuare quattro tipi principali di iniziative che utilizzano la stessa etichetta di "responsabilità sociale dell'impresa" ma che sono molto diverse, in quanto alcune si muovono totalmente

all'interno del pensiero neoliberista mentre altre ne prendono le distanze, fino a prefigurare possibili alternative.

I criteri sono: 1) limitata/ampia responsabilità dell'impresa; 2) adesione pensiero neoliberista/progetto alternativo; 3) non accettazione/accettazione di una normativa ampia; 4) assenza/presenza di strutture esterne di controllo. In base alla posizione in questi quattro criteri si possono individuare quattro tipi, dal più vicino al più distante rispetto al pensiero neoliberista. Del tipo A è per esempio il WBCSD, il progetto italiano CSR-SC e il Global Compact dell'ONU. Al tipo B appartengono progetti che prevedono la certificazione SA8000. Al tipo C appartengono le Norme ONU 2004, OIL e OCSE e la risoluzione del Parlamento Europeo del 2002. Al tipo D le esperienze alternative in India e America Latina e il commercio equo-solidale.

Tabella: Tipi di iniziative in cui si parla di Responsabilità sociale oggi

<u>Criteri di valutazione/tipi iniziative di CSR</u>	Tipo A	Tipo B	Tipo C	Tipo D
Limitata/ampia responsabilità sociale	Solo verso azionisti	Ampia	Ampia	Ampia
Adesione pensiero neoliberista/progetto alternativo	Adesione pensiero neoliberista	Distanza pensiero neoliberista	Distanza pensiero neoliberista	Progetto alternativo al pensiero neoliberista
Non accettazione/accettazione di una normativa ampia	Negazione ampliamento normativa	Accettazione normativa ampia	Accettazione normativa ampia	Accettazione normativa ampia
Assenza/presenza di strutture esterne di controllo	Assenza strutture esterne di controllo	Presenza strutture esterne di controllo, ma gestite da enti privati	Presenza strutture esterne di controllo gestite da organismi internazionali non governativi	Presenza strutture esterne di controllo
esempi	- Global	- Progetti che	- Norme ONU	-commercio

	Compact - Libro Verde e Libro Bianco CE - Progetto governo italiano CSR-SC - WBCSD	prevedono certificazione SA8000 - Progetti BLIHR	2004 - linee guida OECD	equo-solidale -Esperienze in India e America Latina
--	---	---	-------------------------------	--

Fonte: adattato da Capecchi, 2005

In sostanza:

- Tipo A. Iniziative all'interno del pensiero neoliberista: rifiuto di un approccio normativo e marchi di "impresa socialmente responsabile" a cui le imprese possono aderire volontariamente senza alcun controllo esterno.
- Tipo B. Iniziative che si allontanano dal pensiero neoliberista, in cui le imprese aderiscono volontariamente a marchi di "impresa socialmente responsabile", certificati da una struttura esterna e non in alternativa a un approccio normativo. In questo secondo gruppo si possono considerare i progetti che sono all'interno di un approccio volontario ma che utilizzano strutture di certificazione esterne e private.
- Tipo C. Iniziative che si allontanano dal pensiero neoliberista per definire norme che possono essere utilizzate per monitorare e portare avanti iniziative legali contro le multinazionali che le hanno violate.
- Tipo D. Iniziative che prefigurano alternative al pensiero neoliberista, in cui le imprese si integrano in progetti di gestione delle risorse umane e ambientali dal basso insieme ad una pluralità di attori.

Vediamo in dettaglio alcuni degli esempi riportati in Tabella.

Nella brochure del Global Compact non si parla di per sé di CSR, bensì di Corporate Citizenship che tuttavia non viene definita. In ogni caso la concezione sottesa dai nove principi enunciati nel programma del GC si riferisce al tema generale della CSR. Il progetto Global Compact ha avuto un'accoglienza molto

positiva da parte della ICC (International Chamber of Commerce, www.iccwbo.org), che raggruppa tutte le principali multinazionali e rappresenta, in relazione all'ONU, le grandi imprese del mondo. Negativa è invece la reazione da parte delle ONG. Esse sottolineano che è sufficiente che una multinazionale invii una lettera di adesione al segretario generale affermando di riconoscere i nove principi e paghi la sua quota annuale, e tutto si conclude lì. Non è infatti definita da parte dell'ONU, una procedura di accettazione vincolata a indagine, né un successivo monitoraggio del reale comportamento dell'impresa afferente. Ciò è denunciato in particolare nel libro di Mannucci (2003)¹⁴, da *Amnesty International* e da alcuni ricercatori dell'UNRISD.

La Commissione Europea, nel *Libro Verde Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*, definisce esplicitamente il concetto di RSI come “l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate¹⁵. Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili, ma anche andare aldilà investendo di più nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate”.

Secondo la Commissione europea gli ambiti in cui si riflettono le prassi socialmente responsabili di un'impresa riguardano la dimensione interna e quella esterna all'impresa stessa. Nello specifico, nella dimensione interna abbiamo:

- Gestione delle risorse umane (istruzione e formazione, assunzione di persone soggette all'esclusione sociale, valorizzazione delle risorse umane, etc);
- Salute e sicurezza nel lavoro;
- Adattamento alle trasformazioni (ristrutturazioni responsabili);
- Gestione degli effetti sull'ambiente e delle risorse naturali (riduzione di consumo di risorse, emissioni inquinanti, rifiuti, politica integrata dei prodotti PIP, etc).

¹⁴ F. Mannucci, 2003, *Le imprese e il rispetto dei diritti umani*, Milano, Mani Tese.

¹⁵ In realtà nel Libro Verde si dichiara che questa definizione corrisponde alla maggior parte di quelle date al concetto di RSI e non come quella direttamente e autonomamente assunta dalla Commissione Europea.

La dimensione esterna riguarda, invece:

- Comunità locali;
- *Partnership commerciali, fornitori e consumatori;*
- *Diritti dell'uomo;*
- *Preoccupazioni ambientali a livello planetario.*

Mentre la Commissione Europea analizza i pareri che arrivano al *Libro verde*, prima di formulare il successivo *Libro Bianco* (2002), il Parlamento europeo vota nel maggio 2002 una risoluzione per orientare, e successivamente regolare, l'azione delle società multinazionali.

In questa risoluzione, il Parlamento Europeo riafferma l'importanza di un'adesione volontaria delle imprese a principi di responsabilità sociale, ma la integra con un approccio normativo: invita la Commissione a istituire l'obbligo per tutte le multinazionali di presentare un rapporto sociale e ambientale, chiedendo che i dati forniti siano verificati da enti indipendenti e poi raccolti e pubblicati dagli Stati membri. Il Parlamento chiede inoltre che i fondi pensione privati e pubblici si dotino di criteri etici e che la Commissione istituisca un marchio sociale europeo per certificare i prodotti per i quali sono stati rispettati i diritti umani e sindacali, costituendo anche un forum europeo sulla RSI per dare la possibilità a tutti gli stakeholder di conoscere le politiche estere delle imprese. E' inoltre proposto alla Commissione di creare una lista nera delle imprese colpevoli di corruzione e di creare programmi europei che colpiscano gli abusi delle imprese europee nei PVS.

In sostanza, questa risoluzione sviluppa in modo restrittivo le indicazioni fornite nel Libro Verde dalla Commissione Europea, andando più verso il senso dei documenti presentati dall'ILO e dall'OECD e anticipa di due anni la proposta di norme fatta dalla *Commissione per i diritti umani delle Nazioni Unite*, che persegue gli stessi obiettivi e che è in attesa di una risoluzione operativa.

La Commissione Europea pubblica poi nel luglio del 2002 il *Libro Bianco* (*Comunicazione relativa alla responsabilità sociale delle imprese: un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile*). Nonostante la Comunicazione arrivi due mesi dopo la risoluzione del Parlamento Europeo prima ricordata, non vi è traccia

di un possibile approccio normativo, ma anzi viene confermato l'approccio esclusivamente volontario e privo di controlli alla CSR, ignorando le indicazioni fornite dal Parlamento Europeo al riguardo.

Nel *Libro bianco* viene assunto solo il punto di vista delle imprese. Viene escluso l'approccio normativo, per cui non si prevedono né certificazioni obbligatorie né monitoraggi come quelli previsti dalle proposte oggi in discussione alla commissione per i diritti umani dell'ONU. L'unica strategia accolta è quella della persuasione: far capire alle imprese che scegliere una linea di maggiore RSI può essere nel medio-lungo periodo più conveniente, anche sul piano economico.

Sulla stessa linea si collocano le iniziative del Governo italiano e il suo progetto CSR-SC che ancora non è stato attuato completamente.

Percorrendo altre definizioni del termine CSR, fornite da organizzazioni e associazioni che fanno parte sempre dell'orientamento neoliberista ci si può rendere conto che si muovono tutte sulla stessa linea.

Il *World Business Council for Sustainable Development*, altra organizzazione a cui afferiscono le multinazionali, definisce la CSR come "il continuo impegno dell'azienda a comportarsi in maniera etica e a contribuire allo sviluppo economico sostenibile, migliorando la qualità della vita dei dipendenti, delle loro famiglie, della comunità locale e più in generale della società¹⁶.

Secondo l'Organizzazione statunitense *Business for Social Responsibility*, la responsabilità aziendale o cittadinanza d'impresa significa invece, "gestire un'azienda in maniera tale da soddisfare o superare costantemente le aspettative etiche, legali, commerciali e pubbliche che la società ha nei confronti delle aziende".

Sia il WBCSD, sia il BSR, essendo associazioni fondate e costituite dalle multinazionali stesse, è ovvio che definiscano la responsabilità sociale come un approccio del tutto volontario e generico. Anzi, in questi approcci si tende ad associare ancora la CSR alla filantropia, così come veniva intesa anche nel secolo scorso in Nord America. Tali definizioni sono in linea quindi con l'approccio alla

¹⁶, "Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to sustainable economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large". (*Making Good Business Sense* by Lord Holme and Richard Watts).

CSR che hanno perseguito in questi anni grandi imprese e multinazionali, sia europee, sia statunitensi.

Pur non riguardando direttamente la definizione di CSR che essi danno, tuttavia, anche le certificazioni che dovrebbero garantire la presenza di standard di responsabilità sociale all'interno delle imprese presentano alcuni limiti. Ad esempio, i limiti del SA8000 sono evidenziati sempre da Amnesty International (2001), il quale fa un lungo elenco di aspetti negativi di questo sistema di certificazione: la SAI non prevede il coinvolgimento dei lavoratori nella definizione degli standard o nella valutazione del comportamento aziendale; essa non è obbligata a rendere pubblico il rapporto di valutazione della multinazionale nemmeno ai sindacati e alle ONG che ha contattato per redigere il rapporto; non è obbligata a rendere pubbliche le risultanze del suo lavoro anche se riscontra violazioni di leggi locali in settori non toccati da SA8000; la certificazione SA8000 è flessibile e permette ampi margini di discrezionalità (ad esempio in Cina è stato eliminato il paragrafo comprendente il diritto a formare sindacati e ad aderirvi e alla contrattazione collettiva, per evitare che tutte le imprese di questo paese fossero escluse dalla certificazione); SA8000 non considera poi aspetti inquietanti che possono essere presenti nei luoghi di lavoro e non sono previste norme contro la corruzione; SA8000 prevede che sindacalisti e lavoratori possano documentare alla SAI le violenze subite, ma non sono contemplate strategie per tutelarli da ritorsioni e aggressioni successive.

Eppure la descrizione degli ambiti di responsabilità sociale delle imprese che la SAI fa all'interno della propria guida sembrano molto precise, anche per il riferimento alle singole normative ILO che vengono considerate per fornire la certificazione.

La proposta realizzata nel 2004, da parte della sottocommissione dell'ONU per la promozione e tutela dei diritti umani, delle Norme (e relativo commento) sulle responsabilità delle società multinazionali e di altre imprese in relazione ai diritti umani (www.business-humanrights.org) (tradotto in italiano da Amnesty International), presenta elementi di novità rispetto ai precedenti documenti

dell'ONU. Come sottolinea Amnesty international, queste norme sono molto più precise in materia di diritti umani rispetto a linee guida precedenti, e l'approccio normativo scelto viene per la prima volta articolato sia nell'impegno a monitorare le multinazionali, sia a intraprendere azioni legali contro le imprese che violano tali norme. Nel sito specifico delle Norme dell'ONU si trovano i commenti ufficiali inviati sia dalle associazioni che aggregano le principali multinazionali (ICC) e i governi neoliberisti, sia i sindacati e le ONG internazionali, ovviamente di segno opposto rispetto ai primi.

Un gruppo di dieci multinazionali aderenti al progetto BLIHR (Business Leaders Initiative on Human Rights, www.blihr.org) ha deciso poi di rompere con il fronte delle imprese associate alla ICC e di aderire alla proposta delle Norme delle Nazioni Unite. Tuttavia, dalle informazioni fornite sul sito non è chiaro se questa iniziativa possa essere collocata nel tipo C, oppure poiché il controllo di questi comportamenti potrebbe non essere effettuato dagli organismi dell'ONU, sia più opportuno inserirla nel tipo B.

In conclusione, esistono due grandi gruppi di definizioni nel dibattito attuale sulla CSR. Quella formulata da multinazionali o da organismi che difendono i loro interessi, e quelle che invece propendono per una concezione alternativa, più seria e controllabile della CSR, promossa invece da Organizzazioni non governative e da Organismi che da sempre si sono battuti per i diritti dei più deboli e in particolare delle popolazioni più povere. In entrambe le definizioni, molto spesso ci si riferisce alla CSR come ad un insieme di iniziative e di temi legati prevalentemente alle multinazionali, piuttosto che alle imprese piccole o medie, che per le loro dimensioni probabilmente hanno una più naturale propensione ad essere responsabili nei confronti dei propri stakeholder e sono spesso meno interessate dai problemi dei paesi poveri. Nella maggior parte degli approcci (tipo A, B e C) viene ribadito l'elemento della volontarietà, , nel definire la CSR (in consonanza con le definizioni fornite dalla letteratura dagli anni Sessanta ad oggi) e nello stesso tempo vengono chiarite in modo più preciso rispetto al passato le responsabilità sociali (altrimenti dette "impegni nei confronti della società e dell'ambiente", o "doveri degli uomini d'affari") che l'impresa dovrebbe avere. Esse si concentrano soprattutto sul tema dei diritti umani e dell'ambiente,

che vengono considerate le due dimensioni principali a cui ci si riferisce oggi con il termine di *Corporate social responsibility*.

Il Domini index è un indice di investimento sociale che ha come obiettivo quello di realizzare investimenti socialmente responsabili in base a criteri di Corporate governance, Community, social and environmental issues.

Di per sé nei documenti pubblicati sul sito non viene data una definizione di Corporate social responsibility, che sembra essere data per scontata, mentre si parla ampiamente della responsabilità degli investitori, degli azionisti.

In the new global economy, the shareholders of the world's corporations play an increasingly significant role in shaping our collective future — for better or worse. As investors, we have the opportunity and the responsibility to help ensure that our impact on the planet is positive.
Let us rededicate ourselves to the notion of taking responsibility: for our investments, for our communities, for our fellow human beings, and for our planet.

Riferimenti bibliografici

- Amnesty International, 2001, *Diritti umani, la nuova sfida dell'impresa*, San Domenico di Fiesole, Edizioni cultura della pace.
- Amnesty International, 2004, *Le norme delle Nazioni Unite per le imprese: verso una responsabilità legale*, Roma, Amnesty International.
- Aupperle K. E., Carroll A. B., Hatfield J. D., 1985, "An empirical investigation of the relationship between corporate social responsibility and profitability", in *Academy of Management Review*, vol.28, pp.446-463
- Barnard C. I., 1938, *The functions of the executive*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bowen H., 1953, *Social Responsibilities of the Businessman*, New York, Harper.
- Capecchi V., *La responsabilità sociale dell'impresa*, Roma, Carocci, 2005.
- Carroll A. B., 1983, "Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding?", in *Vital Speeches of the Day*, vol.49, pp.604-608.
- Carroll A. B., 1991, "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders", in *Business Horizons*, vol.34, pp.39-48.
- Carroll A. B., 1999, "Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct", in *Business & Society*, vol.38 n.3, pp.268-295.
- Chiesi A. M., Martinelli A., Pellegatta M., 2000, *Il bilancio sociale. Stakeholder e responsabilità sociale d'impresa*, Milano, Il Sole 24 ORE.
- Committee for Social Development, 1971, *Social Responsibilities of Business Corporations*, New York, Committee for Social Development Press.
- Clark J. M., 1939, *Social control of business*, New York: McGraw-Hill.
- Davis K., 1960, "Can business afford to ignore social responsibilities?", in *California Management Review*, vol.2, pp.70-76.

- Davis K., 1973, "The case for and against business assumption of social responsibilities", in *Academy of Management Journal*, vol.16, pp.312-322.
- Davis K., Blomstrom R.L., 1966, *Business and its environment*, New York, McGraw-Hill.
- Frederick W. C.,1960, "The growing concern over business responsibility", in *California Management Review*, vol.2, pp.54-61.
- Mannucci F., 2003, *Le imprese e il rispetto dei diritti umani*, Milano, Mani Tese.
- Manne H. J e Wallich H. C., 1972, *The Modern Corporation and Social Responsibility*, Washington, America Enterprise Institute for Public Policy Research.
- McGuire J. W.,1963, *Business and society*, New York, McGraw-Hill.
- Negri V., 2005, "Linee introduttive alla storia della responsabilità sociale dell'impresa", in P. Tarchi (a cura di), *Etica del profitto e responsabilità sociale dell'impresa*, Roma, Citta Nuova Editrice, pp.31-36.
- Sethi S. P., 1975, "Dimensions of corporate social performance: An analytic framework", in *California Management Review*, vol.17, pp.58-64.
- Sternberg E., 1999, *The stakeholder Concept: a Mistaken Doctrine*, Henley on Thames, NTC Publication.
- Sternberg E., 2000, *Just Business: Business Ethics in Action*, Oxford, Oxford University Press.
- The Economist, 2005, *The Good Company. A Survey of Corporate Social Responsibility*, January 22, pp.3-18.

Appendice

Altre definizioni contenute nel *Libro Verde* della Commissione europea:

- **Cittadinanza d'impresa:** La gestione della totalità dei rapporti esistenti tra un'impresa e il suo contesto d'azione locale, nazionale e mondiale.
- **Governo dell'impresa (corporate governance):** L'insieme dei rapporti tra i dirigenti, gli amministratori, gli azionisti e le altre parti interessate di un'impresa. Il concetto comprende anche la struttura attraverso la quale gli obiettivi della compagnia vengono individuati e sono determinati gli strumenti per raggiungere tali obiettivi e controllare le prestazioni (Codice OCSE, 1999¹⁷).
- **Imprenditoria responsabile:** Concetto elaborato nell'ambito delle Nazioni Unite in base al quale si riconosce che le imprese hanno un ruolo da svolgere nel perseguimento di uno sviluppo sostenibile e che esse possono gestire le loro operazioni in modo da stimolare la crescita economica e rafforzare la competitività, garantendo al tempo stesso la tutela dell'ambiente e promuovendo la loro responsabilità sociale.
- **Capitale sociale:** Il patrimonio di atteggiamenti e credenze condivisi da una determinata comunità. Il capitale sociale costituisce uno dei prerequisiti della cooperazione e dell'attività organizzate nelle comunità umane, comprese le attività economiche. Il capitale sociale può essere trasformato, consumato o ricostituito, esattamente come il capitale finanziario.

Ricerca-Azione sulla Corporate Citizenship nelle piccole e medie imprese europee. Rapporto finale. Gruppo Cerfe, giugno 2001.

Nell'ambito di questa ricerca con il termine Responsabilità sociale delle imprese, o *Corporate Citizenship*, si è inteso *l'insieme dei programmi e delle attività che un'impresa promuove e svolge al fine di assumere un ruolo attivo nel contesto*

¹⁷ Principi dell'OCSE relativi al governo dell'impresa, www.oecd.org/daf/governance/principles.htm.

sociale, politico e ambientale all'interno della quale essa opera. Tali programmi hanno l'obiettivo di portare a soluzione problemi della società in generale, di esercitare forme di controllo sui rischi sociali e ambientali, produrre beni e servizi di pubblico interesse.