

# LA RESPONSABILITÀ SOCIALE CHIAVE PER LA COMPETITIVITÀ

NEI NUOVI SCENARI DI MERCATO, RESPONSABILITÀ SOCIALE E SOSTENIBILITÀ SONO ELEMENTI VINCENTI PER LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE. REALIZZARE PRODOTTI CON MINORI IMPATTI AMBIENTALI E SOCIALI NON SOLO CONTRIBUISCE AL BENESSERE SOCIALE E AMBIENTALE, MA OFFRE MAGGIORI VANTAGGI COMPETITIVI A MEDIO-LUNGO TERMINE.

**L**a crisi economica di questi anni ha portato gli imprenditori ad affrontare scenari di mercato nuovi rispetto al passato. Questo ha richiesto un ripensamento del modo di fare impresa e temi quali valore condiviso, ruolo degli *stakeholder*, progetti per le comunità, integrità e responsabilità sociale sono diventate voci importanti della quotidiana *governance* aziendale.

## Ripensare la politica industriale

A testimonianza di questo nuovo corso, Confindustria, attraverso il manifesto “La responsabilità sociale per l’industria 4.0” – e la sua declinazione nel decalogo – ha voluto esprimere questo cambiamento e ha messo la sostenibilità e la responsabilità sociale nella propria visione della politica industriale.

La responsabilità sociale e la sostenibilità sono, infatti, elementi vincenti per la competitività delle imprese, pur essendo soluzioni non facili da comprendere per l’imprenditore abituato a ragionare in termini di remunerabilità immediata del capitale.

È necessario cambiare passo: vedere l’attività della propria impresa solo alla luce del breve termine ha portato a un’economia basata sul consumo delle risorse naturali e su prodotti a rapido consumo con conseguenze devastanti in termini di clima ed erosione del suolo. Con questo spirito, Confindustria promuove le buone pratiche di sostenibilità sia all’interno che all’esterno della sua organizzazione. Il gruppo tecnico di Confindustria sulla responsabilità sociale d’impresa, infatti, oltre ad aver elaborato il manifesto, ha organizzato e sta organizzando

degli incontri sul territorio con molte associazioni e con molte delle aziende associate, soprattutto Pmi. L’obiettivo è duplice: sia creare momenti di formazione e diffusione della sostenibilità, sia momenti di scambio e di racconto con le imprese. In queste occasioni, alcune imprese raccontano le difficoltà incontrate, mentre molte altre raccontano come e in quali tempi sono riuscite a “diventare più sostenibili” e più competitive creando valore per l’azienda stessa, per gli *stakeholder* e per il territorio in cui l’impresa opera.

Siamo convinti, infatti, che la nostra struttura industriale, costituita in gran parte da Pmi, deve fare uno sforzo di profondo cambiamento e dare impulso alla sostenibilità, leva vincente sul mercato interno, ma anche leva per vincere la concorrenza dei *player* emergenti dei mercati esteri. Per ogni



azienda, al di là della dimensione o del settore, questo è uno strumento necessario per incidere sulla competitività e creare una “nuova” modalità di fare impresa e di essere imprenditori. Un nuovo modello di crescita economica, quindi, dove l’innovazione, e la sua concreta applicazione produttiva, rendono possibile la sostenibilità: due *driver* che insieme definiranno la transizione verso un’economia più circolare, più efficiente nell’uso delle risorse con basse emissioni e più inclusiva. Già numerose sono le imprese italiane che, grazie all’innovazione di processo e di prodotto, possono vantare posizioni di *leadership* in questo ambito. Rispetto alle sfide della sostenibilità, il sistema industriale italiano può dunque far leva su un patrimonio già esistente, da valorizzare.

## I benefici per le imprese

Una gestione sostenibile può coinvolgere positivamente la riduzione degli impatti ambientali connessi con le attività produttive, il welfare aziendale, le misure di rafforzamento della prevenzione degli infortuni, le iniziative a supporto della comunità.

È importante continuare a ricordare i benefici per le imprese sia in termini di minori costi (ad esempio quando la scelta di modalità operative di minore impatto comporti risparmi nei costi dell’energia), sia di maggiori ricavi (ad esempio quando le caratteristiche dei prodotti e dei servizi offerti siano in grado di incontrare il favore della domanda in modo da aumentare il proprio *range* reputazionale), ma anche la possibilità di attrarre investitori che leggono nelle *performance Esg* (*environmental, social e governance*) delle imprese il segno di una capacità di gestire le sfide, i rischi posti dal contesto esterno e di generare valore nel medio-lungo termine.

Nei confronti del consumatore, il prodotto a buon mercato e innovativo non è più sufficiente a giustificare l’acquisto: ora sono l’impegno a supporto dei valori condivisi e della sostenibilità a influenzare fortemente le scelte di consumo.

Oggi sono sempre di più le aziende consapevoli che sostenibilità non è solo una regola di mercato o un’osservanza delle normative vigenti, ma è elemento fondamentale del processo produttivo. Questi temi, dunque, non sono più materia da salotti o di discussione accademica e non sono in antitesi con l’obiettivo di un settore industriale forte

e trainante per l’economia italiana, ma ne sono intrinsecamente collegati e connessi. Un nuovo modello di crescita economica che non sia in conflitto con l’ambiente non può concretizzarsi senza il contributo delle imprese.

Le imprese che sapranno interpretare al meglio, con i loro beni e servizi, i nuovi bisogni e le nuove sensibilità e che saranno in grado di realizzare i propri prodotti con minori impatti ambientali e sociali, inclusi quelli della propria catena di fornitura, non solo contribuiranno al benessere sociale e ambientale, ma avranno maggiori vantaggi competitivi nel medio-lungo termine.

L’adesione all’Asvis (Alleanza italiana per lo sviluppo sostenibile), l’aver fatto propri 3 obiettivi dell’Agenda 2030 (*goal* 8 - buona occupazione e crescita economica,

*goal* 9 - innovazione e infrastrutture e *goal* 10 - ridurre le disuguaglianze), così come la sottoscrizione del Patto di Milano “Le imprese italiane insieme per gli obiettivi di sviluppo sostenibile”, confermano la necessità e la volontà di cambiare modello di sviluppo per una crescita più sostenibile, inclusiva ed equa. Confindustria, consapevole del momento cruciale che stiamo vivendo, è a fianco delle imprese, sia di quelle che rappresentano casi di eccellenza, studiati a livello internazionale, che di quelle che capiscono che il cambiamento è necessario ma non sanno ancora come gestirlo.

### Rossana Revello

Confindustria, presidente del Gruppo tecnico Responsabilità sociale d’impresa

## LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L’INDUSTRIA 4.0



# MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE

Gli imprenditori di oggi devono affrontare uno scenario nuovo rispetto al passato che richiede un ripensamento del modello di sviluppo CHE PUNTI SULL’INNOVAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ ALL’INTERNO DI UN SISTEMA IN GRADO DI CREARE VALORE CONDIVISO PER TUTTI. È in questo contesto che CONFINDUSTRIA considera la RESPONSABILITÀ SOCIALE un elemento vincente per la competitività delle imprese e si impegna per promuoverla all’interno e all’esterno della sua organizzazione attraverso un percorso di impegni concreti.

<p><b>1 PROMUOVERE LA CONSAPEVOLEZZA</b> Aumentare la consapevolezza dei problemi sociali e ambientali che hanno maggiore impatto per le imprese italiane</p>	<p>iniziative volte a valorizzare i casi di successo e a favorire l’ingaggio delle imprese nella logica di migliorare la competitività del sistema industriale italiano.</p>	<p><b>8 STRATEGIA NAZIONALE</b> Richiedere al Governo un impegno costante per il raggiungimento degli SDGs attraverso l’implementazione della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile, creando tavoli di lavoro congiunto e garantendo un impegno efficace e continuo</p>
<p><b>2 INCIDERE SULLA GOVERNANCE</b> Promuovere l’integrazione della sostenibilità nella governance di impresa nella logica di migliorare la competitività</p>	<p><b>5 SOSTENERE L’INTEGRITÀ</b> Sostenere e promuovere l’adozione di politiche e sistemi di gestione volti ad assicurare l’integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione</p>	<p><b>9 CONSOLIDARE LE PARTNERSHIP</b> Promuovere lo sviluppo di partnership pubblico-private, e con il terzo settore, attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione verso le imprese associate, per favorire l’innovazione e la creazione di valore condiviso</p>
<p><b>3 SOSTENERE L’INNOVAZIONE</b> Promuovere l’innovazione dei modelli di business e lo sviluppo di strategie aziendali orientate verso i SDGs (Sustainable Development Goals) anche attraverso la raccolta e la diffusione di best practice</p>	<p><b>6 INDIVIDUARE ADEGUATI STRUMENTI DI POLITICA ECONOMICA</b> Proporre alle istituzioni forme di incentivazione non opportunistiche per le imprese che adottino buone pratiche di RSI</p>	<p><b>10 CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ</b> Incoraggiare le scuole, le Business School e le Università a sviluppare una cultura della sostenibilità come modello di comportamento per le imprese</p>
<p><b>4 PROMUOVERE LA FORMAZIONE</b> Sviluppare programmi di formazione sulla sostenibilità, sulle caratteristiche dell’agenda 2030 e dei SDGs e coinvolgere le associazioni territoriali e le categorie produttive attraverso la messa a punto di strumenti e</p>	<p><b>7 FAVORIRE LA RICERCA</b> Orientare le iniziative di sostegno alla ricerca – pubblica e privata – verso soluzioni che diano risposta ai problemi dello sviluppo sostenibile e che favoriscano nuovi modelli di business</p>	