

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 24 - numero 5170 di Martedì 24 maggio 2022

CSR: perché la responsabilità diventa un'opportunità di innovazione

Integrare la responsabilità sociale nella strategia d'impresa è una fondamentale presa di coscienza per far coesistere business e attenzione alla società e all'ambiente, una spinta sostenibile e accorta verso importanti opportunità di innovazione.

Una scelta strategica necessaria

Oggi, la **responsabilità sociale d'impresa** (RSI o, in inglese, *CSR - Corporate Social Responsibility*) è una scelta necessaria e strategica, capace di sostenere la crescita e garantire lo sviluppo di qualsivoglia attività imprenditoriale, operando nel rispetto delle **tematiche ambientali** e del **contesto sociale** in cui sono inserite.

Come riportato dalla definizione rilasciata dall'Unione europea, infatti, con responsabilità sociale si fa riferimento alla "**responsabilità delle imprese per gli impatti che hanno sulla società**". Una società che è popolata a tutti i livelli da **stakeholders** ? a partire dai partner commerciali fino ai consumatori, passando da dipendenti e istituzioni ? sempre più **consapevoli e sensibili** agli approcci sostenibili dell'impresa e all'attenzione prestata in tema di ambiente e società.

I due piani della RSI

Perseguire la **responsabilità sociale d'impresa** significa prendere e indirizzare le proprie scelte operando **due piani distinti**, ma ugualmente importanti. Da una parte, l'azienda deve lavorare **internamente** in modo etico e corretto per garantire sicurezza, salute e pari opportunità al personale. **Esternamente**, invece, l'interesse della RSI si fonda su tematiche ambientali e sociali, trovando un valido alleato nella comunicazione con gli stakeholder, che deve sempre essere trasparente, coerente e onesta.

E, proprio in tema di stakeholders e rapporti, tra le buone pratiche di RSI non può essere trascurata un'oculata **scelta di partner e fornitori**, che devono operare perseguendo l'idea di **responsabilità sociale**. Un'esigenza da non sottovalutare, che permette di scongiurare collaborazioni con realtà moralmente ed eticamente discutibili e mette al riparo da inutili rischi la **reputazione d'impresa**.

Pubblicità

<#? QUI-PUBBLICITA-SCORM1-[EL0790] ?#>

Innovazione attraverso studio e ricerca

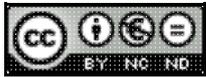
Abbattimento dei costi grazie dall'ottimizzazione dei processi e dei consumi, **fidelizzazione** di clienti e partner con un importante ritorno d'immagine e consolidamento dei rapporti, capacità di attrarre **nuovi investimenti** e di **farsi trovare pronti** per rispondere alle attuali e future sfide e richieste di un mercato in continua evoluzione. Ecco perché, prevedere e integrare un piano di responsabilità in azienda è una **concreta opportunità di crescita**, che crea valore condiviso.

Da questo, è chiaro come prendere coscienza, confrontarsi e lavorare per **rispondere alle problematiche sociali e ambientali** rappresenti un'opportunità di innovazione unica e decisiva per il business. Comprendere, per esempio, come **inquinare meno** ottimizzando i processi produttivi, necessita di studio e ricerca. E ancora, scegliere **materie prime più sostenibili** per produrre in modo sempre più *green*, necessita di studio e ricerca. Oppure, **creare posti di lavoro** e operare in modo inclusivo analizzando la società e le motivazioni dietro gli squilibri, necessita di studio e ricerca.

Due concetti, quelli di **studio e ricerca**, che stimolano l'innovazione, sia essa tecnologica, strategica e di vision, in un indispensabile processo guidato dalla responsabilità e dalla consapevolezza del ruolo dell'impresa nella società. L'innovazione è, inoltre, stimolata dalle relazioni portate avanti con gli investitori e i partner. Infatti, attirando **idee, capitali e talento**, un'accorta catena produttiva e di approvvigionamento plasmata sulla RSI opera perseguendo una simbiotica e condivisa presa di coscienza, capace di favorire la sperimentazione e incoraggiare l'innovare, per rispondere concretamente alle problematiche dell'oggi e del domani e proiettarsi in un futuro sempre più sostenibile e inclusivo.

Cristina Volpi

Corporate Communication Manager



Licenza [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

www.puntosicuro.it