



ISTITUTO DI SVILUPPO ECO AMBIENTALE
ORGANIZZAZIONE DI VOLONTARIATO

**VOLONTARI
PER PASSIONE**



ISEA ODV

WWW.ISEAODV.IT

ASSOCIAZIONEISEA@LIBERO.IT



I QUADERNI DELL'ISEA

**RESPONSABILITA'
SOCIALE D'IMPRESA**



La responsabilità sociale d'impresa - o CSR - comprende tutte quelle attività realizzate da grandi, piccole e medie imprese per affrontare in maniera attiva problematiche d'impatto sociale ed etico sia verso i propri dipendenti, sia verso la comunità esterna e più eterogenea (dai fornitori, ai cittadini).

È un'ottima opportunità per le organizzazioni non profit di incontrare il mondo del business e creare delle sinergie su obiettivi comuni.



ISEA ODV



La Responsabilità Sociale d'Impresa, nota anche come Corporate Social Responsibility (CSR), è l'integrazione volontaria da parte di un'azienda profit dell'impatto sociale ed ambientale nelle attività commerciali e nelle relazioni, formali e informali, con gli stakeholder (interni e esterni).

Uno dei modi più comuni utilizzati dalle aziende per fare RSI è la filantropia: programmi di investimento a fondo perduto – solitamente a sostegno del non profit – che l'azienda fa per restituire alla società civile una parte del valore che ricava dal business.



Gli ambiti nei quali le imprese investono di più sono:

- **sicurezza ambientale**
- **miglioramento delle condizioni di lavoro interne e sviluppo della comunità locale**

È su questo ultimo ambito che possono trovare spazio gli enti non profit.



Per le organizzazioni non profit la CSR può essere una grande opportunità di collaborazione e sviluppo di partnership win-win-win: vincenti per l'azienda, per l'ente non profit e per la comunità.

Le imprese socialmente responsabili infatti attivano spesso rapporti con le organizzazioni non profit e ne sostengono le attività non solo economicamente, ma anche attraverso il trasferimento di beni, servizi e competenze.



Un'impresa socialmente responsabile può:

- **erogare contributi in favore di eventi e progetti;**
- **donare o vendere prezzi minori beni e servizi;**
- **coinvolgere il personale in progetti di volontariato d'impresa, campagne di payroll giving o per la destinazione del 5×1000;**
- **trasferire competenze e know-how specifici;**
- **attivare strumenti di corporate fundraising.**



Per un ente non profit attivare collaborazioni e raccogliere donazioni da aziende profit diventa un'opportunità di differenziare il proprio mercato dei donatori e allo stesso tempo rendersi più sostenibili dal punto di vista economico.



Gli enti non profit rappresentano per le aziende un'opportunità di sviluppo di parte dei loro obiettivi: il non profit infatti rappresenta un bacino di valori e di possibilità che sono ideali e funzionali per le aziende sia per contribuire alla costruzione di valore condiviso con e per la comunità, sia per costruire valore per la stessa impresa in termini reputazionale e di percezione del brand.



Inoltre non meno importante, per un ente non profit relazionarsi con un'azienda è uno stimolo per affinare la chiarezza dell'impatto che le attività creano, migliorare la comunicazione dei progetti e individuare sempre nuove proposte creative che integrano le attività delle non profit con il territorio circostante.



Infine, per una organizzazione non profit, lavorare con un'impresa profit che ne condivide i valori, rappresenta una grande occasione per imparare processi di lavoro efficienti ed efficaci, ed esplorare “mondi” che non conosceva aumentando quindi anche il proprio patrimonio relazionale.





5 consigli essenziali per attivare programmi di CSR



Partire dall'obiettivo dell'azienda: capire rispetto al tema dell'investimento nella comunità cosa si aspetta l'azienda nella collaborazione con l'ente non profit.



Abbandonare l'autoreferenzialità: cercare di ascoltare e comprendere gli interessi dell'azienda rispetto alle tematiche e alla causa dell'organizzazione non profit.



La comunicazione è importante: quando si parla di un progetto a un soggetto profit, si deve tenere ben presente che un'azienda, soggetto ben diverso da un donatore persona fisica, è molto attenta a investimenti, impatto, visibilità. Più l'ente è in grado di tradurre il proprio ordinario rispetto a queste sfumature più riuscirà a tessere una collaborazione di successo.



Progettare una proposta concreta che metta in risalto i beneficiari, l'impatto, il piano di comunicazione.



Pensare che le aziende sono comunque fatte di persone e si sviluppano su più dimensioni: dirigenti, cda, dipendenti, rete vendita, ... e quindi presenta moltissime opportunità di interazione e sviluppo di relazioni che possono attivare il dono.



EVENTI CHE NON ATTIVANO PROGRAMMI DI CSR



Potrebbe accadere che si arrivi impreparati di fronte ad un'azienda.

Bisogna sempre studiare attentamente il potenziale partner (per esempio se ha avuto esperienze analoghe, se ci sono temi o progettualità che gli interessano più di altri...).



Potrebbe accadere che l'azienda ha già chiuso il budget dell'anno per la CSR.

Ma non bisogna perdersi d'animo: informarsi sulle tempistiche dell'anno successivo e rimanere in contatto nell'attesa.



Potrebbe accadere che un'azienda vi contatti e ci si metta troppo molto tempo a rispondere.

Potrebbe essere utile avere sempre pronto nel cassetto un kit corporate fundraising!



Potrebbe accadere che le cose non sono andate come speravate.

Non perdetevi d'animo e riprovate, le aziende sono spesso molto più abituate a sperimentare (e quindi anche a sbagliare) delle organizzazioni non profit.



Potrebbe accadere che non riusciate a mantenere ciò che avete promesso nelle fase iniziali di progettazione.

Sbagliando s'impara tuttavia quando progettate siate prudenti, partite facendo analisi e fate tutte le verifiche del caso prima di definire la proposta definitiva... e perché no, fatevi accompagnare da un buon consulente!

I QUADERNI DELL'ISEA

RESPONSABILITA'

SOCIALE

D'IMPRESA



**GRAZIE
PER
L'ATTENZIONE**