

## I CSR Manager in Italia e il loro Network

*Stefania Bertolini*

### *Il CSR Manager*

Da qualche tempo anche in Italia si è affacciata sulla scena del mercato del lavoro una nuova professione, quella del CSR Manager ossia del professionista che presso ogni tipo di organizzazione (imprese, fondazioni d'impresa, società professionali, P.A., enti non profit) si dedica, full-time o part-time, alla gestione delle problematiche socio-ambientali e di sostenibilità connesse alle attività aziendali.

Ma chi è il CSR Manager che opera all'interno delle nostre aziende?

Una recente indagine del CSR Manager Network ne ha tracciato un primo identikit.

Lo studio ha *in primis* dato conferma del crescente numero di aziende che si avvalgono di un professionista della CSR: attualmente la grande maggioranza delle aziende quotate ne è infatti provvista. L'indagine mostra che il CSR Manager ha ricevuto un'investitura ufficiale dall'azienda per occuparsi di CSR nel 33,3% dei casi part-time (quindi mantenendo responsabilità anche in altri campi) mentre nel 66,7% l'impegno richiesto sul fronte sostenibilità è *full-time*. Questo per ciò che concerne le realtà di dimensioni maggiori. Per quanto invece riguarda le aziende più piccole, non si esclude che vi sia un soggetto che di fatto funge da CSR Manager (portando dunque avanti iniziative in nesso con la sostenibilità), ma tale soggetto è solitamente incaricato di svolgere in via prioritaria una mansione differente (es.: responsabile della comunicazione, del marketing, ecc.). In altre parole: nelle

aziende di dimensioni ridotte è meno frequente trovare un soggetto che abbia ricevuto ufficialmente l'investitura di CSR Manager in via esclusiva.

Secondo punto. Anche se sul biglietto da visita compare la scritta "CSR Manager" è difficile rintracciare caratteristiche comuni nella maggior parte di questi professionisti, al di fuori – ovviamente – del loro impegno e interesse verso i temi della sostenibilità. Si analizzi ad esempio la loro collocazione organizzativa: taluni CSR Manager possono operare nell'ambito della funzione delle Risorse Umane o nella Comunicazione, nella Pianificazione e Controllo o nel Marketing, negli Approvvigionamenti o presso l'ufficio Salute Sicurezza e Ambiente. Tale collocazione dipende dagli obiettivi prioritari che l'azienda si pone con l'attivazione del ruolo: se l'azienda punta a dare evidenza a distintività non sufficientemente valorizzate, è probabile che il CSR Manager trovi spazio nell'ambito della funzione Comunicazione; se invece l'interesse è rafforzare la governance attraverso l'introduzione di un codice etico o di un piano di compliance al Decreto legislativo 231/2001, verosimilmente troveremo il CSR Manager nell'Auditing; se, viceversa, l'obiettivo è monitorare i rischi di sicurezza e l'impatto ambientale derivanti dall'attività produttiva, il prescelto opererà nell'area HSE. Nelle Risorse Umane se il suo compito verterà principalmente sullo sviluppo di politiche di conciliazione famiglia-lavoro. E così via.

Tale “specializzazione funzionale” del CSR Manager sembra però contrastare con l’assunto secondo cui la CSR dovrebbe svolgere un ruolo sempre più strategico all’interno dell’impresa e trasversale alle differenti funzioni. In effetti, la CSR dovrebbe potersi rivolgere a tutte le funzioni aziendali in maniera neutrale, posizionandosi utilmente in staff ai vertici aziendali. L’indagine citata rivela che almeno presso le imprese quotate italiane nel 62,5% dei casi il CSR Manager dipende da un soggetto al vertice (Presidente, Amministratore Delegato, Direttore Generale) con il quale interagisce con una certa frequenza (nel 37,5% dei casi almeno una volta alla settimana).

Lo studio mostra anche il percorso effettuato dal Responsabile della sostenibilità: il CSR Manager ha raggiunto tale posizione facendo soprattutto un percorso di crescita interna (79,2%) provenendo dalla funzione di Comunicazione per il 20,8%, dall’Investor relations per il 12,5%, dall’Internal Audit per il 12,5% e dalla salute/sicurezza/qualità per il 12,5%.

La ricerca ha messo anche in luce la molteplicità delle attività in cui il CSR Manager è coinvolto e i differenti ruoli ricoperti in relazione a ciascuna iniziativa. Per quanto riguarda i ruoli, il CSR Manager può essere:

- *leader di progetto*, quando gestisce direttamente soprattutto quelle attività sorte in concomitanza con il montare dell’attenzione dell’opinione pubblica verso la sostenibilità (tipicamente la redazione del bilancio sociale e le attività a esso collegate);
- *advisor*, nel caso in cui promuova un’iniziativa suggerendo l’idea a una o più funzioni che se ne assumono la responsabilità diretta;
- *supporter*, se sia stato coinvolto in termini di partecipazione a riunioni o come membro di comitati incaricati di seguire l’iniziativa a vario titolo;

- *accountant*, quando si limita a raccogliere informazioni sulla pratica realizzata allo scopo di comunicarle internamente o esternamente.

Qualche esempio? Il CSR Manager risulta protagonista soprattutto nelle pratiche di rendicontazione e rating, secondo quanto risposto dal 60,3% degli intervistati. Supporta in modo significativo la realizzazione di attività connesse ad alcune attività caratteristiche (marketing e vendite, logistica). Svolge di frequente il ruolo di accountant per le operations che rimangono prerogativa delle funzioni dedicate (il 24,4% dei presidi della CSR non ha parte attiva in questo genere di iniziative), mentre nel dialogo con gli stakeholder si occupa in prevalenza della gestione dei focus group o simili iniziative di stakeholder engagement connesse al bilancio sociale.

#### *Il CSR Manager Network*

Per supportare questa “nuova” professione, nel febbraio 2006 nasce il CSR Manager Network Italia<sup>1</sup>, grazie ad una felice intuizione di un gruppo di manager aziendali e di alcuni ricercatori di ALTIS-Università Cattolica e dell’Istituto per i Valori d’Impresa (ISVI) cui risultava chiaro che di fronte alla crescente importanza delle problematiche socio-ambientali, all’interno delle imprese si stava sviluppando una nuova professione priva, peraltro, di un punto di riferimento, di ambiti in cui condividere le esperienze, mettere in comune dubbi ed embrioni di idee, aggiornarsi sulle più recenti soluzioni date a problemi sociali o ambientali. In altre parole, il CSR Manager aveva bisogno di consolidare le proprie competenze, di accrescere la rete di rapporti a livello nazionale e internazionali e, in prospettiva, di un organo di rappresentanza. Per colmare questo vuoto prende dunque vita il CSR Manager Network che fin da subito si pone i seguenti obiettivi:

---

## A che punto è l'applicazione della Responsabilità Sociale d'Impresa in Italia?

---

- sviluppo della professionalità in termini di acquisizione di conoscenze e competenze, condivisione di best practices;
- promozione della professione, intesa come rappresentanza presso le istituzioni, diffusione all'interno di università ed enti di formazione;
- promozione delle politiche di sostenibilità mediante iniziative a sostegno delle pratiche di sostenibilità, sensibilizzazione del pubblico, interventi nei dibattiti sui temi della CSR;
- apertura internazionale manifestata con la partecipazione a reti internazionali di professionisti della CSR, sviluppo di relazioni con i principali centri di ricerca nel mondo.

Per i propri associati il Network organizza workshop a porte chiuse (incontri su tematiche di interesse prioritario segnalate dai membri stessi) e convegni aperti al pubblico, svolge ricerche sui temi più rilevanti per le politiche di sostenibilità in Italia e all'estero, realizza pubblicazioni, oltre a mettere a disposizione altri servizi tipici delle reti. Ogni iniziativa nasce dalla volontà di mettersi al servizio della professione e della professionalità di chi si dedica ai temi della CSR e della sostenibilità per accrescere senso di responsabilità e competitività delle imprese e contribuire allo sviluppo del Paese.

### NOTA:

---

<sup>1</sup> [www.csrmanagernetwork.it](http://www.csrmanagernetwork.it)