

# INDICE

Gli obiettivi della ricerca

Le scelte operate

## PRIMO RAPPORTO SULLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA IN ITALIA

### 1. Il motore della RSI

- 1.1 Il concetto di RSI e la sua evoluzione
  - 1.1.1 *Il concetto di RSI*
  - 1.1.2 *Le implicazioni della parola responsabilità*
  - 1.1.3 *L'evoluzione dei concetti*
  - 1.1.4 *I concetti più recenti connessi alla RSI*
  
- 1.2 Le aree d'intervento
  - 1.2.1 *Valori, codici, programmi*
  - 1.2.2 *Sistema di governance*
  - 1.2.3 *Accountability, auditing e reporting*
  - 1.2.4 *Finanza*
  - 1.2.5 *Rapporti con il personale*
  - 1.2.6 *Marketing*
  - 1.2.7 *Rapporti con la comunità*
  - 1.2.8 *Ambiente*
  - 1.2.9 *Diritti umani e sviluppo*
  - 1.2.10 *Una sintesi delle aree*
  
- 1.3 Gli strumenti
  - 1.3.1 *Una pluralità di strumenti*
  - 1.3.2 *La convergenza delle variabili considerate*
  
- 1.4 Le forze trainanti
  - A *I grandi fenomeni a livello mondiale*
  - B *La normativa*
  - C *Gli operatori del settore*
  - D *Le imprese*
  - E *Gli enti non profit*
  - F *Il motore della RSI*

### 2. I soggetti

- 2.1 La ricerca effettuata
- 2.2 L'oggetto sociale
- 2.3 Le aree d'intervento
- 2.4 La struttura del database
- 2.5 L'avvio delle attività per la RSI

### **3. L'impegno sociale delle PMI italiane**

- 3.1 Obiettivo e metodologia
- 3.2 Il campione: la scelta operata
- 3.3 Il campione elaborato da Unioncamere
- 3.4 I numeri del campione di Unioncamere
- 3.5 Le sezioni dell'intervista
- 3.6 La posizione degli intervistati
- 3.7 I risultati della ricerca
  - A *Rapporti con il personale*
  - B *Corporate Governance*
  - C *Salute, Sicurezza, Ambiente*
  - D *Rapporti con la comunità*
  - E *Rapporti con clienti e fornitori*
  - F *Strumenti per comunicare/favorire la RSI*
  
- 3.8 Prime osservazioni di sintesi sui comportamenti delle imprese
- 3.9 Comportamenti vs. orientamento culturale
  - G *Orientamento culturale verso la RSI*
  
- 3.10 Le politiche di comunicazione
- 3.11 Conclusioni

### **4. La responsabilità sociale nelle banche**

- 4.1 La metodologia della ricerca
- 4.2 I temi analizzati
  - 4.2.1 *L'esplicitazione della RSI*
  - 4.2.2 *La RSI nella struttura organizzativa*
    - 4.2.2.1 *Il vertice aziendale*
    - 4.2.2.2 *Il livello operativo*
  - 4.2.3 *Il bilancio sociale*
    - 4.2.3.1 *Le motivazioni dell'adozione*
    - 4.2.3.2 *Gli standard di riferimento*
    - 4.2.3.3 *I contenuti*
    - 4.2.3.4 *La certificazione di organismi indipendenti*
  - 4.2.4 *Il codice di comportamento*
    - 4.2.4.1 *Le motivazioni*
    - 4.2.4.2 *I valori di riferimento comuni ad altri settori*
    - 4.2.4.3 *I valori peculiari del settore bancario*
  - 4.2.5 *Il modello organizzativo e gestionale ex D. Lgs 231/2001*
  - 4.2.6 *I principali fondi etici*
  - 4.2.7 *Le attività di prossimità al territorio e di sviluppo all'imprenditorialità locale*
  - 4.2.8 *Il social banking*
  - 4.2.9 *Le certificazioni*

## **5. Il censimento dei bilanci sociali**

- 5.1 La ricerca effettuata
- 5.2 I numeri della ricerca
- 5.3 L'adozione del bilancio sociale
- 5.4 La denominazione
- 5.5 I modelli
- 5.6 Le informazioni rilevanti
- 5.7 L'elaborazione per l'esercizio 2002
- 5.8 Banche: una sintesi
- 5.9 Industrie e servizi: una sintesi
- 5.10 Non profit: una sintesi

## **6. Le prospettive della ricerca**

- 6.1 ORSA
- 6.2 Il Rapporto annuale sulla RSI in Italia
- 6.3 L'Osservatorio sui bilanci sociali

## **ALLEGATI**

### **Allegato 1 – I soggetti**

- 1.1 Il database
- 1.2 Le schede

### **Allegato 2 – Primo censimento dei bilanci sociali in Italia**

- 2.1 Industrie e servizi
- 2.2 Banche
- 2.3 Non profit
- 2.4 Schede non pervenute

### **Allegato 3 – Breve profilo di ISVI**