



***Giuseppe ARGIOLAS***

***Università degli Studi di Cagliari***  
***Facoltà di Economia***

# ***Competitività e Responsabilità Sociale***

***Confindustria Sardegna Meridionale***  
***Cagliari, 19 dicembre 2011***

---

# Su cosa mi soffermerò

- *Tre parole sulla Crisi*
- **Responsabilità Sociale...tutti d'accordo?**
- **Una proposta**



---

# Crisi e Responsabilità Sociale

Crisi Finanziaria

Crisi Economica

Crisi Culturale

Crisi

di *Senso*



## *Convergenza*

*Sensibilità  
sociale delle  
comunità*

*Azione delle  
Istituzioni*



---

# **Che cosa si intende per Responsabilità sociale dell'impresa (CSR)?**

**Finanziare qualche attività meritoria?**

**Sponsorizzare iniziative culturali o sportive?**

**Inserire l'asilo nido o la mensa aziendale?**



---

*Cosa ci dicono le Istituzioni Internazionali (ONU - OCSE - UE) in tema di CSR?*

*1. Lavoro - Ambiente - Stakeholders  
La CSR riguarda tutti*

*2. Dimensione interna ed esterna da vivere  
quotidianamente*

*3. È il momento della PARTNERSHIP*



---

## Cosa ci dicono le “Teorie” di CSR

*La visione che si ha della CSR  
cambia a seconda della  
prospettiva che si ha  
sull'impresa e sulla persona*



---

## 4 Groups of Theories

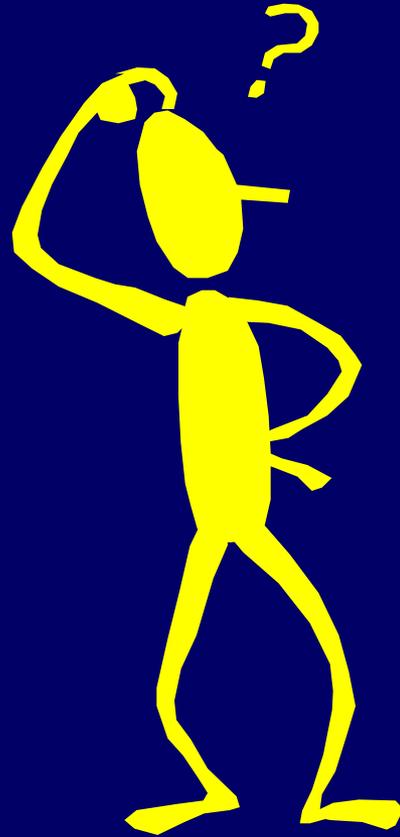
*Instrumental Theories*

*Political Theories*

*Integrative Theories*

*Ethical Theories*





Perché le persone costituiscono le  
organizzazioni?



## ORGANIZZAZIONE

*Sistema di **persone** consapevolmente coordinate nello svolgere attività orientate al raggiungimento di una o più finalità*



---

# IMPRESA

**Organizzazione**  
che **produce beni e servizi**  
per il **mercato**



---

Quali sono le condizioni  
di contesto ?



- **Inarrestabile fenomeno della mondializzazione**
- **Il primato del fattore conoscenza**
  - **Incompletezza dei contratti**
  - **Gestione della diversità**
- **Mutamento della sensibilità della comunità internazionale riguardo le relazioni *impresa - società***



---

**Ciò richiama due aspetti:**

- 1. la necessità di autenticità e trasparenza dei comportamenti;**
- 2. il superamento della confusione tra filantropia e responsabilità sociale**



# Quali le implicazione manageriali?

la responsabilità non solo è conciliabile con la logica d'impresa, ma va vista come parte integrante ed essenziale della sua programmazione strategica fino a diventare *un vero e proprio attributo manageriale*



Implementare una **prospettiva** integrata,  
**multidimensionale**, in cui tutte le  
responsabilità (economiche e sociali) vengono  
ottemperate con un *animus comune*

Radiciando il proprio modo di essere e di agire sulla *centralità*  
*della persona* e traendo da questa opzione le **implicazioni**  
conseguenti sia nelle relazioni infraorganizzative che  
interorganizzative



---

# *Patto sulla Missione*

*Patto oltre il Contratto*  
*Ragion d'essere*  
Non solo "Cosa" ma anche "Come"  
*"Con-senso"*

*Tradizione e Innovazione*

*Dialogo - Fiducia - Reciprocità*



---

# I due *Poli* del Dialogo

*Ascolto*

*Parola*



---

# LIVELLI DI SILENZIO

*1. Silenzio della voce*

*2. Silenzio della mente*

*3. Silenzio delle radici culturali*



---

# FIDUCIA

Fondata speranza che qualcuno o qualcosa sia in grado di corrispondere alle attese

Dare fiducia significa mettersi in qualche modo *nelle mani di un altro.*

Senza Fiducia anche le più elementari forme sociali sarebbero estremamente limitate.



---

# FIDUCIA

Dimensione relazionale

Fiducia - Fides - Corda



---

# **RISPONDENZA FIDUCIARIA**

**Meccanismo psicologico in virtù del quale la scelta di A di dare fiducia a B motiva B a rispondere in modo affidabile sebbene tale risposta possa implicare un certo costo materiale**



# **RISPONDENZA FIDUCIARIA**

## **Management della Conoscenza**

Vulnerabilità/ Respons-abilità

## **Riduzione dei costi di transazione**

Contratti incompleti

## **Clima relazionale positivo e proattivo**

Creatività/ Intenzionalità



# RECIPROCIÀ

*La reciprocità è un rapporto (che va e che torna) che lega due o più persone*

*L'aspetto essenziale della relazione di reciprocità è che i trasferimenti che genera sono indissociabili dai rapporti umani...*



# LE RECIPROCITÀ

*Reciprocità-contratto*

Condizionale

*Reciprocità-philìa*

Parzialmente incondizionale

*Reciprocità-agape*

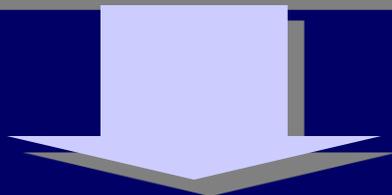
Incondizionale



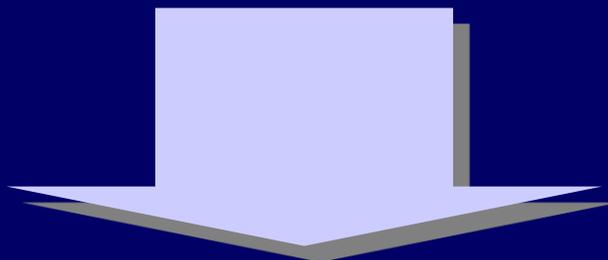
	Produzione	Marketing	Board	R & D	Organizzazione
<b>Rosso</b>	Coinvolgimento		Condivisione Strategie		
<b>Arancio</b>	Cliente Interno		Rapporti con gli stakeholder		
<b>Giallo</b>	Conformità alle specifiche		Cultura e Legalità		
<b>Verde</b>	Sicurezza/ Straordinari		Sanità dell'Impresa		
<b>Azzurro</b>	Adeguatezza nel Confort del luogo di lavoro		Rete Organizzativa e Leadership		
<b>Indaco</b>	Professionalità		Formazione		
<b>Violetto</b>	Correlazione processo prod.		Comunicazione Integrata		



**ALLARGAMENTO DELLA MISSION**



**DALLA RESPONSABILITA' SOCIALE  
ALL'ORIENTAMENTO SOCIALE DELL'IMPRESA**



**«CON-SENSO»  
ORIZZONTE DI SENSO CONDIVISO**





**«CON-SENSO»  
ORIZZONTE DI SENSO CONDIVISO**

**Direzione**

**Vie da percorrere**

**Significato**



---

*IMPRESA  
COERENTEMENTE  
SOCIALMENTE ORIENTATA*

*ECONOMICAMENTE E SOCIALMENTE  
ECCELLENTE*



---

**RISPONDE ALL'INSOPPRIMIBILE**  
**"VOCAZIONE COMUNITARIA"**  
**CHE SCATURISCE DIRETTAMENTE**  
**DALLA SUA STESSA NATURA**

