



Scopri la collezione Icone su Persol.com



Twitter YouTube Facebook Mi piace <20mila

Login Registrati Mappa del sito Cerca

IMMAGINA, PUOI **FASTWEB**
 un passo avanti

BUSINESSPEOPLE

NOVEMBRE
28
 VEN

Le opinioni Società Business People Marketing Women Ambiente Lifestyle Vino & Ristoranti Motori Hi Tech Tempo Libero
 Business Economia Finanza Media Manager Life



La responsabilità sociale? E' un affare

Redazione 28/11/2014 15:45



Mi piace Piace a una persona. Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici.

Nel mondo il 55% dei consumatori è disposto a pagare di più per i prodotti di un'azienda "etica". E negli organigrammi assume più importanza la figura del Csr Manager



Fare del bene, ti conviene. Perché se il 55% dei consumatori del mondo è disposto a pagare di più per i prodotti di un'azienda che guarda all'**impatto sociale e ambientale**, vuol dire che la Csr è un valore nel mondo di oggi.

Da questo dato Nielsen ha preso spunto l'incontro **Csr: da impegno sociale a vantaggio**

competitivo organizzato a Bologna da Manageritalia, Fondazione e Università Alma Mater, Università di Cadice, Osservatorio andaluso della Csr e Dirse (Associazione dei direttori della Csr di 35 aziende spagnole quotate a Madrid).

OBBLIGO COMPETITIVO. Dalla discussione è emerso che ormai la **Csr è un obbligo**, visto che non essere socialmente responsabili è uno **svantaggio competitivo**.

Per saperne di più

CARRIERE

A Murelli la responsabilità sociale San Pellegrino

MARKETS

Imprese poco social e indietro nel servizio clienti

P R

A Milano è di scena la responsabilità sociale d'impresa

MANAGER LIFE

Ciò che semini raccogli

MEDIA

Social network, esserci non basta

IMMAGINA, PUOI **FASTWEB**

Articoli più letti

MEDIA

Wikipedia chiusa per protesta

ECONOMIA

I rischi per le pmi: in Italia cresce la paura per auto aziendali, reputazione e cyber

ECONOMIA

Il miraggio dell'unione fiscale europea

MEDIA

Diritti Tv: Lega Serie A nel pallone, rischio paralisi economica

ECONOMIA

Negozi, e-commerce, social network: come inseguire il cliente 3.0

«Oggi la responsabilità sociale», il discorso di apertura di Mario Mantovani, vicepresidente Manageritalia, «non è più un lustrino aggiuntivo, ma è un valore effettivo e un vantaggio competitivo. Ormai non si premia tanto chi ce l'ha, ma si boicotta chi non ce l'ha. La sua applicazione deve però permeare tutta l'azienda, **partendo dai vertici**, ma prendendo forma e sostanza da tutti i suoi **collaboratori**. Quindi, proprio con loro bisogna **prima metterla in pratica e poi portarla all'esterno**. È indubbio quindi il ruolo dei manager, ma anche di chi, come noi, li rappresenta e deve insieme a loro e agli imprenditori lavorare per farla diventare fattore culturale e valore di base. Non è un caso che per la sua vera diffusione e affermazione stia prendendo piede sia la figura del csr manager, che l'area funzionale dedicata alla csr. E oggi ormai l'80% delle società quotate ha un csr manager».

CONSUMATORI ESIGENTI. Pirelli, Unipol, Agua de Cadiz: tante le esperienze a confronto che confermano il trend di crescita (+10% dal 2011 al 2014) degli ultimi tre anni.

A spingere questo fenomeno sono i consumatori stessi: il **55% è disposto a premiare i prodotti di un'azienda "responsabile"** con un sovrapprezzo. Guardando ai dati scorporati, il dato supera il 60% in Asia-Pacifico, America Latina, Medio Oriente e Africa, mentre supera di poco il 40% in America del Nord ed Europa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



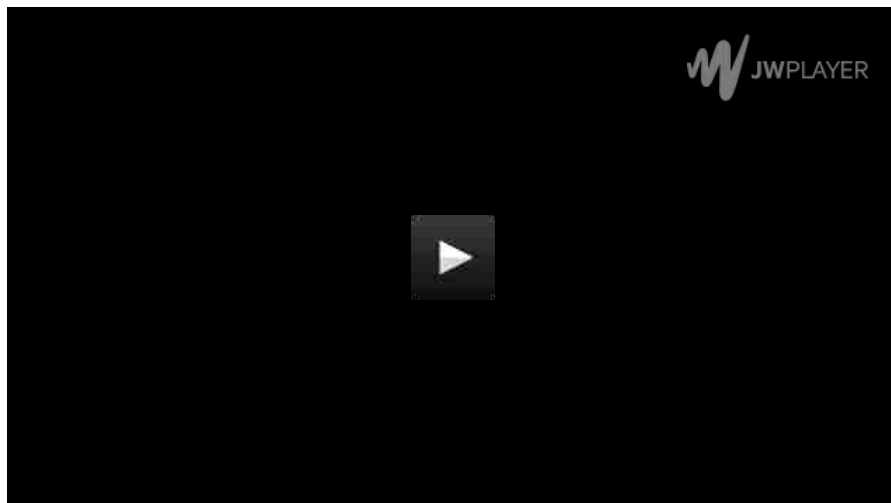
Business People [Mi piace](#)

Business People piace a 20.663 persone.

Plug-in sociale di Facebook

Commenti

Se siete iscritti alla community di Business People effettuate il [login](#) per pubblicare un commento. Se non siete iscritti, [registratevi](#) alla community di Business People.



Business People

- La rivista
- Advertising guide
- Le app di Business People Magazine
- Contatta Business People Magazine

businesspeople.it

- Abbonamenti
- Newsletter
- Advertising guide
- Contatta businesspeople.it
- La redazione

Editoriale Duesse

- Chi siamo
- Le riviste
- I nostri siti
- Privacy Policy

Editoriale Duesse S.p.A. Via Donatello, 5/B 20131 Milano - PI 12777410155 - N. REA 1584599 - N. Reg. Imp. MI-1999/96457 Capitale sociale € 1.000.000
 Iscrizione al Registro Nazionale della Stampa n.9380 del 11/4/2001 ROC n.6794
 businesspeople.it è una testata registrata al Tribunale di Milano - Registro Stampa - n.109 del 5/3/2010 - Direttore Responsabile Vito Sinopoli

Copyright © 2014 Editoriale Duesse S.p.a. - Tutti i diritti riservati - Credits: [Macro Web Media](#)

