

Archivio Seminari internazionali di Frascati

Realizzato in collaborazione con FONDACA-Fondazione per la cittadinanza attiva, l'**ottavo seminario (2009)** ha approfondito **il tema dello stakeholder engagement** che è stato affrontato in tre sessioni specifiche.

“Rappresentanza e rappresentatività degli stakeholder: rischi e opportunità” Quali sono i criteri con cui si scelgono gli stakeholder da coinvolgere? Come si scongiura il rischio di escludere quelli rilevanti e, nel caso in questo accada, come si tutelano gli interessi non rappresentati?

“Le diverse modalità di coinvolgimento degli stakeholder” Una volta definita la mappa degli stakeholder, quali sono le modalità e gli strumenti concreti con cui le imprese li coinvolgono effettivamente? Quando e perché utilizzano una modalità piuttosto che un'altra, con quali obiettivi e risultati?

“Il contributo degli stakeholder nel processo di stakeholder engagement” Il successo dello stakeholder engagement dipende sia dalle imprese che dai suoi stakeholder. Focus su due stakeholder in particolare: la pubblica amministrazione e le organizzazioni civiche e dei consumatori.

Il settimo seminario (2007) ha approfondito un tema attuale e complesso: l'accountability, cominciando da uno dei suoi aspetti, la trasparenza. Il tema della trasparenza è stato declinato in tre sessioni: la trasparenza sulla *corporate governance*, uno degli aspetti senza dubbio più problematici e più spesso fonte di scandali, come dimostra la cronaca sia nazionale che internazionale; la trasparenza sul rapporto con gli stakeholder, soprattutto con le organizzazioni civiche, soprattutto quando il rapporto ha anche delle implicazioni di tipo economico; la trasparenza sui conflitti, su cui difficilmente si danno informazioni, ma che ci sono, inevitabilmente, con gli stakeholder.

Il sesto seminario (2006) è stato strutturato intorno al tema del rapporto tra cittadini ed aziende private nel quadro delle strategie di responsabilità sociale delle imprese e, più specificamente, dei rapporti di partnership tra imprese ed organizzazioni civiche in Europa. Il seminario infatti è stato l'occasione per la presentazione dei risultati di un progetto europeo, cofinanziato dalla DG Employment and Social Affairs della Commissione Europea e realizzato da Cittadinanzattiva e dalla Fondazione per la cittadinanza attiva. Il progetto, dal titolo “Citizens as CSR partners: building CSR partnerships between companies and citizens' organizations”, ha analizzato circa 50 esperienze di partnership raccolte in 9 paesi dell'Unione europea.

Il quinto seminario (2005) è stato articolato in tre sessioni plenarie che si sono occupate di rappresentanza degli interessi degli stakeholder; rapporto tra cittadinanza d'impresa e sussidiarietà; livello europeo della responsabilità sociale d'impresa. Come ogni anno il seminario è stato anche occasione di confronto e scambio su temi ed esperienze concrete di responsabilità sociale delle imprese.

Il quarto seminario (2004) ha inaugurato il ciclo di seminari dal titolo “Prendere sul serio la responsabilità sociale d'impresa”. Prendere sul serio la responsabilità sociale d'impresa significa occuparsene al di là di mere logiche di marketing o di comunicazione, scrivere nei bilanci sociali cose vere, non ingannare con le certificazioni, essere coerenti a partire dai comportamenti che si hanno all'interno dell'impresa (la c.d. etica del business), costruire politiche e pratiche di responsabilità sociale senza prescindere dagli stakeholder, avere una strategia, essere consapevoli di avere delle responsabilità anche di natura pubblica per la tutela degli interessi generali. E, soprattutto, significa fare tutte queste cose insieme.

Il terzo seminario (2003) si è svolto in un clima di acceso dibattito sulla proposta di standard CSR - SC dell'allora Ministero del Welfare, presentato come il contributo del semestre di presidenza italiana alla costruzione della politica europea sulla responsabilità sociale d'impresa, e ha tentato di essere, più ancora che nelle precedenti edizioni, una occasione di confronto tra le imprese e gli stakeholder.

Il secondo seminario (2002) ha trovato, a distanza di un anno, un ambiente più preparato, anche grazie alla diffusione del Libro Verde della Commissione Europea e successiva Comunicazione, ed è stato pertanto ideato come occasione di approfondimento, più che di apprendimento.

Il primo seminario (2001) è stato, si può dire, l'unico evento significativo in tema di CSR realizzato nel nostro paese, in un periodo nel quale il fenomeno era quasi sconosciuto. Per questa ragione, l'evento è stato ideato soprattutto come una occasione di apprendimento e scambio di esperienze.