

La Fondazione Telos è lieta di presentarvi il secondo numero di TELOS, la Rivista dell'ODCEC di Roma, edita sotto la direzione di Tiziano Onesti, che raccoglie una serie di contributi redatti da molteplici Autori sul tema della c.d. Corporate Social Responsibility (CSR), cioè sull'esigenza che le imprese e gli operatori economici in genere adottino comportamenti che tengano conto delle relative ripercussioni economiche, sociali e ambientali.

Come per il precedente numero, dedicato all'economia digitale, anche questo numero segue una linea editoriale che lascia massima libertà agli Autori. Ne deriva un volume ricco di contenuti, idee e riflessioni diversificati ancorché relativi al medesimo tema. Del resto, la CSR riguarda l'ambiente, riguarda la sicurezza sul lavoro, riguarda la comunicazione aziendale e infinite altre aree che devono essere esplorate con sensibilità e da prospettive diverse.

Sintomatico al riguardo è quanto afferma Tiziano Onesti nel suo editoriale: "Il macrotema prescelto per questo numero monografico investe le nostre organizzazioni dalle fondamenta: non si può pensare riduttivamente (e aggiungerei, opportunisticamente) a una CSR solo quale momento centrale del processo comunicativo di un'impresa. Vi è anche questo, ma ciò che la CSR vuole proporre alle nostre imprese è che occorre ripensare in maniera sistematica ogni politica e strategia posta in essere".

Il tema è di grande attualità ancorché sia in discussione già da tempo. Al 2001 risale infatti la pubblicazione da parte della Commissione Europea del libro verde «Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese». Da allora le iniziative volte a sensibilizzare le imprese e l'opinione pubblica si sono moltiplicate a partire dall'istituzione nel 2002, ad opera della Commissione Europea, del «Forum europeo multistakeholder per la responsabilità sociale delle imprese» e dalla pubblicazione nel 2011, sempre da parte della Commissione Europea, della «Strategia rinnovata dell'UE per il periodo 2011-14 in materia di responsabilità sociale delle imprese», ove sono state riprese e sviluppate le indicazioni contenute nella Strategia Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva, varata nel 2010. Il dibattito che ne è conseguito si è sviluppato sempre più nella società civile coinvolgendo economisti, aziendalisti e sociologi e finendo per influenzare le scelte dei regolatori.

In questo dibattito i Commercialisti non possono e non devono essere assenti; devono farsi sentire testimoniando il ruolo chiave che essi hanno a supporto degli imprenditori, cogliendo nuove opportunità lavorative e al contempo riempiendo di ulteriori contenuti la funzione sociale della professione che svolgono.

Buona lettura!

[Scarica la rivista in formato pdf](#)