



# CAMMINO DIRITTO

Rivista di informazione giuridica



## GLI STUDI LEGALI E LA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

*Il termine Corporate Social Responsibility (CSR) è stato usato negli Stati Uniti per la prima volta alla fine del XX secolo da parte di imprese e da alcuni primari studi legali per includere all'interno delle proprie attività di business, iniziative di carattere sociale e prestazioni professionali pro bono.*

**Daniele Franco Salvaggio** (redattore Raffaele Giaquinto)

ALTRO - RUBRICA

Articolo divulgativo - ISSN 2421-7123

Publicato, Lunedì 21 Novembre 2016

Negli studi legali statunitensi, soprattutto di medie e grandi dimensioni, lo svolgimento di attività pro-bono, termine tratto dal latino “*pro bono publico*” (“per il bene della collettività”), rappresenta da numerosi anni un mezzo volto a garantire l’assistenza legale gratuita a determinate categorie di cittadini, in particolare a quelli dotati di minori risorse finanziarie, attraverso forme fiscalmente incentivate di lavoro professionale reso a tutti i livelli da parte dei collaboratori degli studi professionali.

La nascita dell’istituto del *pro-bono* nel campo legale negli USA è dovuta al presidente John F. Kennedy, il quale, proprio nell’anno della sua morte (1962), creò una “Commissione per i Diritti Umani in base alla Legge” la quale nel tempo favorì e sviluppò (dagli anni ‘70 agli anni ‘80) anche le attività a sostegno delle persone meno abbienti che non dispongono del denaro sufficiente per affrontare il costo dei processi.

In base alle regole successivamente introdotte in materia, emerge che l’ordinamento giuridico statunitense incoraggia fortemente lo svolgimento da parte dei legali di almeno cinquanta ore di attività svolta a titolo gratuito (*Rule 6.1 dei Model Rules of Professional Conduct*), impegno morale questo, che si pone come condizione da assolvere obbligatoriamente da parte degli studenti in legge ai fini dell’abilitazione alla professione di avvocato. Allo scopo di rendere efficaci e facilmente raggiungibili gli obiettivi delle iniziative pro-bono, sia per i futuri avvocati sia per i professionisti che già svolgono l’avvocatura, esistono negli Stati Uniti uffici programmi che si occupano della materia, fra i quali ha assunto particolare rilevanza l’Office of Legal Access Programs.

Fermo restando il fatto che, chi gode del privilegio di svolgere la professione di avvocato dovrebbe assumersi anche la responsabilità di attivarsi in modo che la giustizia divenga un bene accessibile a tutti, negli studi legali va assumendo sempre più significativa importanza il concetto di CSR, che come sopra visto, include iniziative di donazione caritatevole oltre all’introduzione di regole interne agli studi volte a ottenere il rispetto dell’ambiente, la qualità della vita dei collaboratori e delle loro famiglie e il riutilizzo dei beni di tecnologia superata che possano essere utilmente impiegati in altre strutture, che ne abbiano comunque necessità.

La sfida che attende oggi qualunque organizzazione in ambito CSR non è più solo quella

di adottare politiche di sostenibilità ma soprattutto è quella di prendere consapevolezza ed imparare a comunicare in modo efficace questi comportamenti, al fine di far comprendere con chiarezza in che cosa questo impegno si concretizza.

Oggi essere trasparenti non basta, occorre modificare il modo stesso di concepire le relazioni nei processi decisionali e di comunicazione. Sempre più spesso verrà chiesto alle organizzazioni, pubbliche e private, profit e non profit, sia di contribuire alla ricerca di soluzioni per affrontare le sfide globali (cambiamenti climatici, demografici, tessuto sociale, ecc) sia di operare per lo sviluppo locale (welfare integrato, sostegno alla cultura, servizi verso la comunità, quindi verso le persone, i territori, ecc).

In riferimento a questi scenari che non sono assolutamente lontani nel tempo, è importante attrezzarsi per riuscire a pianificare strategie di cultura sostenibile e di ethical brand, scegliendo gli strumenti di comunicazione più adatti, più efficaci e soprattutto più ingaggianti.

Articolo realizzato in collaborazione con l'Avv. Luciano Daffarra, C-Lex Legal Firm