



LA RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA

Appunti per un approfondimento della CSR
(Corporate social responsibility)

Laura Serantoni
Consigliera Effettiva di parità Emilia Romagna

Sommario

Premessa di Laura Serantoni	2
Il Libro Verde: promuovere un quadro europeo per una CSR (Responsabilità sociale d'impresa).....	3
Il “viaggio istituzionale” per pervenire al concetto di Responsabilità Sociale d'impresa.....	38
Quadro Europeo in materia di CSR: il Forum Europeo 2002	40
Una strategia Europea per la CSR di Anna Diamantopoulou Commissario Europeo-2007	42
Riflessione sulla etica e responsabilità sociale d'impresa	45
I risultati di un'indagine di Confindustria sulla CSR	51
Un tavolo con il governo per la R.S.I.: il pensiero del Prof. Sacconi Direttore del Centro Italiano per la Responsabilità Sociale d'impresa.....	52

PREMESSA

di Laura Serantoni

La responsabilità sociale d'impresa:-l'etica come variabile strategica competitiva

A partire dal Consiglio Europeo di Lisbona del marzo 2000 la Responsabilità Sociale d'impresa (CSR-Corporate Social responsibility) è andata via via imponendosi all'attenzione delle istituzioni pubbliche, società civile, imprese, associazioni sindacali e mondo universitario.

A Lisbona, in particolare i leader europei hanno fatto specificatamente appello al senso di responsabilità sociale di tutte le imprese europee, facendo comprendere come il loro operato possa trovare ulteriore giustificazione nella società dando prova di aver cura degli interessi degli azionisti (stakeholder), dipendenti, clienti e la comunità genericamente intesa.

Nell'evoluzione del concetto di CSR si è passati dall'approccio filantropico-caritatevole, all'adozione di codici di condotta auto referenziali, alla individuazione di un approccio strategico nelle dinamiche di gestione dei rapporti di impresa.

L'interesse delle imprese su questa tema è in forte crescita. Alcune di queste hanno già sviluppato una precisa strategia di CSR, altre hanno da tempo avviato iniziative in ambiti diversi e stanno cercando di collocarle nel quadro di una cornice organica.

Le aziende, capaci di dimostrare un approccio responsabile verso più ampie problematiche sociali e ambientali potranno sposare appieno la logica dello sviluppo sostenibile conseguendo un vantaggio competitivo in una società in cui clienti e consumatori dimostrano sempre meno attenzione rispetto **al valore aggiunto etico dei prodotti e servizi che si accingono a scegliere**

Vari sono i convegni che si sono sviluppati e si svilupperanno su questa tematica nella consapevolezza che la responsabilità Sociale d'impresa può essere una nuova sfida competitiva per la nostra economia.



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 18.7.2001
COM(2001) 366 definitivo

LIBRO VERDE

Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese

(presentato dalla Commissione)

INDICE

LIBRO VERDE Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese..	1
Sommario	3
1. Introduzione	4
2. Che cos'è la responsabilità sociale delle imprese?.....	7
2.1. Responsabilità sociale delle imprese: la dimensione interna.....	8
2.1.1. Gestione delle risorse umane	8
2.1.2. Salute e sicurezza nel lavoro.....	9
2.1.3. Adattamento alle trasformazioni	10
2.1.4. Gestione degli effetti sull'ambiente e delle risorse naturali.....	11
2.2. La responsabilità sociale delle imprese: la dimensione esterna.....	12
2.2.1. Comunità locali	12
2.2.2. Partnership commerciali, fornitori e consumatori.....	13
2.2.3. Diritti dell'uomo.....	14
2.2.4. Preoccupazioni ambientali a livello planetario	16
3. Un approccio olistico alla responsabilità sociale delle imprese.....	16
3.1. Gestione integrata della responsabilità sociale	17
3.2. Relazioni e audit sulla responsabilità sociale.....	17
3.3. Qualità sul lavoro	19
3.4. Etichette sociali ed ecologiche	21
3.5. Investimento socialmente responsabile	22
4. Il processo di consultazione	23
ALLEGATO.....	27
Concetti	27
Collegamenti Internet utili.....	29

SOMMARIO

1. Un numero sempre maggiore di imprese europee promuove strategie di responsabilità sociale in risposta ad una serie di pressioni sociali, ambientali ed economiche. Lo scopo è di inviare un segnale alle varie parti interessate con le quali hanno rapporti: lavoratori dipendenti, azionisti, investitori, consumatori, poteri pubblici e ONG. In questo modo, le imprese investono nel loro avvenire e sperano che il loro impegno volontario contribuirà ad aumentare la loro redditività.
2. Sin dal 1993, l'appello del Presidente Delors alle imprese europee, che chiedeva loro di prendere parte alla lotta contro l'esclusione sociale, si è tradotto in una forte mobilitazione e nello sviluppo di reti europee di imprese. Più di recente, nel marzo 2000, il Consiglio europeo di Lisbona ha fatto appello più in particolare al senso di responsabilità delle imprese nel settore sociale per quanto riguarda le buone prassi collegate all'istruzione e alla formazione lungo tutto l'arco della vita, all'organizzazione del lavoro, all'uguaglianza delle opportunità, all'inserimento sociale e allo sviluppo durevole.
3. Affermando la loro responsabilità sociale e assumendo di propria iniziativa impegni che vanno al di là delle esigenze regolamentari e convenzionali cui devono comunque conformarsi, le imprese si sforzano di elevare le norme collegate allo sviluppo sociale, alla tutela dell'ambiente e al rispetto dei diritti fondamentali, adottando un sistema di governo aperto, in grado di conciliare gli interessi delle varie parti interessate nell'ambito di un approccio globale della qualità e dello sviluppo sostenibile. Pur riconoscendo l'importanza di tutti questi aspetti, il presente Libro verde è incentrato soprattutto sulle responsabilità delle imprese nel settore sociale.
4. Tale azione porta allo sviluppo di nuove partnership e di nuovi ambiti per le relazioni stabilite nell'ambito delle imprese, in particolare per quanto riguarda il dialogo sociale, l'acquisizione delle qualifiche, l'uguaglianza delle opportunità, la previsione e la gestione del cambiamento; a livello locale o nazionale, per il consolidamento della coesione economica e sociale e la protezione della salute e, in modo più generale, su scala planetaria, per la protezione dell'ambiente e il rispetto dei diritti fondamentali.
5. Questo concetto di responsabilità sociale è promosso essenzialmente dalle grandi imprese, anche se prassi socialmente responsabili si ritrovano in tutti i tipi di società, pubbliche e private, comprese le PMI e le cooperative.
6. L'Unione europea si preoccupa della responsabilità sociale delle imprese, poiché essa potrebbe recare un contributo positivo all'obiettivo strategico definito a Lisbona: "divenire l'economia della conoscenza più competitiva e più dinamica del mondo, capace di una crescita economica sostenibile accompagnata da un miglioramento quantitativo e qualitativo dell'occupazione e da una maggiore coesione sociale".
7. Il presente Libro verde si propone di lanciare un ampio dibattito sui modi nei quali l'UE potrebbe promuovere la responsabilità sociale delle imprese a livello sia europeo che internazionale, e in particolare su come sfruttare al meglio le esperienze esistenti, incoraggiando lo sviluppo di prassi innovative, migliorando la trasparenza e rafforzando l'affidabilità della valutazione e della convalida delle varie iniziative

realizzate in Europa. Il documento propone un approccio basato su partnership più strette nell'ambito delle quali tutti gli interessati hanno un ruolo attivo da svolgere.

1. INTRODUZIONE

8. Il concetto di responsabilità sociale delle imprese significa essenzialmente che esse decidono di propria iniziativa di contribuire a migliorare la società e rendere più pulito l'ambiente. Nel momento in cui l'Unione europea si sforza di identificare valori comuni adottando una Carta dei diritti fondamentali, un numero sempre maggiore di imprese riconosce in modo sempre più chiaro la propria responsabilità e la considera come una delle componenti della propria identità. Tale responsabilità si esprime nei confronti dei dipendenti e, più in generale, di tutte le parti interessate all'attività dell'impresa ma che possono a loro volta influire sulla sua riuscita.
9. Tale evoluzione è il riflesso di ciò che si aspettano in modo sempre più deciso i cittadini europei e le parti interessate ad una trasformazione del ruolo delle imprese nella nuova società in trasformazione. Tale visione concorda con il messaggio fondamentale della strategia di sviluppo sostenibile adottata dal Consiglio europeo di Göteborg, nel giugno 2001, secondo la quale nel lungo termine la crescita economica, la coesione sociale e la tutela dell'ambiente vanno di pari passo..
10. Numerosi fattori alimentano tale evoluzione verso una responsabilità sociale delle imprese:
 - le nuove preoccupazioni e attese dei cittadini, dei consumatori, delle pubbliche autorità e degli investitori in vista della mondializzazione e delle trasformazioni industriali di grande portata,
 - criteri sociali che influiscono sempre più sulle decisioni di investimento degli individui o delle istituzioni, sia in quanto consumatori che in quanto investitori,
 - le inquietudini crescenti suscitate dal deterioramento dell'ambiente provocato dall'attività economica,
 - la trasparenza arrecata dai mezzi di comunicazione e dalle tecnologie moderne dell'informazione e della comunicazione nell'attività delle imprese.

Le imprese e la loro responsabilità sociale

11. Essendo esse stesse confrontate, nel quadro della mondializzazione, e in particolare del mercato interno, alle sfide poste da un ambiente in trasformazione, le imprese sono sempre più consapevoli del fatto che la responsabilità sociale può rivestire un valore economico diretto. Anche se la loro responsabilità principale è quella di generare profitti, le imprese possono al tempo stesso contribuire ad obiettivi sociali e alla tutela dell'ambiente, integrando la responsabilità sociale come investimento strategico nel quadro della propria strategia commerciale, nei loro strumenti di gestione e nelle loro operazioni.
12. Quando la responsabilità sociale dell'impresa costituisce un processo di gestione dei suoi rapporti con tutta una serie di parti interessate che possono realmente influire sul suo libero funzionamento, gli argomenti commerciali sono chiari. Di conseguenza la responsabilità sociale dell'impresa, così come la gestione della qualità, deve essere

considerata come un investimento e non come un costo. Le imprese possono quindi adottare un approccio che integra gli aspetti finanziari, commerciali e sociali, elaborando in tal modo una strategia di lungo periodo che minimizza i rischi collegati alle incertezze. Le imprese dovrebbero realizzare la propria responsabilità sociale non solo a livello europeo, ma planetario, compresa l'intera catena di produzione.

Nel suo parere [“Liberare il potenziale d’occupazione dell’Europa: la politica sociale europea all’orizzonte del 2000: il punto di vista delle imprese”](#) l’UNICE (Unione delle confederazioni dell’industria e dei datori di lavoro d’Europa) ha sottolineato quanto le imprese europee si consideravano parte integrante della società, agendo in modo socialmente responsabile e considerando la realizzazione di profitti il principale obiettivo di un’impresa, ma non la sua unica ragione d’essere e optando per una riflessione a lungo termine sulle decisioni e sugli investimenti strategici.

Il contesto politico

13. La sfida da raccogliere a livello europeo consiste nel determinare come la responsabilità sociale delle imprese possa aiutare a raggiungere l’obiettivo di Lisbona, vale a dire costruire un’economia della conoscenza dinamica e competitiva basata sulla coesione. Il Consiglio europeo di Lisbona ha fatto in particolare appello al senso di responsabilità delle imprese nel settore sociale per le buone prassi collegate all’istruzione e alla formazione lungo tutto l’arco della vita, all’organizzazione del lavoro, alla parità delle opportunità, all’inserimento sociale e allo sviluppo durevole.
14. L’Agenda sociale europea della Commissione, cui ha successivamente aderito il Consiglio europeo di Nizza, ha sottolineato il ruolo che può svolgere la responsabilità sociale delle imprese nella gestione delle conseguenze dell’integrazione dell’economia e dei mercati sull’occupazione e sul settore sociale e nell’adeguamento delle condizioni di lavoro alla nuova economia. Inoltre, il Vertice europeo di Nizza ha invitato la Commissione a integrare le imprese in una partnership che riunisca le parti sociali, le ONG, le autorità locali e i gli organismi che gestiscono servizi sociali, al fine di rafforzare la loro responsabilità sociale. Il Consiglio europeo di Stoccolma si è congratulato per le iniziative lanciate dalle imprese per promuovere la loro responsabilità sociale descrivendo il presente Libro verde come un mezzo per incoraggiare un vasto scambio di idee destinato a favorire nuove azioni in questo settore.
15. La comunicazione della Commissione sullo sviluppo sostenibile, cui ha aderito il Consiglio europeo di Göteborg, ha messo in evidenza l’importanza della responsabilità sociale delle imprese: *“L’azione dei pubblici poteri è inoltre essenziale per incoraggiare le imprese a prendere ulteriormente coscienza delle loro responsabilità sul piano sociale e per creare un quadro che consenta di garantire che le imprese integrino gli aspetti ambientali e sociali nelle loro attività... Occorre incoraggiare le imprese ad integrare in modo attivo lo sviluppo sostenibile nelle attività che esse realizzano all’interno dell’Unione europea e nel mondo”*.
16. Questo dibattito è inoltre collegato alla riflessione della Commissione in merito al Libro bianco sul sistema di governo delle imprese nell’UE. Considerando il fatto che essa contribuisce notevolmente a creare un clima favorevole allo spirito imprenditoriale, la responsabilità sociale si ricollega in tal modo all’obiettivo della Commissione di creare “l’impresa Europa”, vale a dire un’Europa dinamica, innovativa e aperta.

La responsabilità sociale delle imprese ha implicazioni di grande rilievo per tutti gli attori della vita economica e sociale e per i pubblici poteri, che dovrebbero tenerne conto nelle loro attività. Numerosi Stati membri ne hanno riconosciuto l'importanza e hanno adottato misure attive per promuoverla. Dal momento che tutti gli Stati membri devono affrontare sfide analoghe, essi potrebbero trarre insegnamenti dalle rispettive esperienze. Nell'insieme, la Commissione europea potrebbe favorire la responsabilità sociale delle imprese attraverso i suoi programmi e le sue attività. Gli approcci alla responsabilità sociale delle imprese devono inoltre essere compatibili e in accordo con le politiche comunitarie e con gli obblighi internazionali. In Danimarca, il ministro degli affari sociali ha lanciato nel 1994 una campagna intitolata "Una preoccupazione comune- la responsabilità sociale delle imprese" e ha creato nel 1998 il Centro di Copenaghen.

Nel Regno Unito, un ministro della responsabilità sociale delle imprese è stato nominato nel marzo 2000. È stato creato un gruppo interministeriale al fine di migliorare il coordinamento delle attività volte a promuovere tale tema nell'ambito del governo.

17. A livello internazionale, attraverso la politica commerciale e la cooperazione allo sviluppo, l'Unione europea s'impegna direttamente in questioni che riguardano il comportamento dei mercati. Un approccio europeo alla responsabilità sociale delle imprese deve dunque essere il riflesso e costituire parte integrante del più ampio quadro nel quale si iscrivono le varie iniziative realizzate dalle organizzazioni internazionali, quali Global Compact delle Nazioni Unite (2000), la Dichiarazione tripartita dell'OIL sulle imprese multinazionali e la politica sociale (1997/2000) o i Principi direttivi dell'OCSE destinati alle imprese multinazionali (2000). Anche se queste iniziative non sono giuridicamente vincolanti, esse sono sostenute, nel caso dei Principi direttivi dell'OCSE, dalla volontà dei governi aderenti di promuovere l'effettiva osservanza di tali principi da parte delle imprese. La Commissione europea si è impegnata a sostenere attivamente questi orientamenti dell'OCSE¹. Il rispetto del nucleo essenziale delle norme dell'OIL (libertà d'associazione, abolizione del lavoro forzato, non-discriminazione ed eliminazione del lavoro infantile) costituisce un aspetto essenziale della responsabilità sociale delle imprese; sarebbe opportuno rafforzare la vigilanza e il rispetto di queste norme².
18. Il principale contributo di un approccio europeo sarà di arrecare un valore aggiunto alle azioni esistenti e di completarle:
- instaurando un quadro globale europeo destinato a favorire la qualità e la convergenza delle procedure osservate nel settore della responsabilità sociale delle imprese, grazie all'elaborazione di principi, approcci e strumenti generici e alla promozione di nuove prassi e idee innovative,
 - sostenendo le buone prassi destinate a garantire una valutazione efficiente in termini di costi e una verifica indipendente delle procedure di responsabilità sociale delle imprese, garantendo in questo modo la loro efficacia e la loro credibilità.

¹ I Principi direttivi dell'OCSE comprendono inoltre un meccanismo di attuazione che coinvolge i governi e le parti sociali nell'ambito di punti di contatto nazionali. Inoltre, il loro contenuto comprende vari aspetti della responsabilità sociale delle imprese, vale a dire il lavoro infantile e il lavoro forzato, i rapporti sociali, la tutela dell'ambiente, la protezione dei consumatori, la trasparenza e la pubblicazione delle informazioni, la lotta contro la corruzione, il trasferimento di tecnologie, la concorrenza e la fiscalità.

² La Commissione pubblicherà una comunicazione riguardante la Promozione delle norme fondamentali del lavoro e il miglioramento del sistema di governo sociale nel quadro della mondializzazione.

19. Il presente Libro verde si propone di lanciare un'ampia discussione e raccogliere le opinioni sulla responsabilità sociale delle imprese, a livello nazionale, europeo e internazionale. La Commissione spera che questa iniziativa porterà alla creazione di un nuovo quadro di riferimento in grado di promuovere la responsabilità sociale delle imprese.

2. CHE COS'È LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE?

20. La maggior parte delle definizioni della responsabilità sociale delle imprese descrivono questo concetto come l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate.

21. Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili, ma anche andare al di là investendo "di più" nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate. L'esperienza acquisita con gli investimenti in tecnologie e prassi commerciali ecologicamente responsabili suggerisce che, andando oltre gli obblighi previsti dalla legislazione, le imprese potevano aumentare la propria competitività. L'applicazione di norme sociali che superano gli obblighi giuridici fondamentali, ad esempio nel settore della formazione, delle condizioni di lavoro o dei rapporti tra la direzione e il personale, può avere dal canto suo un impatto diretto sulla produttività. Si apre in tal modo una strada che consente di gestire il cambiamento e di conciliare lo sviluppo sociale e una maggiore competitività.

22. La responsabilità sociale delle imprese non dovrebbe tuttavia essere considerata come un sostituto alla regolamentazione o alla legislazione riguardante i diritti sociali o le norme ambientali, compresa l'elaborazione di una nuova normativa adeguata. Nei paesi in cui tali regolamentazioni non esistono, gli sforzi dovrebbero concentrarsi sulla creazione di un contesto regolamentare o legislativo adeguato al fine di definire una base equa, a partire dalla quale potrebbero essere sviluppate le prassi socialmente responsabili.

23. Anche se, a tutt'oggi, la responsabilità sociale delle imprese è promossa prevalentemente da grandi società o dalle multinazionali, essa riveste un'importanza per tutti i tipi di imprese e per tutti i settori di attività, dalle PMI alle multinazionali. È fondamentale che essa sia più ampiamente applicata nell'ambito delle PMI, comprese le microimprese, poiché il loro apporto all'economia e all'occupazione è il più importante. Anche se numerose PMI assumono già la loro responsabilità sociale, in particolare attraverso un impegno a livello locale, una più intensa sensibilizzazione e un maggiore sostegno alla diffusione delle buone prassi potrebbero facilitare la promozione della responsabilità sociale tra le imprese di questa categoria. Le cooperative di lavoratori e i programmi di partecipazione, nonché altre forme di imprese di tipo cooperativo, mutualistico o associativo, integrano nella loro struttura gli interessi delle altre parti interessate e assumono immediatamente responsabilità sociali e civili.

24. Un certo numero di imprese che ottengono buoni risultati nel settore sociale o nel settore della protezione dell'ambiente indicano che tali attività possono avere come risultato migliori prestazioni e possono generare maggiori profitti e crescita. Per numerose imprese si tratta di un nuovo campo d'azione che richiede una valutazione

di lungo periodo. L'impatto economico della responsabilità sociale delle imprese può essere ripartito in effetti diretti e effetti indiretti. Risultati positivi diretti possono ad esempio derivare da un migliore ambiente di lavoro che si traduce in un maggiore impegno e in una maggiore produttività dei lavoratori, ovvero possono derivare da un'efficace gestione delle risorse naturali. Inoltre, gli effetti indiretti sono il frutto della crescente attenzione dei consumatori e degli investitori, che amplierà le possibilità dell'impresa sul mercato. Inversamente, la reputazione di un'impresa può spesso soffrire per le critiche formulate nei riguardi delle sue prassi commerciali. Tale situazione può nuocere ad aspetti fondamentali per un'impresa, quali il suo marchio o la sua immagine.

25. Le istituzioni finanziarie fanno ricorso sempre più spesso ad elenchi di criteri sociali ed ecologici per valutare il rischio di prestito o di investimento nei confronti delle imprese. Inoltre, il fatto di essere riconosciuta come un'impresa socialmente responsabile, ad esempio in quanto rappresentata in un indice borsistico di valori etici, può giocare a favore della quotazione di un'impresa e reca quindi un vantaggio finanziario concreto.

Gli indici sociali dei mercati borsistici costituiscono riferimenti utili per provare le ripercussioni positive, sulle prestazioni finanziarie, di una selezione fondata su criteri sociali: dal suo lancio, nel maggio 1990, il Domini 400 Social Index (DSI) ha superato dell'1% lo S&P 500 in termini di rendimento globale annualizzato (tenuto conto di un adeguamento dei rischi), mentre il Dow Jones Sustainable Index è progredito del 180% dal 1993, contro il 125% del Dow Jones Global Index.

È difficile valutare con precisione ciò che determina la redditività finanziaria di un'impresa socialmente responsabile. Gli studi (Industry Week, 15 gennaio 2001) mostrano che il 50% degli eccellenti risultati delle imprese socialmente responsabili sono imputabili al loro impegno sociale, mentre l'altra metà si spiega dalle prestazioni dei loro settori. Ci si aspetta che un'impresa socialmente responsabile registri benefici superiori alla media poiché la sua attitudine a risolvere con successo problemi ecologici e sociali può costituire una misura credibile della qualità della gestione.

26. Sarebbe necessario disporre di una migliore conoscenza dell'impatto della responsabilità sociale delle imprese sulle loro prestazioni economiche e di più ampi studi in materia. Nuove ricerche congiunte potrebbero essere realizzate in questo settore dalle imprese, dai poteri pubblici e dagli istituti universitari. Tali sforzi potrebbero essere sostenuti dai programmi quadro di ricerca e di sviluppo tecnologico.

2.1. Responsabilità sociale delle imprese: la dimensione interna

27. Nell'ambito dell'impresa, le prassi socialmente responsabili hanno riflessi in primo luogo sui dipendenti e riguardano ad esempio gli investimenti nel capitale umano, nella salute e nella sicurezza e nella gestione del cambio, mentre le prassi ecologiche responsabili riguardano soprattutto la gestione delle risorse naturali utilizzate nella produzione. Esse aprono una via che consente di gestire il cambiamento e di conciliare lo sviluppo sociale e una maggiore competitività.

2.1.1. Gestione delle risorse umane

28. Attualmente, una delle maggiori sfide che debbono affrontare le imprese è di attrarre e conservare i lavoratori qualificati. In tale contesto, una serie di misure adeguate potrebbero comprendere l'istruzione e la formazione lungo tutto l'arco della vita, la

responsabilizzazione del personale, un miglioramento del circuito d'informazione nell'impresa, un migliore equilibrio tra lavoro, famiglia e tempo libero, una maggiore diversità delle risorse umane, l'applicazione del principio di uguaglianza per le retribuzioni e le prospettive di carriera delle donne, la partecipazione ai benefici e le formule di azionariato, nonché la presa in considerazione della capacità d'inserimento professionale e della sicurezza sul posto di lavoro. Risulta che una gestione e un controllo attivi dei dipendenti assenti per incapacità o incidente si traducono in una riduzione dei costi.

29. Le prassi responsabili - in particolare non discriminatorie - di reclutamento dovrebbero facilitare l'assunzione di persone provenienti da minoranze etniche, anziani, donne, disoccupati di lunga durata e persone sfavorite sul mercato del lavoro. Tali prassi sono essenziali per raggiungere gli obiettivi della strategia della lotta per l'occupazione, vale a dire ridurre la disoccupazione, aumentare i tassi d'occupazione e lottare contro l'esclusione sociale.
30. Per quanto riguarda l'istruzione e la formazione lungo tutto l'arco della vita, le imprese hanno un ruolo essenziale da svolgere, a più livelli: aiutando a meglio definire i bisogni di formazione grazie ad una stretta partnership con i responsabili locali che elaborano i programmi d'istruzione e di formazione, facilitando il passaggio dei giovani dalla scuola al mondo del lavoro attraverso, ad esempio, posti di apprendista; valorizzando la formazione, in particolare grazie alla convalida dell'esperienza precedente e instaurando un ambiente propizio all'istruzione e alla formazione lungo tutto l'arco della vita, più in particolare dei lavoratori meno istruiti, meno qualificati e più anziani.

2.1.2. *Salute e sicurezza nel lavoro*

31. Tradizionalmente i temi della salute e della sicurezza nel lavoro sono stati prevalentemente affrontati attraverso misure legislative e coercitive. Tuttavia, la tendenza all'esternalizzazione del lavoro presso subappaltatori e fornitori rende le imprese maggiormente dipendenti dal modo in cui questi ultimi rispettano le norme di salute e di sicurezza, soprattutto quelli che lavorano in locali propri³.
32. Le imprese, i governi e le organizzazioni professionali si interessano sempre più a forme complementari di promozione della salute e della sicurezza, facendo di questo elemento un criterio di selezione per l'acquisto di prodotti e servizi presso altre imprese e un elemento di marketing per la vendita dei propri prodotti e servizi. Queste misure volontarie possono essere considerate come integrazione delle attività legislative e di controllo delle autorità pubbliche, poiché anche questi strumenti tendono a sviluppare una cultura della prevenzione, in altre parole un migliore livello di sicurezza e di protezione della salute sul luogo di lavoro.
33. Parallelamente a questa maggiore concentrazione sui risultati in materia di salute e di sicurezza sul lavoro, nonché sulla qualità dei prodotti e dei servizi, è sempre più necessario che tali qualità siano misurate, documentate e comunicate nel quadro della politica di marketing dell'impresa. Una serie di criteri di salute e di sicurezza nel lavoro sono stati inseriti, a vari livelli, nei programmi esistenti di certificazione e di

³ Per ulteriori informazioni: Agenzia Europea per la Salute e la Sicurezza sul Lavoro (<http://agency.osha.eu.int/publications/factsheets/facts11/>)

etichettatura dei prodotti o attrezzature. Sono stati inoltre lanciati programmi di certificazione dei sistemi di gestione e dei subappaltatori, principalmente incentrati sulla salute e sulla sicurezza nel luogo di lavoro.

L'etichetta svedese TCO ([TCO Labelling Scheme](#)) per il materiale da ufficio è un label che, su base volontaria, intende stimolare i fabbricanti a concepire un'attrezzatura più sicura dal punto di vista professionale e più rispettosa dell'ambiente, aiutando gli acquirenti a scegliere materiale meno nocivo per gli utilizzatori e per l'ambiente esterno e fornendo agli acquirenti e ai venditori uno strumento chiaramente definito che consente di guadagnare tempo, energia e costi al momento dell'acquisto.

34. Inoltre, la tendenza che hanno le imprese e le organizzazioni a inserire criteri di salute e di sicurezza nella definizione dei loro regimi di gare d'appalto ha consentito di elaborare regimi generali fondati su esigenze uniformi che devono essere rispettate dai programmi di formazione o di gestione della salute e della sicurezza da parte dei contraenti, grazie ai quali un terzo può realizzare la "certificazione" o l'approvazione iniziale del contratto e controllare il continuo miglioramento del programma.

Nei Paesi Bassi, l'elenco di controllo dei contraenti in materia di sicurezza è volto a valutare e a certificare i sistemi di gestione della salute e della sicurezza delle imprese di contraenti che propongono i loro servizi all'industria chimica e petrolchimica.

In Danimarca, il sistema IKA fornisce orientamenti per definire le esigenze cui devono essere soggette le agenzie di pulizie nelle gare d'appalto.

2.1.3. *Adattamento alle trasformazioni*

35. Le ristrutturazioni su grande scala registrate in Europa suscitano inquietudine in tutti i lavoratori dipendenti e nelle altre parti interessate, poiché la chiusura di un'impresa o massicci licenziamenti possono provocare una crisi economica, sociale o politica grave in una comunità. Poche imprese sfuggono a questa necessità di ristrutturare, che assume spesso la forma di una riduzione degli effettivi; nel corso dell'anno 2000, il numero di fusioni e di acquisizioni ha raggiunto un livello storico. Secondo uno studio, meno di una ristrutturazione su quattro raggiunge gli obiettivi e porta a ridurre i costi, aumentare la produttività e migliorare la qualità e il servizio alla clientela, poiché spesso essa crea condizioni pregiudizievoli alla motivazione, alla lealtà, alla creatività e alla produttività del personale.
36. Ristrutturare in un'ottica socialmente responsabile significa equilibrare e prendere in considerazione gli interessi e le preoccupazioni di tutte le parti interessate ai cambiamenti e alle decisioni. In concreto, in una ristrutturazione, la forma è spesso non meno importante della sostanza. È opportuno in particolare garantire la partecipazione e il coinvolgimento delle persone interessate attraverso una procedura aperta di informazione e di consultazione. Inoltre, qualunque ristrutturazione deve essere accuratamente preparata, devono essere identificati i rischi più importanti, calcolando tutti i costi diretti e indiretti delle varie azioni strategiche e valutando tutte le soluzioni alternative in grado di limitare i licenziamenti.
37. L'esperienza delle grandi ristrutturazioni effettuate in Europa nell'industria siderurgica, carbonifera e navale ha mostrato che il successo può essere meglio ottenuto grazie agli sforzi congiunti dei poteri pubblici, delle imprese e dei rappresentanti del personale. Questo tipo di procedura dovrebbe cercare di proteggere i diritti dei lavoratori e di proporre loro, se necessario, una riconversione professionale, modernizzando gli strumenti e le procedure di produzione per

sviluppare le attività del sito, una strategia di mobilitazione dei fondi pubblici e privati e procedure d'informazione, di dialogo, di cooperazione e di partnership. Le imprese devono assumere la loro parte di responsabilità al fine di garantire la capacità d'inserimento professionale dei loro dipendenti.

38. Impegnandosi nello sviluppo locale e nelle politiche attive del mercato del lavoro attraverso partnership a favore dell'occupazione locale e/o l'inserimento sociale, le imprese possono attenuare le conseguenze sociali e locali delle grandi ristrutturazioni.

La [Fundación Empresa y Sociedad \(FES\)](#) creata nel quadro dell'azione pilota del FSE sul capitale sociale locale, a titolo dell'articolo 6, costituisce un esempio interessante di partecipazione di un'impresa privata alla promozione della coesione sociale. Tale Fondazione favorisce l'assistenza ai microprogetti, gestiti nella maggior parte dei casi da microimprese, in un quartiere sfavorito di Madrid. Accanto alle microsovvenzioni, un sistema di assistenza è gratuitamente proposto dai professionisti delle imprese private. La FES ha inoltre fornito un sostegno supplementare, sotto forma di microcrediti complementari e di donazioni di attrezzature informatiche alle imprese private.

2.1.4. *Gestione degli effetti sull'ambiente e delle risorse naturali*

39. In generale, una riduzione del consumo delle risorse o delle emissioni inquinanti e dei rifiuti può comportare una diminuzione delle ripercussioni sull'ambiente. Tale strategia può recare vantaggi all'impresa riducendo la sua fattura energetica e le spese di eliminazione dei rifiuti e abbassando le spese di materie prime e di misure contro l'inquinamento. Alcune imprese hanno osservato che un minore sfruttamento delle risorse può portare ad un aumento della redditività e della competitività.

Con gli investimenti realizzati nel settore dell'ambiente, tutti sono di solito vincenti: l'impresa così come l'ambiente. Tale principio è stabilito da molti anni ed è stato riconosciuto di recente nel Sesto programma d'azione per l'ambiente della Commissione. In esso si spiega come l'UE e gli Stati membri possono svolgere il loro ruolo aiutando le imprese a identificare le opportunità di mercato e ad effettuare investimenti vantaggiosi per le stesse imprese e per l'ambiente. Questo programma definisce una serie di altre misure destinate alle imprese: la creazione di un programma di assistenza al rispetto della normativa vigente, in grado di aiutare le imprese a comprendere le esigenze della Comunità europea in materia ambientale; l'elaborazione di sistemi nazionali, ma armonizzati, di concessione di premi alle imprese, che identifichino e ricompensino le buone prestazioni ambientali promuovendo impegni e accordi volontari.

40. La Politica integrata dei prodotti (PIP) costituisce un buon esempio di un approccio che autorizza una collaborazione tra pubblici poteri e imprese. La PIP si basa su un esame dell'impatto dei prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita e presuppone un dialogo tra le imprese e le altre parti interessate per individuare la strategia più efficace e meno costosa. Nel settore dell'ambiente, la PIP può essere quindi considerata come un quadro solido di riferimento per la promozione della responsabilità sociale delle imprese

Il sistema comunitario di gestione ambientale e di audit (EMAS) ISO 19000 incoraggia i datori di lavoro a creare di propria iniziativa a livello di un sito o dell'impresa, sistemi di gestione ambientale e di audit in grado di promuovere un miglioramento continuo delle prestazioni in materia di tutela ambientale. I loro obiettivi di protezione dell'ambiente sono resi pubblici e convalidati da organismi accreditati.

41. Le imprese sono inoltre consapevoli delle prospettive che apre loro un miglioramento delle prestazioni ambientali e si dedicano a trarne sistematicamente vantaggio.

L'iniziativa europea di eco-efficacia (European Eco-Efficiency Initiative (EEEI)), un'azione del World Business Council for Sustainable Development e degli European Partners for the Environment, realizzata in partnership con la Commissione europea, intende fare entrare il concetto di eco-efficacia nelle imprese europee e nelle politiche economiche e industriali dell'Unione europea (<http://www.wmbcsd.ch/eurint/eeei.htm>) .

2.2. La responsabilità sociale delle imprese: la dimensione esterna

42. La responsabilità sociale delle imprese si estende al di là del perimetro dell'impresa, integrando la comunità locale e coinvolge, oltre ai lavoratori dipendenti e agli azionisti, un ampio ventaglio di parti interessate: partner commerciali e fornitori, clienti, poteri pubblici e ONG che rappresentano la comunità locale e l'ambiente. In un mondo caratterizzato da investimenti multinazionali e da catene produttive globali, la responsabilità sociale delle imprese deve anche superare le frontiere europee. La rapidità della mondializzazione ha incoraggiato un dibattito sul ruolo e lo sviluppo di un sistema di governo a livello planetario: si può considerare che l'elaborazione di prassi volontarie nel settore della responsabilità sociale delle imprese possa arrecare un importante contributo.

2.2.1. Comunità locali

43. La responsabilità sociale delle imprese ha inoltre riflessi sulla buona integrazione delle imprese nell'ambiente locale, sia a livello europeo che a livello internazionale. Le imprese recano il loro contributo alla comunità, in particolare a quella locale, fornendo posti di lavoro, salari e prestazioni ed entrate fiscali. Inversamente, le imprese dipendono dalla buona salute, dalla stabilità e dalla prosperità delle comunità che le accolgono. A titolo di esempio, esse reclutano la maggior parte dei dipendenti sul mercato locale del lavoro e hanno quindi interesse diretto a che le qualifiche di cui hanno bisogno siano disponibili localmente. Inoltre, le PMI trovano anche la maggior parte dei loro clienti nel loro ambiente prossimo. La reputazione di un'impresa a livello locale, la sua immagine non solo in qualità di datore di lavoro e produttore, ma anche di protagonista della vita locale, influiscono certamente sulla sua competitività.
44. Le imprese interagiscono inoltre con l'ambiente naturale locale. Alcune di esse possono contare su un ambiente pulito per la loro produzione o la loro offerta di servizi – libertà dell'aria, dell'acqua o assi stradali non congestionati. Può inoltre esistere un rapporto tra l'ambiente naturale locale e la capacità dell'impresa ad attrarre lavoratori nella regione in cui è radicata. D'altro canto, le imprese possono anche essere all'origine di numerose attività inquinanti: rumore, luce, inquinamento dell'acqua, emissioni nell'aria, contaminazione dei suoli e tutti i problemi ecologici collegati al trasporto e all'eliminazione dei rifiuti. Le imprese più sensibili alla protezione dell'ambiente intervengono quindi spesso nell'educazione all'ecologia della loro comunità secondo un doppio approccio.
45. Numerose imprese si impegnano nella vita locale, in particolare proponendo formazioni professionali complementari, sostenendo le associazioni non a fini di lucro attive nella tutela dell'ambiente, reclutando tra gli esclusi, fornendo strutture di custodia dei figli dei dipendenti, stringendo partnership locali, sponsorizzando manifestazioni sportive o culturali locali o facendo donazioni ad opere di carità.

46. Lo sviluppo di relazioni positive con la comunità locale e pertanto l'accumulazione di capitale sociale sono particolarmente importanti per le imprese non locali. Le multinazionali fanno sempre più spesso ricorso a questo tipo di rapporti per sostenere l'integrazione di loro filiali nei vari mercati nei quali sono presenti. La familiarità delle imprese con gli attori locali, le tradizioni e i vantaggi dell'ambiente locale costituisce un patrimonio che esse possono capitalizzare.

Le istituzioni finanziarie possono svolgere un ruolo particolare a livello locale grazie ad investimenti diretti in progetti che vanno a vantaggio specifico di talune comunità o circoscrizioni, in particolare nelle zone sfavorite. Questo tipo di investimenti riveste in generale la forma di prestiti per progetti poco costosi di alloggi o di depositi presso banche di sviluppo locale, a tassi uguali o inferiori a quelli di mercato.

Analogamente, riconoscendo che un accesso universale ai servizi d'interesse economico generale a prezzi abbordabili è l'essenza del modello europeo di società, alcune imprese, quando tale accesso non è garantito dalla legislazione, si sforzano di garantirlo nel quadro della loro responsabilità sociale, ad esempio per servizi bancari elementari. Inoltre, la CES (Confederazione europea dei sindacati) e il CEEP (Centro europeo delle imprese a partecipazione pubblica e delle imprese di interesse economico generale) hanno presentato una proposta congiunta di Carta dei servizi d'interesse generale nel giugno 2000.

2.2.2. *Partnership commerciali, fornitori e consumatori*

47. Lavorando in stretta collaborazione con i partner commerciali, le imprese sono in grado di ridurre la complessità delle loro operazioni e i costi, aumentando la qualità. La selezione dei fornitori non passa più unicamente attraverso una procedura concorrenziale di bandi di gara. Sono inoltre importanti i rapporti con il partner nell'ambito di alleanze e di imprese congiunte o con i titolari di franchising. A lungo termine, i rapporti intessuti possono tradursi in prezzi, clausole e aspettative equi, nonché in una garanzia di qualità e in prestazioni affidabili. Tuttavia, quando adottano prassi responsabili nel settore sociale e ambientale, le imprese devono fare in modo di rispettare le disposizioni del diritto comunitario e nazionale in materia di concorrenza.
48. Le grandi imprese hanno anche rapporti commerciali con piccole società in qualità di clienti, fornitori, subappaltatori o concorrenti. Le imprese dovrebbero essere consapevoli del fatto che la loro immagine in materia sociale può essere danneggiata dalle prassi dei loro partner e fornitori lungo tutta la catena produttiva. Gli effetti delle misure di responsabilità sociale di un'impresa non saranno limitate a quest'ultima, ma si rifletteranno anche sui partner economici. È questo in particolare il caso delle grandi imprese che hanno esternalizzato una parte della loro produzione o dei loro servizi e possono avere assunto un'ulteriore responsabilità sociale nei confronti dei loro fornitori e del personale di questi ultimi; inoltre, non bisogna dimenticare che a volte la salute economica dei fornitori dipende principalmente o totalmente da una sola grande impresa.
49. Alcune grandi imprese manifestano la propria responsabilità sociale promuovendo lo spirito imprenditoriale nella regione ospitante. Citiamo a titolo di esempio i programmi di assistenza nei confronti delle start up e delle PMI locali, o l'assistenza fornita alle piccole imprese per la redazione di relazioni sociali o per la diffusione delle loro attività in materia di responsabilità sociale.
50. Il *corporate venturing* costituisce un altro modo per le grandi imprese per agevolare la creazione di imprese innovative. Il *corporate venturing* significa che la grande

impresa acquisisce una quota minoritaria nel capitale di una start up promettente e promuove il suo sviluppo. I vantaggi per i due partner sono molteplici: la grande impresa ha un migliore accesso agli sviluppi innovativi e la piccola impresa può ad esempio accedere più facilmente alle risorse finanziarie e al mercato.

51. Nel quadro della loro responsabilità sociale, ci si aspetta che le imprese siano in grado di fornire in modo efficace, e rispettando criteri etici, prodotti e servizi di cui i consumatori hanno bisogno e che desiderano. Le imprese che stringono rapporti durevoli con i clienti, concentrando l'insieme della loro organizzazione sulla comprensione delle loro aspettative e fornendo loro una qualità, una sicurezza, un'affidabilità e un servizio superiori, genereranno probabilmente maggiori profitti. L'applicazione del principio di una concezione uguale per tutti (vale a dire l'elaborazione di prodotti e servizi utilizzabili dal maggior numero possibile di persone, compresi i disabili) costituisce una delle più evidenti illustrazioni della responsabilità sociale delle imprese.

2.2.3. *Diritti dell'uomo*

52. Una delle dimensioni della responsabilità sociale delle imprese è fortemente collegata ai diritti dell'uomo, in particolare per quanto riguarda le operazioni internazionali e le catene di produzione a livello planetario. Questo aspetto è riconosciuto da strumenti internazionali quali la Dichiarazione dell'OIL relativa ai principi e diritti fondamentali nel lavoro e i Principi direttivi dell'OCSE destinati alle imprese multinazionali. Il tema dei diritti dell'uomo è estremamente complesso e pone problemi di ordine politico, giuridico e morale. Le imprese devono affrontare questioni spinose: come identificare le circostanze nelle quali il loro settore di responsabilità si distingue da quello dei governi, come controllare che i loro partner commerciali rispettino i loro valori fondamentali, quale deve essere il loro approccio e il loro metodo di lavoro in paesi nei quali i diritti dell'uomo sono frequentemente violati? La stessa Unione europea ha l'obbligo, nel quadro della sua politica di cooperazione, di vigilare sul rispetto delle norme di lavoro, della tutela dell'ambiente e dei diritti dell'uomo e deve raccogliere la sfida che le pone la necessità di garantire una piena coerenza tra la sua politica di sviluppo, la sua politica commerciale e la sua strategia d'espansione del settore privato nei paesi in via di sviluppo, in particolare promuovendo gli investimenti europei.
53. Una innovazione fondamentale dell'Accordo di Cotonou è il riconoscimento della lotta contro la corruzione quale "elemento fondamentale" e l'esplicito riferimento alla corruzione come uno dei problemi essenziali da risolvere per garantire lo sviluppo. Casi gravi di corruzione, compresa la corruzione attiva che spesso è all'origine della corruzione passiva, possono costituire motivo di sospensione della cooperazione. Tale inserimento di una clausola sulla corruzione nell'Accordo si propone non solo di fornire un segnale univoco ai destinatari dell'assistenza, ma anche di promuovere una maggiore trasparenza nelle attività degli investitori europei e degli altri interessati. L'UE e i paesi ACP hanno concordato una procedura specifica per affrontare tali casi di corruzione (articolo 9).
54. Sotto la pressione costante delle ONG e dei gruppi di consumatori, le imprese e i settori di attività si dotano sempre più spesso di codici di condotta relativi alle condizioni di lavoro, ai diritti dell'uomo e alla tutela dell'ambiente, in particolare destinati ai subappaltatori o fornitori. Agiscono in questo modo per varie ragioni, in particolare per migliorare la loro immagine e limitare i rischi di una reazione

negativa dei consumatori. Tuttavia, questi codici di condotta non devono sostituire la legislazione e le disposizioni vincolanti nazionali, europee e internazionali: le disposizioni a carattere obbligatorio garantiscono norme minime che si impongono a tutti, mentre i codici di condotta e tutte le altre iniziative di natura volontaria non possono che integrare e promuovere norme di contenuto più elevato destinate agli aderenti.

La Confederazione padronale danese ha lanciato una serie di orientamenti sui diritti dell'uomo destinati alle imprese, invitando queste ultime a cercare nei nuovi paesi nei quali si installano lo stesso livello di responsabilità sociale del loro paese d'origine.

Un numero crescente di multinazionali si è esplicitamente impegnato a rispettare i diritti dell'uomo nei codici di condotta e un numero sempre maggiore di commercianti al dettaglio europei applicano norme etiche alla produzione dei beni che importano. Nel 1998 Eurocommerce ha adottato una raccomandazione sulle condizioni dell'acquisto sociale comprendente il lavoro infantile, il lavoro forzato e il lavoro dei prigionieri.

Numerosi codici di condotta sono stati inoltre firmati dalle parti sociali a livello europeo, in particolare nel settore del tessile e dell'abbigliamento e in quello del commercio, circostanza di cui la Commissione è particolarmente lieta.

55. Si ammette inoltre sempre più spesso che l'impatto delle attività di un'impresa sui diritti umani dei suoi dipendenti e delle comunità locali supera il quadro dei diritti del lavoro. Questo è ad esempio il caso delle situazioni di insicurezza nelle quali le imprese lavorano con le forze dell'ordine di uno Stato conosciute per la loro tendenza a violare i diritti dell'uomo.

Il governo britannico, in collaborazione con gli Stati Uniti, ha convocato un Gruppo di lavoro che riunisce alcuni grandi gruppi dell'industria del petrolio, del gas e del settore minerario, nonché alcune ONG impegnate nella difesa dei diritti dell'uomo. Questo incontro ha portato, nel dicembre 2000, all'adozione di principi volontari sulla sicurezza e i diritti dell'uomo destinati alle imprese dei settori estrattivo ed energetico.

56. Anche se possono contribuire a promuovere le norme internazionali del lavoro, i codici di condotta dipendono per la loro efficacia dalle modalità di applicazione e dalle verifiche cui sono sottoposti. I codici di condotta possono ad esempio rivolgersi a subappaltatori che lavorano per più multinazionali e obbligarli a rispettare criteri molteplici e vari in materia di retribuzioni, di orario di lavoro o di altre condizioni di attività. I codici di condotta dovrebbero quindi basarsi sulle Convenzioni fondamentali dell'OIL, quali identificate nella Dichiarazione dell'OIL relativa ai principi e diritti fondamentali nel lavoro (1998) e nei Principi direttivi dell'OCSE destinati alle imprese multinazionali, prevedendo la collaborazione delle parti sociali e delle parti interessate nei paesi in via di sviluppo.

57. I codici di condotta dovrebbero essere applicati a tutti i livelli della catena organizzativa e produttiva. Nel quadro di un dialogo continuo, è importante che le imprese diffondano pienamente le informazioni di cui dispongono, anche alle comunità locali. La formazione dei dirigenti, delle risorse umane e delle comunità locali all'attuazione dei codici è essenziale. Inoltre, l'accento deve essere posto su un approccio "perfezionabile", che insista sul miglioramento progressivo e continuo delle norme e dello stesso codice. In merito alla questione del lavoro infantile, ad esempio, le imprese non dovrebbero accontentarsi di rispettare alla lettera le convenzioni dell'OIL eliminando i contraenti che facciano ricorso al lavoro minorile, ma dovrebbero anche lottare contro la povertà dei bambini e sostenere la loro istruzione.

58. Per quanto riguarda i diritti dell'uomo, è necessaria una continua verifica dell'applicazione e del rispetto dei codici. Tale verifica deve essere concepita e realizzata secondo norme e regole accuratamente definite cui dovrebbero conformarsi le organizzazioni e gli individui che realizzano quello che si definisce un "audit sociale". La vigilanza, che deve far partecipare le parti interessate, quali i pubblici poteri, i sindacati e le ONG, è importante per garantire la credibilità dei codici di condotta. Un equilibrio tra i programmi interni ed esterni di verifica potrebbe migliorare il loro rapporto costo-efficacia, in particolare per le PMI. È opportuno quindi garantire nei codici di condotta una maggiore trasparenza e migliori meccanismi di produzione dei rapporti sociali.

Il 15/1/1999 il Parlamento europeo ha adottato una risoluzione sulle "Norme comunitarie applicabili alle imprese europee che operano nei paesi in via di sviluppo: verso un codice di condotta". Tale risoluzione auspica la realizzazione di un codice di condotta europeo che agevolerebbe una maggiore standardizzazione dei codici volontari di condotta, si baserebbe su norme internazionali e sulla creazione di un osservatorio europeo e comprenderebbe disposizioni sulle procedure di ricorso e misure coercitive.

2.2.4. *Preoccupazioni ambientali a livello planetario*

59. Considerando che molti problemi ecologici hanno ripercussioni transfrontaliere e consumano risorse provenienti dal mondo intero, le imprese sono anche attori ambientali a livello planetario. Esse possono quindi cercare di assumere la propria responsabilità sociale a livello europeo, ma anche internazionale. A titolo di esempio, possono incoraggiare un miglioramento delle prestazioni ambientali lungo tutta la catena produttiva grazie all'approccio PIP e ricorrere ulteriormente agli strumenti europei e internazionali collegati alla gestione e ai prodotti. Gli investimenti e le attività delle imprese nei paesi terzi può avere un impatto diverso sullo sviluppo sociale ed economico di tali paesi.
60. Il dibattito sul ruolo delle imprese nel perseguimento di uno sviluppo sostenibile acquista sempre maggiore importanza a livello globale. Il Segretariato generale delle Nazioni Unite ha lanciato l'iniziativa "Global Compact" il cui scopo è di associare le imprese al miglioramento delle prestazioni sociali e ambientali a livello planetario. Anche i Principi direttivi dell'OCSE destinati alle imprese multinazionali promuovono lo sviluppo sostenibile. La comunicazione della Commissione "10 anni dopo Rio : Prepararsi al Vertice mondiale sullo sviluppo sostenibile" (COM 2001/53) contiene più ampie informazioni sul contributo potenziale delle imprese allo sviluppo sostenibile mondiale.

3. **UN APPROCCIO OLISTICO ALLA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE**

61. Anche se un numero crescente di imprese riconosce la responsabilità sociale, molte di esse devono ancora concretizzare il loro impegno e adottare procedure di gestione adeguate. Dal momento che le imprese devono integrare la loro responsabilità sociale alla gestione quotidiana della totalità della catena produttiva, i loro dipendenti e dirigenti hanno bisogno di misure di formazione e riadeguamento per acquisire le qualifiche e le competenze necessarie. Le imprese pioniere possono sostenere una generalizzazione delle procedure socialmente responsabili diffondendo le loro buone prassi.

62. Anche se la decisione di assumere questa responsabilità sociale può venire solo dalle imprese, le altre parti interessate, in particolare i dipendenti, i consumatori e gli investitori, possono svolgere un ruolo decisivo – nel loro stesso interesse o in quello di altre parti interessate, in settori quali le condizioni di lavoro, l’ambiente o i diritti dell’uomo – invitando le imprese ad adottare prassi socialmente responsabili. Tutto ciò richiede una reale trasparenza sui risultati delle imprese nel settore sociale o in quello della tutela dell’ambiente.

3.1. Gestione integrata della responsabilità sociale

63. Le imprese gestiscono la loro responsabilità e i loro rapporti con le varie parti interessate in modo diverso a seconda delle specificità settoriali e culturali. All’inizio, esse tendono ad adottare una dichiarazione di principi, un codice di condotta o un manifesto che enuncia i loro obiettivi, i loro valori fondamentali e le loro responsabilità nei confronti delle parti interessate. Tali valori devono successivamente tradursi in azioni all’interno dell’impresa, nelle sue strategie e nelle decisioni quotidiane. A tal fine, le imprese devono ad esempio aggiungere una dimensione sociale o ecologica ai loro programmi e bilanci, valutare le prestazioni in questi settori, creare “comitati consultivi solidali”, realizzare audit sociali e ambientali e instaurare programmi di formazione continua.
64. Dal momento che i temi della responsabilità sociale divengono sempre più parte integrante della pianificazione strategica delle imprese e delle loro operazioni quotidiane, i dirigenti e i dipendenti devono basare le loro decisioni professionali su criteri diversi da quelli che sono stati tradizionalmente formati a prendere in considerazione. I modelli tradizionali di comportamento organizzativo, di gestione strategica e anche di etica dell’impresa non preparano sempre alla gestione della società in questo nuovo ambiente.
65. Di fronte alla necessità di incorporare la responsabilità sociale delle imprese alla formazione dei dirigenti e dei dipendenti, e a quella di prevedere le qualifiche di cui avranno bisogno in futuro, i corsi o i moduli sull’etica d’impresa si generalizzano nelle preparazioni ai diplomi commerciali. Tuttavia essi comprendono abitualmente solo una parte limitata del concetto di responsabilità sociale delle imprese.

CSR Europa e il Centro di Copenaghen hanno lanciato un programma il cui fine è riunire il mondo delle imprese e delle università affinché identifichino insieme i bisogni di formazione delle imprese in materia di responsabilità sociale e possano essere introdotti e diversificati corsi in materia a tutti i livelli di studio.

http://www.csreurope.org/csr_europe/Activities/programmes/Universities/universities.htm

3.2. Relazioni e audit sulla responsabilità sociale

66. Numerose multinazionali redigono ormai relazioni sulla responsabilità sociale. Anche se le relazioni sulla protezione dell’ambiente o sulla salute e la sicurezza sociali sono frequenti, quelle che trattano ad esempio di diritti dell’uomo e il lavoro infantile non lo sono. Inoltre, la concezione che le imprese hanno di tali relazioni è tanto diversificata quanto il loro approccio alla responsabilità sociale. Affinché siano utili, deve delinarsi un consenso a livello mondiale sul tipo di informazioni da rivelare, sul formato di presentazione e sull’affidabilità delle procedure di valutazione e di audit.

67. Poche sono le imprese che forniscono particolari sulle loro politiche e prestazioni riguardanti la gestione delle risorse umane o su questioni collegate all'occupazione, come i negoziati e il riconoscimento, la consultazione e la formazione del personale o la responsabilità dei consigli di amministrazione. Nel 1998, il Gruppo di esperti di alto livello sulle implicazioni economiche e sociali delle trasformazioni industriali, creato su richiesta del Consiglio europeo, invitava le imprese con più di 1.000 dipendenti a pubblicare di propria iniziativa una "relazione sulla gestione del cambiamento", in altre parole una relazione annuale sulle condizioni di occupazione e di lavoro. Secondo il Gruppo di esperti, tale relazione dovrebbe essere elaborata previa consultazione dei dipendenti e dei loro rappresentanti, conformemente alle tradizioni nazionali. Il gruppo ha suggerito un quadro di riferimento relativo alle politiche, alle prassi e alle prestazioni relative alle condizioni d'occupazione e di lavoro, in particolare la previsione delle trasformazioni strutturali, la comunicazione, la partecipazione dei dipendenti e il dialogo sociale, l'istruzione e la formazione, la salute e la sicurezza del personale e l'eguaglianza delle opportunità.
68. Inoltre, come ha suggerito il Gruppo di alto livello, la Commissione, nella sua Agenda di politica sociale, ha proposto la creazione di un Centro di sorveglianza - od Osservatorio - delle trasformazioni industriali, al fine di definire un approccio volontarista dalla previsione e dalla gestione del cambiamento. La Fondazione di Dublino ha inserito questa iniziativa nel suo programma quadriennale, sottolineando quanto essa fosse importante per comprendere e anticipare i cambiamenti, adottare decisioni migliori e assistere i principali protagonisti a cogliere, prevedere e gestire le trasformazioni industriali, grazie alla messa a disposizione di informazioni affidabili e obiettive.
69. Le iniziative dei pubblici poteri incoraggiano sempre più le imprese a presentare relazioni sui loro risultati nel settore sociale e ambientale.

La raccomandazione relativa alla "presa in considerazione degli aspetti ambientali nei conti e nelle relazioni annuali delle società: iscrizione contabile, validazione e pubblicazione di informazioni", adottata il 30 maggio 2001, dovrebbe arrecare un contributo significativo all'elaborazione di informazioni pertinenti e comparabili riguardanti i problemi dell'ambiente nell'Unione Europea.

http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/company/account/news/01-814.htm).

Nel contesto delle negoziazioni commerciali, la Commissione ha lanciato una valutazione relativa all'impatto di sostenibilità nell'ambito del nuovo round di negoziati dell'OMC e si è impegnata ad effettuare una valutazione di impatto di sostenibilità di altri negoziati commerciali come quelli attuali UE-Cile/Mercosur.

L'indice sociale è uno strumento di autovalutazione concepito dal Ministero danese degli affari sociali che consente di determinare in che misura un'impresa assume le proprie responsabilità sociali. Grazie a questo indice espresso sotto forma di cifre che vanno da 0 a 100, è facile indicare ai dipendenti e agli interlocutori esterni di un'impresa qual è il livello di responsabilità sociale di quest'ultima.

L'articolo 64 della Legge francese relativa ai nuovi regolamenti economici impone alle imprese di tenere conto delle conseguenze sociali e ambientali delle loro attività nella loro relazione annuale. Questo testo si applicherà alle imprese quotate nel primo mercato per la loro relazione 2001 e alle altre imprese per la loro relazione 2002. Il contenuto delle relazioni sarà definito nel decreto d'applicazione.

70. Varie organizzazioni elaborano norme relative alla contabilità sociale, alla presentazione di relazioni sociali e all'audit sociale. Gli approcci seguiti variano – normalizzazione delle procedure o dei risultati, norme volontarie o obbligatorie, norme mono o pluritematiche – e solo alcuni comprendono la totalità dei temi in questione.
71. A livello mondiale, alcune grandi iniziative quali la norma Social Accountability 8000 o la Global Reporting Initiative si concentrano sull'internazionalizzazione delle norme sociali. Tuttavia, la creazione di norme internazionali applicabili a qualunque cultura o qualunque paese è estremamente complessa, per cui queste iniziative sono state fonte di notevoli controversie. Le norme internazionali, come le convenzioni fondamentali dell'OIL come specificate nella dichiarazione del 1998, costituiscono per la loro natura universale la base più adeguata per tali iniziative.

Di fronte alla diversità dei codici di condotta, la SAI (Social Accountability International) ha messo a punto una norma sulle condizioni di lavoro e un sistema di verifica indipendente delle imprese. Questa norma, (Social Accountability 8000 (SA8000) (<http://www.cepaa.org/introduction.htm>) e il suo sistema di verifica si ispirano a strategie sperimentate di garanzia di qualità (quali quelle utilizzate dalla norma ISO 9000) aggiungendovi numerosi elementi che gli esperti internazionali dei diritti dell'uomo hanno ritenuto essenziali a un audit sociale.

Nel settore dell'ambiente, la Global Reporting Initiative è attualmente considerata come un modello. Le sue linee direttrici riguardano l'elaborazione di relazioni sullo sviluppo sostenibile che consentono di effettuare un confronto tra le imprese. Esse comprendono inoltre principi direttivi ambiziosi sulla produzione di rapporti sociali. La comunicazione della Commissione su una strategia di sviluppo durevole afferma: *“Tutte le società quotate in borsa con almeno 500 dipendenti sono invitate a descrivere il loro “triplice approccio” nelle relazioni annuali destinate agli azionisti, in modo tale da consentire di misurare i loro risultati rispetto ad alcuni criteri economici, ambientali e sociali”*.

72. Inoltre, è opportuno fornire alle imprese, e in particolare alle PMI, consigli e strumenti che consentano loro di presentare in modo efficace relazioni sui loro procedimenti e risultati collegati alla responsabilità sociale. Condividendo le rispettive esperienze e proponendo le loro capacità d'azione, le grandi imprese svolgono un ruolo di pionieri e possono aiutare le PMI nell'elaborazione delle relazioni.
73. È inoltre necessario che le informazioni pubblicate nelle relazioni sulla responsabilità sociale siano verificate da organismi terzi indipendenti, per evitare l'accusa che tali documenti non siano altro che progetti di relazioni pubbliche privi di sostanza. Questi servizi cominciano del resto ad essere proposti dalle principali imprese, che avrebbero bisogno in proposito di fare riferimento a norme stabilite. Anche il coinvolgimento dei sindacati e delle ONG contribuirebbe ad equilibrare gli approcci interno ed esterno.

3.3. Qualità sul lavoro

74. I dipendenti sono i principali interlocutori delle imprese. Inoltre, l'attuazione delle responsabilità sociali richiede un impegno della direzione dell'impresa, ma anche una riflessione innovativa e, di conseguenza, nuove qualifiche ed una più stretta partecipazione del personale e dei suoi rappresentanti, in un dialogo bilaterale che consenta di strutturare i ritorni d'informazione e gli adeguamenti. Il dialogo sociale con i rappresentanti del personale, che costituisce il principale meccanismo per

definire i rapporti tra le imprese e i suoi dipendenti, svolge quindi un ruolo cruciale nel più ampio quadro dell'adozione di prassi socialmente responsabili.

75. Inoltre, dal momento che le questioni relative alla responsabilità sociale delle imprese hanno molteplici aspetti e sono collegate alla quasi totalità delle attività, i rappresentanti del personale devono essere lungamente consultati sulle politiche, sui programmi e sulle misure previsti, come propone il progetto di direttiva della Commissione che stabilisce un quadro generale relativo alla formazione e alla consultazione dei lavoratori nella Comunità europea (COM(98)612). Inoltre, il dialogo sociale deve essere esteso alle questioni e agli strumenti volti a migliorare le prestazioni sociali e ambientali dell'impresa grazie, ad esempio, ad una sensibilizzazione della direzione e dei dipendenti, a programmi di formazione, a programmi di orientamento dell'impresa nel settore sociale o a quello della protezione dell'ambiente e a sistemi di gestione strategica che integrano considerazioni economiche, sociali ed ecologiche.
76. Alcune compagnie stabiliscono inoltre un legame tra le prestazioni ambientali e impieghi di migliore qualità. Un miglioramento della tutela dell'ambiente può essere realizzato adottando tecnologie pulite. Le tecnologie pulite sono di per sé stesse abitualmente associate a impieghi ulteriormente collegati alle altre tecnologie e più gratificanti per i lavoratori. In tal modo, la loro adozione può migliorare al tempo stesso le prestazioni in materia di tutela ambientale e la soddisfazione nel lavoro, incrementando la redditività.
77. In un'epoca in cui la penuria di personale qualificato diviene un problema in alcuni settori e sempre più candidati si informano sulle politiche dell'occupazione delle imprese, vari strumenti possono contribuire a migliorare l'informazione e la trasparenza sulle buone prassi di gestione delle risorse umane. Alcuni paesi favoriscono già la promozione di imprese che costituiscono luoghi di lavoro soddisfacenti pubblicando un elenco dei migliori datori di lavoro.

L'inchiesta sulle 50 migliori imprese britanniche ("[50 Best Companies to Work For in the UK](#)"), sponsorizzata dal Ministero del commercio e dell'industria e dall'Unità Learndirect dell'Università dell'industria (UFI), mostra che le piccole imprese familiari possono adottare un comportamento altrettanto socialmente responsabile delle grandi multinazionali del settore dell'alta tecnologia.

Tra le iniziative possibili a livello dell'UE, la pubblicazione annuale di un elenco dei migliori datori di lavoro europei potrebbe costituire uno strumento efficace per ricompensare le imprese che, attraverso l'atteggiamento e l'azione dei dirigenti, si sforzano di divenire luoghi di lavoro soddisfacenti.

78. Su richiesta del Consiglio europeo di Lisbona, che ha sottolineato l'importanza di investire nelle risorse umane, la Commissione studia attualmente come introdurre un premio europeo che ricompensi le imprese più progressiste al fine di attribuire una maggiore priorità all'istruzione e alla formazione lungo tutto l'arco della vita, in quanto elemento fondamentale del modello sociale europeo. Premi analoghi ricompenseranno le imprese che avranno elaborato buone prassi volte a promuovere l'eguaglianza dei sessi o l'impiego di persone disabili.

3.4. Etichette sociali ed ecologiche

79. Alcune inchieste⁴ hanno dimostrato che i consumatori vogliono non solo acquistare prodotti corretti e sicuri, ma anche sapere che essi sono stati fabbricati secondo criteri socialmente responsabili. Nella stragrande maggioranza, i consumatori europei attribuiscono importanza agli impegni sociali di un'impresa al momento dell'acquisto di un prodotto o di un servizio. Tale atteggiamento rivela prospettive interessanti sul mercato poiché un numero significativo di consumatori affermano di essere assolutamente disposti a pagare di più tali prodotti, anche se attualmente solo una minoranza adotta questo comportamento. Le principali preoccupazioni dei consumatori europei sono la protezione della salute e della sicurezza dei lavoratori, il rispetto dei diritti dell'uomo nel funzionamento dell'impresa e lungo l'intera catena produttiva (ad esempio il fatto di non ricorrere al lavoro infantile), la protezione dell'ambiente in generale e più in particolare la riduzione delle emissioni dei gas a effetto serra.
80. In risposta a questa domanda in costante aumento, un numero crescente di etichette sociali viene creato da fabbricanti (marchi autodichiarati) o da settori d'attività, da ONG o da governi. Si tratta di un incentivo basato sui meccanismi di mercato (piuttosto che sull'azione di autorità regolamentari) che può contribuire ad un cambio sociale positivo tra le imprese, i dettaglianti e i consumatori. Le iniziative di etichettatura sociale ed ecologica possono beneficiare tuttavia solo di un limitato campo d'applicazione e potenziale d'impatto, poiché sono generalmente circoscritte a nicchie specifiche del mercato della vendita al dettaglio e, nel caso delle etichette sociali, spesso in rapporto a prodotti d'importazione e accessibili solo ai consumatori più agiati. Di conseguenza, la loro quota di mercato aumenta ma resta limitata, e ciò prova che l'efficacia di tali etichette deve essere migliorata.
81. Le etichette sociali ed ecologiche, che si presuppone debbano garantire una fabbricazione esente da qualunque forma di sfruttamento o a un cattivo trattamento, sono spesso caratterizzate da una mancanza di trasparenza e di verifiche indipendenti delle loro affermazioni. Contrariamente alle etichette vertenti sul contenuto o sulla sicurezza dei prodotti, tali affermazioni non possono essere verificate sul prodotto stesso. Per essere credibili, le etichette sociali ed ecologiche dovrebbero basarsi su una verifica costante dei luoghi di lavoro realizzata secondo norme concordate.

L'etichetta ecologica europea verte sulle prestazioni ambientali di taluni prodotti. Il numero di imprese che dispongono di prodotti portatori di un'etichetta ecologica cresce rapidamente. (<http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/>).

82. Inoltre, la moltiplicazione delle etichette sociali in Europa potrebbe nuocere alla loro efficacia, poiché la diversità dei criteri utilizzati e la mancanza di significato chiaro da un'etichetta all'altra è fonte di confusione per i consumatori.

[Fairtrade Labelling Organizations International](#) è una organizzazione il cui fine è di coordinare le iniziative nazionali di commercio equo, realizzando programmi di controllo più efficaci e introducendo un'etichetta internazionale unica nel settore del commercio equo.

⁴ Fonte: MORI (2000)

83. Vi è un sempre maggiore bisogno di dibattito riguardante il valore e l'auspicabilità – nel contesto del mercato interno e degli obblighi internazionali – di azioni pubbliche volte a rendere più efficaci le etichette sociali ed ecologiche. Esempi di tali azioni comprendono il sostegno all'informazione e alla sensibilizzazione ai temi delle condizioni di lavoro, la promozione delle migliori prassi attraverso la sponsorizzazione di premi alle imprese, la facilitazione dello sviluppo delle partnership coinvolgenti tutti i soggetti che hanno un interesse all'impresa, lo sviluppo di standard di etichettatura sociale e il ricorso a forniture pubbliche e a incentivi fiscali nella promozione di prodotti etichettati.

3.5. Investimento socialmente responsabile

84. In questi ultimi anni, l'investimento socialmente responsabile (ISR) ha visto notevolmente aumentare la sua quota di popolarità presso i grandi investitori. Politiche responsabili nel settore sociale e in quello della tutela dell'ambiente costituiscono per gli investitori una indicazione importante di corretta gestione interna ed esterna. Tali politiche contribuiscono a minimizzare i rischi anticipando e prevenendo le crisi suscettibili di nuocere alla reputazione dell'impresa e di provocare una spettacolare caduta dei prezzi e delle azioni. La domanda di fondi ISR è in aumento in Europa, per cui le principali società d'investimento reagiscono proponendo sempre più fondi di questo tipo; tuttavia, poche informazioni sono pubblicate sul loro numero, le loro dimensioni e le loro prestazioni, a parte il Regno Unito nel quale l'investimento responsabile rappresenta il 5% della totalità dei fondi investiti.
85. I fondi ISR collocano i loro capitali in imprese che rispettano criteri sociali e ambientali specifici. Tali criteri possono essere negativi, escludendo il settore del tabacco o dell'alcool, o il commercio delle armi. Possono anche essere positivi e comprendere imprese che adottano volontariamente pratiche innovative nel settore sociale e della tutela dell'ambiente. L'impegno nell'attivismo azionario costituisce un'altra grande opzione offerta agli investitori per incitare la direzione delle imprese ad adottare prassi socialmente responsabili. L'attivismo azionario dovrebbe acquisire ampiezza via via che aumenta l'importanza attribuita al sistema di governo dell'impresa e allo sviluppo dei fondi pensione.
86. Tuttavia, affinché l'investimento socialmente responsabile sia in grado di progredire, i mercati finanziari devono essere ulteriormente sensibilizzati al suo potenziale di redditività. Facendo seguito al Social Investment Forum creato nel 1991 nel Regno Unito, una serie di "forum" dedicati all'investimento sociale (FIS) sono stati recentemente creati in Francia, in Germania, nei Paesi Bassi e in Italia al fine di fornire informazioni affidabili sulle politiche di responsabilità sociale delle imprese, favorendo e incoraggiando lo sviluppo dell'IRS. Il Forum europeo previsto sull'investimento sociale (una rete di FIS nazionali) dovrebbe sostenere la futura espansione dell'investimento socialmente responsabile.

Nel maggio 2000, a Lisbona, la Commissione europea ha organizzato la prima Conferenza europea sul tema dell'investimento in base al triplice approccio in Europa.
(http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_conf_lisbon.htm)

Nel Regno Unito, la Taskforce "Investimento sociale" ([UK Social Investment Taskforce](#)) è stata creata nel 2000 al fine di identificare gli ostacoli all'espansione dell'investimento socialmente responsabile e le soluzioni per superarli.

Dal luglio 2000, una legge britannica (il “Trustee Act”) impone a tutti gli amministratori di fondi pensione di comunicare la loro politica in materia di investimento socialmente responsabile.

La legge francese sul risparmio salariale obbliga i fondi comuni d’investimento che raccolgono fondi dei piani di risparmio salariali, dei piani di risparmio interimpresе e dei piani di risparmio salariale volontario sulla base di partnership a rendere conto della loro politica d’investimento socialmente responsabile.

87. L’investimento socialmente responsabile costituisce un mercato emergente nel quale numerose agenzie specializzate di valutazione e di analisi (analisti non finanziari) ricorrono a diversi strumenti di misurazione. Tuttavia, le imprese sono a volte gravate da un eccessivo carico di richieste di informazioni che vengono loro rivolte. Di conseguenza, lo sviluppo dell’investimento socialmente responsabile potrebbe incontrare una crescente avversione e la mancanza di cooperazione da parte delle imprese. I primi sforzi di normalizzazione dedicati alle relazioni di audit sociale, cui si sono associate le grandi agenzie di valutazione, costituiscono una prima risposta positiva a questa situazione. È tuttavia necessario garantire una maggiore convergenza degli indicatori concepiti dalle imprese e i criteri utilizzati dagli analisti per valutare le loro prestazioni sociali e ambientali. Inoltre, la mancanza di trasparenza che caratterizza i metodi di valutazione impiegati dalle agenzie potrebbe dissuadere i grandi investitori dall’orientarsi massicciamente verso l’investimento socialmente responsabile. È quindi opportuno progredire ancora sulla via della normalizzazione, dell’armonizzazione e della trasparenza degli strumenti di selezione delle agenzie.

Nell’agosto 2000, 11 gruppi di ricerca sull’investimento hanno riunito le loro competenze nell’ambito del Gruppo SIRI al fine di pubblicare profili armonizzati di imprese sotto forma comparabile.

Nel settembre 2000, l’Associazione “Global Partners for Corporate Responsibility Research” ha rivelato le sue “dieci esigenze per norme superiori d’informazione nel 21° secolo”, auspicando un insieme di approcci basati sull’iniziativa volontaria, la regolamentazione e la legge di mercato al fine di pervenire ad un notevole miglioramento dell’accesso ai dati sulle imprese, dell’integrità e dell’eshaustività dell’informazione, condizioni indispensabili a qualunque efficace audit e analisi comparativa delle prestazioni.

88. Il Consiglio europeo di Stoccolma ha riconosciuto la necessità di creare un mercato europeo dinamico ed efficace dei valori immobiliari entro la fine del 2003. In tale contesto, gli indici che identificano, sul mercato europeo, le imprese che ottengono i migliori risultati dal punto di vista sociale ed ecologico diverranno sempre più indispensabili al varo dei fondi di investimento socialmente responsabile e al confronto delle prestazioni su cui si basa questo tipo di investimento. Per garantire la qualità e l’obiettività di tali indici, la valutazione delle prestazioni sociali e ambientali ottenute dalle imprese dovrebbe basarsi sull’informazione fornita non solo dalla direzione dell’impresa, ma anche da tutte le altre parti interessate. Inoltre, gli audit esterni e le procedure interne di garanzia della qualità dovrebbero servire a controllare e mantenere l’accuratezza dei dati forniti, delle procedure di valutazione e dei loro risultati.

4. IL PROCESSO DI CONSULTAZIONE

89. Il presente Libro verde invita i poteri pubblici a tutti i livelli, comprese le organizzazioni internazionali, le imprese (dalle PMI alle multinazionali), le parti

sociali, le ONG e qualunque altra parte o persona interessata, ad esprimere la loro opinione sui modi di costituire una partnership destinata a stabilire un nuovo quadro in grado di favorire la responsabilità sociale delle imprese, tenendo conto degli interessi delle imprese e delle parti intervenienti. Le imprese devono collaborare con i pubblici poteri al fine di individuare strumenti innovativi in grado di far progredire la loro responsabilità sociale. Tale partnership potrebbe notevolmente contribuire alla promozione di un modello di responsabilità sociale delle imprese basato sui valori europei.

90. La parola “quadro” deve essere interpretata in senso ampio. Le proposte devono partire dal carattere volontario della responsabilità sociale delle imprese e mostrare come esse possono facilitare lo sviluppo sostenibile e modalità più efficaci di governo delle imprese. Il livello e il contenuto di tale quadro dovrebbero essere chiariti nel corso delle discussioni previste nell’ambito del processo di consultazione del Libro verde.
91. Le istituzioni europee – il Parlamento, il Consiglio dei ministri, la Commissione - nonché il Comitato economico e sociale e il Comitato delle regioni possono stimolare il dibattito, recare un sostegno politico e organizzare uno scambio di informazioni e di conoscenze sulla responsabilità sociale delle imprese.
92. Le principali questioni sono le seguenti:

Il ruolo dell’Unione europea

Come potrebbe l’UE promuovere lo sviluppo della responsabilità sociale delle imprese a livello europeo e internazionale? L’UE dovrebbe in particolare completare le attività socialmente responsabili esistenti e apportare un valore aggiunto:

- Elaborando un quadro europeo globale, in partnership con i principali attori della responsabilità sociale delle imprese, al fine di promuovere la trasparenza, la coerenza e le buone prassi in questo settore?
- Favorendo un consenso sulle buone prassi in materia di valutazione e di verifica della responsabilità sociale delle imprese e sostenendo tali buone prassi,
- e/o attraverso quali altri mezzi?

Le imprese e la loro responsabilità sociale

- Qual è il ruolo della responsabilità sociale nella strategia commerciale delle imprese?
- Quali sono le ragioni che spingono le imprese ad assumere la loro responsabilità sociale? Quali sono le attese che sottendono tali impegni? Su quali settori si concentrano tali impegni? Quale vantaggio ne traggono le imprese?
- Quali sono per le imprese le principali buone prassi che consentono loro di assumere e di gestire la responsabilità sociale? Quali migliori prassi esistono per le PMI?
- Com’è possibile cogliere al meglio l’invito rivolto alle imprese nella proposta della Commissione su una strategia di sviluppo sostenibile di pubblicare, nelle

loro relazioni annuali destinate agli azionisti, il “triplice approccio” che consenta loro di misurare i loro risultati in rapporto a taluni criteri economici, ambientali e sociali?

- Quali sono i migliori modi di stabilire legami tra le dimensioni sociale e ambientale della responsabilità sociale delle imprese?
- Quali sono i migliori modi di promuovere la conoscenza relativa agli argomenti commerciali a favore della responsabilità sociale delle imprese?

Principali attori e parti interessate

Quali sono i migliori modi di instaurare e sviluppare un processo di dialogo strutturato tra le imprese e le varie parti interessate sulla responsabilità sociale?

- Quali dovrebbero essere i ruoli rispettivi delle principali parti interessate, vale a dire le imprese, le parti sociali, i pubblici poteri e le ONG, nella promozione della responsabilità sociale delle imprese?
- Come può l’Unione europea promuovere una più ampia applicazione dei principi della responsabilità sociale attraverso le sue politiche, sia in Europa che a livello internazionale, anche nel quadro del suo dialogo politico e dei suoi accordi di partnership, nell’ambito dei suoi programmi e grazie alla sua presenza nelle istanze internazionali?

Valutazione ed efficacia

- Qual è il miglior modo di sviluppare, valutare e garantire l’efficacia e l’affidabilità degli strumenti della responsabilità sociale delle imprese, come i codici di condotta, le relazioni e gli audit sociali, le etichette sociali ed ecologiche o l’investimento socialmente responsabile?

Azioni a sostegno della responsabilità sociale delle imprese

- Quali sono le azioni più adeguate per incoraggiare e sostenere lo sviluppo della responsabilità sociale delle imprese? Quali sono i livelli d’intervento (di impresa, locale, regionale, settoriale, nazionale, europeo e internazionale) più adeguati per realizzare tali azioni?

Tali azioni potrebbero comprendere:

- un sostegno alla formazione e al riadeguamento affinché il personale direttivo disponga di qualifiche e di competenze necessarie allo sviluppo e alla promozione della responsabilità sociale delle imprese;
- la diffusione e lo scambio di informazioni, in particolare sulle buone prassi di responsabilità sociale delle imprese, la definizione di norme, l’analisi comparativa e la sorveglianza, la contabilità, l’audit e la redazione di relazioni;
- le analisi e ricerche vertenti sulla politica sociale a medio termine;
- l’analisi del ruolo del quadro giuridico.

93. Come indicato nell'introduzione, il principale obiettivo del presente Libro verde è di sensibilizzare e di stimolare la discussione sulle nuove forme di promozione della responsabilità sociale delle imprese. In questa fase, la Commissione non vuole pregiudicare i risultati del dibattito presentando proposte concrete di azione. Il presente Libro verde sarà ampiamente diffuso e, come è nostra speranza, discusso sia a livello locale che nazionale ed europeo.
94. Gli eventuali commenti potranno essere inviati per iscritto entro il 31 dicembre 2001 al seguente indirizzo:

Commissione europea
Consultazione sul Libro verde CSR
Rue de la Loi/Wetstraat 200
B - 1049 Bruxelles/Brussel

CSR@CEC.EU.INT

ALLEGATO

CONCETTI

- **Investimento impegnato o solidale:** Sostegno a una causa o attività particolare attraverso un investimento destinato al suo finanziamento. Contrariamente ai donatori, gli investitori impegnati vogliono recuperare il loro investimento iniziale, sia attraverso pagamenti (per i prestiti), sia attraverso transazioni (per le azioni).
- **Codice di condotta:** Dichiarazione ufficiale dei valori e delle prassi commerciali di un'impresa e, a volte, dei suoi fornitori. Un codice enuncia norme minime e attesta l'impegno preso dall'impresa di osservarle e di farle osservare dai suoi appaltatori, subappaltatori, fornitori e concessionari. Può trattarsi di un documento complesso che richiede il rispetto di norme precise e prevede un complesso meccanismo coercitivo.
- **Cittadinanza d'impresa:** La gestione della totalità dei rapporti esistenti tra un'impresa e il suo contesto d'azione locale, nazionale e mondiale.
- **Governo dell'impresa:** L'insieme dei rapporti tra i dirigenti, gli amministratori, gli azionisti e le altre parti interessate di un'impresa. Il concetto comprende anche la struttura attraverso la quale gli obiettivi della compagnia vengono individuati e sono determinati gli strumenti per raggiungere tali obiettivi e controllare le prestazioni (Codice OCSE – 1999).
- **Efficienza ecologica:** Concetto secondo il quale un miglioramento dell'utilizzazione delle risorse può limitare il degrado dell'ambiente e ridurre i costi.
- **Audit ecologico:** Applicazione di criteri ambientali , non finanziari, a una decisione d'investimento.
- **Valutazione dell'impatto ambientale:** Analisi dell'impatto di un progetto o di un'operazione di un'impresa sull'ambiente.
- **Audit etico:** Applicazione di criteri etici, non finanziari, a una decisione di investimento.
- **Selezione etica:** Inclusione o esclusione delle azioni in un portafoglio di investimento su basi etiche, sociali o ecologiche.
- **Commercio etico:** Si propone di elevare le condizioni di lavoro sulle grandi catene di produzione a livello di norme minime fondamentali e di eliminare le peggiori forme di sfruttamento della manodopera, come il lavoro infantile, il lavoro forzato o le officine clandestine. I criteri di etichettatura si basano generalmente sulle Convenzioni fondamentali dell'OIL.
- **Commercio equo:** Si definisce come un approccio alternativo al commercio internazionale convenzionale. Si tratta di una partnership commerciale che favorisce lo sviluppo durevole dei produttori esclusi o sfavoriti, garantendo loro

migliori condizioni commerciali e puntando sulla sensibilizzazione e le campagne d'informazione. I criteri per inserire i prodotti nell'ambito del commercio equo differiscono, ma comprendono in generale temi quali i prezzi garantiti, il pagamento anticipato e il pagamento diretto ai produttori o alle loro cooperative.

- **Diritti dell'uomo:** I diritti umani si basano sul principio secondo il quale il riconoscimento della dignità intrinseca e dell'eguaglianza e inalienabilità dei diritti di tutti i membri della famiglia umana costituiscono le basi della libertà, della giustizia e della pace nel mondo. Sono definiti nella Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo (1948). A livello europeo, l'articolo 6 del Trattato sull'Unione europea riafferma che l'Unione europea "si fonda sui principi di libertà, democrazia, rispetto dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali e dello stato di diritto, principi che sono comuni agli Stati membri." La Convenzione europea dei diritti dell'uomo adottata dal Consiglio d'Europa è giuridicamente vincolante in tutti gli Stati membri. Inoltre la Carta europea dei diritti fondamentali adottata a Nizza nel dicembre 2000 costituisce lo strumento che ispira il rispetto dei diritti fondamentali da parte delle istituzioni europee e degli Stati membri nella loro azione nell'ambito della legislazione comunitaria.
- **Controllo:** processo di raccolta regolare di informazioni che consente di controllare le prestazioni sulla base di alcuni criteri.
- **Imprenditoria responsabile:** Concetto elaborato nell'ambito delle Nazioni Unite in base al quale si riconosce che le imprese hanno un ruolo da svolgere nel perseguimento di uno sviluppo sostenibile e che esse possono gestire le loro operazioni in modo da stimolare la crescita economica e rafforzare la competitività, garantendo al tempo stesso la tutela dell'ambiente e promuovendo la loro responsabilità sociale.
- **Influenza degli azionisti:** Tentativo di migliorare il comportamento etico, sociale e/o ecologico di un'impresa da parte degli azionisti attraverso il dialogo, esercitando pressioni, sostenendo una gestione responsabile e votando alle assemblee generali annuali.
- **Audit sociale:** Valutazione sistematica dell'impatto sociale di un'impresa rispetto a talune norme e aspettative.
- **Capitale sociale:** Il patrimonio di atteggiamenti e credenze condivisi da una determinata comunità. Il capitale sociale costituisce uno dei pre-requisiti della cooperazione e dell'attività organizzata nelle comunità umane, comprese le attività economiche. Il capitale sociale può essere trasformato, consumato o ricostituito, esattamente come il capitale finanziario.
- **Valutazione dell'impatto sociale:** Analisi sistematica dell'impatto di un progetto o di un'operazione sulla situazione sociale e culturale delle comunità interessate.
- **Etichetta sociale:** Parole e simboli apposti su un prodotto al fine di influire sulla decisione di acquisto dei consumatori fornendo una garanzia in merito all'impatto sociale ed etico di un processo commerciale sulle altre parti interessate.
- **Relazione sociale:** Documento che presenta i risultati di una valutazione dell'impatto sociale.

- **Soggetto interessato (stakeholder):** Un individuo, una comunità o un'organizzazione che influisce sulle operazioni di un'impresa o ne subisce le ripercussioni. I soggetti interessati possono essere interni (ad es.: lavoratori dipendenti) o esterni (ad es.: consumatori, fornitori, azionisti, finanziatori, la comunità locale).
- **Norma:** Insieme di procedure, prassi e specifiche che godono di un ampio riconoscimento.
- **Triplice approccio:** Concezione secondo la quale le prestazioni globali di un'impresa devono essere misurate in funzione del suo contributo combinato alla prosperità, alla qualità dell'ambiente e al capitale sociale.
- **Verifica:** Certificazione da parte di un revisore esterno della validità, della pertinenza e dell'eshaustività degli archivi, delle relazioni o delle dichiarazioni di un'impresa.

COLLEGAMENTI INTERNET UTILI

Organizzazioni internazionali

- [United Nations Global Compact \(http://www.unglobalcompact.org/\)](http://www.unglobalcompact.org/): un codice di condotta destinato alle grandi imprese e varato da Kofi Annan, Segretario generale delle Nazioni Unite, nell'anno 2000. I nove Principi delle Nazioni Unite per le imprese multinazionali e transnazionali riconoscono varie disposizioni relative ai diritti dell'uomo, ai diritti del lavoro/dei lavoratori e al diritto dell'ambiente.
- [United Nations research programme on CSR \(http://www.unrisd.org/engindex/research/busrep.htm\)](http://www.unrisd.org/engindex/research/busrep.htm): un progetto volto a promuovere la ricerca e il dialogo sui temi della responsabilità sociale ed ecologica delle imprese nei paesi in via di sviluppo.
- [Dichiarazione di principi tripartita dell'OIL sulle imprese multinazionali e la politica sociale \(http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/tridecl/index.htm\)](http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/tridecl/index.htm)
- [Base di dati dell'OIL sulle imprese e le iniziative sociali \(http://oracle02.ilo.org:6060/vpi/vpisearch.first\)](http://oracle02.ilo.org:6060/vpi/vpisearch.first): base di dati sulle imprese e sulle iniziative sociali che contiene informazioni esaurienti sulle iniziative del settore privato riguardanti le condizioni di lavoro e le condizioni sociali osservate sui luoghi di lavoro e nell'ambiente dell'impresa.
- [Principi direttivi dell'OCSE destinati alle imprese multinazionali \(http://www.oecd.org/daf/investment/guidelines/\)](http://www.oecd.org/daf/investment/guidelines/): raccomandazioni alle imprese formulate dai Governi dei paesi membri dell'OCSE, cui si sono aggiunti i Governi di Argentina, Brasile e Cile, riguardanti le questioni relative alla responsabilità sociale delle imprese, dai rapporti di lavoro alla concorrenza, passando per la fiscalità e la corruzione (2000).

- Principi dell'OCSE relativi al governo dell'impresa (<http://www.oecd.org/daf/governance/principles.htm>): Norme e orientamenti riguardanti i diritti degli azionisti e altri temi relativi al governo dell'impresa (1999).

Istituzioni dell'Unione europea

- Pagina web della DG Occupazione e Affari sociale sulla responsabilità sociale delle imprese (http://europa.eu.int/comm/employment_social/social/csr/csr_index.htm).
- Pagina web della DG Commercio sulla responsabilità sociale delle imprese e i Principi Direttivi dell' OCSE destinati alle imprese multinazionali (<http://www.europa.eu.int/comm/trade/miti/invest/oecd.htm>).
- Pagina web del Segretariato generale sullo sviluppo sostenibile (<http://www.europa.int/comm/environment/eussd/index.htm>)
- Pagina web della DG Ambiente che presenta il Sesto programma d'azione 2001-2010 della Comunità a favore dell'ambiente "Il nostro avvenire, la nostra scelta" (<http://europa.eu.int/comm.environment/newprogr/index.htm>)
- Sito web della DG Ambiente che descrive la Politica integrata dei prodotti (PIP) (<http://europa.eu.int/comm/environment/ipp/home.htm>)

Organizzazioni pluripartite

- Centro di Copenaghen (<http://www.copenhagencentre.org/>): un'istituzione internazionale autonoma creata dal Governo danese nel 1998 per incoraggiare le partnership volontarie tra il governo e le imprese al fine di promuovere la coesione sociale.
- Business Partners for Development (<http://www.bpdweb.org/>): rete internazionale informale che riunisce imprese e rappresentanti governativi e della società civile e il cui obiettivo è promuovere nel mondo esempi di partnership tripartite a favore dello sviluppo sociale ed economico.
- CERES (<http://www.ceres.org/>): associazione senza fini di lucro che raggruppa investitori, fondi di pensioni pubblici, sindacati e gruppi d'interesse pubblico che lavorano in collaborazione con le imprese per sostenere congiuntamente nel mondo intero la responsabilità delle imprese nel settore della protezione dell'ambiente.
- Il sito Business and Sustainable Development (BSD) (www.iisd.ca) dell'International Institute for Sustainable Development costituisce una fonte di informazioni particolareggiata sullo sviluppo sostenibile destinata al settore privato.
- Tomorrow: The Sustainable Business Toolkit (www.tomorrow-web.com): Sito che contiene, per le imprese, le informazioni più recenti a livello mondiale sull'ambiente, collegamenti verso relazioni di impresa sull'ambiente e altre informazioni interessanti.

- Sustainable Business.com (www.sustainablebusiness.com): Sito con informazioni particolareggiate su risorse utili per tutti coloro che sono interessati alle attività economiche a sostegno dello sviluppo sostenibile.

Progettazione dei prodotti e sfruttamento efficace delle risorse

- Centre for Sustainable Design (www.cfsd.org.uk): Facilita le discussioni e le ricerche sulla progettazione ecologica ed altre considerazioni più vaste collegate allo sviluppo sostenibile nell'elaborazione dei prodotti e dei servizi.
- Working Group on Sustainable Product Design, (UNEP) (<http://unep.frw.uva.nl/>): Ricerca sui prodotti e i servizi di sviluppo sostenibile, con una base di dati di prodotti e servizi.
- The Rocky Mountain Institute - (www.rmi.org): I creatori del “fattore 4” e del “capitalismo naturale”.
- Greening of Industry – (www.greeningofindustry.org): Rete internazionale e Istituto strategico di ricerca incentrato sui temi dell'industria, dell'ambiente e della società.

Organizzazioni di imprese

- [WorldCSR](http://www.worldcsr.com) (<http://www.worldcsr.com>): portale comune che collega i siti web di grandi organizzazioni di imprese che si interessano alla responsabilità sociale.
- [CSREurope](http://www.csreurope.org/) (<http://www.csreurope.org/>): rete di imprese europee creata nel 1996 sulla base della Dichiarazione europea delle imprese contro l'esclusione sociale, redatta su iniziativa dell'ex Presidente della Commissione europea Jacques Delors e di 20 leader dell'industria.
- Organizzazioni nazionali di imprese che promuovono la responsabilità sociale esistono a livello nazionale, regionale e locale in Belgio, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia Paesi Bassi, Portogallo, Svezia e Regno Unito.
- [Social Venture Network \(SBN\) Europa](http://www.sbn-europe.com): una rete di imprenditori e leader industriali impegnati a livello sociale e ambientale.
- Fondazione europea per la gestione della qualità (EFQM) (<http://www.efqm.org/>): organizzazione senza fini di lucro sostenuta dalla Commissione europea e il cui obiettivo è appoggiare un miglioramento della qualità nelle attività incentrate sulla soddisfazione della clientela, la soddisfazione dei lavoratori dipendenti, l'impatto sulla società e i risultati delle imprese.
- [Business Impact Taskforce](http://www.business-impact.org/) (<http://www.business-impact.org/>): taskforce creata nel 1998 per fornire un riferimento sugli argomenti favorevoli all'impresa, le buone prassi e i metodi di misurazione comprendenti tutti gli aspetti della responsabilità sociale delle imprese.
- Conference Board (<http://www.conference-board.org/>): rete di imprese e di ricerca volta a rafforzare lo spirito imprenditoriale e il contributo delle imprese alla società.

- [International Business Leaders Forum \(IBLF\)](http://www.csrforum.com/) (<http://www.csrforum.com/>): organizzazione internazionale senza fini di lucro creata nel 1990 per promuovere le prassi responsabili delle imprese che recano vantaggi a questi ultimi e alla società, contribuendo a uno sviluppo sociale, economico ed ecologico durevole, in particolare nelle nuove economie di mercato emergenti.
- [The European Bahá'í Business Forum \(EBBF\)](http://www.ebbf.org/framinfo.htm) (<http://www.ebbf.org/framinfo.htm>): una rete mondiale di imprese incentrata sull'Europa.
- [The World Business Council for Sustainable Development \(WBCSD\)](http://www.wbcsd.ch/) (<http://www.wbcsd.ch/>): rete internazionale di imprese creata nel 1995 al fine di instaurare una più stretta cooperazione tra le imprese, i governi e tutte le altre organizzazioni interessate alla tutela dell'ambiente e allo sviluppo sostenibile.
- [Business for Social Responsibility \(BSR\)](http://www.bsr.org/) (<http://www.bsr.org/>): rete internazionale di imprese creata nel 1992 il cui obiettivo è di fornire ai suoi membri prodotti e servizi innovativi che li aiutino ad ottenere una riuscita commerciale rispettosa dei valori etici, delle persone, delle comunità e dell'ambiente.
- [Association of Chartered Certified Accountants \(ACCA\)](http://www.acca.co.uk/index.html) (<http://www.acca.co.uk/index.html>): organismo internazionale che raggruppa esperti in contabilità che favorisce l'adozione di norme etiche e di governo delle imprese in tutti gli aspetti della contabilità finanziaria, sociale e ambientale.
- [Society and Business](http://www.societyandbusiness.gov.uk) (<http://www.societyandbusiness.gov.uk>): guida – lanciata nel marzo 2001 dal Ministero britannico del commercio e dell'industria – sugli argomenti a favore della responsabilità sociale delle imprese e le risorse disponibili delle imprese e del governo.
- International Chamber of Commerce :
(www.iccwbo.org/home/menu_environment.asp) : La Carta delle imprese per lo sviluppo sostenibile fornisce loro le basi di una sana gestione dell'ambiente.

Organizzazioni non governative

- [Human Rights Watch](http://www.hrw.org/) (<http://www.hrw.org/>): ONG specializzata nella protezione dei diritti umani della persona nel mondo.
- [Transparency International](http://www.transparency.de/) (<http://www.transparency.de/>): ONG che lotta contro la corruzione nazionale e internazionale.
- [International Alert \(IA\)](http://www.international-alert.org/) (<http://www.international-alert.org/>): ONG con sede nel Regno Unito che cerca di fornire a persone in situazioni di conflitto gli strumenti per risolverlo facilitando il dialogo a tutti i livelli.
- [International Corporate Governance Network](http://www.icgn.org/) (<http://www.icgn.org/>): rete di scambio di opinioni e di informazioni sul governo dell'impresa a livello internazionale, volta ad elaborare principi direttivi in materia.

- [European Corporate Governance Network](http://www.ecgn.ulb.ac.be/ecgn/) (<http://www.ecgn.ulb.ac.be/ecgn/>): rete europea di ricerca senza fini di lucro incentrata sui temi europei e internazionali del governo d'impresa.

Codici di condotta

- [Codes of conduct](http://www.codesofconduct.org/) (<http://www.codesofconduct.org/>): sito web che costituisce un'interessante risorsa per tutti coloro che sono interessati ai testi integrali dei vari codici di condotta esistenti, alle loro disposizioni, ai loro sponsor e alle ripercussioni sulle prassi delle imprese.
- [IEPCE \(European Initiative for Ethical Production and Consumption\)](http://www.iepce.org/) (<http://www.iepce.org/>): forum europeo che riunisce i principali protagonisti della vista socioeconomica che intendono incoraggiare una produzione e un consumo etici (datori di lavoro, sindacati, ONG e istituzioni pubbliche).
- [Social Accountability 8000 \(SA8000\)](http://www.cepaa.org/sa8000.htm) (<http://www.cepaa.org/sa8000.htm>): norma volontaria di responsabilità sociale delle imprese lanciata nel 1997 dal Council on Economic Priorities Accreditation Agency (CEPAA), recentemente ridenominata Social Accountability International (SAI). La norma è principalmente concentrata sulle prassi di occupazione come il lavoro infantile, la libertà di associazione, l'orario di lavoro e la retribuzione. Questo codice internazionale di responsabilità sociale si ispira alla norma ISO 9000 e prevede l'accREDITAMENTO dei revisori e un controllo indipendente.
- [Caux Round Table Principles for Business](http://www.cauxroundtable.org/) (<http://www.cauxroundtable.org/>): codice di condotta incentrato sulla responsabilità mondiale delle imprese adottato da un'organizzazione tripartita di imprese.
- [Global Sullivan Principles](http://www.globalsullivanprinciples.org/) (<http://www.globalsullivanprinciples.org/>): insieme di principi elaborati dal Rev. Leon H. Sullivan per servire da guida alle politiche sociali, economiche, politiche ed ecologiche delle imprese.
- [ICFTU Basic Code of Labour Practice](http://www.icftu.org/displaydocument.asp?Index=991209513&Language=EN) (<http://www.icftu.org/displaydocument.asp?Index=991209513&Language=EN>): codice tipo della Confederazione internazionale dei sindacati liberi riguardante i diritti dei lavoratori (1997).
- [Investors in People](http://www.iipuk.co.uk/) (<http://www.iipuk.co.uk/>): norma di qualità britannica che definisce un livello di buone prassi per migliorare i risultati di un'impresa grazie alle sue risorse umane.
- [Ethical Trading Initiative \(ETI\)](http://www.eti.org.uk/) (<http://www.eti.org.uk/>): codice britannico concepito nel quadro di una partnership tra commercianti al dettaglio, le imprese che fabbricano beni di consumo, le ONG, i sindacati e il Governo del Regno Unito.
- [Amnesty International's Human Rights Principles for Companies](http://www.amnesty.org/ailib/aipub/1998/ACT/A7000198.htm) (<http://www.amnesty.org/ailib/aipub/1998/ACT/A7000198.htm>): codice internazionale che impone alle imprese di proteggere i diritti dell'uomo e di rispettare una serie di norme di lavoro nei paesi in cui sono installate.

- Codice di prassi per l'industria dell'abbigliamento: campagna "Clean Clothes" (<http://www.cleanclothes.org/codes/ccccode.htm>): codice tipo per le norme di lavoro in un sistema di controllo delle imprese nel settore dell'abbigliamento.

Etichette sociali

- International Federation of Alternative Trade (IFAT) (<http://www.ifat.org/>): federazione di produttori e di organizzazioni di "commercio alternativo".
- European Fair Trade Association (EFTA) (<http://www.eftafairtrade.org/>): rete europea di organizzazioni di commercio equo che importa prodotti del commercio equo da gruppi di produttori economicamente sfavoriti in Africa, Asia e America Latina.
- Network of European World Shops (NEWS!) (<http://www.shared-interest.com/cust/news.htm>): rete che si occupa della parte "commercio" e della parte "istruzione" del commercio equo.
- Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) (<http://www.fairtrade.net/>): organizzazione "ombrello" che si propone di coordinare il lavoro delle iniziative nazionali di commercio equo, di realizzare in modo più efficace i programmi di controllo e di introdurre un'etichetta internazionale unica per il commercio equo. La commercializzazione e la promozione dei prodotti del commercio equo nei vari paesi interessati rimangono nella sfera di competenza delle iniziative nazionali.
- The Fairtrade Mark (<http://www.gn.apc.org/fairtrade/>): etichetta di commercio equo attribuita a prodotti che soddisfano norme internazionalmente riconosciute del commercio equo da parte di una Fondazione che intende migliorare le condizioni cui sono soggetti i produttori del Terzo mondo nei loro scambi.
- Max Havelaar (<http://www.maxhavelaar.nl/english/>): etichetta di commercio equo attribuita da una Fondazione olandese il cui obiettivo è che gli agricoltori e i lavoratori delle regioni sfavorite del Terzo mondo accedano al commercio internazionale a condizioni soddisfacenti (1986).
- Transfair International (<http://www.transfair.org/>): iniziativa di etichetta sociale lanciata dall'EFTA e Transfair Germania.
- Rattvisemarkt (<http://www.raettvist.se/>): etichetta svedese di commercio equo.

Relazioni sociali

- Social & Ethical Reporting Clearinghouse (<http://cei.sund.ac.uk/ethsocial/index.htm>): sito web che fornisce collegamenti sugli orientamenti, le organizzazioni e le inchieste in materia di rapporti sociali ed etici.
- Global Reporting Initiative (GRI) (<http://www.globalreporting.org/>): iniziativa internazionale di varie parti interessate volta a creare un quadro comune alla presentazione volontaria di relazioni sull'insieme delle prassi economiche, ecologiche e sociali di un'impresa. CERES e il programma per l'ambiente delle

Nazioni Unite hanno lanciato quest'azione nel 1997. Nel giugno 2000, la GRI ha pubblicato gli "Orientamenti per la redazione di relazioni sullo sviluppo sostenibile" (Sustainability Reporting Guidelines).

- [AccountAbility 1000 \(AA1000\)](http://www.accountability.org.uk/) (<http://www.accountability.org.uk/>): norma che consente di misurare le prestazioni sociali ed etiche di un'impresa con riferimento a criteri obiettivi; pubblicata nel novembre 1999 dall'Institute of Social and Ethical Accountability con sede nel Regno Unito.

Investimento socialmente responsabile

- [UK Social Investment Forum](http://www.uksif.org/) (<http://www.uksif.org/>): rete britannica di organizzazioni che operano a favore di un investimento socialmente responsabile.
- [Dow Jones Sustainability Group Index \(DJSGI\)](http://www.sustainability-index.com/) (<http://www.sustainability-index.com/>): indice di quotazione delle imprese che si impegnano nello sviluppo sostenibile fornito da Dow Jones in associazione con SAM Sustainable Asset Management.
- [FTSE4Good](http://www.ftse4good.com/frm0101.asp) (<http://www.ftse4good.com/frm0101.asp>): indice di quotazione di imprese che adottano un comportamento etico responsabile lanciato da FTSE in associazione con Ethical Investment Research Service (EIRIS) e l'Unicef (United Nations Children's Fund).
- [Sustainable Investment Research International Group \(SIRI\)](http://www.sirigroup.org/) (<http://www.sirigroup.org/>): raggruppamento di 10 organismi di ricerca che intendono fornire e promuovere nel mondo intero prodotti e servizi di qualità generati da ricerche sull'investimento sociale.

Il “viaggio” istituzionale per pervenire al concetto di responsabilità sociale d’impresa.

Il punto di partenza fondamentale è il **progetto Global Compact** delle Nazioni Unite (1999) nel quale, per la prima volta, Kofi Annan parla della “Corporate Citizenship in the World Economy”, e definisce **un’impresa etica non più semplicemente come un’impresa che rispetta le leggi ma che, oltre a salvaguardare i principi dei diritti umani e del lavoro, contribuisce attivamente allo sviluppo della società.** In sé, il Global Compact vuole essere un modello a cui però dovranno essere associati altri studi e progetti che creino le regole operative.

I dieci principi su cui si basa il Global Compact sono divisi in 4 macroaree: diritti umani, lavoro, ambiente, lotta alla corruzione. **L’importanza del Global Compact (Global Compact Italia)** non risiede nella sua applicabilità, anche perché non prevede il controllo dei comportamenti delle imprese che vi aderiscono. La rivoluzione risiede nell’istituzionalizzazione di alcuni problemi: si afferma la concezione che il problema non è soltanto capire se un battito d’ali di una farfalla a New York possa provocare un terremoto in Messico, ma se importa qualcosa a qualcuno del terremoto in Messico. E’ in questa nuova ottica che si osserva il processo di globalizzazione.

Il programma delle Nazioni Unite non rimane, però, solo ad un livello teorico, con l’emanazione di alcuni “comandamenti”, bensì crea commissioni e sviluppa dei progetti al fine di affrontare queste problematiche. Infatti, solo un ente sovranazionale è in grado di avere quella visione globale che può aiutare le imprese ad espandersi fuori dai confini nazionali, con un’ottica di impatto sostenibile, valida soprattutto in quei paesi dove non esiste un diritto del lavoro sufficientemente sviluppato. L’aspetto critico del Global Compact è che non è abbastanza specifico per sancire dei comportamenti verificabili, in modo da controllare che chi aderisce al progetto abbia un comportamento realmente etico.

La risposta dell’Unione Europea: il progetto di Corporate Social Responsibility.

E’ in quest’ottica, invece, che si può vedere il progetto di **Corporate Social Responsibility (CSR)** dell’Unione Europea dove, nel libro bianco del 2001, si definisce la responsabilità sociale come “l’integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”. Nel progetto Europeo sulla CSR, il punto fondamentale è la definizione di **responsabilità d’impresa non come mero marketing, esercizio di pubbliche relazioni o filantropia, ma come punto cruciale della competitività non solo a livello di impresa, ma anche a livello europeo,** visto che l’Unione Europea si è posta l’obiettivo di diventare il soggetto economico più competitivo e capace di integrazione con il mondo.

In questo senso, il progetto CSR europeo può vedersi come la prosecuzione naturale del Global Compact. Partendo da quei principi, evidenzia problematiche più specifiche, ma fondamentali. Le priorità del progetto sono quelle di promuovere pratiche di CSR, sviluppare metodi che garantiscano la credibilità dei progetti di responsabilità delle imprese e creare un insieme di regolamenti coerenti con cui concretizzare le politiche di CSR.

La creazione di progetti specificamente legati all’Europa, agli Stati Uniti, all’America Latina o all’Africa (quindi, più specifici del Global Compact) è fondamentale per creare regolamenti che tengano conto delle specificità delle economie “locali” ma, al contempo, fungano da direttive per i governi nazionali. In questo modo, per esempio, l’Unione Europea inizia a studiare le problematiche dei progetti di responsabilità sociale delle Piccole-Medie Imprese, ovviamente molto differenti da quelli di una multinazionale.

La certificazione d'eticità.

Un altro punto importante, che l'Unione Europea sottolinea, è **la possibilità di controllo delle imprese che si dichiarano etiche.**

Tramite la certificazione d'eticità(ISO9000, ISO14000, SA8000), si introduce il concetto di verificabilità continua di ciò che un'impresa dichiara di fare. Vengono istituite delle organizzazioni europee e nazionali che hanno lo scopo di premiare pubblicamente le aziende che prestano fede ai propri impegni, in modo da rendere credibile agli stakeholder le politiche etiche d'impresa.

Il ruolo dell'Italia: il CSR-SC

Continuando con la successiva specificazione del problema da parte delle istituzioni, possiamo vedere come l'Italia abbia risposto alle direttive europee con il progetto Corporate Social Responsibility - Social Commitment (CSR-SC).

Il **CSR-SC** parte dalle considerazioni e dalle definizioni sancite dall'Unione Europea per creare un progetto specifico per l'Italia. L'importanza risiede nel tentativo di creare una griglia attraverso cui definire un'impresa etica. L'obiettivo non è creare un mero ente di controllo, ma definire un meccanismo con cui aiutare le imprese ad implementare, modificare e verificare i propri progetti di responsabilità sociale. Si vuole, inoltre, sviluppare un sistema informativo che contribuisca a creare la cultura dell'etica di impresa, informando gli interessati dei vantaggi competitivi e fiscali derivanti dall'adozione di programmi di responsabilità sociale.

Nuove figure professionali.

Questa piccola panoramica su ciò che le istituzioni hanno fatto per l'etica di impresa è importante non solo per fini informativi, ma anche perché già a questo livello si possono intravedere delle nuove criticità che richiedono figure professionali nuove.

Affinché le norme che regolano l'etica d'impresa non si impoveriscano come fossero semplici comandamenti da rispettare senza interiorizzarli, è necessario un continuo lavoro di osservazione delle pratiche e dei progetti reali, per poter modificare i precedenti principi. E' necessario anche avere sempre un punto di vista sopranazionale, per poter coordinare le pratiche locali con un progetto globale di etica d'impresa. Tutti questi problemi sono affrontati da quelle organizzazioni o commissioni istituite proprio per questo scopo. Dal Global Compact, al progetto del Ministero del Welfare, viene delegato a ONG, Università, centri di ricerca, il compito di controllare e studiare il trend della responsabilità sociale d'impresa, con l'obiettivo ultimo di creare un meccanismo utile alla competitività delle imprese e credibile agli occhi del consumatore.

Il quadro europeo in materia di CSR (Corporate social responsibility): il Forum Europeo 2002

Con il Libro verde del 2001 la Commissione europea ha definito la Responsabilità sociale d'impresa come «l'integrazione, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate».

A partire dal vertice europeo di Lisbona del marzo 2000 l'Unione europea ha affermato il suo impegno a favore della CSR **lanciando un appello alle imprese** per la realizzazione di una nuova impostazione della loro azione e delle loro attività professionali. L'obiettivo di questa nuova impostazione è quello di stimolare un incremento della **competitività delle imprese** attraverso un approccio mirato a produrre benefici per l'intera collettività migliorando la reputazione delle imprese e favorendo l'adozione di politiche sostenibili.

Con il Libro Verde "Promuovere un quadro per la responsabilità sociale delle imprese" pubblicato dalla Commissione Europea il 18 luglio 2001, i rappresentanti del mondo economico e imprenditoriale sono stati coinvolti in questo dibattito avviato dalla Commissione che ha dato un notevole impulso alla riflessione sull'evoluzione del ruolo dell'impresa nella società.

Il 2 luglio 2002 la Commissione europea ha infine adottato la comunicazione dal titolo "Responsabilità Sociale delle imprese: un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile" e con essa ha stabilito alcuni principi chiave su cui le imprese erano chiamate a concentrarsi: contribuire alla modernizzazione e al rafforzamento del modello economico e sociale europeo; contribuire a rendere l'UE più competitiva e a rafforzare la coesione sociale nell'ottica della sostenibilità; stimolare la riorganizzazione delle imprese in favore di attività cosiddette di "core business" miranti ad assicurare la gestione del rischio e dei cambiamenti in maniera responsabile.

Il 16 ottobre 2002 la Commissione europea ha costituito il **Forum Europeo** multistakeholder sulla CSR, al quale hanno preso parte le organizzazioni europee professionali del mondo dell'industria (Unice), dei sindacati, delle ONG e i business networks (UEAPME e Eurochambres), in vista di promuovere l'innovazione, la convergenza e la trasparenza delle pratiche e degli strumenti esistenti nel quadro della CSR. Il Forum, che ha operato lungo l'arco di due anni, ha inteso perseguire importanti sforzi di sensibilizzazione delle imprese sul tema della CSR, nel quadro del mantenimento del carattere volontario delle iniziative.

La più recente evoluzione a livello comunitario è rappresentata dalla pubblicazione, il 22 marzo 2006 da parte della Commissione europea, di una attesa Comunicazione sulla CSR.

Azione e Obiettivi dell'Unioncamere

Sin dalla pubblicazione del Libro Verde l'Unioncamere ha seguito con grande interesse il tema della CSR partecipando sia alle riunioni organizzate dalla Commissione europea sia inviando contributi alle istituzioni europee nel quadro del dibattito avviato con il Libro verde.

Questo ruolo proattivo ha motivato anche il sempre maggiore coinvolgimento da parte di Eurochambres. In occasione del suo congresso annuale del 2003 svoltosi a Roma, Eurochambres ha adottato la dichiarazione sulla CSR sottoscritta dalle 41 associazioni nazionali delle Camere di Commercio allora membre.

Ulteriori sviluppi sono stati rappresentati dapprima dalla firma, nell'aprile 2003, di un protocollo di intesa dell'Unioncamere con il Regno Unito per lo scambio di esperienze significative in materia di CSR e con una attenzione particolare rivolta alle PMI.

In seguito l'Unioncamere ha collaborato alla realizzazione del primo rapporto sulla responsabilità delle imprese in Italia e ha portato a termine la ricerca sul tema de « i modelli di responsabilità sociale nelle imprese italiane », in collaborazione con ISVI – Istituto per i valori d'impresa.

Inoltre, il 27 novembre 2003, l'Unioncamere ha siglato il protocollo di intesa con il Ministero del Welfare sul tema della CSR impegnandosi così verso la promozione di azioni di sostegno alla diffusione di una cultura della CSR, in linea con gli obiettivi del progetto CSR-SC del Ministero del Welfare. Il protocollo di intesa ha dato il via all'apertura progressiva degli sportelli CSR presso le Camere di commercio.

Camera di Commercio di Milano - Il web delle imprese

Contenuto

Una strategia europea per la CSR

di Anna Diamantopoulou

Commissario Europeo per l'Occupazione e gli Affari Sociali

L'accelerazione della liberalizzazione economica senza un'efficace gestione mondiale e le inadeguate pratiche di governo societario di alcune grandi imprese hanno richiamato l'attenzione del pubblico sull'integrità e sull'atteggiamento delle imprese nei confronti degli azionisti e della società nel suo complesso. In un momento in cui le imprese sono tenute a rendere conto del proprio impatto sulla società, la responsabilità sociale delle imprese (Corporate Social Responsibility - CSR) è sempre più oggetto di discussione in Europa. Il libro verde della Commissione sulla CSR, pubblicato nel 2001, ha contribuito al dibattito, e le circa 300 risposte scritte hanno mostrato l'intenso sostegno all'azione comunitaria in questo settore. In una successiva comunicazione del luglio 2002 la Commissione europea ha adottato una strategia con il fine di costituire un partenariato per lo sviluppo di una struttura europea di promozione della CSR. La Commissione definisce la CSR come un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile, ossia un approccio alla gestione che favorisce la competitività, la coesione sociale e la protezione dell'ambiente. Più in generale la CSR è uno strumento che può contribuire al conseguimento degli obiettivi delle politiche comunitarie in materia di competitività, occupazione, coesione sociale e protezione dell'ambiente, ma anche allo sviluppo e a una migliore gestione mondiale, applicando gli strumenti strategici esistenti, quali la normativa e il dialogo sociale. Lo sviluppo della CSR riflette la tendenza del governo societario a considerare un numero crescente di problemi e di interlocutori. La gestione di problemi sociali e ambientali da parte di un'impresa rappresenta pertanto una componente rilevante del governo societario. È importante inoltre che le imprese integrino in questo dialogo tutte le parti interessate, compresi i sindacati e le Organizzazioni Non Governative (ONG). In termini politici la CSR ha fatto il suo ingresso sulla scena politica europea nel corso degli ultimi due anni. L'impegno dell'Unione europea in materia di CSR è stato dichiarato al vertice di Lisbona del marzo 2000, che ha fissato un nuovo obiettivo strategico per l'Unione: diventare l'economia più competitiva e capace d'integrazione del mondo. A Lisbona i leader dell'UE hanno fatto specificamente appello al senso di responsabilità sociale delle imprese. La CSR è considerata un importante contributo all'obiettivo di rendere l'Europa più competitiva e socialmente integrata in modo sostenibile. Inoltre, si prevede che la CSR contribuirà al processo più generale di modernizzazione e rafforzamento del modello sociale europeo. La Commissione definisce la CSR come "l'integrazione su base volontaria dei problemi sociali ed ambientali delle imprese nelle loro attività commerciali e nelle loro relazioni con le altre parti"; essa sta attuando una strategia di responsabilità sociale che persegue tre priorità: promozione di pratiche relative alla CSR, della credibilità della CSR e della coerenza delle politiche legate alla CSR. La prima priorità consiste nell'incoraggiare l'adozione di pratiche socialmente responsabili da parte delle imprese. La CSR comporta la gestione quotidiana di problemi sociali e ambientali in ogni settore di un'impresa. Le imprese non devono adottare pratiche in materia di responsabilità sociale per ragioni filantropiche o di marketing, ma perché tali pratiche hanno senso ai fini

della competitività. La CSR non dovrebbe ridursi a un esercizio di pubbliche relazioni, ma al contrario indurre le imprese a riconsiderare e riorganizzare le proprie attività di base per garantire una gestione socialmente responsabile dei rischi e dei cambiamenti. La CSR consente allo stesso tempo una migliore gestione dei rischi sociali e ambientali, è uno strumento per la gestione della qualità totale che fornisce alle imprese un quadro chiaro del proprio impatto sociale e ambientale e le aiuta a gestirlo adeguatamente. La responsabilità sociale delle imprese si inserisce inoltre nel contesto più ampio del nuovo approccio al governo societario che porta a considerare un numero maggiore di problemi e di interlocutori. La CSR non è un fenomeno nuovo. Il rapporto tra imprese e società si è manifestato in forme diverse nel corso del tempo, dal paternalismo del XIX secolo all'odierno impegno delle imprese ad assumersi nuove responsabilità sociali. Un tratto comune alle diverse forme assunte nel tempo dalla CSR consiste tuttavia in una certa complementarità tra governi, imprese e organizzazioni sociali per quanto concerne l'approccio ai problemi della società. Ciò che distingue la concezione attuale di responsabilità sociale delle imprese dalle iniziative del passato è il tentativo di gestirla strategicamente e di elaborare strumenti appropriati in tal senso. Si tratta di un approccio che colloca le aspettative delle parti interessate e il principio del miglioramento e dell'innovazione costante al centro della strategia dell'impresa. Nel contesto attuale conoscenza e innovazione rappresentano una priorità per le imprese e pratiche socialmente responsabili possono aiutarle ad assumere e a trattenere personale qualificato.

La CSR nelle piccole e medie imprese

Sebbene la CSR sia oggetto di dibattiti pubblici in tutta l'Europa, la principale sfida da affrontare consiste ancora nel promuovere l'effettiva adozione di un approccio socialmente responsabile da parte delle imprese, in particolare le PMI. Le indagini indicano che la mancanza di consapevolezza rappresenta il principale ostacolo alla promozione della CSR, soprattutto per quanto concerne l'importanza e i benefici apportati dalla CSR ad ogni impresa. Al fine di sensibilizzare le imprese occorre affrontare numerosi problemi. Non si dispone di conoscenze sufficienti sull'interesse commerciale, gli ostacoli e gli elementi a favore della CSR e una raccolta di dati precisi al riguardo potrebbe significativamente contribuire a favorire l'adozione della CSR da parte delle imprese. Soprattutto le piccole e medie imprese (PMI) vanno maggiormente informate in merito ai potenziali benefici di pratiche socialmente responsabili. La Commissione promuove inoltre l'analisi e la diffusione di informazioni sulle buone prassi in materia di CSR a livello di parti sociali, reti di imprese e associazioni di categoria. La CSR è definita volontaria, ma per essere credibile ed efficace richiede analisi e valutazioni. La valutazione dei risultati relativi alla CSR aiuta le imprese a migliorare le proprie prassi e comportamenti e facilita un'analisi comparativa efficace e credibile del loro impatto sociale e ambientale. La trasparenza in merito ai risultati di un approccio socialmente responsabile consente inoltre alle parti interessate di valutare in che misura le imprese rispondono alle loro aspettative. Per garantire che la CSR contribuisca allo sviluppo sostenibile sia sul mercato sia per quanto concerne le politiche pubbliche, è necessario ricorrere a un'analisi comparata che ne riprenda i fattori, ossia competitività, coesione sociale e protezione ambientale. In caso contrario si rischierebbe di promuovere pratiche e comportamenti inefficaci. Poiché la trasparenza è diventata un elemento centrale del dibattito sulla CSR, nel corso dell'ultimo decennio questa tendenza ha condotto a un incremento di codici di condotta, relazioni, etichette, premi, indici e altri fondi. Per consumatori e investitori la CSR è diventata parte del mercato. Come tutte le

informazioni relative al mercato, anche le affermazioni sui vantaggi della CSR vanno debitamente giustificate. Se i singoli consumatori o investitori non sono in grado di verificare le informazioni che vengono loro fornite, le autorità pubbliche dovranno stabilire condizioni concorrenziali omogenee per proteggerli da pratiche sleali.

CSR e autorità pubbliche

La CSR sta inoltre diventando oggetto di interesse per le autorità pubbliche a tutti i livelli, che tendono a inserire criteri relativi alla responsabilità sociale nel contesto della regolamentazione del mercato, della concessione di sovvenzioni o incentivi fiscali e degli appalti pubblici. Nonostante le buone intenzioni dei soggetti interessati, questa tendenza comporta il rischio di introdurre nuovi ostacoli agli scambi commerciali nel mercato interno dell'Unione. Tali sviluppi sono stati oggetto di un dibattito approfondito in occasione della conferenza sulla CSR organizzata dalla Presidenza italiana dell'Unione europea il 14 novembre 2003 a Venezia. La crescente importanza della CSR a livello di mercato e di politiche pubbliche solleva un problema importante: il riconoscimento giuridico degli indici di riferimento della CSR, ossia etichette, marchi, certificati, classificazioni, ecc., e la loro progressiva convergenza nel contesto del mercato interno. A questo fine è necessario accordarsi in merito alla portata e al contenuto degli indici di riferimento della CSR (quali sono gli aspetti valutati in base a tali indici), ai processi di analisi comparativa (come vengono misurati i risultati) e alle procedure di certificazione (quali sono le competenze e le capacità necessarie a un'adeguata misurazione dei risultati della CSR). In rapporto alla convergenza degli indici di riferimento della CSR si stanno sviluppando diverse iniziative che costituiscono un utile punto di partenza per elaborare soluzioni in risposta a queste sfide. La Commissione ha pertanto istituito un Forum europeo multilaterale sulla CSR, che ha lo scopo di facilitare lo scambio di esperienze e buone prassi con l'intento di definire orientamenti comuni in materia di strumenti della CSR, quali codici di condotta, relazioni, etichette e investimenti socialmente responsabili. Il Forum riunisce imprese, sindacati e società civile. La Commissione ritiene che il successo della CSR in Europa dipenderà in ultima analisi dalla volontà dei soggetti interessati di fare propri i suoi principi, sentendosi in diritto di esprimere la propria opinione sulle modalità in cui vengono elaborati e applicati. In quanto strumento dello sviluppo sostenibile, la CSR può essere applicata a un contesto più ampio che comprende tutte le politiche, in particolare l'occupazione, le questioni sociali, le imprese, l'ambiente, lo sviluppo, il commercio, ecc. I governi nazionali stanno adottando varie iniziative volte a promuovere la CSR nelle proprie politiche e la Commissione agevola lo scambio di informazioni sulle politiche nazionali a favore della CSR. La Commissione si è inoltre impegnata a integrare i principi della CSR in tutte le proprie politiche e all'inizio del 2005 pubblicherà una relazione sui progressi compiuti. La CSR, uno strumento per la gestione delle imprese, rappresenta anche un fattore politico determinante per l'Unione europea nel perseguimento degli obiettivi adottati a Lisbona dal vertice europeo del marzo 2000, relativi a posti di lavoro migliori, a una società migliore e a un mondo migliore.

Copyright e Link veloci

Copyright © 1995 - 2007 Camera di Commercio di Milano. Partita IVA 04917150155. Tutti i diritti riservati

Le imprese: Etica e Responsabilità sociale d'impresa:

La responsabilità sociale dell'impresa (RSI) è ormai argomento molto dibattuto; in Italia e nel resto d'Europa ci si è avvicinati, seppur con approcci spesso anche radicalmente diversi, a un tema già molto in voga nei paesi anglosassoni. Le imprese, sempre più globalizzate, sono di fatto poco regolamentate nelle loro strategie mondiali dalle legislazioni nazionali. Problemi sociali di importanza colossale sono molto spesso collegati alla nuova divisione mondiale del lavoro e ai metodi correnti di produzione per l'esportazione: l'estrema mobilità delle imprese del settore manifatturiero ha creato una durissima concorrenza a livello mondiale che in molte nazioni produce una "corsa verso il basso" per quanto riguarda diritti dei lavoratori, salari, orari e condizioni di lavoro. Fenomeni come il lavoro infantile e in schiavitù non sono in diminuzione e si annidano in molti settori.

Chi si ricorda più della motivazione del personale e dell'orgoglio di appartenenza? Forse sono concetti ritenuti superati dai guru della consulenza, ma in un settore che vede al centro dell'attività il lavoratore professionale, unico vero fattore della produzione, occorre porre grande attenzione a questa inderogabile risorsa.

In una recente **ricerca sul tema dell'etica** è emerso che il 58% dei cittadini europei (64% in Italia) ritiene che il mondo economico non dedichi sufficiente attenzione alla responsabilità sociale e tra questi cittadini il 25% (20% in Italia) considera molto importante nella scelta dei propri acquisti l'impegno e la **responsabilità sociale** dell'azienda produttrice e il 44% (16% in Italia) è disposto a riconoscere un valore maggiore a questi prodotti, accettando un prezzo più alto. Esiste, dunque, una vera e propria **domanda di etica**, che inevitabilmente genera il suo mercato e crea i suoi strumenti.

La società civile è da tempo impegnata per fare in modo che la produzione estera controllata direttamente o indirettamente dalle aziende europee avvenga nel pieno rispetto dei diritti fondamentali della persona e delle comunità locali e garantisca il rispetto e la protezione dell'ambiente, andando oltre l'inconsistenza dell'approccio che lega l'etica alla beneficenza anziché al rispetto dei diritti. Anche i più recenti documenti della **Sottocommissione ONU** sui diritti umani riconoscono la necessità di un quadro giuridico vincolante per i comportamenti delle imprese in tutto il mondo. I consumatori e i piccoli risparmiatori hanno scoperto in maniera sempre più cosciente e organizzata l'efficacia del potere che hanno di indirizzare il mercato e, quindi, anche della responsabilità di usarlo e associazioni di consumatori sono state create non solo o non tanto per difendere i diritti dei consumatori, ma per contribuire alla risoluzione dei problemi mondiali, in particolare di quanto compete al comportamento delle grandi imprese. In quest'ottica, la responsabilità sociale viene posta in relazione con i comportamenti dei singoli, persone o organizzazioni.

Come nasce

Nella seconda metà degli anni '90, all'indomani del **Summit di Rio** (1992) e della stesura della Agenda 21, le Nazioni Unite invitarono le grandi imprese multinazionali a definire accordi commerciali che contemplassero e tutelassero i diritti umani di base, quelli dei lavoratori e il rispetto dell'ambiente. Si intendeva, con questo, non solo la creazione di una

piattaforma contrattuale equa ed ecologica ma anche l'avvento di un preciso impegno verso il mondo, la società umana globalizzata e l'ambiente che andava oltre la regolamentazione dei comportamenti. Il termine adottato fu quello di **Corporate Social Responsibility (CSR)**, che in italiano diventa **Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)**, dove al termine "responsabilità" va attribuito, meglio, il significato di "consapevolezza".

Molte aziende firmarono accordi con i partner commerciali, dai principali clienti e fornitori ai subappaltatori di attività di servizio, affinché fossero garantiti degli standard etici minimi (rifiuto del lavoro minorile e delle condizioni di sfruttamento umano, pari opportunità, etc). Fra i primi settori ad essere normati in tal senso, in Europa, il settore tessile che, per mezzo dell'associazione EURATEX, rappresentante europea di categoria, firmò un accordo sindacale in cui venivano garantiti i diritti sopra citati.

L'**Unione Europea** iniziò ad elaborare una strategia di coinvolgimento delle aziende nel progetto RSI già a partire dal 1997: venne costituito, infatti, un organo di consulenza dedicato e nel luglio 2001 venne pubblicato il **Libro Verde** sulla Responsabilità Sociale d'Impresa, un documento destinato specificamente all'apertura del dibattito a livello europeo su tale materia.

Il Libro Verde fornisce le coordinate in base alle quali si intende muovere l'Unione Europea e dà già una prima definizione provvisoria di RSI: un'adesione volontaria ad un insieme di norme comportamentali volte al miglioramento della società in generale e a partire dalla dimensione interna dell'azienda. Si individuano come stakeholder, ovvero referenti della RSI, cioè "portatori di interesse" tutti i cittadini - nessuno escluso - che siano in qualche maniera toccati o implicati nelle azioni dell'azienda. In seguito al dibattito scaturito dall'uscita del Libro Verde, l'Unione Europea ha inoltre indetto un giro di consultazione a livello dei singoli paesi membri con l'obiettivo di precisi impegni da parte dei governi e attraverso importanti dibattiti. La tappa italiana che si è tenuta a Milano il 10 febbraio 2002, presso Assolombarda, è stata significativa dal punto di vista del futuro del nostro paese in merito alla RSI. Il Governo ha preso infatti la decisione di preparare un profilo di standard legali per cui un'azienda si può definire Socialmente Responsabile. Si intende con questo che, per definirsi tale, l'azienda dovrà farsi certificare.

Un passo significativo è stato compiuto nell'agosto 2003 dalla Sottocommissione delle Nazioni Unite per la Promozione e la Protezione dei Diritti Umani, quando ha approvato le Norme delle Nazioni Unite sulla Responsabilità delle Imprese Transnazionali ed Altre Imprese Riguardo ai Diritti Umani. Per la prima volta, in questo testo, si affronta il tema della responsabilità sociale delle imprese sul piano del diritto internazionale. Le Norme costituiscono una dichiarazione autorevole e completa sulla responsabilità delle imprese in relazione ai diritti umani. Evidenziano buone prassi e diverse modalità di monitoraggio ed attuazione. Le Norme sono sinonimo di chiarezza e credibilità rispetto a molti codici volontari che troppo spesso non hanno legittimazione internazionale e sono meno dettagliati riguardo alle problematiche dei diritti umani.

A conferma dell'impegno dedicato dal suo Ministero alla diffusione della cultura della RSI, il Ministro Maroni ha inserito questo tema tra le priorità del semestre di Presidenza italiana dell'Unione Europea. e si è fatto promotore di una proposta concreta che è stata presentata a

Venezia il 14 novembre 2003 in occasione della **Terza Conferenza Europea sulla Corporate Social Responsibility**.

La proposta, meglio nota come Progetto CSR-SC, consiste nello sviluppo di linee guida e criteri condivisi per la valutazione, la rendicontazione e la verifica delle pratiche di RSI.

Nel corso del Consiglio dei Ministri del Lavoro e delle Politiche Sociali dell'Unione Europea, il Ministro Maroni ha presentato una dichiarazione scritta della Presidenza italiana sulla CSR (Brussels, 1 dicembre 2003) Dichiarazione della Presidenza italiana su CSR Il 09/06/2004 il Ministro Maroni ha sottoscritto con Assolombarda il protocollo d'intesa su CSR.

Cos'e'

Per chi siede nei Consigli di Amministrazione, la Responsabilità Sociale è un importante strumento di governo dell'impresa, che migliora performance finanziarie, processi di coesione interna, gestione operativa.

Per il marketing è una nuova via al posizionamento dei prodotti e del marchio.

Per i cittadini e i consumatori la Responsabilità Sociale d'Impresa è valore.

I vantaggi

Le aziende si stanno orientando alla CSR:

- per convenienza economica (domanda del mercato)
- per convinzione profonda
- per moda
- per invito del governo

In un clima di collaborazione i vantaggi sono evidenti per tutti. Sul piano della gestione delle risorse umane i rapporti sono improntati al confronto, alla partecipazione e alla trasparenza.

La responsabilità sociale d'impresa costituisce un elemento di stabilità interna e insieme un fattore di competitività.

Definizioni

RSI

Al concetto di **Responsabilità Sociale d'Impresa** non corrisponde ancora una univoca definizione "ufficiale". Si parla, con significato affine, di "etica di impresa", di "cittadinanza aziendale" (corporate citizenship), di "sviluppo sostenibile", di "sviluppo durevole".

Tutti questi concetti sembrano comunque ruotare attorno ad una logica comune, che risponde ai criteri del cosiddetto "triplice approccio" (TBL - Triple Bottom Line): per

valutare le prestazioni globali di un'impresa si fa riferimento all'insieme degli aspetti **economici**, di **tutela ambientale** e di **contributo sociale**.

Secondo la Commissione Europea la responsabilità sociale d'impresa è "l'integrazione volontaria da parte delle imprese delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro attività commerciali e nelle loro relazioni con le parti interessate (stakeholder)". Nel Libro Verde è specificato che essere socialmente responsabili vuol dire "non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili, ma anche andare al di là investendo di più nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate".

Questa definizione sembra superata sia dallo stesso Parlamento europeo sia dalle recenti norme delle Nazioni Unite sulla responsabilità delle imprese nei confronti dei diritti umani, che parlano di "obbligo di promuovere, rispettare, garantire il rispetto e proteggere i diritti umani riconosciuti dal diritto internazionale" da parte delle compagnie transnazionali e delle altre imprese.

Secondo le associazioni che, nel maggio 2003, hanno dato vita alla campagna "meno beneficenza più diritti", la RSI consiste nel fare in modo che tutte le attività aziendali, controllate direttamente o indirettamente, si svolgano nel pieno rispetto dei diritti fondamentali della persona e delle comunità in cui operano e garantiscano la protezione dell'ambiente in tutto il mondo.

Stakeholder

Sono i referenti della RSI, tutti i cittadini - nessuno escluso - che siano in qualche maniera toccati o implicati nelle azioni dell'azienda, cioè "portatori di interessi".

I soggetti coinvolti

I soggetti coinvolti nel concetto di gestione socialmente responsabile d'impresa sono tutti i "portatori d'interesse" che, se distinti per gruppi, sono così individuati:

- Risorse umane (dipendenti) e loro rappresentanti (sindacati)
- Soci/Azionisti e Comunità finanziaria
- Clienti
- Fornitori
- Partner finanziari
- Stato, Enti locali, e Pubblica amministrazione
- Comunità
- Ambiente

Indicatori di "agire etico"

Sono considerati indicatori di agire etico:

- l'attivazione di pratiche e strumenti finalizzati ad instaurare un rapporto con l'insieme dei cosiddetti stakeholder, basato sulla fiducia, la correttezza e la trasparenza;

- un atteggiamento sempre più attento alle risorse umane impiegate (rispetto dei diritti e della dignità dei lavoratori, assenza di forme di discriminazioni sessuali, religiose e razziali, tutela della salute, promozione delle risorse umane e del capitale intellettuale e umano interno all'azienda);
- il rispetto dell'ambiente e dei diritti umani;
- l'impegno diretto in iniziative finalizzate a contribuire al miglioramento della società e alla tutela dell'ambiente (investimento nella cultura, nella ricerca, nella tutela della salute, in iniziative di solidarietà, etc.).

Gli strumenti per gestire la CSR

- Strumenti strategici:
 - Carta/manifesto dei valori
 - Codice etico
- Strumenti operativi di relazione:
 - Relazioni, dialogo e coinvolgimento con gli stakeholder
 - Documento di rendicontazione: Bilancio / relazione sociale
- Strumenti operativi di supporto:
 - Sistema informativo
 - Filigrana ed indicatori di performance
 - Training al personale su RSI
 - Gestione del patrimonio intellettuale
 - Utilizzo di altri standard di qualità
- Strumenti accessori:
 - Social audit e social rating
 - Individuazione di iniziative di responsabilità sociale
 - Comitato etico

SA 8000

Nell'era della globalizzazione economica orientata al profitto, si è definito lo standard SA8000 con lo scopo di concentrarsi sui temi sociali e ambientali legati ai diritti dei lavoratori, ma non solo.

I principi fondanti che ne stanno alla base sono il divieto di utilizzo del lavoro infantile e forzato, la tutela della salute e della sicurezza, la libertà di associazione sindacale, il divieto di discriminazioni di qualsiasi genere, il divieto di procedure disciplinari illegali, la garanzia di un giusto orario di lavoro, un giusto salario, l'introduzione di un sistema di gestione sociale.

La "mission" SA 8000 si esplicita nei seguenti punti:

- migliorare globalmente le condizioni di lavoro
- fornire una norma universale per tutti i mercati e le nazioni
- lavorare in parallelo con le organizzazioni del lavoro e per i diritti umani a livello mondiale
- fornire un incentivo che dia beneficio al mercato e ai consumatori

Importanti novità introdotte nel 2001 sono:

- estensione al lavoro a domicilio (homeworkers)
- introduzione dell'età anagrafica come elemento discriminante
- estensione ai sub-contractors (estensione a tutti i fornitori lungo la filiera).

Sono escluse dall'applicazione della norma le aziende estrattive.

Le Norme SA 8000 (Social Accountability 8000) furono introdotte nel 1997 dal SAI (Social Accountability International), ex CEPAA (Council of Economical Priorities Accreditation Agency) ed emanazione del CEP (Council of Economic Priorities), istituto pubblico di ricerca e servizio con sede negli Stati Uniti e in Gran Bretagna, fondato nel 1969. Esse costituiscono il mezzo per fornire agli investitori e ai consumatori informazioni esatte per analizzare la linea di condotta e le prestazioni sociali delle aziende.

Si tratta di uno standard riconoscibile a livello internazionale e quindi verificabile sia per i consumatori che per le imprese. Per le aziende sono diversi gli input all'ottenimento della certificazione: dalla credibilità e affidabilità dell'organizzazione, alla fiducia da parte dei consumatori e delle organizzazioni sociali, alla riduzione dei rischi sul luogo di lavoro. Inoltre la certificazione è una norma "flessibile" che può essere utilizzata in ogni settore produttivo ed in ogni parte del mondo, quindi una volta adottata l'azienda ha uno strumento in più per autocontrollarsi e valutare i propri fornitori.

Nel mondo sono 354 le imprese certificate SA 8000; il nostro Paese detiene il primato mondiale con 75 aziende certificate sulle 123 in totale del vecchio continente ed è seguito a livello mondiale dal Brasile con 50. Negli Stati Uniti si contano appena 2 certificazioni.

Indagine “Responsabilità sociale d’impresa: i risultati di un’indagine nel sistema Confindustria”, Confindustria - Commissione Cultura, 2006.

Nel 2006 è stato pubblicato lo studio “Responsabilità sociale d’impresa: i risultati di un’indagine nel sistema Confindustria”, curato dalla Commissione Cultura di Confindustria. L’indagine è stata lanciata all’interno dell’insieme associativo di Confindustria, per conoscere come la RSI, Responsabilità Sociale d’Impresa, sia recepita, attuata e diffusa e quali esigenze fossero reclamate dalle rispettive aziende.

Questo primo censimento, puramente conoscitivo, è stato proposto nel novembre 2005 e nel febbraio 2006, avvalendosi di un questionario on-line, composto da 15 domande, elaborato automaticamente, veicolato con il sito di Confindustria e inviato ad ciascuna delle 259 organizzazioni confederate, rispondendo solo 55 e non tutte le attive sulla RSI.

Da un’analisi sintetica dei dati emerge che, nella compagine confindustriale, il tema della RSI è sostanzialmente vissuto come nuovo, compreso e interpretato appieno da poche imprese e comunque inteso in una prospettiva limitata, riguardante le problematiche più tradizionali come le relazioni industriali, la sicurezza, l’ambiente, riscontrandosi tuttavia un significativo interesse e volontà di approfondimento dell’argomento. Si evidenzia infine come il compimento di buone pratiche aziendali rappresenti lo strumento principe per diffondere la RSI presso le aziende, rinforzando conseguentemente la cultura dell’impresa e migliorando la percezione del ruolo dell’azienda da parte della società. Rileva infine la potenziale funzione proattiva di Confindustria, riguardo la RSI, concernente la sua espansione e la vigilanza sulla sua corretta valutazione, mediante linee guida di sistema, informative e analitiche, che permettano ad ogni impresa di operare volontariamente in un contesto di certezza, **grazie ad un costante monitoraggio sull’evoluzione della responsabilità sociale nelle imprese, favorito dal ricorrente partecipazione nei tavoli di lavoro, italiani ed europei, di rappresentanti confindustriali su tali tematiche.**

UN TAVOLO PER LA RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA: IL PENSIERO DEL PROFESSOR SACCONI DIRETTORE DEL CENTRO PER LA RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA

Più di trenta anni di pensiero economico che si incrocia con l'etica filosofica, le scienze sociali e cognitive, il management e l'analisi economica del diritto, hanno diffuso il concetto di responsabilità sociale delle imprese (Csr, corporate social responsibility). La Csr si può definire come un modello di governo dell'impresa basato su relazioni cooperative ed eque con gli stakeholder. Per affermare una cultura della Csr, occorre fissare criteri di qualità per l'insegnamento, la ricerca e per i modelli e gli strumenti di intervento, "far fiorire" idee che ispirino sistemi di gestione per imprese, organizzazioni e istituzioni. A fine novembre 2004 è nato un Centro interuniversitario per l'etica economica e la responsabilità sociale d'impresa, a cui oggi aderiscono una ventina di università in cui Direttore è **Lorenzo Sacconi**, docente di politica economica all'Università di Trento e titolare della cattedra di etica economica e Csr presso la stessa università.

Una delle caratteristiche della CSR è **la dimensione volontaria**, in cui comunque vale la regola che essa non può essere un concetto opportunistico, da utilizzare quando e come si vuole. In pratica, la Csr è una modalità di governance aziendale basata sull'autoregolamentazione.

Uno dei modi di misurazione della riuscita di una strategia di CSR è **legato alla rendicontazione sociale, che misura molte grandezze del risultato sociale dell'impresa. Si contano anche misure prettamente contabili, come la distribuzione del valore aggiunto tra gli stakeholder. Ci sono altri criteri, come la riduzione dell'impatto ambientale, la riduzione della litigiosità della conflittualità in azienda, ecc. Però, il vero punto** in cui si può misurare quanto e come la responsabilità sociale incide sul valore dell'impresa, compreso il valore di mercato, è **l'aumento della reputazione legato al rispetto di impegni di responsabilità sociale. Impegni che l'impresa introduce nel suo sistema di gestione con un codice etico e una visione, con determinate politiche messe in atto in determinati settori, dal personale, all'ambiente, dai rapporti coi fornitori, a quelli con la comunità circostante.**

È previsto un tavolo di concertazione, che favorisca il dialogo fra istituzioni, imprese e stakeholder, nel quale il governo svolge una funzione di supporto, che, attraverso un dialogo dal basso, metta a punto uno standard per la gestione socialmente responsabile dell'impresa. Una volta definito lo standard spetta alla singola impresa la decisione di farlo proprio, applicarlo, farlo certificare. Occorre creare dei vantaggi tangibili per le imprese socialmente responsabili, attraverso il meccanismo della certificazione, offrire loro vantaggi di reputazione, di fiducia. O, altro esempio, fare in modo che, a parità di costi, la pubblica amministrazione privilegi nelle attività di acquisto le imprese più rispondenti ai requisiti della Csr. Un altro potente incentivo potrà derivare in futuro dall'espansione della finanza etica.

Cecilia Donaggio, sottosegretario alla solidarietà sociale con delega alla Csr, ha recentemente esplicitato alcuni programmi del governo sulla Csr. L'aspetto più

qualificante è quello di collegare la responsabilità sociale alle politiche per il rilancio della competitività e la riqualificazione del tessuto produttivo delle imprese, soprattutto piccole e medie, e alla loro crescita dimensionale. Il modello che supporta il cambiamento è, appunto, quello della responsabilità sociale, anche nel caso di ristrutturazioni societarie e di riconversioni di aree produttive.