

# **PER UNA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA CHE SIA ELEMENTO STRUTTURALE DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE**

## **PREMESSA**

Per la prima volta quest'anno la responsabilità sociale in Italia diventa un tema diffuso di dibattito nel mondo delle imprese e oggetto d'interesse delle Istituzioni Politiche. La presenza tra le priorità della Presidenza Italiana alla Commissione Europea è a questo proposito un elemento importante. Il progetto Social Commitment del Ministero del Welfare rischia, d'altro canto, di essere poco incisivo a livello locale e globale, nel tentativo di venire incontro a posizioni conservatrici espresse da alcuni stakeholder. Al fine di valorizzare una riflessione che da alcuni anni si è sviluppata nel nostro paese e le buone prassi che alcune aziende italiane hanno realizzato, diventando in alcuni casi modelli riconosciuti a livello internazionale, intendiamo con questo documento contribuire al dibattito nazionale ed europeo per non perdere il valore ad oggi creato.

## **LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE COME TRATTO DISTINTIVO DEL MODELLO DI SVILUPPO EUROPEO**

L'importanza per l'economia europea di avere imprese socialmente responsabili nasce e si consolida in virtù di due elementi chiave: l'affermazione della competitività del sistema Europa, modello alternativo al capitalismo liberista americano, basato sugli assi della coesione sociale e della conoscenza (Deloors, 1993) e la convinzione politica che la responsabilità sociale delle imprese sia "intrinsecamente connessa con il concetto di sviluppo durevole"<sup>1</sup> al quale la Comunità Europea vuole ispirarsi nelle sue scelte politiche e gestionali (Carta dei diritti fondamentali dell'Unione Europea", 2000). L'impresa socialmente responsabile è un'impresa che considera nella definizione della propria strategia, nella declinazione delle politiche e nei comportamenti di gestione quotidiani gli interessi di tutti i suoi stakeholder e gli impatti che il suo operato può avere sia a livello economico, che sociale ed ambientale.

Come già emerso in sedi comunitarie la responsabilità sociale delle imprese ha una valida tradizione di esperienze in Europa: imprese di ogni dimensione sono in grado di raggiungere un equilibrio strategico tra gli interessi economici, le aspettative della società e le necessità ambientali. (Likanenn). E' in questa cornice che si intende promuovere la responsabilità sociale delle imprese.

La Commissione stessa infatti sottolinea come la responsabilità sociale non sia un elemento addizionale alle attività fondamentali delle imprese, bensì correlato con il tipo di gestione stesso delle imprese<sup>2</sup>.

La responsabilità sociale delle imprese è una parte fondante di un modello di sviluppo economico sostenibile che si basa sullo sviluppo della conoscenza, sul rispetto dell'ambiente e su obiettivi di sempre maggiore coesione sociale.

Questi sono i principi che i Paesi dell'Unione Europea hanno fatto propri per definire le linee di indirizzo per il futuro

L'adozione di comportamenti socialmente responsabili comporta l'adesione a valori che debbono necessariamente essere condivisi a livello sia locale che globale con la comunità, rifacendosi a quanto dichiarato nelle convenzioni internazionali come a titolo esemplificativo International Labour Organization (Organizzazione Internazionale per la Tutela dei Diritti dei Lavoratori), nella Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo e nella Convenzione ONU sui Diritti del Bambino.

---

<sup>1</sup> COM (2002) 347

<sup>2</sup> COM (2002) 347

Dunque il tema della responsabilità sociale oltre che un fatto etico soggettivo è un tema che qualifica le linee di sviluppo economico e che contribuisce a promuovere lo sviluppo sostenibile secondo una concezione più coerente con gli indirizzi internazionali e con la stessa cultura europea del ruolo della impresa nella società.

#### **ALCUNI ULTERIORI REQUISITI PER UNA POLITICA DI SVILUPPO DEI PROGRAMMI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE**

La responsabilità sociale delle imprese si basa su alcuni presupposti di base che dovrebbero essere condivisi sia dai promotori di specifiche politiche pubbliche che da coloro che all'interno delle organizzazioni decidono di adottare tale logica nei loro processi decisionali e gestionali:

- L'impresa opera in un **ambiente**, tale ambiente è popolato da diversi stakeholder e esprime un'etica dominante, cui fanno riferimento valori e giudizi (Beck & Cowan), la sostenibilità nel tempo dell'impresa dipenderà in modo significativo dalla capacità di adottare ed esprimere tali valori
- Nella modalità con cui l'impresa produce il suo **valore** economico stanno acquisendo sempre più importanza caratteristiche estranee al prodotto stesso ma legate alla **reputazione** dell'impresa e al patto fiduciario che si instaura tra l'organizzazione e i suoi principali interlocutori
- I nuovi modelli di consumo tendono sempre di più a trasformarsi da atti d'acquisto ad atti di noleggio, per questo la **fiducia** verso il soggetto produttore diventa un elemento chiave per la scelta (Riftkin)

Tali presupposti motivano e supportano l'adozione di politiche socialmente responsabili che devono poi declinarsi in un **percorso** globale complessivo che comporti:

- l'adozione dei valori condivisi dall'organizzazione come valori guida nelle scelte strategiche e gestionali;
- la contemperazione dei propri interessi con gli interessi dei suoi stakeholder nella definizione delle politiche imprenditoriali;
- l'attenzione, nel proprio processo caratteristico, a tutti gli impatti economici/sociali ed ambientali che la sua attività può generare “integrando preoccupazioni sociali e ecologiche nelle operazioni aziendali e nelle interazioni con gli stakeholder”<sup>3</sup>;
- la valorizzazione del rapporto con la comunità locale, attraverso l'adozione di partnership con la pubblica amministrazione e la società civile nonché la promozione di un modello a rete che stimoli al confronto e al miglioramento continuo;
- l'adozione di modalità di comunicazione esaustive e trasparenti, che garantiscano agli stakeholder le informazioni necessarie per una valutazione critica e consapevole.

In particolare i primi tre elementi considerati riguardano la **modalità** con cui si produce il valore che è la condizione necessaria per essere socialmente responsabile, laddove non esistono condizioni sufficienti.

Il quarto e quinto elemento diventano viceversa elementi chiave per la competitività dell'impresa in un mercato che sempre più dovrà rispondere ai nuovi criteri di scelta di clienti (singoli, aggregati, pubblici) consapevoli.

Ma proprio in quanto elemento di competitività non può che essere un elemento **volontario**.

---

<sup>3</sup> Libro verde Commissione Europea (2001)

## **RESPONSABILITÀ SOCIALE DI IMPRESA COME IMPEGNO E PERCORSO NON SOLO RICONOSCIMENTO DI AZIONI ISOLATE**

Che cosa significa responsabilità sociale delle imprese e più in generale dei soggetti che operano nel campo economico?

“La responsabilità sociale è l'integrazione volontaria delle preoccupazioni e visioni sociali ed ecologiche da parte delle imprese nelle loro attività e nei rapporti con le parti interessate (stakeholder)”

Una impresa socialmente responsabile ha come principali punti di riferimento:

1. le risorse umane in genere e i propri lavoratori
2. i soci, gli azionisti la comunità finanziaria
3. i clienti/utenti
4. i fornitori
5. i partner
6. lo Stato, gli enti locali e la PA in genere
7. la comunità nel suo complesso.

Tutti questi referenti sono stakeholder dell'impresa e nel loro insieme rappresentano interlocutori ognuno indispensabile per riconoscere la responsabilità sociale dell'impresa. Non è dunque possibile definire la responsabilità sociale di una impresa solo facendo riferimento ad uno solo dei punti indicati.

Come si esprime la responsabilità sociale?

E' evidente che il tema è complesso e per questo si tratta di un percorso che in parte è collegato a specifiche normative di riferimento, ma più in generale è un percorso di carattere volontario che le imprese possono intraprendere al fine di agire come soggetto economico socialmente responsabile.

La natura volontaria di assumere un modo di fare impresa socialmente responsabile richiede un approccio non autoreferenziale da parte delle imprese, ciò significa la necessità di un coinvolgimento di tutti gli attori interessati attraverso metodologie riconosciute, testate e riproducibili.

## **TRASPARENZA E APERTURA COME CONDIZIONI DI MINIMA**

E dunque necessario definire e riconoscere strumenti propri della responsabilità sociale. Tali strumenti, per essere efficaci, devono godere di credibilità e trasparenza.

In questo senso è auspicabile un sempre maggiore confronto di merito sugli strumenti esistenti, sulle metodologie di applicazione, sulle esperienze già realizzate in piena sintonia con gli obiettivi posti dalla Unione Europea

Deve essere obiettivo comune il riconoscimento di strumenti e modalità applicative convergenti a livello europeo ed in grado di dare alle imprese effettiva riconoscibilità internazionale del valore non solo sociale ma anche di competitività economica della propria responsabilità sociale.

La responsabilità sociale è dunque un onere/dovere sociale o morale delle imprese?

E' evidente che ogni soggetto è spinto da motivazioni etiche soggettive, ma nella competizione attuale la responsabilità sociale deve trovare un riscontro premiante anche nella comunità economica e delle politiche pubbliche.

L'impegno delle imprese in campo sociale è un fatto auspicabile e importante, ma non corrisponde ad una responsabilità sociale delle imprese che deve invece essere riconosciuta secondo i principi sopra indicati e già condivisi in sedi internazionali ed in particolare in ambito Comunitario.

## LA SOCIETA' CIVILE TRA GLI ATTORI CHIAVE DEL PROCESSO

In questo contesto la società civile entra in gioco sia come fondamento della sovranità, nel definire il quadro normativo, sia come soggetto che rivendica un'azione sempre più diretta, utilizzando la consapevolezza dei suoi comportamenti.

Per ciò che riguarda l'adozione volontaria di strumenti di controllo e gestione, è necessario che questi prevedano controlli esterni e rispondano alla logica della trasparenza.

Questi due elementi sono fondamentali affinché la società civile possa esercitare il suo ruolo di selezione delle aziende in base ai criteri minimi di responsabilità sociale che la comunità ha stabilito. Oggi il consumatore ha diritto di voto, ma per esprimere tale diritto, ha bisogno di una corretta e completa informazione e di un "programma elettorale" credibile.

## CSR E AGENDA 21 LOCALE

La pubblica amministrazione in particolare l'ente locale, rappresenta uno dei principali attori di promozione della responsabilità sociale di impresa.

Il ruolo svolto dalla pubblica amministrazione non è solo di natura normativa ma di catalizzatore di sviluppo e indirizzo strategico della comunità per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile sottoscritti a livello locale e internazionale.

Leadership efficace e sostegno a programmi per la comunità si basano su processi in grado di garantire dialogo, trasparenza non solo delle modalità decisionali ma anche degli effetti attesi. Questo perché è solo su tali effetti, sociali e ambientali, oltre che economici, che l'amministratore pubblico propone opzioni e strumenti efficaci e costruisce la propria capacità istituzionale di scelta e indirizzo.

Una interpretazione della responsabilità sociale basata su questi principi permette alla pubblica amministrazione di maturare accordi con i diversi attori sulla base di impegni per un miglioramento convenuto in relazione ai risultati sociali attesi, e non sulla base di scambi solo di natura economica.

Vi è dunque una stretta e innovativa relazione tra sviluppo sostenibile locale e CSR: l'amministrazione si ispira ai principi di *good governance* e dello sviluppo sostenibile nella sua variabile sociale e ambientale deve concepire programmi specifici per la promozione di una corretta idea di CSR.

In particolare gli enti che hanno attivato i processi di Agenda 21 locale e di rendicontazione sociale e ambientale coerentemente con i principi contenuti nella carta di Aalborg, al capitolo 28 dell'Agenda 21 del Summit ONU di Rio de Janeiro, nella dichiarazione dei governi locali al summit sullo sviluppo sostenibile di Johannesburg del 2002, si impegnano nella diffusione di una cultura del dialogo e della trasparenza e delle condizioni affinché queste siano riconosciute, promosse e garantite da tutti.

Questo spesso significa operativamente promuovere sul territorio una idea di CSR più correlata ai principi e agli strumenti gestionali dello sviluppo sostenibile e della *good governance*

In tal senso l'impegno e la promozione di programmi di CSR è anche un modo per combattere povertà, esclusione e degrado ambientale a livello più globale.

## CONCLUSIONI

**QUINDI**, le nostre valutazioni in merito al confronto sui temi della responsabilità sociale che si sta sviluppando anche nel nostro Paese, ai punti che verranno dibattuti in occasione del semestre di presidenza UE italiana e alla proposta del ministero del Welfare sono le seguenti:

- confrontarsi sulla base di una chiara interpretazione della responsabilità sociale che sia coerente con le indicazioni sopra esposte;
- condividere la necessità di strumenti che prevedano il controllo di un soggetto terzo indipendente per riconoscere il merito dei requisiti essenziali del comportamento socialmente responsabile, unica garanzia di trasparenza e credibilità;
- attivare un network della società civile che si faccia attore e promotore di questo processo, come strumento chiave per la valorizzazione economica di questi comportamenti;
- istituire dei nessi tra le azioni della pubblica amministrazione, dove le imprese operano abitualmente, e gli interventi del governo, per un reale sviluppo sostenibile che rappresenta la finalità ultima della promozione della responsabilità sociale che va oltre aspetti di natura etica individuale.