



I PRINCIPI DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELL'IMPRESA

UNA GUIDA EFFICACE E ATTENDIBILE PER LA REDAZIONE DEI CODICI DI CONDOTTA

La diffusione dei temi della responsabilità sociale d'impresa nella sua complessità ed ampiezza a volte rischia di creare un certo disorientamento tra gli operatori in quanto non sempre appaiono chiari i principi che devono orientarne l'attuazione.

Se dunque in una economia sociale di mercato l'impresa assume consapevolezza della sua centralità come istituzione economico-sociale, la stessa non potrà fare a meno di ricercare e fissare nella sua azione le linee guida orientate non solo a creare valore economico ma altresì in una prospettiva di coesione sociale e sviluppo sostenibile.

In questa direzione il Comitato Scientifico della Fondazione Sodalitas ha elaborato 7 "principi generali" di CSR (Corporate Social Responsibility) che costituiscono la premessa perché le imprese possano redigere codici di condotta con impegni puntuali ed adattati alle specifiche esigenze.

Questa "carta" costituisce per l'impresa un sicuro punto di riferimento per la sua autorevolezza ed ampia condivisione orientandone le scelte.

RESPONSABILITÀ E COERENZA

L'impegno principale consiste nel valutare attentamente le conseguenze prevedibili delle proprie azioni su tutti i portatori di interessi legittimi (stakeholder), assumendosene piena responsabilità, e assicurare una coerenza di comportamento rispetto ai principi enunciati.

Il termine "responsabilità" ricorre spesso nel Codice Etico di Confindustria (giugno 1991), per cui «gli imprenditori si impegnano a tener conto in ogni loro comportamento delle ricadute», riferendosi in particolare a collaboratori, clienti, fornitori, pubblica amministrazione e ambiente.

Negli ultimi anni si è ulteriormente approfondito il concetto di portatori di interessi legittimi (stakeholder), riferendosi sia alle categorie che partecipano alle attività dell'impresa, sia a quelle che ne sono influenzate. Al fine di includere i portatori di interesse è stato notevolmente ampliato il concetto stesso di Corporate Governance nei Principi OCSE 1999, definendola come «l'insieme delle relazioni tra amministratori, azionisti, dirigenti e gli altri stakeholder dell'impresa». L'apposita sezione III viene dedicata al "ruolo degli stakeholder nella Governance", sostenendo che quest'ultima dovrebbe riconoscere i diritti dei vari portatori di interesse, incoraggiando una loro attiva cooperazione nel creare ricchezza, posti di lavoro e la sostenibilità di un'impresa solida finanziariamente. Mentre nella sezione V sulle "responsabilità del consiglio di amministrazione" si afferma che il cda dovrebbe applicare alti standard etici e tenere in considerazione gli interessi degli stakeholder.

La Comunicazione della Commissione Europea 2002 "Corporate Social Responsibility, un contributo allo sviluppo sostenibile" e la Relazione Finale del European Multistakeholder Forum sulla CSR 2004, sostengono che una partnership ben strutturata tra impresa e stakeholder costruisce consenso, che il dialogo e il coinvolgimento degli stakeholder rappresenta un fattore critico di successo e aggiunge valore allo sviluppo di pratiche e strumenti CSR.

La coerenza dei comportamenti rispetto ai valori enunciati è fondamentale. Sempre secondo la Comunicazione della Commissione Europea, paragrafo 5.1, quando le imprese si dotano di Codici di Condotta, la sfida maggiore consiste in una loro applicazione efficace. Si raccomanda che i Codici «includano meccanismi per la valutazione e la verifica della



loro implementazione, e che gli stakeholder vengano consultati nella loro elaborazione ed applicazione».

INTEGRITÀ ED EQUITÀ

Attenersi sempre ad una condotta onesta, con buona fede e in maniera equa, così da assicurare a tutti i portatori di interessi un effettivo equilibrio di trattamento.

Il Codice Etico di Confindustria parla di integrità morale, di dovere di preservare la reputazione della classe imprenditoriale quale forza sociale autonoma, responsabile, eticamente corretta, e di porsi nelle diverse situazioni ai più elevati standard di comportamento senza limitarsi all'osservanza delle norme. Inoltre gli imprenditori si impegnano a comportarsi con giustizia nei confronti dei propri collaboratori, e ad assumere un atteggiamento equo e corretto nei confronti di clienti, fornitori e concorrenti.

Il principio di equità richiama poi quello di imparzialità, che fa prevalere nelle scelte e nelle relazioni dei criteri obiettivi ispirati all'efficienza e alla qualità, prendendo in adeguata considerazione i contributi e i bisogni di ciascuno.

Nella integrità di comportamenti ci sono due aspetti che meritano una apposita menzione: **il conflitto di interessi e le pratiche corruttive**. Per quanto riguarda il primo, è essenziale evitare scrupolosamente situazioni di "conflitto di interesse", sia all'interno dell'impresa, astenendosi dal perseguire vantaggi privatistici non coincidenti con gli obiettivi aziendali, sia all'esterno, non venendo meno ai doveri fiduciari nei confronti di altri soggetti.

Grande rilievo ha poi assunto la crescente campagna mondiale per sradicare pratiche corruttive, come offrire o ricevere pagamenti o altri vantaggi non dovuti.

CORRETTEZZA E TRASPARENZA

Rispettare integralmente gli impegni contrattuali nella loro esecuzione, affinché lo scambio produca benefici reciproci, assicurando parità di informazione alle parti interessate, e tutelando il valore mercato.

La correttezza contrattuale è un tema centrale della Etica degli Affari e dovrebbe riguardare anche i rapporti con la Pubblica Amministrazione. Parte dalla completezza e

comprensibilità nella formulazione, e dall'impegno di evitare ogni abuso di posizione dominante a scapito del contraente più debole. Nell'esecuzione è poi essenziale applicare la massima buona fede, diligenza e accuratezza per assicurare il rispetto dei termini pattuiti nella loro integralità (compresa la puntualità nei pagamenti). Nel caso poi la situazione si fosse sostanzialmente modificata rispetto al momento della conclusione del contratto, rendendone non economica l'esecuzione, l'eventuale rinegoziazione dei termini dovrebbe rispondere a criteri di equità e correttezza.

CENTRALITÀ DELLA PERSONA

Rispettare la dignità del lavoratore e i suoi diritti fondamentali, assicurare buone condizioni di lavoro e di vita, promuovendo la formazione e la crescita del "capitale umano" e garantendo a tutti pari opportunità.

La "centralità della persona" è una citazione testuale dal preambolo del Trattato Costituzionale UE 2004, dall'Enciclica Centesimus Annus sulla dottrina sociale della Chiesa. Riguarda una pluralità di aspetti, tra cui la Tutela della integrità fisica, salute e sicurezza dei lavoratori; il Rispetto dei diritti umani fondamentali, preoccupandosi di evitare il ricorso al lavoro minorile e forzato anche nella catena di fornitura; la Libertà di associazione sindacale e di contrattazione collettiva; l'Eguaglianza di opportunità e trattamento, astenendosi da ogni forma di discriminazione basata su sesso, razza, nazionalità, religione, opinioni politiche; l'Impegno a favorire la crescita e realizzazione professionale con la formazione e altri processi trasparenti; la Partecipazione alla vita e al successo dell'impresa, informazione e consultazione in caso di cambiamenti organizzativi e ristrutturazioni; l'Attenzione per la conciliazione di vita lavorativa e vita familiare.

PROTEZIONE DI CONSUMATORI/CLIENTI

Tutelare nel senso più ampio gli interessi di consumatori/clienti e assicurare loro un trattamento equo, comunicando in modo corretto le politiche e attività che possono influenzare le loro scelte.

La protezione degli interessi di consumatori/clienti abbrac-



cia una pluralità di dimensioni. Innanzitutto tutela dai rischi per la salute e sicurezza nell'uso di prodotti e servizi. Assicurazione di alti livelli di qualità, prestazioni e durata (servizio postvendita efficace e disponibilità di ricambi). Promozione e protezione dei loro interessi economici, adottando politiche corrette di marketing e pubblicità, rifuggendo da pratiche collusive e restrittive con abuso di posizione dominante. Accesso agevole ad una informazione completa su caratteristiche, uso, manutenzione, fine vita, ma anche eventuali etichettature ecologiche e sociali, che consenta di effettuare scelte ragionate. Promozione di modelli di consumo sostenibile, ed eventualmente del commercio equo e solidale. Procedure facili di gestione reclami ed equa compensazione deidanni. Protezione della privacy.

CITTADINANZA SOCIALE

Contribuire concretamente al benessere della comunità in cui si opera, alla soluzione condivisa dei problemi esistenti sul territorio, alla crescita di relazioni basate sulla fiducia reciproca (capitale sociale). Diversi documenti di Associazioni Imprenditoriali si pongono l'obiettivo di continuare a contribuire alla crescita civile del paese e al benessere della comunità, nella consapevolezza che una "società coesa" riesce a valorizzare non solo le proprie risorse eccellenti, ma anche i contributi residuali e marginali, riconoscendone dignità e valore. L'impresa come cittadino che intende "restituire" valore alla comunità può mettere a sua disposizione competenze, capacità progettuali, risorse, disponibilità a operare in partnership con altri soggetti della società civile e della Pubblica Amministrazione.

Il Libro Verde della Commissione Europea, nel paragrafo 2.2 sulla dimensione esterna, dedica una intera sezione all'integrazione delle imprese nella comunità, all'importante contributo che come attori possono dare al contesto anche con il coinvolgimento in cause sociali, al beneficio che ne possono trarre in termini di reputazione, alla accumulazione di "capitale sociale" attraverso lo sviluppo di relazioni positive.



SVILUPPO SOSTENIBILE

Tutelare gli interessi delle generazioni future, riconoscendo la stretta interdipendenza tra decisioni aziendali e impatti ambientali, andando oltre il puro e semplice rispetto delle norme, impegnandosi per lo sviluppo e l'adozione di tecnologie innovative ed eco - efficienti.

Il concetto di Sviluppo Sostenibile è stato sviluppato dall'ONU a partire dal Rapporto Brundtland, e promosso costantemente con i Summit di Rio de Janeiro e Johannesburg, con il Protocollo di Kyoto. Inoltre la protezione dell'ambiente figura in modo prominente nel Global Compact con i tre principi di approccio precauzionale, sviluppo e diffusione di tecnologie eco - efficienti, iniziative per diffondere maggior responsabilità ambientale.

L'Unione Europea nel Trattato Costituzionale 2004 ha incluso tra gli obiettivi dell'articolo 3 lo sviluppo sostenibile e un elevato livello di tutela e di miglioramento della qualità ambientale.

(tratto da www.sodalitas.it)



PRINCIPÌ ELABORATI DA SODALITAS CON IL CONTRIBUTO DELLE IMPRESE SOCIE E DEL

SUO COMITATO SCIENTIFICO, COMPOSTO DA:

- ELIO BORGONOVÌ, DIRETTORE IPAS (ISTITUTO DI PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E SANITÀ) "CARLO MASINI", UNIVERSITÀ BOCCONI
- LUIGI CAMPAGLIO, PRORETTORE UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE DI MILANO
- SERGIO LANZA, DIRETTORE CENTRO INTERDISCIPLINARE LATERANENSE E PRESIDENTE DI FINETICA (LATERANENSE BOCCONI)
- SEBASTIANO MAFFETTONE, DIRETTORE CENTRO DI RICERCA E STUDI SUI DIRITTI UMANI, LUISS, ROMA
- LORENZO SACCONI, DIRETTORE DI ECONOMICA CENTRO INTERUNIVERSITARIO PER L'ETICA ECONOMICA E LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA
- SIMON ZADEK, CHIEF EXECUTIVE OFFICER INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY, LONDRA
- STEFANO ZAMAGNI, PROFESSORE ORDINARIO FACOLTÀ DI ECONOMIA, UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BOLOGNA.