



LA CAMERA DI COMMERCIO INTERNAZIONALE: DALLA TUTELA DELL'AMBIENTE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE

UNA GUIDA PER METTERE IN CAMPO LE COSIDDETTE NOVE AZIONI PRATICHE
PER LA CONDOTTA RESPONSABILE DELLE IMPRESE

Sin dalla sua costituzione, oltre 80 anni addietro, la Camera di Commercio Internazionale (ICC) promuove l'economia di mercato e la massima libertà economica possibile per le imprese fondata sull'autoregolamentazione e sulla condotta responsabile. Particolarmente intenso è stato l'impegno della ICC per lo sviluppo sostenibile in una visione unitaria di crescita economica, sviluppo sociale e ambientale, dove l'innovazione e il miglioramento coinvolgono tutti gli aspetti della vita delle popolazioni.

È del 1991 l'adozione della "Carta delle imprese per uno sviluppo sostenibile", presentata dalla ICC alla Conferenza del 1992 dell'ONU sull'ambiente e lo sviluppo come il "manifesto" delle imprese per il miglioramento delle performance ambientali, in un quadro regolamentare armonico.

Sottoscritta da migliaia di imprese e associazioni imprenditoriali dei cinque continenti da quando fu presentata in occasione del vertice mondiale sullo sviluppo sostenibile di Rio de Janeiro nel 1992, essa rappresenta uno strumento di autoregolamentazione del mondo imprenditoriale in materia ambientale in risposta alle crescenti esigenze di tutela rispetto ad una attività produttiva potenzialmente aggressiva. Negli ultimi anni poi il concetto di sviluppo sostenibile si è progressivamente esteso a temi quali la difesa dei diritti umani, lo sviluppo economico, la lotta alla fame e alle malattie, l'istruzione, fino agli aspetti di responsabilità sociale delle imprese. Di qui l'impegno della

ICC nel richiamare l'attenzione delle aziende sull'importanza della responsabilità sociale quale strategia per rispondere adeguatamente alle aspettative di una società e di un mercato sempre più esigenti da un punto di vista economico, sociale e ambientale. Di particolare interesse è il documento predisposto dalla ICC nel 2002 dal titolo "Business in Society: making a positive and responsible contribution". Si tratta di una guida pratica utile alle aziende che si avvicinano ai temi della CSR nella logica della autoregolamentazione. Nel caso in cui un'impresa stia valutando l'opportunità di sviluppare i propri principi d'impresa oppure di avallare codici di condotta esterni, la guida redatta dalla ICC suggerisce alcune azioni (le cosiddette nove azioni pratiche per la condotta responsabile delle imprese).

Il mondo industriale internazionale, attraverso la ICC, assume quindi l'impegno di proseguire l'azione per la promozione degli strumenti volontari quali codici di condotta, sistemi di gestione ambientale, certificazioni e bilanci ambientali e sociali, tutti strumenti operativi che nascono da una volontà interna all'impresa e che, per questo, possono risultare di maggior efficacia rispetto a regole imposte dall'esterno. La responsabilità sociale non può non essere considerata quindi anche come un investimento che può portare nel lungo periodo crescita e ritorni economici attraverso una maggiore fiducia da parte sia degli investitori sia dei consumatori finali.

LA CAMERA DI COMMERCIO INTERNAZIONALE

La ICC - la Camera di Commercio Internazionale - è l'organizzazione mondiale delle imprese. Con imprese associate in più di 140 paesi, può essere definita come le "Nazioni Unite" del mondo imprenditoriale. Un numero crescente di imprese di grandi e piccole dimensioni oggi chiede alla ICC di rappresentare i propri interessi presso i più alti consessi intergovernativi dei processi decisionali. Interlocutore ufficiale delle imprese presso le Nazioni Unite, la ICC gode di uno stretto rapporto operativo con la WTO e incontra con regolarità Capi di stato e di governo in tutto il mondo. L'influenza globale esercitata dalla ICC è ulteriormente posta in

essere attraverso una rete di Comitati nazionali, che rappresentano imprese in tutti i paesi maggiormente industrializzati e in molti paesi in via di sviluppo e di economia di transizione, sostenendoli nella creazione di economie vitali in grado di attrarre investimenti esteri. Fra i servizi essenziali che la ICC fornisce si pone in primo luogo la Corte Internazionale di Arbitrato, la principale istituzione mondiale arbitrale. Sia che si tratti di applicazioni *online* per le operazioni commerciali via Internet, di regole che disciplinano il commercio transfrontaliero o di *standard* per il *marketing* o la pubblicità, la ICC è parte della struttura dell'imprenditoria internazionale.

(tratto dal sito web del Comitato italiano della ICC: www.cciitalia.org)



NOVE AZIONI PRATICHE PER LA CONDOTTA RESPONSABILE DELLE IMPRESE

Confermare l'impegno del capo azienda/consiglio di amministrazione a dare la priorità alla condotta responsabile dell'impresa

Requisito fondamentale è l'impegno dell'alta dirigenza a considerare la condotta responsabile d'impresa come una priorità dell'azienda. Piuttosto che reagire a pressioni esterne, l'adozione volontaria di principi aziendali interni dovrebbe essere motivata dalla volontà di esprimere i valori che guidano l'azienda nel suo approccio al mercato.

Dichiarare gli intenti dell'impresa e convenire sui valori aziendali

La condotta responsabile delle imprese è basata tanto sui valori e sugli obiettivi dell'impresa stessa, quanto sul regime giuridico e sulle aspettative degli interlocutori aziendali. I principi d'impresa comprendono di solito una dichiarazione sulla missione, sui valori e sui principi operativi aziendali. Ogni impresa dovrebbe valutare l'opportunità di esprimere chiaramente i propri valori fondamentali a sostegno dei principi assunti.

Identificare i principali interlocutori

I principi d'impresa enunciano cosa le aziende considerano come loro responsabilità nei confronti di dipendenti, azionisti, clienti, partner commerciali e altri gruppi della società. È pertanto essenziale dialogare con gli interlocutori per capire quali tematiche ritengono importanti. Gli interlocutori possono comprendere azionisti e investitori, dipendenti dell'azienda, sindacati, imprese-clienti e consumatori, nonché comunità locali direttamente interessate alle operazioni di un'impresa. Un'impresa può inoltre voler ampliare il numero delle categorie interpellate fino a comprendere altri partecipanti attivi nella catena aziendale, come le autorità governative, la stampa e le organizzazioni non-governative. Le imprese devono tenere presente che esistono differenze tra gruppi di interlocutori: le comunità locali, ad esempio, stanno diventando sempre più attente alle questioni che le riguardano; potrebbe pertanto risultare utile stabilire un dialogo con esse.

Stabilire principi e politiche d'impresa

Ogni impresa dovrebbe produrre propri principi d'impresa, piuttosto che servirsi di codici "preconfezionati". Alcune imprese scelgono di operare in tal modo attraverso il dialogo aperto e la collaborazione con interlocutori selezionati. I principi d'impresa di alcune aziende sono dichiarazioni di principi generali; altre invece contengono dichiarazioni di comportamento più dettagliate. Le ragioni per le quali i principi d'impresa hanno senso economico dovrebbero essere tenute presenti nella definizione dei principi stessi. Le imprese dovrebbero considerare la legislazione, le aspettative sociali, gli indicatori di reputazione, la gestione del rischio, la distribuzione dei profitti, l'immagine aziendale e del prodotto nonché i vantaggi strategici conseguenti.

Definire le procedure di realizzazione e i sistemi di gestione

Per far sì che i principi d'impresa siano efficaci e abbiano un vasto sostegno, le imprese devono sensibilizzare i loro dipendenti e altri interlocutori, attraverso consultazioni e comunicazioni interne ed esterne. Le imprese offrono diversi esempi di sistemi di gestione che riguardano la salute, la sicurezza, l'integrità, le risorse umane per arrivare fino allo sviluppo sostenibile. Esistono

anche standard internazionali per tali sistemi, come quelli dell'Organizzazione Internazionale per la Standardizzazione (ISO). In alcuni settori, i processi di gestione e le linee-guida si applicano sia alle *joint ventures*, sia ai fornitori, sia ai subfornitori. Il ventaglio di questioni trattate varia da settore a settore, ma continua a svilupparsi fino a comprendere, ad esempio, la diversità della forza-lavoro, il cambiamento climatico, la biodiversità, la gestione dei rifiuti e il riciclaggio. Al fine di applicare in maniera efficace i propri principi, l'impresa dovrebbe definire i propri scopi e obiettivi e dotarsi di un programma strutturato per conseguirli.

Fare riferimento a determinate norme e codici esterni

I codici imposti da poteri pubblici o altri codici esterni non appaiono in grado di costituire una valida alternativa ai principi volontari sviluppati dall'impresa stessa. Semmai, tali codici possono avere un valore significativo come punti di riferimento esterno (*benchmark*). Spetta a ciascuna impresa o settore economico decidere quali siano i codici di riferimento più utili e di valutare come i propri principi d'impresa si rapportano a codici esterni e a linee-guida, nonché alle aspettative della società. Le imprese dovrebbero essere selettive, tenendo conto delle loro proprie necessità. La ICC può provvedere a fornire informazioni sulle conseguenze dell'adesione ad alcuni dei codici internazionali esistenti.

Istituire un monitoraggio interno

Le politiche imprenditoriali e la loro attivazione richiedono continue revisioni onde tener conto delle evoluzioni della tecnologia e della conoscenza scientifica, dei bisogni dei consumatori e delle aspettative della società in genere. Spetta all'impresa valutare i propri risultati sociali mediante consultazioni interne e riesami periodici posti in essere dai suoi quadri dirigenti. È ugualmente responsabilità dell'impresa controllare che i suoi principi siano rispettati e decidere, naturalmente, in che grado e in che modo diffondere all'esterno comunicazioni sui suoi risultati. Considerate le differenze esistenti fra imprese e settori industriali, il contenuto di tali rapporti sarà soggetto a variazioni. Sono state prese varie iniziative internazionali al fine di sviluppare un criterio comune per la rendicontazione volontaria dell'impatto economico, ambientale e sociale dell'attività dell'impresa. Un esempio ne è il lavoro svolto dal *Global Reporting Initiative*, con il sostegno delle Nazioni Unite e di altre organizzazioni internazionali, al fine di stabilire un insieme di indicatori di base. Questi ultimi metterebbero in grado gli investitori ed altri interlocutori di stabilire comparazioni a livello mondiale. Le imprese dovrebbero mantenere la flessibilità di adattare tali indicatori volontari alla propria situazione. Per infondere fiducia nel loro impegno in favore di una condotta responsabile le imprese dovrebbero fornire a tempo opportuno informazioni affidabili sui propri risultati finanziari, ambientali e sociali, comunicandole ai propri interlocutori.

Utilizzare un linguaggio comprensibile per tutti

Principi, politiche e linee-guida devono essere espressi in modo chiaro, specie se il materiale di documentazione deve essere tradotto. Lo stesso vale per qualsiasi rapporto esterno.

Stabilire obiettivi pragmatici e realistici

Una condotta responsabile richiede soprattutto l'impegno convinto di chiunque lavori nell'impresa.

