

Codici di condotta e responsabilità sociale nei settori profit e non profit



Comune di Padova
Sistema Bibliotecario

ALF - SLD

Sez. 4
Sottosez. 9
Serie 7
Sottos. 2
Unità 234

PUV 55

a cura di

Giovanna Franca Dalla Costa e Luana Aquario

cleup

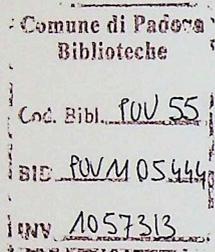
**Codici di condotta
e responsabilità sociale
nei settori profit e non profit**

a cura di
Giovanna Franca Dalla Costa e Luana Aquario

cleup

SLD b.9.234

Si ringraziano il signor Diego Varotto, tecnico presso il Dipartimento di Psicologia Generale dell'Università di Padova e la signora Marta Ferro per la preziosa assistenza.



Prima edizione: maggio 2007

ISBN 978-88-6129-087-7

© Copyright 2007 by CLEUP SC
'Coop. Libreria Editrice Università di Padova'
Via G. Belzoni, 118/3 - Padova (Tel. +39 049 650261)
www.cleup.it

Tutti i diritti di traduzione, riproduzione e adattamento,
totale o parziale, con qualsiasi mezzo (comprese
le copie fotostatiche e i microfilm) sono riservati.

Grafica di copertina: Luana Aquario.

*Ad Elena
che avrebbe voluto lavorare su questi temi
non abbiamo potuto esprimere la nostra gratitudine
perché la sua vita è stata troppo breve*

Indice

Introduzione	7
di <i>Giovanna Franca Dalla Costa e Luana Aquario</i>	

CODICI DI CONDOTTA E RESPONSABILITÀ SOCIALE

nei settori profit e non profit

di *Luana Aquario e Giovanna Franca Dalla Costa*

CAPITOLO PRIMO

I CODICI DI CONDOTTA

1.1 Dagli inizi agli anni ottanta	13
1.2 Il rinnovato interesse nel contesto sociale ed economico degli anni novanta	15
1.3 Il dibattito internazionale a partire dagli anni novanta: valore e limiti dei Codici di Condotta	24
1.4 I Codici di Condotta e le differenze di genere: un modello	27
1.5 Implementazione e monitoraggio dei Codici di Condotta	30
1.6 La proposta di altri strumenti di regolamentazione delle imprese: le Clausole Sociali	32
1.7 Unione Europea, Codici di Condotta e Clausole Sociali	33

CAPITOLO SECONDO

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

2.1 Alcune definizioni ed elementi introduttivi	37
2.2 Iniziative internazionali per la promozione della RSI. Unione Europea e ONU	40
2.3 Motivazioni, aree d'interesse e certificazione della RSI	48
2.3.1 <i>Gli strumenti della RSI più utilizzati: il Bilancio Sociale e lo Standard SA8000</i>	51
2.4 Alcune ragioni economiche, politiche ed etiche che stanno alla base della RSI	58

CAPITOLO TERZO

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA IN ITALIA

3.1	Lo scenario italiano	63
3.2	La ricerca italiana sulla RSI. Prospettive future	67
3.2.1	<i>Ricerca "I modelli di Responsabilità Sociale nelle imprese italiane"</i> <i>a cura di Unioncamere e dell'Istituto per i Valori d'Impresa (ISVI)</i>	67
3.2.2	<i>Tre Rapporti sulla "Responsabilità Sociale d'Impresa in Italia"</i> <i>a cura dell'Istituto per i Valori d'Impresa (ISVI) (2003-2006)</i>	70
3.2.3	<i>Osservatorio Operandi sulla RSI in Italia:</i> <i>il punto di vista dei consumatori</i>	80
	<i>Prima rilevazione su Consumatori e Stakeholder (2005)</i>	80
	<i>Seconda rilevazione su Consumatori e Ambiente (2006)</i>	84

CAPITOLO QUARTO

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE NEI SETTORI DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E DEL NON PROFIT

4.1	La Pubblica Amministrazione	92
4.2	Il settore Non Profit	94
	<i>Il Bilancio di Missione nelle ONP</i>	98

BIBLIOGRAFIA E SITI CONSULTATI	101
--------------------------------------	-----

ALLEGATI

Allegato 1:	Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro e suoi seguiti (OIL, 1998)	109
Allegato 2:	Dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale (OIL, 1977)	113
Allegato 3:	Linee guida destinate alle imprese multinazionali (Ocse, 1976)	123
Allegato 4:	Norme delle Nazioni Unite sulla responsabilità delle imprese transnazionali e altre imprese in relazione ai diritti umani (ONU, 2003)	137

Introduzione

di Giovanna Franca Dalla Costa e Luana Aquario

La Responsabilità Sociale (RS) è un aspetto rilevante nella definizione del rapporto tra economia e società. Sui soggetti responsabili vi è stato un rovesciamento del discorso negli ultimi decenni. Soggetti pubblici o privati: a chi compete oggi la responsabilità delle scelte che hanno collettive implicazioni sul futuro delle persone? Con la fine del Welfare State non trovano più conferma le convinzioni sul ruolo dello Stato come soggetto principe dell'impegno nei confronti del sociale, ma credere che sia il privato a dover essere investito di tale responsabilità crea non poche contraddizioni. Quando il mercato prevale come principio d'azione e il profitto diventa motore dello sviluppo si riducono le risorse destinate alla riproduzione sociale e si ingigantiscono le aree di non risposta al bisogno.

Come considerare la società stessa? Soggetto primo della democrazia nei confronti del quale chi governa ha il dovere di mantenere vigile l'ascolto per registrare i bisogni e dare adeguate risposte, soggetto che legittima chi è al potere proprio perché capace di essere in rapporto con i bisogni collettivi, diversi e mutanti, o società che diventa area di mercato, differenziata prevalentemente in base alle capacità e specificità d'acquisto?

Le organizzazioni non profit, nate dopo la crisi del Welfare State, ispirate a principi di solidarietà e non di guadagno, sono i soggetti nuovi, destinati per missione a muoversi nell'area dei bisogni sociali. Ma sono adeguate e sufficienti per rappresentare tali bisogni e dare risposte in modi diversi, sono sufficientemente attrezzate per assolvere a tale ruolo e, ancora, a chi compete il controllo sul loro operato?

Sembrano questioni nuove, ma c'è molto d'antico. Parlando di responsabilità sociale è impossibile resistere alla tentazione di ritornare ad altri momenti della storia, ai nostri antenati industriali dell'ottocento. L'Italia ha degli eccellenti casi di imprenditori che fanno scuola a tale proposito. Una speciale menzione va ad Alessandro Rossi, fondatore del famoso lanificio di Schio, nel Veneto, che fece della sua impresa uno dei primissimi laboratori di responsabilità sociale che la storia industriale conosca. Alessandro Rossi si era formato nei paesi di più avanzata industrializzazione, tra questi l'Inghilterra, per vedere dal vivo come l'industria potesse essere fattore di avanzamento sociale, promozione del benessere comune, ma anche di arretramento e morte se gli agglomerati industriali diventavano tuguri

al di sotto di condizioni dignitose di vita e i ritmi di fabbrica disumani. Costruì e fece vivere un modello integrato di industria e società, dove la responsabilità dell'industriale era coscienza sociale ma diventava anche conoscenza e controllo di quanti lavoravano per lui. I regolamenti e i ritmi di fabbrica impartivano con chiarezza e rigidità modelli e ritmi anche per la vita dei lavoratori e delle loro famiglie. Vigevano regole di comportamento sociale che alcuni oggi giudicano oppressive per quanto entravano fino nelle scelte familiari, definivano la condotta nel tempo libero, favorivano una grande laboriosità anche fuori della fabbrica. Altri ritengono che tale modello sia di estrema responsabilità, munifico e d'avanguardia per i molti servizi erogati, straordinari per l'epoca, e per le grandiose opere (in ambito urbanistico, abitativo, educativo e ricreativo) con cui era manifestamente contraccambiato il massimo impegno dei lavoratori. Nello scambio definito dal contratto di lavoro gli elementi di "reciprocità" tra industriale e manodopera erano bene riconoscibili. Senz'altro più di oggi.

L'idea che l'industriale avesse delle responsabilità verso la società cui rivolgeva l'iniziativa imprenditoriale e quindi dovesse dare delle significative risposte ai bisogni dei lavoratori e di quanti stavano loro attorno, si concretizzava in un notevole investimento economico, funzionale a mantenere il controllo in anni di forte conflitto sul lavoro, a raccogliere consenso. Ma forniva anche un modello all'industriale in base al quale vivere e rappresentare sé stesso come soggetto principe, potente, capace, munifico, d'avanguardia, umano, degno di fiducia. Il profilo di uomo di valore era davanti agli occhi di tutti e molto direttamente aveva, usando parole di oggi, "valenza comunicativa". Vi era la convinzione che un laccio forte con il territorio fosse come la corda dell'arco per lanciare la freccia verso il futuro.

Quei tempi e quelle realtà – era la fase del paternalismo industriale – erano talmente diverse dall'oggi che stupisce il fatto di poter trovare ancora ispirazione mentre si cerca di fare decollare l'idea di una "globalizzazione responsabile".

Sono già storia passata anche i "tempi moderni" quando l'industriale, ancora bene riconoscibile sul territorio, in una fase di incremento della produttività, raccoglieva consenso sociale sostanzialmente attraverso un innalzamento dei salari. L'immagine di grande potere dell'industriale Ford negli anni trenta era ancorata ad un salario forte di cinque dollari al giorno. Nella fase nascente del Welfare State una nuova "filantropia" caratterizzava il rapporto tra l'industriale e il sociale mentre la responsabilità dello Stato diventava tangibile con un nuovo ruolo della spesa pubblica.

Oggi le industrie sono sempre più sradicate dalle comunità, si mobilitano nel mondo da un estremo all'altro alla ricerca delle vie più competitive, verso i salari più bassi, verso il risparmio dell'investimento sociale. Sono sempre meno riconoscibili in quanto a profilo d'impresa e personalità dell'imprenditore. Equipes di tecnici hanno preso il posto del capitano d'industria, miriadi di laboratori e postazioni di lavoro sul territorio hanno sostituito le gigantesche fabbriche, zone franche in tutto il mondo calamitano la produzione di beni e servizi con offerte preconfezionate di

vantaggi fiscali, bassi salari e assenza di tutele sindacali. In tali zone, costruite prevalentemente nei paesi meno avanzati, produzione, servizi e lavoro risultano incanalati, smembrati, spersonalizzati, irriconoscibili. Le scelte dell'imprenditore globale sono fondate sul risparmio dell'investimento sociale, diretto e indiretto, in termini opposti a quanto richiesto dalla Responsabilità sociale d'impresa (RSI).

Sono sciolti i lacci con il territorio e la comunità. L'attuale sistema industriale ha fatto esattamente il contrario di quanto aveva fatto A. Rossi e ha virato in direzione contraria rispetto al modello del Welfare State. A. Rossi nel sociale aveva investito moltissimo per far vivere l'impresa attraverso le generazioni. La sua responsabilità sociale era davvero una "dimensione della strategia d'impresa" e, per dirla ancora con parole attuali, "posizionava l'azienda verso tutti i suoi interlocutori, sociali e competitivi". Sta pure indebolendosi quel "ruolo della spesa pubblica come risposta ad un'esigenza di investimento in capitale umano a fronte di un aumento della produttività del lavoro" (M. Dalla Costa, 1997) che aveva sostenuto la fase "matura" dello sviluppo industriale.

Tutto è cambiato ma ugualmente torna il problema di definire i termini della responsabilità sociale delle imprese. Il Welfare State sembrava aver liberato da molti oneri sociali colui che riservava il suo impegno all'azienda, grazie ad un modello di separazione delle responsabilità tra imprese e Stato. E invece, la palla rimbalza ancora.

Responsabilità Sociale e Codici di Condotta: due vie per porre oggi sul tappeto lo stesso problema, due strade già percorribili ma ancora in costruzione. La nuova attenzione posta a partire dagli anni novanta sulla Responsabilità Sociale nelle imprese produttive e dei servizi, nel momento di decollo della globalizzazione, va a riguardare anche il cosiddetto Terzo Settore con la messa a punto di strumenti più pertinenti ad organizzazioni che hanno nella missione sociale la ragione stessa della loro esistenza.

La RS investe il mondo della finanza con un rinforzo della finanza etica, dei fondi etici di investimento, del Social Banking. Le banche sono valutate anche in base al loro impegno sul piano sociale e sono operanti agenzie di rating per la valutazione del miglior rendimento dei fondi d'investimento sociale. Siamo di fronte ad una realtà nuova che può avere un notevole impatto sull'orientamento del risparmio e sulla globalizzazione degli investimenti.

Nelle professioni emergenti ha già un posto di rilievo il RS Manager con ruoli davvero impegnativi di "sensore del cambiamento sociale" e "fautore di dialogo con gli stakeholders". È in discussione la qualità della sua formazione, tecnica ed economica o piuttosto umanistica e sociale, ed è prevista la creazione di una rete informatica, il CSR Manager Network, come potenziale ponte con gli operatori in Europa e nel mondo. La RS sta mettendo ora le sue radici globali.

Nella storia della Responsabilità Sociale, antica o nuova che sia, un aspetto emerge sugli altri. La volontarietà della "scelta responsabile" da parte degli imprenditori e di altri soggetti come condizione alla quale essi non rinunciano. Principi di obbligatorietà fanno capolino in alcuni momenti della discussione, per

esempio quando si parla della Clausola sociale, ma finora sempre sono decaduti non trovando sufficienti alleanze. Sebbene un impegno nei confronti del sociale sia più concretamente richiesto dalle istituzioni a chi ha responsabilità nelle organizzazioni, profit e non profit, non trova riscontro il tentativo di rendere tale impegno un obbligo.

Con questo lavoro cerchiamo di fare chiarezza su ciò che è la RSI, come essa si sia evoluta nel tempo, quali siano le realtà maggiormente investite e sulla base di quali spinte e motivazioni, quali siano gli strumenti messi a punto per misurarla e promuoverla nelle organizzazioni di tipo produttivo, dei servizi, nella pubblica amministrazione, nei settori profit e non profit, quale rapporto ci sia tra Codici di condotta e RS, quali i problemi.

Una cosa possiamo dire a quanti vorranno leggere questo lavoro. La RS ha il suo cardine nel coinvolgimento di tutti gli stakeholders e quindi non solo impegna i responsabili delle organizzazioni ma tutti gli operatori e, a pensarci bene, tutti noi. Saperne di più dal punto di vista tecnico, sociale e politico sarà utile a coloro che si stanno formando per diventare operatori sia in ambito industriale sia nell'intervento sociale perché in entrambi i casi è richiesta ai "nuovi lavoratori e professionisti" una forte e precisa sensibilità su questi temi. Coloro che hanno scelto di muoversi nei servizi alle persone, nei programmi per le comunità, potranno trovare nei principi della RS dei riscontri con le motivazioni delle loro scelte operative e verificarne la coerenza con le pratiche aziendali. Forse tornerà loro utile il vecchio arco di Alessandro Rossi per capire come sia orientata la freccia verso il futuro.

CODICI DI CONDOTTA E RESPONSABILITÀ SOCIALE

nei settori profit e non profit

di

Luana Aquario e Giovanna Franca Dalla Costa

CAPITOLO PRIMO

I CODICI DI CONDOTTA

1.1 Dagli inizi agli anni ottanta

La storia dei Codici di Condotta inizia intorno alla metà del ventesimo secolo, negli anni della seconda guerra mondiale e immediato dopoguerra, ed è la Camera di Commercio Internazionale (International Chamber of Commerce, ICC) che mette a punto i primi Codici. Nel 1937 essa redige il *Code of Standards of Advertising Practice* (Codice degli Standard sulla Pratica Pubblicitaria) e, dopo la guerra, il *Code of Fair Treatment for Foreign Investment* (Codice sul trattamento equo dell'investimento straniero).

È solo degli anni settanta però una più ampia definizione dei Codici di Condotta ed è contemporanea all'avvio di un dibattito sull'etica nelle Organizzazioni: è messo in discussione se sia giusto e sufficiente continuare a pensare "individualisticamente" nell'ambito della responsabilità imprenditoriale e, di conseguenza, se abbia senso che i Codici etici riguardino i singoli individui e non l'impresa nel suo insieme (Lesse, 1977, pag. 4).

"L'etica individuale è una condizione necessaria ma non sufficiente per ottenere un comportamento attendibile e sicuro nelle organizzazioni. Quello di cui si ha bisogno è un'etica dell'azione manageriale, un processo che costringa gli individui a mettere a confronto con maggiore consapevolezza i propri valori" (Bowman, 1981, pag. 61).

L'etica è quindi intesa come insieme di regole che governano la condotta morale dei membri dell'Organizzazione e la professione di manager (Lesse, 1977; Bowman, 1981) e quindi come

"tentativo di dare coerenza alla politica organizzativa e al comportamento individuale" (Bowman, 1981, pag. 61).

Tali riflessioni si sviluppano parallelamente all'affermarsi sulla scena mondiale delle Multinazionali: è avvertita la necessità di ricondurre il potere di tali imprese entro Linee Guida stabilite da Organizzazioni Internazionali per promuovere condotte eticamente corrette.

A partire dalla metà degli anni settanta nascono le iniziative più significative da cui prenderà avvio un'intensa attività mirata alla formulazione, stesura e adozione di Codici di Condotta ad ogni livello, internazionale, nazionale, regionale e anche individuale. Le numerose iniziative che si sviluppano in questo periodo tendono ad

orientare le imprese perchè aderiscano alle Convenzioni delle Organizzazioni Internazionali impegnate a tutelare i diritti umani e in particolare i diritti dei lavoratori (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, Organizzazione Internazionale del Lavoro, Nazioni Unite).

Nel 1976 la OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)¹ adotta la *Declaration on International Investment and Multinational Enterprises* (Dichiarazione sull'Investimento Internazionale e le Imprese Multinazionali) (OECD, 1976a), e le *Guidelines for Multinational Enterprises* (Linee Guida per le Imprese Multinazionali) (OECD, 1976b) impegnandosi a sensibilizzare le imprese verso una nuova responsabilità sociale, economica e politica (cfr. all. 3). Tali Guidelines diventano subito una piattaforma dei sindacati occidentali per la presentazione di rivendicazioni nei confronti delle imprese.

Il primo organo nell'ambito delle Nazioni Unite che redige documenti specifici per le Multinazionali è la ILO (International Labor Organization)² che nel 1977 promulga la *Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy* (Dichiarazione Tripartita sui principi riguardanti le imprese multinazionali e la politica sociale) (ILO, 1977) (cfr. all. 2). Con tale dichiarazione tripartita si vorrebbero fissare delle linee guida di condotta per le imprese anche nell'instaurazione e conduzione dei rapporti con i Paesi ospitanti. L'obiettivo è di fare rispettare alle multinazionali i diritti sociali fondamentali anche in tutte le imprese ad esse collegate e ciò segna un passo importante ma il raggiungimento di tale obiettivo è arduo poiché queste norme non sono vincolanti sul piano giuridico e solamente possono essere un richiamo ad una maggiore responsabilità sociale (Sobczak, 2003, pag. 3).

L'attenzione sempre più ampia della politica internazionale nei confronti della condotta industriale porta nel 1986 alla definizione da parte delle Nazioni Unite di un vero e proprio Codice per le Multinazionali, lo *United Nations Code of Conduct on Transnational Corporations* (Codice di Condotta delle Nazioni Unite sulle Imprese Transnazionali). Alla base di questo vi sono due assunzioni circa il ruolo delle Multinazionali nell'economia mondiale: che esse abbiano un ruolo importante come strumenti di sviluppo e che siano talmente pervasive in ambito economico e sociale da rendere necessarie linee guida con cui orientare la loro condotta e ridurre, attraverso adeguati standard e principi, le difficoltà che incontrano i Paesi in via di sviluppo quando vogliono fare rispettare specifici criteri di condotta sul loro territorio (per impedire l'evasione fiscale, per imporre conformità alle leggi nazionali e misure di tutela dell'ambiente e dei lavoratori) (United Nations Centre on Transnational Corporation, 1986).

¹ La dizione inglese Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) corrisponde a quella italiana Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo (OCSE).

² La dizione inglese International Labor Organization (ILO) corrisponde a quella italiana Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL).

1.2 Il rinnovato interesse nel contesto sociale ed economico degli anni novanta

Tra la fine degli anni ottanta e l'inizio degli anni novanta l'economia mondiale è caratterizzata dall'avvio del processo di globalizzazione condotto secondo criteri neoliberisti e dalla trasformazione dell'Impresa Multinazionale in Impresa Globale. Secondo l'approccio neoliberista l'Impresa globale dovrebbe essere il più possibile libera da ogni vincolo sia esso sindacale, politico o ambientale, e responsabile solo verso i suoi azionisti avendo come unico scopo il profitto. Il Mercato ha la capacità di autoregolarsi e pertanto lo Stato dovrebbe ridurre i suoi interventi, le Imprese devono essere libere di agire senza vincoli, la ricchezza da queste prodotta avrà ricadute positive sulle persone e in tutte le nazioni (Capecchi, 2005).

L'economista Milton Friedman, considerato il padre del neoliberismo, nel suo libro del 1962, *Capitalism and Freedom* (trad. it. Capitalismo e libertà, Friedman, 1987, pag. 207), sosteneva che:

“l'impresa ha una e una sola responsabilità sociale: quella di usare le risorse a sua disposizione e di impegnarsi in attività dirette ad accrescere profitti sempre con l'ovvio presupposto delle regole del gioco, vale a dire dell'obbligo di impegnarsi in una aperta e libera competizione senza inganno o frode”.

Per Friedman il motore dell'economia è l'impresa e la sua unica finalità è il profitto. Così nel commento di Capecchi (2005):

“l'impresa è responsabile solo verso gli azionisti e deve cercare di realizzare i maggiori profitti possibili subordinando a questo obiettivo tutte le sue scelte (i prodotti, l'uso delle tecnologie, l'organizzazione del lavoro, il sistema di retribuzioni...). Ma non è solo questo. L'impresa è anche l'attore principale, l'unica via per raggiungere il benessere per tutti. Dato che lo Stato deve ritrarsi insieme ai sindacati, tutto il benessere di una nazione dipende dalla libera iniziativa dell'impresa” (pag. 17).

Le maggiori istituzioni che presiedono al processo di sviluppo mondiale e da considerare tra gli artefici del neoliberismo sono, è noto, il Fondo Monetario Internazionale (FMI), la Banca Mondiale (World Bank, WB) e l'Organizzazione Mondiale del Commercio (World Trade Organization, WTO). Quest'ultima, formata nel 1995 dopo l'ultimo tavolo delle trattative del GATT (General Agreement on Tariffs and Trade), l'Uruguay Round conclusosi nell'aprile 1994, si propone di portare avanti negoziati per la liberalizzazione del commercio di merci e servizi e la rimozione delle barriere protezionistiche istituite nel passato dai governi. La prima funzione della WTO è di amministrare il *World Trade Agreement* (WTA),

firmato a Marrakech nel 1994. Il WTA include una serie di accordi che hanno l'obiettivo di

“permettere agli scambi commerciali di fluire nel modo più libero possibile, raggiungere una sempre maggiore liberalizzazione tramite il negoziato e mettere insieme un sistema imparziale per dirimere le controversie” (WTA, 1994).

Questi obiettivi sono evidenziati anche nella *Dichiarazione della prima Conferenza Ministeriale della WTO* tenutasi a Singapore nel 1996. Gli stessi membri partecipanti enunciano in questo modo il ruolo della WTO:

“perseguendo l'obiettivo dello sviluppo sostenibile per il bene comune, noi immaginiamo un mondo in cui il commercio circoli liberamente. A questo scopo rinnoviamo il nostro impegno per la progressiva liberalizzazione del commercio di merci e servizi tramite l'eliminazione di barriere tariffarie e non, il rifiuto di ogni forma di protezionismo, l'eliminazione di ogni forma di discriminazione nel commercio internazionale” (WTO, 1996).

È ribadito l'approccio neoliberista anche più recentemente nella *Business Guide to the General Agreement on Trade in Services (GATS)* del 2001:

“il sistema [della WTO] aiuta ad assicurare che le multinazionali possano vendere i loro prodotti sul mercato mondiale in condizioni di competitività eque e senza disturbi causati dall'imposizione di restrizioni” (WTO, 2001).

Un sistema “imparziale” per la risoluzione delle controversie è stato raggiunto con la formazione di un organismo chiamato *Dispute Settlement Body (DSB)*, composto da rappresentanti di ciascuno Stato aderente alla WTO. L'intera materia della soluzione delle controversie è disciplinata da un'Intesa (Allegato all'*Accordo che istituisce l'Organizzazione Mondiale del Commercio*, 1995), denominata *Intesa sulle norme e procedure che disciplinano la risoluzione delle controversie (Understanding on Rules and Procedures Governing the Settlement of Disputes)* che disciplina le fasi di un eventuale procedimento contenzioso, definisce funzioni e competenze degli organi che intervengono nel procedimento stesso (WTO, 1995). Ma una delle critiche più frequentemente rivolte alla WTO è che, nonostante le procedure per la risoluzione delle controversie consentano in teoria a ciascun Paese di chiamare un altro in giudizio a prescindere dal potere politico ed economico che esso ha, di fatto questa possibilità è preclusa ai Paesi in via di sviluppo. Infatti, questi ultimi hanno scarse possibilità di impegnarsi in lunghe e costose battaglie legali e, ancor meno, possibilità di applicare sanzioni che risultino davvero penalizzanti per la controparte. L'Intesa sulle Norme e Procedure prevede condizioni speciali per i Paesi industrialmente meno avanzati, ma non contiene misure che permettano a questi di applicare realmente sanzioni ad un Paese industrializzato (Friends of the Earth, 2000).

V. Capecchi ha un punto di vista molto critico nei confronti dell'azione del DSB e della stessa WTO:

“in caso di controversie tra nazioni è stata stabilita la presenza del DSB che istituisce una prima sentenza affidata ad una corte arbitrale formata da tre esperti, i cui nominativi sono proposti dal segretariato della WTO in base ad una lista fornita dai governi [...]. La scelta di queste persone da parte dei governi non è casuale, e il risultato è una generalizzata valutazione delle controversie a favore delle grandi corporation [...]. Ad esempio, le scelte della WTO hanno portato a concedere brevetti a multinazionali statunitensi su qualità di riso da sempre prodotte in India oppure a non rinnovare l'accordo, preso nel 2001 e scaduto il 1° gennaio 2005, che permetteva di produrre farmaci antiretrovirali per la lotta all'AIDS senza pagare i diritti delle industrie farmaceutiche” (Capecchi, 2005, pagg. 23-24).

D'altronde, perfino la dimensione locale/globale diventa nella globalizzazione, secondo lo stesso autore, diffusione di un unico modello di sviluppo pensato e attuato dai governi “forti” che seguono il modello neoliberista e dalle imprese multinazionali e transnazionali (Capecchi, 2005).

Nello *Human Development Report* (Rapporto sullo Sviluppo Umano) del UNDP (United Nations Development Program) del 1999 dedicato al tema della globalizzazione si afferma che:

“La globalizzazione non è un fatto nuovo, ma al momento presenta delle caratteristiche particolari. Lo spazio che si restringe, il tempo che si contrae e i confini che scompaiono stanno legando gli individui in maniera più profonda e più immediata di quanto non sia mai successo prima...La globalizzazione offre grandi opportunità per il progresso umano, ma solo attraverso una governance più forte” (UNDP, 1999, pag. 1).

Nel Rapporto, mentre si riconosce che la globalizzazione è guidata dall'espansione dei mercati, e ciò è riscontrabile anche nelle nuove norme, standard e politiche che sono a favore dei mercati globali piuttosto che a favore delle persone e dei loro diritti (UNDP, 1999, pag. 2), si auspica l'assunzione di una nuova prospettiva, una nuova *etica globale*, che coniughi la competizione globale e il libero mercato con lo sviluppo umano e la tutela dei diritti umani in tutte le Nazioni (UNDP, 1999, pag. 97). C'è bisogno, secondo l'UNDP, di una

“governance dal volto umano che richiede valori e standard condivisi ed un'ampia approvazione di responsabilità e impegni umani. Questi valori includono il rispetto per la vita, la libertà, la giustizia e l'uguaglianza. E includono tolleranza e protezione reciproca. Questi valori sono alla base della *Carta delle Nazioni Unite* e della *Dichiarazione Universale sui diritti umani*. Ora dovranno essere tradotti nei principi e nelle pratiche della governance globale. In che modo? Con un forte impegno

politico mosso da una pubblica consapevolezza e da un appoggio pubblico” (UNDP, 1999, pag. 98).

Il favore delle Nazioni Unite per la creazione di una governance globale *non* deve essere inteso però come un governo globale ma come modello di gestione delle crisi sociali attraverso un comportamento responsabile verso gli individui e quindi verso l'equità e la giustizia (Barbieri Masini, 2003, “Etica per le professioni”, pag. 10).

È possibile individuare almeno due aspetti nuovi e rilevanti nella situazione internazionale degli anni novanta, uno di tipo politico e l'altro produttivo:

- i governi nazionali cercano di recuperare quella sovranità che tende ad indebolirsi con l'affermarsi della globalizzazione;
- le imprese si adoperano per cercare, da sole, il modo di autoregolamentarsi, rispettando le norme che i propri Codici di Condotta prevedono.

Gli Stati nazionali devono far fronte ad una situazione di grande potere delle imprese internazionali che si muovono con strategie fondate su:

- esportazione di posti di lavoro dove i costi e le condizioni per l'impiego delle forze di lavoro sono più competitivi;
- distribuzione del lavoro in posti diversi del mondo;
- scelta di Stati nazionali o singoli luoghi di produzione per le condizioni fiscali più convenienti e i servizi e le infrastrutture più favorevoli;
- autonomia nella distinzione tra luogo di investimento, luogo di produzione, sede fiscale e sede di residenza per servirsene a proprio vantaggio (Lafay, 1998).

Queste strategie possono comportare problemi nei paesi industrializzati (problemi d'occupazione per esempio), diventano sempre più tangibili le difficoltà incontrate dai governi nazionali e dalle istituzioni internazionali nel cercare forme di regolazione della produzione globale. È in questo contesto che decolla nuovamente la discussione sui Codici di Condotta volontari.

Negli stessi anni novanta però si è determinata nello scenario internazionale una nuova attenzione pubblica al problema della “globalità” e hanno preso vita nuove forme di pressione nazionale e internazionale sulle condizioni sociali e lavorative nel mondo. Per il simultaneo agire delle imprese in territori avanzati e meno avanzati, acquistano nuova visibilità le condizioni lavorative e sociali dei paesi emergenti, sempre più interconnesse alle condizioni dei paesi industrializzati. Le imprese trovano nell'adozione di un proprio Codice di Condotta una via appropriata per evitare la “pubblicità negativa” che può derivare all'immagine dell'impresa da critiche e campagne di denuncia (Murray, 1997). Secondo il Maquila Solidarity Network³ però i Codici di Condotta funzionando per le imprese da strumenti meno

³ Associazione che difende i diritti del lavoro e delle donne promuovendo la solidarietà con le popolazioni rurali del Messico, dell'America Centrale e dell'Asia per migliorare le condizioni di lavoro

impegnativi rispetto alle norme governative, diventano alla fine più compatibili con il modello di liberalizzazione del commercio, privatizzazione, deregolamentazione, limitazione dei costi, flessibilità del lavoro e concorrenza globale (Jeffcott, Yanz, 2000).

Nel contesto sociale ed economico degli anni novanta, caratterizzato da un innalzamento dell'attenzione pubblica su questi temi, nei Codici di condotta risulta ampliato il quadro delle responsabilità. Un Codice di Condotta in questi anni è definito come uno strumento di governo delle relazioni tra l'impresa e coloro che con essa in vari modi interagiscono, strumento di gestione strategica oltre che un insieme di regole di condotta per il personale (Scala, 2003).

“Il codice di condotta è l'enunciazione dell'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità dell'impresa nei confronti di tutti i suoi stakeholder⁴; traduce in principi e norme di comportamento la visione etica dell'azienda. È un parametro di riferimento per la valutazione di conformità e per l'espressione di giudizi sensati e ragionevoli sull'affidabilità e la buona reputazione dell'azienda. Il codice etico è un documento volontario approvato dal Consiglio di Amministrazione dell'azienda e impegna, oltre all'alta direzione, tutti i collaboratori” (Fondazione Lombardia per l'Ambiente, 2004, pag. 37, www.flanet.org).

A tale definizione si è arrivati per passi successivi, con almeno cinque “passaggi di crescita” conosciuti oggi come le *cinque generazioni* dei Codici di Condotta. Tali generazioni sono individuate dallo Human Rights Research and Education Centre (HRREC) dell'Università di Ottawa e sono caratterizzate dall'incorporazione di nuovi ambiti di responsabilità che vanno ad integrare il contenuto dei codici in risposta ai nuovi problemi e argomenti che negli anni assumono rilevanza (Mendes, Clark, 1996). Per rendere riconoscibili i diversi contenuti delle cinque generazioni dei Codici di Condotta, come indicate nello studio di Mendes e Clark (1996), estrapoleremo, solo a titolo esemplificativo, dal Codice di Comportamento del Gruppo ENI, in vigore dal 1994 e aggiornato nel 1998, quei punti che possono oggi rappresentare l'ampliamento della materia avvenuta nel tempo. Oggi il codice ENI corrisponde ad un codice di quinta generazione. In esso sono bene distinguibili, nei diversi paragrafi, i contenuti delle cinque generazioni e le diverse acquisizioni di responsabilità nel tempo.

nelle maquilas e nelle Export Processing Zones. Per un approfondimento sulle export processing zones cfr. Dalla Costa G. F., Nardo S., Menini M. (2006), *Le zone franche nella globalizzazione. Definizioni, tipologie, percorsi di sviluppo*, Edizioni Cleup, Padova.

⁴ Gli stakeholder sono “Individui o categorie che hanno un interesse rilevante in gioco nella conduzione dell'impresa sia a causa degli investimenti specifici che intraprendono sia a causa dei possibili effetti esterni positivi o negativi delle transazioni effettuate dall'impresa, che ricadono su di loro” (Sacconi, 2003).

La *prima generazione* di Codici di Condotta inizia nel secondo dopoguerra e riguarda il conflitto d'interesse. I Codici di Condotta di questa generazione sono volti a garantire che nell'impresa i dipendenti lavorino nell'interesse dell'azienda e dei suoi azionisti. Questa fase continua fino alla metà degli anni sessanta, fino a quando raccoglie consensi l'idea che l'unica responsabilità sociale di un'impresa riguardi l'aumento dei propri profitti (Friedman, 1987).

“Limitare l'azione dei Codici di Condotta alla protezione dal conflitto d'interesse è coerente con il pensiero di M. Friedman [...] In quest'ottica i Codici di Condotta devono prevedere soltanto che i lavoratori rispettino le leggi e agiscano nell'interesse dell'azienda e dei suoi azionisti” (Mendes, Clark, 1996).

Il conflitto d'interesse così risulta ripreso nel Codice di Comportamento del Gruppo ENI:

“I dipendenti dell'ENI devono evitare tutte le situazioni e tutte le attività in cui si possa manifestare un conflitto con gli interessi dell'azienda o che possano interferire con la loro capacità di assumere, in modo imparziale, decisioni nel migliore interesse dell'impresa e nel pieno rispetto delle norme del Codice. Ogni situazione che possa costituire o determinare un conflitto di interesse deve essere tempestivamente comunicata al superiore. In particolare tutti i dipendenti dell'ENI sono tenuti ad evitare conflitti di interesse tra le attività economiche personali e familiari e le mansioni che ricoprono all'interno della struttura di appartenenza. A titolo esemplificativo, determinano conflitti di interesse le seguenti situazioni:

- interessi economici e finanziari del dipendente e/o della sua famiglia in attività di fornitori, clienti e concorrenti;
- utilizzo della propria posizione in azienda o delle informazioni acquisite nel proprio lavoro in modo che si possa creare conflitto tra i propri interessi personali e gli interessi aziendali;
- svolgimento di attività lavorative, di qualsiasi tipo, presso clienti, fornitori, concorrenti;
- accettazione di denaro, favori o utilità da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con l'ENI;
- acquisto o vendita di azioni di società del Gruppo o esterne quando in relazione alle funzioni svolte si è a conoscenza di informazioni rilevanti non di pubblico dominio. In ogni caso la negoziazione di titoli di società del Gruppo dovrà essere sempre guidata da un senso di assoluta e trasparente correttezza nei confronti, oltre che della Società emittente e del Gruppo, degli investitori ed esser tale comunque da non ingenerare attese, allarmismi ed errori di valutazione da parte dei terzi” (ENI S.p.A., 1998).

Nel corso degli anni settanta l'atteggiamento degli studiosi e del pubblico nei confronti della responsabilità sociale ha un'evoluzione in concomitanza anche con una serie di scandali pubblici e commerciali avvenuti nello stesso decennio. Vi sono

stati clamorosi casi di corruzione in appalti e forniture internazionali e di pagamenti occulti da parte di imprese multinazionali per influenzare la politica dei diversi Paesi. Tra le imprese che hanno fatto ricorso a tali pratiche illecite sono alcune tra le maggiori Società per azioni statunitensi: la Lockheed, la United Brands, la Northrop e la Gulf. In particolare, nel caso della Lockheed, la corruzione interessava governanti di vari Paesi europei, tra cui l'Italia, per promuovere la vendita di aerei da combattimento (Heimann, 1994). Dopo una serie di scandali di questo tipo, i Codici di Condotta sono formulati in modo nuovo, e per questo si parla di *seconda generazione*. I nuovi principi riguardano la condotta commerciale contro ogni forma di corruzione (Mendes, Clark, 1996).

Nel Codice di Comportamento del Gruppo ENI vi sono contenuti di questa seconda generazione nella sezione dedicata al Comportamento negli Affari dove si chiarisce quale debba essere la condotta commerciale dell'azienda e il suo modo di operare contro la corruzione:

“L'ENI nei rapporti di affari si ispira ai principi di lealtà, correttezza, trasparenza, efficienza ed apertura al mercato.

I dipendenti dell'ENI e i collaboratori esterni, le cui azioni possano essere in qualche modo riferibili all'ENI stesso, dovranno seguire comportamenti corretti negli affari di interesse dell'ENI e nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, indipendentemente dalla competitività del mercato e dalla importanza dell'affare trattato.

Pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni, dirette e/o attraverso terzi, di vantaggi personali e di carriera per sé o per altri, sono proibiti.

L'ENI riconosce e rispetta il diritto dei suoi dipendenti a partecipare ad investimenti, affari o ad attività di altro genere al di fuori di quella svolta nell'interesse dell'ENI stesso, purché si tratti di attività consentite dalla legge e compatibili con gli obblighi assunti in qualità di dipendenti.

Non è consentito corrispondere né offrire, direttamente o indirettamente, pagamenti e benefici materiali di qualsiasi entità a terzi, pubblici ufficiali o privati, per influenzare o compensare un atto del loro ufficio. Atti di cortesia commerciale, come omaggi o forme di ospitalità, sono consentiti quando siano di modico valore e comunque tali da non compromettere l'integrità o la reputazione di una delle parti e da non poter essere interpretati, da un osservatore imparziale, come finalizzati ad acquisire vantaggi in modo improprio. In ogni caso questo tipo di spese deve essere sempre autorizzato dalla posizione definita dalle procedure e documentato in modo adeguato.

Il dipendente che riceva omaggi o trattamenti di favore non direttamente ascrivibili a normali relazioni di cortesia dovrà informare il superiore” (ENI S.p.A., 1998).

È riconosciuta come *terza generazione*, nel tempo immediatamente successiva alla precedente, quella rivolta alla tutela dei diritti del lavoratore e del consumatore.

A testimonianza di questa evoluzione nei contenuti, ancora un paragrafo del Codice di Comportamento ENI che risulta dedicato alle Risorse Umane e alla tutela del lavoratore:

“Le risorse umane sono elemento indispensabile per l’esistenza dell’impresa. La dedizione e la professionalità dei dipendenti sono valori e condizioni determinanti per conseguire gli obiettivi dell’ENI.

L’ENI si impegna a sviluppare le capacità e le competenze di ciascun dipendente affinché l’energia e la creatività dei singoli trovi piena espressione per la realizzazione del proprio potenziale.

L’ENI offre a tutti i lavoratori le medesime opportunità di lavoro, facendo in modo che tutti possano godere di un trattamento equo basato su criteri di merito, senza discriminazione alcuna. Le funzioni competenti dovranno:

- adottare criteri di merito, di competenza e comunque strettamente professionali per qualunque decisione relativa a un dipendente;
- provvedere a selezionare, assumere, formare, retribuire e gestire i dipendenti senza discriminazione alcuna;
- creare un ambiente di lavoro nel quale caratteristiche personali non possano dare luogo a discriminazioni.

L’ENI interpreta il proprio ruolo imprenditoriale sia nella tutela delle condizioni di lavoro sia nella protezione dell’integrità psicofisica del lavoratore, nel rispetto della sua personalità morale, evitando che questa subisca illeciti condizionamenti o indebiti disagi. A questo effetto verranno ritenuti rilevanti anche comportamenti extra lavorativi particolarmente offensivi per la sensibilità civile, che rendano ragionevolmente penosi i contatti interpersonali nell’ambiente di lavoro.

L’ENI si attende che i dipendenti, ad ogni livello, collaborino a mantenere in azienda un clima di reciproco rispetto della dignità, dell’onore e della reputazione di ciascuno. L’ENI interverrà per impedire atteggiamenti interpersonali ingiuriosi o diffamatori” (ENI S.p.A., 1998).

I codici di *quarta generazione* sono particolarmente attenti al rispetto dell’ambiente e delle comunità dove l’impresa opera. Disastri ambientali avvenuti nel corso degli anni ottanta, come quelli della fuoriuscita di gas letali dall’impianto di produzione di pesticidi della Union Carbide a Bhopal (1984) e della petroliera Exxon Valdes affondata nel Golfo di Alaska nel 1989, hanno mostrato quanto l’impatto dell’attività di un’impresa possa estendersi ben oltre la sfera dei propri lavoratori e consumatori fino a includere intere comunità e l’ambiente. Ne è derivato che:

“Le imprese interessate a ridurre le responsabilità legali e a mantenere intatta la propria immagine d’impresa hanno deciso di estendere il loro campo d’azione includendo nei propri Codici di Condotta le comunità e l’ambiente” (Mendes, Clark, 1996).

Nel codice del Gruppo ENI, colosso industriale del settore petrolchimico e quindi soggetto particolarmente sensibile a questo tipo di problema, è data particolare attenzione a questo aspetto:

“Nell’ambito delle proprie attività, l’ENI è impegnato a contribuire allo sviluppo e al benessere delle comunità in cui opera perseguendo gli obiettivi di garantire la sicurezza e la salute dei dipendenti, dei collaboratori esterni, dei clienti e delle comunità interessate dalle attività stesse e di ridurre l’impatto ambientale.

L’ENI contribuisce attivamente nelle sedi appropriate alla promozione dello sviluppo scientifico e tecnologico volto alla protezione ambientale e alla salvaguardia delle risorse.

Le attività industriali dell’ENI debbono essere gestite nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione.

La gestione operativa deve fare riferimento a criteri avanzati di salvaguardia ambientale e di efficienza energetica perseguendo il miglioramento delle condizioni di salute e di sicurezza sul lavoro.

La ricerca e l’innovazione tecnologica devono essere dedicate in particolare alla promozione di prodotti e processi sempre più compatibili con l’ambiente e caratterizzati da una sempre maggiore attenzione alla sicurezza e alla salute degli operatori.

I dipendenti dell’ENI, nell’ambito delle proprie mansioni, partecipano al processo di prevenzione dei rischi, di salvaguardia dell’ambiente e di tutela della salute e della sicurezza nei confronti di se stessi, dei colleghi e dei terzi” (ENI S.p.A., 1998).

Una *quinta generazione* di Codici di Condotta si configura, infine, nella seconda metà degli anni novanta. Nuovi requisiti vanno a riguardare la responsabilità sociale in quelle imprese che operano all’estero, soprattutto in Paesi in cui i governi locali non rispettano i diritti umani di base. È questa la fase più attuale dove incomincia a prefigurarsi una *Corporate Responsibility* (Responsabilità d’Impresa) in termini più moderni, secondo la quale produzione e commercio devono essere più orientati all’interesse pubblico e non solo all’interesse dell’impresa.

Nel Codice di Comportamento ENI si legge a questo proposito:

“L’ENI favorisce le attività “non profit” che testimoniano l’impegno dell’impresa ad attivarsi liberalmente alla soddisfazione dei fabbisogni delle società civili in cui opera.

I dipendenti dell’ENI, nell’ambito delle rispettive funzioni, sono tenuti a partecipare alla definizione delle singole iniziative in coerenza con le politiche e i programmi di intervento, ad attuarle con criteri di assoluta trasparenza e a sostenerle quale valore integrante degli obiettivi dell’ENI” (ENI S.p.A., 1998).

Attualmente l’ENI ha siglato accordi di Responsabilità Sociale d’Impresa che vanno oltre le cinque generazioni descritte (riprenderemo questo punto nel capitolo secondo dedicato alla RSI).

1.3 Il dibattito internazionale a partire dagli anni novanta: valore e limiti dei Codici di Condotta

Il carattere puramente volontario dei Codici di Condotta comporta una serie di questioni riguardanti le motivazioni, la credibilità e l'affidabilità delle imprese che attuano queste iniziative di autoregolamentazione. A livello internazionale è in corso un dibattito dove sono riconoscibili diversi punti di vista di operatori e studiosi, alcuni favorevoli ad interpretare i Codici di condotta come "nuova speranza" altri come "falsa illusione".

In particolare, nell'ambito di studi riguardanti il commercio etico e la condizione delle donne in rapporto al processo di globalizzazione, due studiose, Ruth Pearson (Professore di Studi sullo Sviluppo e Direttore del Centro di Studi sullo Sviluppo all'Università di Leeds) e Jill Seyfang (Professore alla Scuola di Studi sullo Sviluppo dell'Università dell'East Anglia), individuano aspetti positivi e negativi che possono derivare dall'uso dei Codici di Condotta volontari (Pearson, Seyfang, 2001).

Un primo aspetto positivo è che i codici di condotta possono, in linea di principio, allargare anche a gruppi solitamente esclusi (ad esempio le donne) la partecipazione alle negoziazioni, nei vari Forum di discussione ma anche in tutto il processo di definizione dei codici fino alla valutazione finale; il United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD), Istituto di Ricerca delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sociale, a questo proposito sottolinea:

"Nei vari forum di discussione sui Codici è cambiata la struttura istituzionale tradizionale riguardante le negoziazioni. I vari attori sono entrati in contatto tra di loro e in particolare con gruppi prima esclusi – ad esempio le donne che lavorano nelle zone di esportazione – che hanno ottenuto voce nelle negoziazioni e un ruolo nel monitoraggio e nella valutazione" (Murphy and Bendell, 1999, cit. in Pearson, Seyfang, 2001 pag. 69).

I Codici di Condotta possono diventare anche strumenti di sviluppo del commercio responsabile favorendo ad esempio l'etichettatura sociale attraverso la quale sono informati i consumatori che l'impresa produttrice ha seguito precisi standard che danno a loro volta credibilità e fiducia all'impresa stessa (tale aspetto è considerato importante anche dal Maquila Solidarity Network) (Yanz et al., 1999). Inoltre, possono trovare nuovi spazi forme indipendenti di monitoraggio e verifica.

La diffusione dei Codici di Condotta incoraggia la creazione di nuove forme e contenuti della comunicazione nonché la formazione di nuove coalizioni in quanto favorisce la diffusione delle informazioni sui principali standard di lavoro, sulle convenzioni internazionali e sui diritti universali dei lavoratori. Sostengono le stesse autrici:

"I sindacati possono ora negoziare con le imprese internazionali sulla base di effettive informazioni riguardanti la produzione internazionale e i pattern commerciali; e le organizzazioni di lavoratori possono scambiare informazioni sui modi di operare delle imprese – positivi e negativi – in varie parti del mondo" (Pearson, Seyfang, 2001 pag. 70).

Infine, iniziative nate per promuovere i Codici di Condotta, ad esempio quelle del Dipartimento per lo Sviluppo Internazionale (Department for International Development, DFID) e della ILO, contribuiscono a cambiare i termini della discussione politica sulla povertà e sull'impatto economico e sociale della globalizzazione. Ne vedono l'importanza alcuni imprenditori tra cui Anita Roddick, fondatrice dell'impresa di cosmetici inglese The Body Shop, che afferma:

"non si può impedire al commercio di andare nella direzione della globalizzazione, ma si può fare in modo che il commercio conosca le responsabilità proprie della globalizzazione. Non penso che ciò si possa raggiungere con la regolamentazione dei governi, ma viene direttamente da coloro che sono coinvolti negli affari e che si rendono conto che agire in modo responsabile (*responsibly*) e in maniera sensibile (*responsively*) è davvero positivo per il commercio stesso" (Roddick, 2000, cit. in Pearson, Seyfang, 2001 pag. 71).

Fino a qui un versante di valutazioni positive dei Codici e dei loro effetti. Secondo Porot (2001) tali osservazioni saranno però da raccogliere con cautela essendovi fino ad oggi ben pochi lavori scientifici di misurazione del miglioramento delle condizioni di lavoro per effetto dei Codici (pag. 55). Anche nello studio delle due autrici cui abbiamo già fatto riferimento (Pearson, Seyfang, 2001) si afferma che i Codici di Condotta possano essere visti come strumenti di "strategie oligopolistiche" (pag. 66) di imprese che continuano in realtà ad essere guidate dalle leggi del mercato, da reputazione commerciale e prospettive commerciali future piuttosto che da una vera assunzione di responsabilità verso la forza-lavoro globale. I Codici di Condotta adottati da imprese multinazionali possono inoltre assolvere a funzioni di politiche contingenti e non di tipo universale: i principi espressi e le responsabilità assunte possono essere limitati a particolari processi di produzione e specifiche aree territoriali, possono tutelare particolari gruppi di lavoratori fino a quando questi appartengano alle risorse dell'impresa.

"Alla luce di ciò, il nuovo coinvolgimento sociale delle imprese transnazionali potrebbe solo riflettere un impegno opportunistico e temporaneo a migliorare le condizioni dei propri lavoratori, dal momento che non esisteranno a disfarsene non appena le condizioni della produzione globale indicheranno un trasferimento in nome del commercio e dei profitti" (Pearson, Seyfang, 2001, pag. 66-67).

Il dibattito internazionale mette in luce valori, limiti, speranze e rischi che l'uso di Codici di Condotta può comportare. Generalmente, le imprese sono propense a considerare i Codici di Condotta come strumenti volontari di autoregolamentazione preferibili a più vincolanti norme governative, con cui dare all'esterno un'immagine positiva che soddisfi le aspettative dell'opinione pubblica. Invece, sindacati, organizzazioni di lavoratori, ONG e iniziative internazionali che operano nell'ambito del commercio equo e della tutela dei diritti umani hanno una crescente attenzione per i Codici di Condotta come mezzi per raggiungere migliori condizioni di lavoro per tutti i lavoratori in ogni parte del mondo. Sindacati e ONG hanno individuato quali caratteristiche e requisiti un Codice di Condotta debba avere per essere efficace in tali direzioni. Esso dovrà:

- garantire i diritti di tutti i lavoratori nella catena produttiva;
- coinvolgere tutti i lavoratori nella sua stesura e implementazione;
- garantire gli standard minimi di lavoro previsti dalla ILO;
- includere sistemi di monitoraggio, verifica indipendente e pubblicazione dei risultati (Justice, 2001; Hale, Shaw, 2001; Porot, 2001).

Nel processo di promozione di standard di lavoro attraverso un Codice intervengono attori di diversa natura: sindacati, imprese, governi nazionali, la International Labour Organization (ILO), la Banca Mondiale, le Nazioni Unite e varie istituzioni per lo sviluppo della finanza⁵. Ma ciò non significa che tutti questi attori siano coinvolti in ugual misura nel voler garantire attraverso i Codici il rispetto delle condizioni e dei principi che la ILO ha definito come irrinunciabili (Ladbury, Gibbons, 2000) nella sua *Declaration on fundamental principles and rights at work* (Dichiarazione sui principi e i diritti fondamentali in materia di lavoro) (ILO, 1998) (cfr. all. 1). Anzi, il loro coinvolgimento risulta in alcuni casi molto problematico.

Tali principi sono espressi nelle Convenzioni che ogni Stato membro della ILO è invitato a ratificare:

- il diritto della libertà di associazione e di contrattazione collettiva è espresso nelle Convenzioni n. 87 del 1948 e n. 98 del 1949;
- il principio dell'eliminazione di ogni forma di sfruttamento e di lavoro forzato è espresso nelle Convenzioni n. 29 del 1930 e n. 105 del 1957;
- l'eliminazione della peggior forma di lavoro minorile e la definizione di un'età minima di lavoro sono espressi nelle Convenzioni n°182 del 1999 e n. 138 del 1973;
- infine, il principio dell'eliminazione di ogni forma di discriminazione è espresso nelle convenzioni n. 100 del 1951 e n. 111 del 1958.

⁵ Accenneremo più avanti nel testo ai nuovi orientamenti etici della finanza.

L'adesione alle Convenzioni Internazionali sta a significare da parte delle imprese che esse hanno deciso di includere nella cultura d'impresa le principali tutele dei diritti dei lavoratori, compresi i lavoratori più vulnerabili: donne e bambini (Ferguson, 1998). Questi principi tardano però ad essere recepiti sia presso alcuni Stati che non sono disponibili ad applicare sul loro territorio l'intera materia dei diritti di chi lavora sia presso molte imprese che non rinunciano a vedere nella globalizzazione la via per minori costi della forza-lavoro, minori vincoli sindacali, risparmi fiscali. Alcuni Stati non hanno ratificato tali Convenzioni e, tra questi, il caso più clamoroso è dato dagli Stati Uniti che hanno ratificato solo due (n° 105 e n°182) delle otto Convenzioni fondamentali (www.ilo.org). Tra le imprese che non hanno aderito all'intera materia, alcuni casi tra i più noti sono la Coca Cola in Colombia e la Nike in Indonesia (Capecchi, 2005).

1.4 I Codici di Condotta e le differenze di genere: un modello

Nel dibattito sui Codici di Condotta un aspetto interessante riguarda la questione femminile. L'Empowerment, inteso come maggiore potere e autonomia delle donne, già messo in luce dalla Quarta Conferenza Mondiale sulle Donne (Fourth World Conference on Women, FWCW) tenutasi a Pechino nel 1995, è da vedere anzitutto come condivisione di responsabilità tra uomo e donna dentro la casa e fuori, nel contesto nazionale e internazionale:

“...l'empowerment, il principio del potere e della responsabilità condivisi, dovrebbe essere stabilito tra uomini e donne a casa, sul luogo di lavoro e nella comunità nazionale e internazionale...” (FWCW, 1995).

È un percorso che deve essere realizzato attraverso tre vie:

- la libertà da ogni forma di violenza;
- la partecipazione al processo democratico di presa di decisioni;
- la partecipazione alle attività delle organizzazioni della Società Civile.

In armonia con tale orientamento troviamo la questione di genere e dell'empowerment discussa anche a proposito dei Codici di Condotta. Sostengono alcuni (Barrientos, Blowfield, 2000; Hale, Shaw, 2001), criticamente, che gli attuali Codici di Condotta sono pensati per una forza-lavoro omogeneizzata, in prevalenza maschile, in cui l'organizzazione sindacale è fattibile, ma che

“non tiene conto delle lavoratrici temporanee e occasionali, soprattutto dell'industria dell'abbigliamento” (Hale, Shaw, 2001, pag. 524).

Le autrici Hale e Shaw (2001) sostengono che i riferimenti alle donne negli attuali Codici di Condotta siano solo generiche disposizioni antidiscriminazione. Perché un Codice sia veramente efficace, dovrebbe essere garantita la consultazione delle donne prima della sua stesura in modo che la condizione femminile nel posto di lavoro diventi il punto di partenza del Codice stesso (Hale, Shaw, 2001, pag. 524). Altri studiosi (Barrientos, Dolan, Tallontire, 2001; Dwasi, 1999; Barrientos, McClenaghan, Orton, 1999) ritengono che, ancora oggi, i concetti di equità e giustizia non facciano parte della condizione femminile.

È interessante a questo proposito lo studio, condotto tra il 2000 e il 2001 da Stephanie Barrientos (Institute of Development Studies, University of Sussex), Catherine Dolan (University of East Anglia) e Anne Tallontire (Natural Resources Institute, University of Greenwich), nel quale è ribadita la necessità di considerare in modo complessivo tutti gli aspetti del lavoro femminile, sia il lavoro remunerato sia quello domestico, anche nelle ricerche sui Codici di Condotta (Barrientos, Dolan, Tallontire, 2001). La loro ricerca, svolta in aziende di orticoltura in tre paesi africani, Sud Africa, Kenia e Zambia, parte dall'analisi delle condizioni di lavoro in tali Paesi e dalle difficoltà che le donne incontrano quando assunte in tali aziende:

- ricevono salari più bassi rispetto a quelli degli uomini;
- non hanno gli stessi benefici di coloro che hanno un lavoro permanente;
- non è permesso loro lo sviluppo delle capacità e l'avanzamento di status;
- non sono protette dalle molestie sessuali;
- non sono facilitate nella cura dei bambini e della propria salute.

Tre categorie di Codici di Condotta sono presenti nei tre Paesi (ibidem):

- indipendenti, nati da iniziative internazionali (come il modello di codice SA8000⁶, uno standard internazionale di certificazione sociale pubblicato da Social Accountability International, e ETI Base Code, un altro modello di codice creato da Ethical Trade Initiative);
- societari (ad es. codici di società importatrici e supermarket);
- settoriali, tipici del settore dell'orticoltura.

Tutte e tre le categorie sono risultate basate sulle Convenzioni stabilite dalla ILO e sulla legislazione nazionale. Fra i codici settoriali però, uno solo, il codice EUREPGAP, prodotto da European Retailers Representatives Group (EUREP) per promuovere Good Agriculture Practices (GAP) è risultato non aderire alle Convenzioni della ILO ma soltanto alla legislazione nazionale (ivi, pag. 21).

⁶Cfr. par. 2.3.1

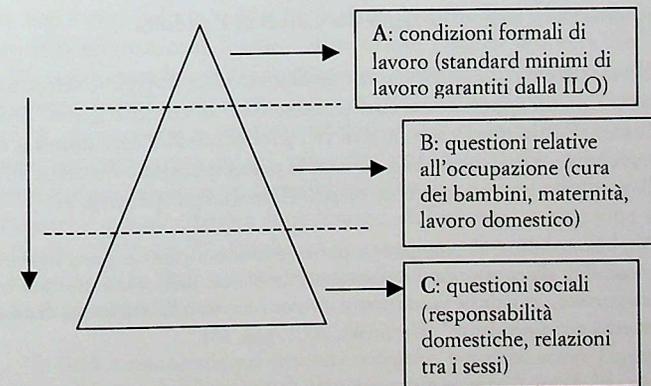
È stata costruita una "piramide di genere" (cfr. Figura 1) per la valutazione dei diversi tipi di Codici, con un'ottica riguardante le donne. È divisa in tre segmenti:

- il primo riguarda le questioni formali con cui uomini e donne si confrontano nelle loro occupazioni: libertà di associazione, contrattazione collettiva, sicurezza e salute, equa retribuzione, orario di lavoro e discriminazioni;
- il secondo riguarda questioni che nel lavoro diventano maggiormente importanti per una donna dovendo essa combinare responsabilità domestiche e lavoro remunerato: cura dei bambini nel luogo di lavoro, diritti attinenti alla riproduzione, permessi di maternità;
- il terzo riguarda le circostanze socio-economiche che influiscono sulla capacità di una donna di accedere a particolari tipi di lavoro e le situazioni che dovrà affrontare: norme e usi sociali, istruzione e relazioni di genere (ivi, pag. 9).

Secondo le autrici, un codice sarà da considerare maggiormente attento alle differenze di genere sul lavoro quanto più terrà conto delle questioni incluse nei segmenti più bassi della piramide (ivi, pag. 10). Per questo la ricerca vuole individuare:

- a) se i principi espressi nei codici coprano o meno i tre segmenti della piramide;
- b) quale sia il sistema di verifica adottato.

Figura 1 - La piramide di genere.



Fonte: Barrientos, Dolan, Tallontire, 2001

Per quanto riguarda il primo aspetto:

- tutti i codici indipendenti ricoprono il segmento A, ma è debole la loro copertura dei segmenti B e soprattutto C;
- i codici societari ricoprono solo alcune questioni dei segmenti A e B, e di quest'ultimo solo quelle in linea con la legislazione nazionale;
- tra i codici settoriali, EUREPGAP è basato esclusivamente sulla legislazione nazionale come principio guida e ricopre quindi solo quelle questioni del segmento A già affrontate dalle leggi nazionali.

I risultati mostrano che il segmento C della piramide non è raggiunto da alcun codice, sia esso indipendente, societario o settoriale. Invece, perché un codice possa essere considerato attento alle differenze di genere, concludono le autrici, dovrebbe tenere in considerazione la globalità della vita di una donna e i diversi bisogni che caratterizzano la condizione femminile più di quella maschile.

Relativamente al secondo aspetto, il monitoraggio e la verifica dei codici, sia societari che settoriali, risulta che questi siano effettuati sempre internamente all'impresa da parte dei datori di lavoro o da rappresentanti della compagnia, nonostante ci siano stati tentativi di "auditing" ad opera di terzi mai portati a termine.

Manca anche, secondo le autrici, il coinvolgimento degli stakeholders nel processo di implementazione e nei sistemi di monitoraggio e verifica.

"Perché un codice sia veramente effettivo, è essenziale che le ONG locali, i gruppi di donne e i sindacati facciano parte del processo di implementazione e che sia attuato un approccio partecipativo, un monitoraggio e una verifica indipendenti" (ivi, 2001, pag. 31).

1.5 Implementazione e monitoraggio dei Codici di Condotta

Un efficace sistema di implementazione di un Codice dovrebbe sempre riferirsi a procedure scritte (in appendice al codice stesso o in "documenti guida" pubblicati appositamente). Per la messa a punto di tali procedure che serviranno a rendere operativo un codice, è indispensabile un'ampia partecipazione e massima diffusione oltreché disponibilità verso i controlli esterni (Urminski, 2001, pag. 32):

"[...] la necessità di allargare la partecipazione a tutte le parti interessate, la possibilità di confrontare i resoconti pubblicati dalle varie aziende in modo trasparente, periodiche valutazioni e revisioni dei metodi, la necessità di una verifica esterna e indipendente" (Urminsky, 2001, pag. 33).

Un sistema di implementazione adeguato deve prevedere *tre fasi* le quali, se opportunamente strutturate, comportano vantaggi anche per l'impresa nel suo complesso (Tsogas, 2003):

- a) attuazione
- b) monitoraggio
- c) verifica

L'*attuazione* è ciò che fa l'impresa per l'effettiva applicazione del suo Codice (Justice, 2001) anche presso tutti i soggetti interessati.

"Il codice deve essere applicato nell'impresa che lo ha adottato, così come ai fornitori e ai subappaltatori" (Kearney, Justice, 2001 in www.cisl.it/fim).

Il *monitoraggio* è un controllo, che dovrebbe essere indipendente, per far sì che le diverse clausole siano osservate (Justice, 2001).

"Per essere credibile il "monitoraggio indipendente" dovrebbe essere attuato da soggetti qualificati, che lavorano su procedure concordate. Sia le qualifiche di tali soggetti che le procedure relative dovrebbero essere stabilite indipendentemente dall'azienda per la quale si deve verificare l'attuazione del codice" (Kearney, Justice, 2001 in www.cisl.it/fim).

La *verifica* è un processo globale di controllo dei sistemi di attuazione e di monitoraggio (Justice, 2001) che si auspica effettuato da organi qualificati.

"Molti sono arrivati alla conclusione che la verifica dovrebbe essere effettuata da professionisti che lavorano secondo standard definiti e formati a tali competenze tecniche, che comprendono l'ispezione del lavoro, la responsabilità, la salute e la sicurezza e tecniche di valutazione" (Kearney, Justice, 2001 in www.cisl.it/fim).

Due esponenti del sindacalismo internazionale, Neil Kearney (Segretario Generale della International Textile, Garment and Leather Workers' Federation) e Dwight W. Justice (membro della International Confederation of Free Trade Unions), in un'intervista pubblicata sul sito internet www.cisl.it, pongono l'accento sulla necessità di monitoraggi e verifiche obiettive svolte da parti terze, non legati all'azienda. Si è riscontrato, infatti, più volte, che la decisione di adottare misure etiche corrisponde ad esigenze di pubblicità positiva e che l'adozione del codice non corrisponde poi all'effettiva applicazione, diffusione e valutazione dei criteri espressi (Porot, 2001, pag. 50). Perché ciò non avvenga, i due sindacalisti propongono che sia individuata la ILO come Organizzazione preposta alla messa a punto di criteri idonei per il controllo:

"la ILO, a causa della sua struttura tripartita, potrebbe essere l'organizzazione più adeguata a stabilire punti di riferimento per la messa a punto dei criteri migliori per la formazione dei controllori, per gli standard di verifica e per lo sviluppo credibile di ogni professione di auditing sociale" (Kearney, Justice, 2001 in www.cisl.it/fim).

1.6 La proposta di altri strumenti di regolamentazione delle imprese: le Clausole Sociali

In base agli studi fatti su benefici e svantaggi dei Codici di Condotta e in base all'opinione espressa dalla Social Accountability International⁷ (SAI) secondo la quale una dichiarazione d'intenti non basta né per i lavoratori né per l'opinione pubblica (Porot, 2001, pag. 56), nella prima metà degli anni novanta una nuova prospettiva prende luce nella discussione: includere una *Clausola Sociale* negli accordi commerciali per rendere più vincolanti, anche attraverso sanzioni, le norme sulle garanzie degli standard minimi di lavoro (Leary, 1996).

La riflessione internazionale sul tema di Clausole Sociali volte ad introdurre norme sociali, minime e comuni nel commercio internazionale, è basata su due presupposti indissociabili: il primo, il rispetto dei diritti dei lavoratori, e il secondo, la considerazione che l'introduzione di una Clausola Sociale negli accordi che disciplinano il commercio internazionale non debba in alcun caso fungere da pretesto per rafforzare il protezionismo nei confronti dei Paesi in via di sviluppo. Lo strumento della Clausola Sociale deve invece permettere di conseguire obiettivi di giustizia sociale e di concorrenza leale in un contesto di sempre maggiore interdipendenza delle economie nazionali (Sanjion, 1999).

Non si è giunti ad un unico punto di vista ma a due linee di pensiero.

La tesi di coloro che sono favorevoli all'introduzione di una Clausola Sociale (i sindacati, il Parlamento Europeo nella Risoluzione A3-7/94, e, in generale, le Organizzazioni Non Governative) è basata essenzialmente su argomenti di correttezza commerciale, con una preoccupazione specifica riguardo al lavoro minorile e ad altre forme di lavoro basate sullo sfruttamento. La Clausola Sociale eliminerebbe la concorrenza sleale derivante dallo sfruttamento nel lavoro e le *sanzioni* commerciali rappresenterebbero il mezzo più efficace per raggiungere questo scopo (Lee, 1997).

Coloro che, invece, si oppongono all'introduzione di una Clausola Sociale negli accordi commerciali, pur non negando l'esistenza dello sfruttamento e del lavoro minorile, sono convinti che questi siano una conseguenza del sottosviluppo e della povertà di alcuni Paesi e non il risultato di precise scelte politiche (Lee, 1997). Tra questi, la WTO, le associazioni di imprese che alla WTO fanno capo e la stessa ILO. Un più ampio accesso ai mercati dei Paesi industrializzati è visto da questi soggetti come soluzione per i Paesi in via di sviluppo per ridurre la povertà e favorire la crescita economica. In questa direzione sono da leggersi gli obiettivi della WTO, elencati nella *Dichiarazione Ministeriale di Singapore* (WTO, 1996) e sostenuti dalla ILO nel corso della Conferenza Ministeriale della WTO (ILO, 1997), della

⁷ Social Accountability International (SAI) è un istituto pubblico di ricerca e servizio, con sede negli Stati Uniti e in Gran Bretagna, fondato nel 1969. SAI lavora con imprese, consumatori, ONG, sindacati, agenzie governative ed enti certificatori di tutto il mondo per promuovere i diritti umani.

progressiva liberalizzazione del commercio di beni e servizi ed eliminazione di ogni tipo di tariffa commerciale. Queste Organizzazioni ribadiscono che strumenti eccessivamente vincolanti siano controproducenti mentre iniziative volontarie, come i Codici di Condotta, permettono una maggiore assunzione di responsabilità da parte delle imprese (Lee, 1997).

Riassumendo:

- I sindacati, il Parlamento europeo (nella Risoluzione A3-7/94) e le ONG, favorevoli all'introduzione di una Clausola Sociale negli accordi commerciali, spingono verso un'armonizzazione degli standard di lavoro tra le nazioni, convinti che solo un'azione internazionale di questo tipo possa far rallentare o fermare quella corsa verso il basso che minimizza i costi a danno dei lavoratori (Bhagwati, Hudec, 1996);
- WTO e ILO, si oppongono all'introduzione di una Clausola Sociale, sono convinti che un'eventuale armonizzazione degli standard lavorativi violi le regole del libero mercato, che ogni economia debba raggiungere un proprio equilibrio con creazione di proprie norme e principi (Brown, Dearnorff, Stern, 1996).

Fino alla prima metà degli anni novanta, alla domanda se sia necessario garantire ovunque standard minimi di lavoro non è stata data una risposta univoca né tantomeno definitiva. Restano contrapposti i punti di vista riguardo ad una possibile "armonizzazione globale" degli standard lavorativi fondati su clausole sociali. Per alcuni, le clausole potrebbero favorire forme di commercio più eque e responsabili basate su una concorrenza leale. Per altri, non terrebbero nella dovuta considerazione i differenti "punti di partenza", culturali sociali economici e politici, dei diversi Paesi, e sarebbero invece più efficaci gli strumenti di regolamentazione volontari che possono essere meglio ancorati ai diversi contesti nazionali.

1.7 Unione Europea, Codici di Condotta e Clausole Sociali

Nell'Unione Europea il dibattito, aperto ormai da diversi anni, ha condotto ad iniziative importanti (già nel 1977 il Consiglio Europeo aveva adottato un *Codice per le società commerciali operanti nel Sud-Africa* e nel 1988 il *Codice sull'esportazione delle armi*), ma la posizione dell'Unione Europea non è unanime e presenta nel tempo dei cambiamenti. Da una parte, il Parlamento Europeo si pronuncia in un primo momento per l'assunzione di specifiche responsabilità da parte delle aziende, e richiede che tali responsabilità siano accompagnate da precisi strumenti per l'implementazione e il monitoraggio e da meccanismi sanzionatori (Howitt, 1998); invece, la Commissione Europea non vuole imporre comportamenti responsabili alle imprese, rifiuta decisamente qualunque ipotesi di regolamentazione che vada oltre il puro volontarismo escludendo anche l'obbligo di presentare rapporti sociali e ambientali periodici e una certificazione sociale (cfr. cap. 2 su RSI).

Nel 1994, il Parlamento di Strasburgo approva la *Risoluzione A3-7/94 sull'introduzione della clausola sociale nel sistema unilaterale e multilaterale di commercio* (Parlamento Europeo, 1994) che prevede il rispetto delle principali Convenzioni della ILO attraverso l'inserimento di *Clausole Sociali* negli accordi multilaterali commerciali (Mannucci, Cappelli, 2003, pag. 14). Nel testo della Risoluzione, il Parlamento Europeo:

- “reputa indispensabile che sia varata nel quadro multilaterale e unilaterale del commercio internazionale una clausola sociale tendente a lottare contro il lavoro dei minori e il lavoro forzato e finalizzata a promuovere la libertà sindacale e di negoziato collettivo in base alle convenzioni della ILO, ritiene che si debba tener conto, al riguardo, dell'importanza delle peculiarità nazionali e regionali nonché dei vari retroterra storici, culturali e religiosi;
- auspica che l'introduzione di una clausola sociale nel commercio internazionale non possa divenire uno strumento di rafforzamento del protezionismo nei confronti dei paesi in via di sviluppo ma che anzi essa sia un fattore di lotta contro il sottosviluppo e contro le violazioni dei diritti umani; [...];
- ritiene che si debbano introdurre adeguati meccanismi sanzionatori preferibilmente nell'ambito del GATT e della WTO, onde assicurare che la clausola sociale sia rispettata dalle singole imprese in tutti gli Stati firmatari; ritiene che il GATT e la WTO debbano operare in stretta collaborazione con la ILO quando i gruppi speciali (panels) emanano decisioni su controversie risultanti dall'applicazione della clausola sociale;
- ritiene che in tutti i paesi le parti sociali svolgeranno e debbano svolgere un ruolo importante ai fini del controllo e dell'esame dell'applicazione della clausola sociale e soprattutto al fine di assicurare che le disposizioni di tale clausola vengano rispettate e fatte rispettare, ritiene che tale ruolo debba comprendere la possibilità di presentare reclami direttamente alla Commissione europea; [...];
- insiste affinché l'Unione europea si ponga al primo posto nel premere per l'inserimento di clausole sociali negli accordi commerciali e in questo contesto insiste affinché la Commissione sostenga l'inserimento di una clausola sociale nel corso della rinegoziazione del sistema comunitario di preferenze generalizzate; [...]”.

Nel 1999 vi è un'altra risoluzione nella quale il Parlamento Europeo, sottoscrivendo l'appoggio ai Codici volontari, si pronuncia in favore di un Codice Europeo: *Risoluzione A4-508/98 sulle norme comunitarie applicabili alle imprese che operano nei PVS: verso un codice di condotta europeo* (proposta del deputato europeo Richard Howitt) (Parlamento Europeo, 1999),

“il Parlamento dichiara il suo appoggio ai Codici di Condotta volontari, ma dichiara esplicitamente che questi non possono e non devono sostituire né essere un modo di evitare una regolamentazione internazionale” (Mannucci, Cappelli, 2003, pag. 14).

Tale risoluzione propone un *Codice di Condotta Europeo* da far assumere tendenzialmente a tutte le imprese europee che operano nei Paesi in Via di Sviluppo per garantire condizioni accettabili per i lavoratori e la tutela dell'ambiente, con sistemi di controllo universalmente accettati, senza tuttavia fissare le condizioni del lavoro e dei salari nei Paesi in Via di Sviluppo perché ciò resta di competenza di sindacati e lavoratori (Howitt, 1998). È auspicato che tale codice:

- si riferisca alle norme fondamentali della ILO e si conformi alle Convenzioni fondamentali sui “core labour standard”;
- sia conforme alla Dichiarazione tripartita della ILO e alle linee guida della OECD;
- inoltre, è caldeggiata la creazione di un sistema europeo di verifica esterna mirante ad estendere l'efficacia dei Codici di condotta al di là di quel limitato numero di imprese che hanno la motivazione e le capacità necessarie per sviluppare autonomamente i propri sistemi in questo campo (Howitt, 1998).

Philip Alston⁸ entrando nel merito di questa materia e favorevolmente orientato verso la proposta del deputato Howitz, nel suo lavoro intitolato *Diritti umani e globalizzazione* del 1999 ribadisce il principio di indivisibilità, presente anche nella Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite (United Nations, 1948), secondo cui i diritti economici, sociali e culturali hanno la stessa importanza di quelli civili e politici (Alston, 1999). Purtroppo tale principio, secondo lo studioso, trova poco riscontro nella pratica delle politiche europee sia interne all'Europa sia esterne. La sua proposta (Alston, 1999, pag. 108) prevede:

- una riflessione coerente sulla terminologia dei diritti umani;
- un riferimento agli standard internazionali riconosciuti in materia di diritti sociali dalle Nazioni Unite, dalla ILO, dal Consiglio d'Europa;
- una definizione degli obiettivi prioritari, specifici in termini di diritti;
- la promozione dell'accettazione dei criteri di monitoraggio e responsabilità ispirati ai diritti umani.

Egli considera non sufficienti, seppur positivi, i codici volontari che le stesse imprese redigono, perché

“non si basano necessariamente su chiari standard nazionali, i meccanismi di verifica sono ineguali e su di essi vigila, il più delle volte, la stessa azienda che li ha adottati; essi sono inoltre puramente volontari” (Alston, 1999, pag. 160).

⁸ Professore di diritto internazionale all'Istituto universitario europeo di Firenze e visiting global professor of law alla New York University. Ha insegnato alla Harvard Law School, alla Fletcher School of Law and Diplomacy e alla Australian National University. È stato presidente del comitato delle Nazioni Unite sui diritti economici, sociali e culturali dal 1991 al 1998 e collabora come esperto e consulente con numerose organizzazioni internazionali, tra cui OCSE, OIL, UNICEF, Nazioni Unite e UNESCO.

Nella seconda parte del suo libro dedicata all'analisi della politica interna ed esterna dell'Unione Europea in tema di diritti umani, confermando il suo appoggio al Codice Europeo avanza concrete raccomandazioni per la sua stesura, implementazione e monitoraggio (Alston, 1999). Fondamentalmente, invita ad attuare quanto prima una strategia che permetta di esaminare i codici già in vigore, e studiare come potrebbe essere formulato, adottato e monitorato tale *Codice di Condotta ufficiale per l'Unione Europea* (Alston, 1999, pag. 161).

CAPITOLO SECONDO

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

2.1 Alcune definizioni ed elementi introduttivi

Una prima definizione, generalmente accettata, di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) (in inglese Corporate Social Responsibility, CSR) è data dalla Commissione Europea nel 2001:

“la RSI è l'integrazione volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ambientali nelle loro attività commerciali e nelle loro relazioni con le parti interessate. Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare gli obblighi giuridici applicabili, ma anche andare al di là investendo di più nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate [...] un sistema di governo aperto, in grado di conciliare gli interessi delle parti interessate nell'ambito dell'approccio globale della qualità e dello sviluppo sostenibile” (Commissione Europea, 2001).

Un'altra autorevole definizione è della Banca Mondiale. Nel 2003 la RSI è descritta come

“il tentativo di un business di contribuire allo sviluppo economico sostenibile, tramite il coinvolgimento degli operatori, delle loro famiglie, della comunità locale e della società nella sua accezione più ampia, con il fine di migliorare la qualità della vita, in modo che ciò sia buono sia per il business che per lo sviluppo” (www.worldbank.org/privatesector/whatwedo.htm).

Tale definizione è accettata dal World Business Council for Sustainable Development¹ (Consiglio mondiale delle imprese per lo sviluppo sostenibile), associazione di circa 170 imprese multinazionali costituitasi nel 1995 con sede a Ginevra.

¹ Il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) è stato creato dall'industriale svizzero Stephan Schmidheiny in seguito alla sua partecipazione, in qualità di consigliere sul commercio e l'industria, al Summit delle Nazioni Unite tenutosi a Rio nel 1992 sui temi dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile. Obiettivo dell'organizzazione è sviluppare un'intensa cooperazione tra imprese, governi e tutte le organizzazioni impegnate nel campo ambientale e nello sviluppo sostenibile. Rientra in tale scopo la ricerca di criteri e standard di gestione ambientale di alta qualità e la loro diffusione nelle imprese.

La Corporate Social Responsibility Newswire², agenzia di informazione online (www.csrnewswire.com) fondata da imprese e ONG fornisce una propria definizione che non si discosta nella sostanza dalle precedenti:

“La Responsabilità Sociale d’Impresa mette in relazione le operazioni commerciali con i valori sociali integrando gli interessi degli stakeholder nelle politiche e nelle azioni commerciali. La RSI pone attenzione al successo sociale, ambientale e finanziario di un’impresa. L’obiettivo di un’impresa socialmente responsabile è avere un impatto positivo sulla società raggiungendo allo stesso tempo successi commerciali”.

Altre due definizioni sono di derivazione accademica. Stefano Zamagni (professore ordinario presso il dipartimento di Scienze Economiche dell’Università di Bologna) invitando a non confondere la RSI con la filantropia d’impresa, afferma:

“La Responsabilità sociale di un’impresa si basa sul principio della pari dignità di tutti i soggetti coinvolti nell’attività aziendale ai fini della costruzione e realizzazione del progetto imprenditoriale. È un’assunzione di responsabilità di cui l’impresa dovrà dare giustificazione attraverso la rendicontazione economica e sociale del proprio operato” (Zamagni, 2003a).

Luciano Gallino (professore emerito, già ordinario di Sociologia, presso l’Università di Torino) sostiene:

“La RSI è al tempo stesso una dottrina; un codice generale di comportamento folto di richiami all’etica; un insieme di principi specifici circa il modo di trattare correttamente, oltre agli azionisti, tutti coloro che per vari motivi sono interessati alle attività dell’impresa, perché in essa tengono una posta in gioco (ch’è il significato letterale dell’inglese *stakeholders*): dipendenti, fornitori, risparmiatori, consumatori, comunità in cui hanno sede le sole attività produttive. Oltre ad essere, naturalmente – la responsabilità sociale – un materiale stato di fatto le cui variazioni verso l’alto o il basso sono suscettibili di venir accertate con metodi empirici osservando il comportamento di una o più imprese, sia esso indotto o meno da una maggior o minore conformità ai principi della RSI” (Gallino, 2005, pag. 9).

Dalle brevi citazioni sopra riportate risulta che le istituzioni e le imprese sottoscrivono generalmente definizioni di RSI che rimandano alla sostenibilità dello sviluppo e quindi alla necessità d’integrare attività economiche con requisiti sociali ed ambientali. Alcuni studiosi invece mettono l’accento sugli aspetti etici della RSI:

² CSR Newswire si rivolge a investitori, consumatori e lavoratori che tengono conto delle pratiche delle politiche di RSI nelle decisioni riguardanti gli investimenti, gli acquisti e la carriera.

l’impresa deve assumere un comportamento etico verso tutti coloro che nelle attività d’impresa sono coinvolti ed impegnarsi a monitorare e rendicontare il proprio operato.

Sempre più diventa idea comune presso gli analisti (Wood, 1991, Frederick, 1994) che società e business non siano entità da considerare distinte, ma strettamente collegate e che le imprese che decidono di muoversi secondo le regole della Responsabilità Sociale trarranno benefici assumendo un comportamento etico.

Con questo presupposto, Wood (1991) elabora un *Modello CSP* (Corporate Social Performance) di valutazione della performance sociale di un’impresa, non arriva però a formulare regole con cui effettuare tale misurazione, fornisce solo uno schema che tutte le imprese possono utilizzare per valutare le loro performance sociali (Moir, 2001). Il modello prevede che la gestione di un’impresa socialmente responsabile debba includere:

- i *principi* della Responsabilità Sociale: legittimità³, responsabilità pubblica e prudenza gestionale
- i *processi* della Sensibilità Sociale: analisi dell’ambiente, gestione degli stakeholder e gestione delle controversie
- i *risultati* del comportamento aziendale: impatto sociale, politiche sociali e programmi sociali.

La definizione di *Corporate Social Performance* (CSP) proposta da Wood diventa:

“Una configurazione aziendale di principi di responsabilità sociale, processi di sensibilità sociale e politiche, programmi e altri risultati osservabili collegati alle relazioni sociali dell’impresa” (Wood, 1991, pag. 693).

La proposta di questo studioso è che i tre elementi, *principi, processi e risultati osservabili*, integrati in un modello, possano essere usati per valutare la *performance sociale* di qualunque tipo d’impresa (D’Orazio, 2003). In vista di ciò si dovrà esaminare:

“in quale misura principi di social responsibility motivino le azioni attuate dall’impresa, in quale misura l’impresa faccia uso di processi socialmente sensibili, l’esistenza e la natura di politiche e programmi volti a gestire le relazioni sociali dell’impresa e gli impatti sociali (i risultati osservabili) di azioni, programmi e politiche dell’impresa” (Wood, 1991, pag. 69).

³ Secondo la definizione di Suchman (1995): “Percezione o assunzione generalizzata che le azioni di un’impresa siano desiderabili, adatte o appropriate all’interno di un sistema di norme, valori e credenze socialmente condivisi”.

Secondo alcuni autori (Preston e Post, 1975, cit. in Moir, 2001), un'impresa dovrebbe adottare lo schema di Wood perché è un modello adatto ad evidenziare il ritorno economico di comportamenti socialmente responsabili.

Frederick (1994) analizza invece come *cambi nel corso degli anni* l'idea di RS. Cambia il modo di concepire la RSI passando da puro obbligo aziendale ad una maggiore sensibilità verso la società. Nel modello di Frederick sono individuate tre fasi di evoluzione della RSI:

- una prima fase, la cosiddetta CSR1, dove la RS era considerata come un obbligo per le imprese di lavorare per il miglioramento sociale;
- una seconda, la CSR2, dove la RS diventa capacità di un'impresa di rispondere alla pressione sociale;
- una terza, la CSR3, ancora attuale, dove è considerata la Responsabilità Sociale d'Impresa come "onestà sociale".

Sulla Responsabilità Sociale d'Impresa prevale oggi l'approccio Triple Bottom Line. Il termine è stato coniato nel 1994 da J. Elkington, cofondatore di SustainAbility⁴. Nel suo libro del 1998 *Cannibals with forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* (Elkington, 1998) l'autore sostiene che nel lungo periodo il successo negli affari dipenda proprio dall'abilità di un'azienda di realizzare contemporaneamente profitto, rispetto dell'ambiente e giustizia sociale (www.volontariperlosviluppo.it). Cerca di dimostrare come qualsiasi tipo di affare possa adottare una triplice strategia che includa non solamente la prosperità economica ma anche la salvaguardia ambientale e l'equità sociale (www.sv.camcom.it).

"L'approccio TBL focalizza le imprese non solo sul valore economico aggiunto, ma anche sul valore sociale e ambientale che esse aggiungono o distruggono." (Elkington, 2004).

Un'impresa che segua tale approccio dovrà non solo far propri sia i valori economici sia quelli ambientali e sociali, dovrà nella pratica agire secondo i criteri previsti e quindi anche aggiungere alla tradizionale rendicontazione della performance economica dell'impresa quella ambientale e sociale (www.bsdglobal.com).

2.2 Iniziative internazionali per la promozione della RSI. Unione Europea e ONU

La Commissione Europea inizia una strategia di coinvolgimento delle aziende nel progetto della RSI già dal 1997 con la costituzione di un organo di consulenza

⁴Una società di consulenza londinese nata con l'intento di suggerire alle imprese il modo per aumentare la sensibilità all'ambiente e l'attività sociale incrementando allo stesso tempo l'attività economica (www.sustainability.com).

appositamente dedicato. Nel Luglio 2001 pubblica il *Libro Verde. Promozione di un quadro Europeo per la Responsabilità Sociale delle Imprese*, un documento destinato all'apertura del dibattito a livello europeo su tale materia. Dopo consultazioni durate un anno, il tempo necessario per raccogliere le reazioni allo stesso Libro Verde, la Commissione presenta nel 2002 la *Comunicazione relativa alla responsabilità sociale delle imprese: un contributo delle Imprese allo Sviluppo Sostenibile* (Commissione Europea, 2002a) dove definisce una strategia europea per promuovere il contributo delle imprese al progresso economico ed ambientale. Secondo tale documento la Responsabilità Sociale d'Impresa dovrà essere fondata su alcuni elementi fondamentali:

- "Le imprese adottano un comportamento socialmente responsabile al di là delle prescrizioni legali ed assumono volontariamente tale impegno in quanto ritengono che ciò sia nel loro interesse sul lungo periodo;
- La responsabilità sociale delle imprese è intrinsecamente connessa con il concetto di sviluppo durevole: nelle loro attività le imprese devono tener conto anche delle ripercussioni economiche, sociali ed ambientali;
- La responsabilità sociale non è un elemento "addizionale" alle attività fondamentali delle imprese, bensì correlato con il tipo di gestione stessa delle imprese" (ivi, pag. 6).

Il dibattito promosso dalla Commissione Europea sul tema della RSI porta poi alla pubblicazione del *Libro Bianco* (Commissione Europea, Luglio 2002b) nel quale sono definite le linee operative sulla Responsabilità Sociale d'Impresa secondo criteri di pura volontarietà; proprio per questo motivo il Libro Bianco ha suscitato l'approvazione delle associazioni di industriali e dei governi neoliberalisti e la disapprovazione dei sindacati e delle ONG.

Il Parlamento europeo invece solo qualche mese prima, nel maggio 2002, aveva votato la *Risoluzione A5-0159/2002* per orientare e regolare l'azione delle società multinazionali. Tale Risoluzione (Parlamento Europeo, 2002) prevedeva un approccio *vincolante* alla RSI e invitava la Commissione Europea ad istituire:

- l'obbligo per tutte le multinazionali di presentare un rapporto sociale e ambientale i cui dati siano verificati da enti indipendenti in seguito all'adozione di una normativa europea vincolante in materia;
- un marchio sociale europeo che certifichi i prodotti per i quali sono rispettati i diritti umani e sindacali;
- una lista nera delle imprese colpevoli di corruzione;
- programmi europei che colpiscano gli abusi delle imprese europee nei PVS. (Parlamento Europeo, 2002).

La Commissione Europea non coglie i contenuti innovativi e più impegnativi di questa proposta, pubblica dopo due mesi il *Libro Bianco* dove è ribadita la non

obbligatorietà, e l'anno seguente, durante il semestre di Presidenza italiana dell'Unione Europea, in occasione della terza Conferenza Europea sulla CSR tenutasi a Venezia nel Novembre 2003, il Ministro del Welfare Maroni propone, in linea con tale orientamento, il *Progetto CSR-SC* (Corporate Social Responsibility-Social Commitment, cfr. par. 3.1), già presentato durante il Convegno sulla CSR tenutosi presso l'Università Bocconi di Milano il 13 Dicembre 2002.

Tale Progetto ha come obiettivo lo sviluppo di Linee Guida e criteri condivisi per la valutazione e la verifica delle pratiche di RSI. In esso è attribuita importanza alla diffusione di comportamenti etici nelle imprese e, in primo luogo, alla creazione di strumenti per la misurazione della performance sociale delle imprese stesse.

La novità introdotta dal governo italiano riguarda proprio la creazione di uno strumento, il *Social Statement*, documento di rendicontazione che permette alle imprese di comunicare all'esterno la propria performance sociale.

Il progetto CSR-SC si mantiene, come si è detto, nella sfera della non obbligatorietà. Prevede, infatti, di attuare strategie di "persuasione" (Capecchi, 2005) per convincere le imprese ad aderire volontariamente alle regole della RSI. Tali strategie si concretizzano in incentivi fiscali e finanziari per quelle imprese che più si impegneranno nell'attuazione di una condotta socialmente responsabile. Lo scopo dichiarato è di "favorire la partecipazione attiva delle imprese al sostegno del sistema di welfare nazionale e locale, secondo una moderna logica di integrazione pubblico-privato" (Progetto CSR-SC, 2002, pag.2)

Una svolta decisiva nell'ambito della RSI è compiuta dalla Sottocommissione delle Nazioni Unite per la Promozione e la Protezione dei Diritti Umani con l'approvazione, nell'agosto 2003, delle *Norme sulla Responsabilità delle Imprese Transnazionali ed altre Imprese in relazione ai Diritti Umani* (ONU, 2003) (cfr. all. 4). L'aspetto rilevante è che tale documento riprende un approccio *normativo* (Amnesty International, 2004) in contrapposizione alla volontarietà che caratterizzava le iniziative precedenti. La RSI è definita come:

"l'obbligo di promuovere, rispettare, garantire il rispetto e proteggere i diritti umani riconosciuti dal diritto internazionale" (ONU, 2003).

Con questo documento, per la prima volta, si affronta il tema della RSI specificamente sul piano del diritto internazionale. Per la prima volta, come sottolineato da Amnesty International (2004), sono state create delle Norme in materia di diritti umani che sono più precise rispetto alle Linee Guida formulate precedentemente e contemplano l'impegno tanto a monitorare le multinazionali quanto ad intraprendere azioni legali contro quelle imprese che violano tali Norme.

Le Nazioni Unite individuano due organi, al loro interno, con il compito di realizzare il monitoraggio:

- la *Commissione dei diritti umani* che dovrebbe istituire un gruppo di esperti, un relatore speciale oppure un gruppo di lavoro per ricevere informazioni e adottare azioni appropriate quando le aziende si comportino in contrasto con le Norme;
- la *Sottocommissione sulla tutela e promozione dei diritti umani* che dovrebbe monitorare l'applicazione delle Norme da parte delle multinazionali, definendo meccanismi e tecniche per rendere più efficace tale monitoraggio ai fini anche di eventuali azioni legali.

I pareri ufficiali inviati alle Nazioni Unite su questa proposta presentano un'ovvia contrapposizione (Capecchi, 2005): da un lato, il rifiuto delle Norme da parte dell'Associazione che aggrega le principali multinazionali, la International Chamber of Commerce, e i governi neoliberalisti; dall'altro, la valutazione pienamente positiva di sindacati e ONG. Unica sorpresa, l'adesione alle Norme da parte di un gruppo di dieci multinazionali aderenti al progetto BLIHR⁵ (Business Leaders Initiative on Human Rights), un programma triennale attraverso cui tali imprese sperimentano un modo di lavorare in sintonia con le Norme.

"Anche se si tratta di un numero relativamente limitato di multinazionali, la serietà degli intenti si distanzia nettamente da iniziative di facciata come quelle del Business Council for Sustainable Development⁶ o anche dal Global Compact"⁷ (Capecchi, 2005 pag. 79).

Trascorrono alcuni anni senza pronunciamenti ufficiali della Unione Europea tra la Comunicazione del 2002 della Commissione Europea (di cui si è appena detto) e il nuovo *Comunicato* del 2006 intitolato *Varo dell'Alleanza europea per la Responsabilità Sociale delle Imprese*.

Nel frattempo è stato istituito, nell'ottobre 2002, ed ha lavorato, il *Forum Multilaterale europeo sulla RSI* (European Multistakeholder Forum) con l'obiettivo di accrescere il livello di conoscenza della RSI e facilitare il dialogo tra business community, sindacati e organizzazioni della società civile. I lavori di tale Forum hanno visto fortissimi conflitti tra i rappresentanti delle diverse parti, contrasti così

⁵ L'iniziativa è stata creata nel Maggio del 2003 da sette imprese: ABB Ltd, Barclays plc, MTV Networks Europe, National Grid plc, Novartis Foundation for Sustainable Development, Novo Nordisk e The Body Shop International plc. Nel corso del 2004 anche la Hewlett-Packard Company, Statoil e Gap Inc. hanno aderito all'iniziativa.

⁶ Cfr. par. 2.1.

⁷ Il Global Compact (United Nations, 1999), iniziativa del segretario generale dell'ONU e di 6 agenzie delle Nazioni Unite ovvero UNHCR, ILO, UNEP, UNDP, UNIDO, UNODC, prevede un'adesione volontaria delle imprese a nove principi contenuti nell'accordo stesso e relativi a tre aree (diritti umani, lavoro e ambiente), al fine di incoraggiare le imprese a conformare le proprie pratiche e comportamenti a valori universalmente riconosciuti, perseguendo così obiettivi che rendano il mercato globale più stabile e inclusivo.

netti da profilarsi il rischio di una spaccatura a livello europeo sulla questione della RSI, tra imprese e parti sociali, con dichiarazioni e smentite dei diversi soggetti partecipanti. Tale Forum, conclusosi nel luglio del 2004, ha prodotto nello stesso anno una sua relazione finale.

Il 22 Marzo 2006 la Commissione Europea presenta al Parlamento Europeo il Comunicato *Varo dell'Alleanza europea per la Responsabilità Sociale delle Imprese*⁸ (Bruxelles, 22 Marzo 2006), dove appaiono precisi riferimenti alle contestazioni portate avanti dalle Organizzazioni non governative e dai sindacati che accusano la stessa Commissione di essersi schierata a fianco delle imprese e di aver messo in secondo piano i portatori d'interessi (stakeholder) non appartenenti al mondo imprenditoriale (www.rsinews.it). In tale Comunicato è espressa la decisione di varare un'Alleanza europea per la RSI, guidata dalle imprese, che agisca come "polo d'eccellenza" e fornisca un contributo volontario per il raggiungimento degli obiettivi individuati nella Strategia di Lisbona dal Consiglio Europeo del Marzo 2000. Il

⁸ Il testo del Comunicato della Commissione Europea *Varo dell'Alleanza europea per la Responsabilità Sociale delle Imprese* (Bruxelles, 22 Marzo 2006) è riportato di seguito. Com'è possibile indurre un maggior numero di imprese europee ad andare al di là degli obblighi minimi di legge, a favore della società e dello sviluppo sostenibile? In altre parole, com'è possibile promuovere un maggior impegno delle imprese a favore della responsabilità sociale delle imprese (RSI)? La Commissione ha oggi annunciato il suo sostegno al varo di un'Alleanza europea per la responsabilità sociale delle imprese, così da mobilitare le risorse e le capacità delle imprese europee e fare dell'Europa un polo di eccellenza in materia di RSI. Questa nuova Alleanza è aperta e le imprese europee di ogni dimensione sono invitate a manifestare il proprio sostegno su base volontaria. Non si tratta di uno strumento giuridico che le imprese devono sottoscrivere, ma di una cornice politica per le attuali o future iniziative nel campo della RSI promosse da grandi aziende, PMI e dai rispettivi stakeholder. L'Alleanza dovrebbe dar luogo a nuovi partenariati e offrire nuove opportunità di promozione della RSI a tutti i soggetti coinvolti. L'iniziativa odierna costituisce il seguito di un'ampia consultazione di tutti i protagonisti interessati, svoltasi nell'ambito del forum multilaterale europeo sulla RSI, che ha presentato la sua relazione finale nel 2004. La Commissione propone di convocare nuovi incontri di questo forum nel 2006 al fine di esaminare con tutti i soggetti interessati i progressi compiuti nel campo della RSI. Günter Verheugen, vicepresidente della Commissione e responsabile per l'industria e le imprese, ha dichiarato: "Questa Alleanza contribuirà a trovare una sintesi tra le ambizioni economiche, sociali e ambientali europee. La Commissione ha optato per un metodo volontario più efficace e meno burocratico. Dato che la RSI riguarda un comportamento volontario delle imprese, possiamo promuoverla solo collaborando con le imprese. L'Europa ha bisogno di un clima generale in cui gli loro valido contributo di fronte alle sfide che interessano la società." Il commissario agli Affari sociali Vladimir Spidla ha aggiunto: "Il partenariato varato oggi rappresenta un'alleanza aperta, il cui obiettivo è dare un nuovo slancio alle iniziative in materia di RSI. Ritengo che la RSI possa aiutare i lavoratori ad adattarsi meglio al cambiamento e ad apprendere le competenze necessarie per l'economia del XXI secolo. Può anche contribuire a fare diventare le pari opportunità una realtà nelle aziende europee e favorire l'integrazione dei gruppi svantaggiati." Un miglioramento del contesto e delle condizioni per le imprese in Europa crea contestualmente l'esigenza di una maggiore autodisciplina del mondo delle imprese. In questo quadro la RSI è sempre più importante ai fini del buon funzionamento dell'economia di mercato.

Consiglio Europeo ha posto come obiettivo per il 2010 che l'economia europea diventi 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. La Commissione europea esprime il convincimento che grazie a questo orientamento molte imprese sceglieranno di impegnarsi nel quadro della RSI con un ruolo di "attori primari".

Le Ong europee contestano questa posizione. A loro parere, nella strategia europea non è contemplato realmente di migliorare l'impatto sociale e ambientale delle imprese europee, ma solo di rendere queste più competitive e capaci di fare profitti. Le Ong contestano la Commissione anche dove essa afferma che il Forum

Attraverso l'"Alleanza europea per la responsabilità sociale delle imprese" la Commissione intende promuovere l'ulteriore adozione della RSI da parte delle imprese europee e accrescere il sostegno e il riconoscimento accordati alla RSI, vista quale contributo allo sviluppo sostenibile e alla strategia per la crescita e l'occupazione. Secondo la Commissione occorre un nuovo metodo politico per il conseguimento di tale obiettivo. Ciò comporta tra l'altro riconoscere alle imprese il ruolo di protagoniste nel campo della RSI. Allo stesso tempo la Commissione continua ad attribuire la massima importanza al dialogo con tutti i soggetti interessati e ammette che la RSI non si svilupperà senza il sostegno attivo e le critiche costruttive degli attori non aziendali.

Un ampio processo di consultazione

La presentazione di questa Alleanza da parte della Commissione è il frutto di vari anni di dibattito pubblico, consultazioni e dialogo con le imprese e le altre parti interessate. Tappe importanti di questo processo sono stati un Libro Verde (2001), una comunicazione e l'istituzione di un forum multilaterale europeo sulla RSI. Nell'ambito del forum si è pervenuti a un qualche consenso tra i soggetti interessati; tuttavia in quella stessa sede sono emerse anche notevoli differenze di opinioni tra i diversi soggetti aziendali e non aziendali. È emersa una comune interpretazione europea del concetto di RSI, intesa come l'integrazione volontaria, da parte delle imprese, delle problematiche sociali ed ecologiche nelle loro attività e nei loro rapporti con le parti interessate.

Piccole e medie imprese

A dispetto di quanto comunemente si crede la RSI non riguarda esclusivamente le grandi aziende. Come per molte altre prassi commerciali, alcuni dei più recenti e interessanti sviluppi in questo campo si sono prodotti a livello delle piccole e medie imprese. La Commissione riconosce l'esigenza di un migliore riconoscimento del contributo che già oggi molte PMI apportano nel settore della RSI. La Commissione agevolerà lo scambio di esperienze su come promuovere ulteriormente la RSI tra le PMI.

Risultati conseguibili attraverso la RSI

- Assunzione di un maggior numero di persone appartenenti a gruppi svantaggiati;
- investimento nello sviluppo delle competenze, nell'apprendimento permanente e nell'occupabilità;
- miglioramento della salute pubblica, in settori quali la commercializzazione e l'etichettatura dei prodotti alimentari;
- migliori risultati sul fronte dell'innovazione;
- uso più razionale delle risorse naturali e livelli di inquinamento più bassi grazie agli investimenti nel campo dell'innovazione ecocompatibile e all'adozione volontaria di sistemi di gestione ambientale;
- migliore immagine dell'impresa e degli imprenditori nella società;
- riduzione della povertà e progresso verso la realizzazione degli obiettivi di sviluppo del millennio".

Multi-Stakeholder abbia raggiunto una posizione di consenso sul carattere volontario della RSI dopo un anno e mezzo di lavori. Le Ong ribadiscono invece di aver sempre sostenuto la necessità di misure legislative vincolanti per garantire un comportamento responsabile da parte delle imprese. La Commissione è accusata di non aver tenuto conto delle proposte avanzate dalle Ong riguardanti l'obbligo di stesura di rapporti sociali e ambientali da parte delle imprese, attuazione di monitoraggi e verifiche indipendenti, messa a punto di standard e principi internazionali. Se la proposta della Commissione fosse adottata, affermano le Ong, significherebbe che è andato sprecato il lavoro svolto nel Forum Multi-Stakeholder. Le Ong che hanno espresso questa posizione in un *Comunicato* del 13 Marzo 2006⁹ sono l'italiana Mani Tese, Germanwatch e alcune coalizioni nazionali sul tema della RSI: l'olandese MVO platform, la britannica CORE, la spagnola SETEM e il Forum Citoyen pour la RSE France (www.rsinews.it).

Anche sul fronte sindacale, la European Trade Union Confederation (ETUC) nel *Comunicato Responsabilità sociale d'impresa e sindacati europei: rischio di una*

⁹Di seguito è riportato il testo del Comunicato delle ONG:

La Commissione Europea sta pianificando un'alleanza con le industrie per promuovere la Responsabilità sociale d'impresa, ma senza avere un forte effetto sulle questioni ambientali o sociali. La proposta europea sulla RSI, redatta dal responsabile per l'industria e le imprese Günter Verheugen, mira soltanto a migliorare la competitività delle industrie invece di affrontare seriamente il problema dell'impatto negativo degli affari sull'ambiente e la società.

La proposta europea, arrivata un anno e mezzo dopo il Multi-stakeholders Forum sulla RSI tenutosi a Bruxelles nel 2004, prevede la creazione di un'Alleanza europea che faccia diventare l'Europa un polo di eccellenza sulla RSI in grado di supportare un'economia di mercato competitiva e sostenibile. La RSI è vista principalmente come "un'opportunità d'affari che crea situazioni win-win tra le imprese e la società".

Al contrario, il Multi-stakeholders Forum ha richiesto una "integrazione volontaria delle considerazioni ambientali e sociali nelle operazioni d'affari in aggiunta agli obblighi contrattuali e legali".

Nella proposta europea è posta enfasi sulla crescita e sulla competitività: la RSI è un modo "di aiutare le PMI a crescere" invece di migliorare la responsabilità e la sostenibilità delle imprese.

Paul de Clerck, membro dell'Associazione Friends of the Earth Europe e uno dei membri fondatori della nuova coalizione di ONG, ha detto: "il documento che abbiamo ricevuto non riguarda il miglioramento dell'impatto sociale e ambientale delle imprese europee, ma solo il modo in cui le imprese possono diventare più competitive e lucrative."

La proposta europea afferma che il Multi-stakeholder Forum del 2004 abbia raggiunto un accordo sugli impegni volontari delle industrie. Questo è sbagliato. Le ONG hanno costantemente sostenuto che misure legali vincolanti siano necessarie come incentivo generale per un comportamento d'impresa responsabile.

La proposta della Commissione non include le raccomandazioni delle ONG, quali:

- assicurare agli stakeholder la presa di responsabilità da parte delle imprese;
- provvedere alla rendicontazione sociale e ambientale;
- usare misure di politica pubblica come approvvigionamento e sussidio pubblico per stimolare un comportamento responsabile;
- implementare standard e principi internazionali;

spaccatura (Marzo 2006)¹⁰ ha espresso preoccupazione sull'eventualità che il dibattito concernente la RSI proceda senza una vera partecipazione delle organizzazioni di parte sociale, con un approccio sbilanciato o addirittura unilaterale, con il punto di vista di un solo attore, le imprese. I sindacati, pur non rifiutando in linea di principio il carattere volontario della RSI, ritengono indispensabile che siano stabilite delle linee guida a livello europeo (www.rsinews.it).

La contrapposizione tra approccio volontario e approccio normativo alla RSI resta una questione irrisolta e rappresenta un punto nevralgico del dibattito. Nel corso del tempo ritorna nelle diverse risoluzioni e comunicazioni pubblicate dagli organismi internazionali. Già nel dibattito sui Codici di Condotta era evidente una contrapposizione tra diverse posizioni (cfr. cap. 1) e si arriva alla discussione sulla RSI con questo nodo irrisolto. Allora come oggi, l'approccio volontario trova vie di

- coinvolgere gli stakeholder sin dalle prime fasi della strategia di sviluppo della RSI;
- assicurare monitoraggi e verifiche indipendenti.

Joris Oldenzel membro della Foundation for Research on Multinationals, membro fondatore anche della nuova coalizione di ONG, dice "il Presidente Verheugen ha organizzato incontri segreti con le imprese, escludendo gli altri stakeholder, trascurando in questo modo l'approccio Multi-stakeholder adottato in passato. La sua proposta sta a significare che tutto il tempo e le risorse spesi per il Multi-stakeholder Forum sono stati una perdita di tempo per coloro che speravano di arrivare ad una intesa comune.

¹⁰ Il testo del Comunicato della ETUC:

Alla vigilia della pubblicazione dell'annunciata Comunicazione, la European Trade Union Confederation (ETUC) vuole esprimere la sua paura di una spaccatura tra i diversi stakeholder coinvolti nella questione della RSI e vuole ripetere alcune richieste.

Nel dibattito sulla RSI a livello europeo, la ETUC ha sempre adottato un approccio positivo e costruttivo ed ha avanzato costantemente e coerentemente proposte in materia.

Nondimeno, sembra che il dibattito sulla RSI stia avendo luogo senza la vera partecipazione delle organizzazioni che rappresentano la "parte sociale".

Non avendo ancora ricevuto risposta sui punti che rimangono irrisolti dopo il multi-stakeholders forum, la ETUC vuole esprimere la sua giustificata preoccupazione riguardo all'evoluzione di un approccio sbilanciato e unilaterale alla RSI, che tiene conto del punto di vista di un solo attore: le imprese.

Anche riconoscendo la natura volontaria della RSI, la ETUC vuole sottolineare che è indispensabile e fondamentale che la RSI sia governata da linee guida stabilite a livello europeo.

Pertanto, la ETUC ripete le seguenti richieste:

- un impegno da parte delle aziende a presentare un report annuale sull'impatto sociale e ambientale delle loro attività;
- la promozione di standard che coprano tutti gli aspetti della corporate governance (certificazione dei prodotti finiti, trasparenza e qualità nella catena di produzione);
- la definizione di criteri che regolino l'accesso all'uso dei fondi;
- la stesura di codici di condotta o misure simili, all'interno della struttura di procedure e verifiche stabilite dalla Commissione insieme ai sindacati e alle ONG;
- la creazione di strumenti e/o agenzie di certificazione che corrispondano a criteri verificati, in modo da determinare la loro legittimità e rappresentatività.

affermazione più solide rispetto a quello normativo e risulta più gradito alle imprese piuttosto che agli altri attori sociali.

2.3 Motivazioni, aree d'interesse e certificazione della RSI

Nell'Annuario del Commercio Equo pubblicato dalla European Fair Trade Association nel 2001 (EFTA, 2001)¹¹, sulle ragioni che possono spingere le imprese ad attivarsi volontariamente in materia di RSI sono proposte quattro possibili *motivazioni* inerenti a quattro ambiti diversi (Porot, 2001, in EFTA, 2001, pp. 46-61):

1. Ruolo dello Stato. Leggi e regolamentazioni introdotte dagli Stati sono spesso percepite dalle Imprese come interferenze nella loro libertà d'azione. La tendenza attuale è di impegnarsi in un approccio partecipato e consensuale che integri i processi normativi tradizionali e il cui credo sia "avere fiducia nelle soluzioni proposte dal mercato e non limitare la libertà delle imprese e degli individui in modo da permettere uno sviluppo ideale".
2. Immagine sociale. Il ruolo dei consumatori. I consumatori, allertati da numerosi scandali, reclamano maggiori e più chiare informazioni sui metodi di produzione. Attraverso la RSI le Multinazionali cercano di minimizzare il rischio di reazioni negative da parte dei consumatori, da cui potrebbero derivare perdite di quote di mercato o un impatto negativo sull'immagine dell'impresa.
3. Competizione. Dal momento che le imprese temono per la loro posizione competitiva nel medio termine, è nel loro interesse individuare ciò che può fare la differenza rispetto ai concorrenti che fabbricano gli stessi prodotti.
4. Pressioni da parte degli azionisti. Una quotazione bassa in borsa può avere un impatto considerevole per gli azionisti e per i gruppi di interesse (consumatori, assicuratori, fornitori, clienti).

Tutto ciò può indurre un'impresa ad attivarsi in materia di RSI e a manifestare nelle proprie attività l'adesione volontaria a comportamenti socialmente responsabili.

Anche l'ENI, che ha costituito in questo lavoro un caso osservato poiché ha sottoscritto un Codice di Comportamento dove appaiono i contenuti delle "cinque generazioni" (cfr. cap.1), nel 2002 matura un passaggio ulteriore verso la RSI con l'*Accordo sulle relazioni Industriali a livello transnazionale e sulla Responsabilità Sociale d'Impresa*, firmato con le rappresentanze sindacali a livello internazionale. Con tale Accordo l'ENI

"apre un nuovo terreno di dialogo, all'interno del quale intraprendere nuovi rapporti e azioni e rafforza il proprio impegno nella direzione di una sempre

¹¹ In www.european-fair-trade-association.org

maggior Responsabilità d'Impresa e, dunque, di una sostenibilità complessiva dei propri comportamenti. [...] ribadisce il riconoscimento dei principi della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite e delle Convenzioni fondamentali della ILO nell'ambito delle attività svolte" (ENI S.p.A., 2002).

Nell'Accordo si legge:

"Le parti firmatarie condividono l'importanza di sostenere un modello di crescita aziendale che coniughi la creazione di valore e l'innovazione con l'attenzione ai diritti umani, ad adeguati standard di lavoro e di sicurezza, alla qualità della vita e allo sviluppo ecocompatibile. Esse dichiarano, a tal fine, il loro impegno ad adoperarsi nella valorizzazione di quelle pratiche lavorative in grado di promuovere il progresso economico e sociale.

Con il presente accordo l'ENI intende confermare il proprio impegno nel rispetto dei diritti umani e sociali fondamentali in tutte le attività del Gruppo e ad istituire nuove forme di scambio di informazioni su tematiche di pertinenza delle relazioni industriali a livello mondiale, allo scopo di migliorare e promuovere buone pratiche di lavoro" (ENI S.p.A., 2002).

Quattro sono generalmente le *aree d'interesse* nelle quali possono essere attuati comportamenti socialmente corretti. In un articolo pubblicato sulla rivista "Symphonyia-Emerging Issues in Management"¹² sono individuate le seguenti aree (Caselli, 2003).

a) La *gestione delle risorse umane* dove le imprese socialmente responsabili terranno conto di una molteplicità di aspetti come la multiculturalità, la tutela dei diritti dei lavoratori e le condizioni di lavoro, l'attenzione verso i lavoratori dei Paesi in via di sviluppo, lo sviluppo del capitale umano nei diversi paesi in cui operano.

"Si noti che questo è un tema tipico della RSI nei rapporti internazionali e che numerosi sono i casi di comportamenti non etici (ad esempio, sfruttamento del lavoro minorile) che sono stati pesantemente sanzionati dal mercato ed hanno generato un mutamento di visione significativo" (ibidem, pag. 11).

b) Le *attività di marketing* possono essere concepite in modo socialmente responsabile tramite operazioni di mercato (cfr. più avanti in questo sottoparagrafo, tra gli strumenti della RSI, il Cause Related Marketing) che legano l'attività produttiva ad una "buona causa" con un impatto positivo sui consumatori.

c) Il *controllo etico della supply chain* (catena produttiva) riguarda la capacità di instaurare relazioni responsabili con i produttori in qualsiasi parte del mondo. Tale aspetto diventa particolarmente rilevante nel contesto della globalizzazione.

¹² Edita dall'Istituto di Economia d'Impresa dell'Università degli Studi di Milano Bicocca.

“ Evidentemente, ben al di là della tematica tradizionale del commercio equo e solidale, si tratta di sviluppare forme di scambio di beni e di servizi, così come di investimenti diretti e nuove forme di internazionalizzazione che valorizzino, rispettino e promuovano la capacità dei produttori dei paesi lontani di crescere e di diventare protagonisti dei processi di internazionalizzazione che li riguardano” (ibidem, pag. 11).

d) Infine, l'adesione alla RSI si manifesta nelle *operazioni di finanza internazionale* con la promozione di *forme alternative di finanza etica*.

Non esiste in realtà una definizione univoca di 'finanza etica', vi vengono fatte rientrare numerose e diverse esperienze, da quelle dei fondi comuni di investimento etici, alle fondazioni, alle banche o cooperative finanziarie etiche. Ciò è dovuto principalmente alle diversità sociali, legislative ed economiche che si riscontrano nei diversi Paesi. Diversi sono anche gli intermediari finanziari etici o alternativi che sono venuti a crearsi nei vari Paesi:

- Associazioni senza scopo di lucro e fondazioni
- Società cooperative
- Società di investimento dell'Economia sociale
- Banche.

Per la maggior parte tutte queste strutture sono riunite nell'*International Association of Investors in the Social Economy* (INAISE), che raccoglie 40 membri di 16 Paesi differenti (www.finanzaetica.it)

Per quanto concerne la *certificazione internazionale* della RSI, questa è diventata rilevante negli ultimi dieci anni (Mannucci, Cappelli, 2003), quando già erano affermate altre certificazioni di altri settori. In un primo momento, la certificazione da parte di organismi terzi riguardava solo la qualità (standard ISO9001) e l'ambiente (standard ISO14001), più di recente si è estesa al campo sociale, ad iniziare dai dipendenti (standard OHSAS18000) fino a tutti gli stakeholder (standard SA8000) (Scanagatta G., 2005).

Così si esprime in proposito il Presidente della ONG Mani Tese:

“Il fenomeno della certificazione ha vissuto in quest'ultimo decennio un'ampia diffusione e un forte incremento di volumi; tuttavia ha mostrato notevoli limiti concettuali che ne hanno impedito una corretta ed efficace applicazione estensiva che superasse la connotazione tipicamente tecnico-industriale legata alla sola disciplina dei rapporti contrattuali tra cliente e fornitore e gli conferisse la più utile funzione di autentico sistema per la regolamentazione generale del mercato” (Mannucci, Cappelli, 2003, pag. 43).

Gli *strumenti* che le imprese possono utilizzare per l'autovalutazione e la certificazione della loro RSI sono individuati nel Rapporto del 2005 della Camera di

Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura di Bologna, intitolato *Il futuro delle imprese è nella Responsabilità Sociale?* (CCIAA Bologna, 2005):

- *Codice di Condotta*, l'insieme dei principi etici, dei valori fondamentali e delle regole generali di condotta (diritti e doveri) che un'impresa si impegna pubblicamente a rispettare. Attraverso tali principi, valori e regole l'impresa chiarisce le proprie responsabilità etiche e sociali verso i vari stakeholder (di questo strumento si è parlato nel cap. 1);

- *Marchio sociale*, un logo che gruppi di imprese che adottano lo stesso codice di condotta definito da un ente esterno hanno il diritto di apporre sull'etichetta dei propri prodotti;

- *Standard per la verifica esterna*, ossia sistemi di certificazione sociale standardizzati a livello internazionale (la norma SA8000 di cui si parlerà nel sottoparagrafo 2.3.1);

- *Bilancio sociale*, una rendicontazione etico-sociale attraverso cui le imprese comunicano e valutano le buone pratiche realizzate. È un efficace mezzo di dialogo con gli stakeholder, attività di public reporting (rendicontazione pubblica) con cui l'impresa comunica periodicamente all'esterno sia la misurazione dell'impatto sociale, ambientale ed economico delle proprie attività, sia la valutazione dei risultati ottenuti in rapporto agli impegni assunti e gli effetti prodotti sui diversi stakeholder (di questo strumento si parlerà nel sottoparagrafo 2.3.1);

- *Cause Related Marketing* (CRM), operazioni di marketing che prevedono la creazione di una partnership tra imprese e organizzazioni non profit al fine di promuovere un'immagine, un prodotto o un servizio. Nel Codice di Comportamento sul CRM pubblicato da Sodalitas nell'ottobre 2004 è messo in evidenza il fatto che utilizzando il Cause Related Marketing le imprese e le Organizzazioni non profit traggono reciproco vantaggio. Il CRM si sta dimostrando infatti una strategia di marketing vincente per aziende di qualsiasi dimensione e un valido strumento di crescita per le organizzazioni non profit. È sottolineata (Sodalitas, 2004) la necessità di far diventare tale strumento una scelta strategica dell'impresa che vada oltre un'operazione di marketing promozionale di breve periodo slegata dal comportamento etico dell'azienda.

2.3.1 Gli strumenti della RSI più utilizzati: il Bilancio Sociale e lo Standard SA8000

Il Bilancio Sociale

Nella sua accezione più ampia, il Bilancio Sociale rappresenta il documento di rendicontazione dell'operato di un'organizzazione nella sua dimensioni sociale ed ambientale oltre che economica. Esso permette di analizzare la coerenza tra ciò che l'organizzazione dichiara e progetta di fare, ciò che ha effettivamente realizzato e i risultati raggiunti, e gli effetti sugli stakeholder (Gentile, Coros, 2006). Come parte

di un più ampio processo che è la rendicontazione sociale, il bilancio sociale si traduce operativamente in un documento di sintesi che rende conto, in una prospettiva sia consuntiva che programmatica, della missione e delle strategie definite, delle attività realizzate, dei risultati ottenuti, degli effetti determinati negli ambiti economici, sociali e ambientali (ibidem). In sintesi, gli aspetti rilevanti di un bilancio sociale sono:

- a) la duplice funzione di rendicontazione e comunicazione;
- b) la ricostruzione di una visione unitaria dell'operato di un'organizzazione;
- c) la valenza consuntiva e programmatica;
- d) la connessione tra l'attività, i suoi effetti e tutti i soggetti coinvolti.

Il bilancio sociale non è uno strumento nuovo, è comparso nelle organizzazioni a partire dagli anni cinquanta, anni in cui la crescita economica internazionale poneva già seri interrogativi sui contenuti della performance economica di un'impresa per cui questa non poteva più essere ridotta ad un rendiconto contabile. Sono però degli anni settanta i primi tentativi di realizzare forme concrete di rendicontazione sociale, con modalità differenti tra le varie imprese ma sempre dentro un approccio volontario, non imposto dalle leggi. Vi è stata poi negli anni ottanta una diminuzione d'interesse da parte delle imprese per questo strumento fino a che, negli anni novanta, vi è una ripresa d'attenzione verso la rendicontazione sociale soprattutto per questioni riguardanti la salvaguardia ambientale (Nicita, Ranghieri, Vicini, 1998).

Il bilancio sociale creato per dare risposte alle aspettative della società, documenta gli effetti sociali dell'attività d'impresa, mira a definire la produzione in una dimensione meta-economica e comunica alla collettività i risultati di ordine sociale. Un'impresa che decide di utilizzare tale strumento vuole fornire una valutazione dell'insieme delle proprie attività mettendo in luce le iniziative "rivolte all'esterno" (Genco, 2003). Il bilancio sociale rappresenta

"un'esplosione del bilancio d'esercizio verso valutazioni di natura diversa, sia pure sempre inerenti all'utilizzazione e distribuzione delle risorse naturali produttive ed umane" (Rusconi, 1988, pag. 250).

Le valutazioni contenute nel bilancio sociale devono diventare strumenti d'informazione aziendale a disposizione degli stakeholder per il loro agire interno, ma soprattutto esterno, cioè rivolto al contesto territoriale, a vantaggio anche di uno sviluppo locale a più dimensioni, non esclusivamente economico (Genco, 2003).

Per la redazione del bilancio sociale è stato messo a punto un modello, chiamato *Modello GBS*, che prende il nome dal gruppo che l'ha elaborato, il Gruppo Bilancio Sociale (GBS), gruppo di lavoro multidisciplinare, costituitosi nel 1998, cui hanno partecipato organi professionali, Università, i massimi esperti di bilancio sociale ed il mondo scientifico. Tale modello è strutturato in base a principi, conosciuti come *Principi GBS di Redazione del Bilancio Sociale*, che sono stati presentati a Roma nel

maggio 2001. I principi GBS sono fondati su una metodologia flessibile, secondo i più accreditati modelli di accountability e le migliori esperienze di bilancio sociale esistenti a livello nazionale ed internazionale. Anche se studiato principalmente per il mondo delle imprese orientate al profitto, il modello GBS è facilmente adattabile alle esigenze di tutte le organizzazioni, pubbliche o private, con o senza fini di lucro¹³. I principi di redazione del bilancio sociale sono pertinenti alla sfera dell'etica, della dottrina giuridica e alla prassi della professione contabile. Quindi fanno riferimento ai principi e valori condivisi di etica pubblica ed economica e, per quanto attiene al campo del diritto, alla Costituzione e alla legislazione vigente, nazionale e comunitaria, e ai principi fondamentali dei diritti dell'uomo (Carta dei Diritti dell'ONU). Per quanto riguarda gli aspetti più professionali o procedurali, fanno riferimento ai principi contabili nazionali e internazionali (Consigli Nazionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri, IASC/IFAC). La singola azienda potrà poi fare riferimento ad ambiti etici, normativi o professionali più specifici. Anzi, ogni ulteriore specificazione dei valori cui si ispira l'azienda risulta utile e necessaria ma tali peculiarità dovranno rispettare criteri espliciti, condivisi e ricorrenti. La qualità del processo di formazione del bilancio sociale e delle informazioni in esso contenute è garantita dal rispetto dei seguenti principi (www.gruppobilanciasociale.org):

1. *Responsabilità*: occorre fare in modo che siano identificabili o che possano identificarsi le categorie di *stakeholder* ai quali l'azienda deve rendere conto degli effetti della sua attività.

2. *Identificazione*: dovrà essere fornita la più completa informazione riguardo alla proprietà e al governo dell'azienda, per dare ai terzi la chiara percezione delle responsabilità connesse. Deve essere evidenziato il paradigma etico di riferimento, esposto come serie di valori, principi, regole e obiettivi generali (missione).

3. *Trasparenza*: tutti i destinatari devono essere posti in condizione di comprendere il procedimento logico di rilevazione, riclassificazione e formazione, nelle sue componenti procedurali e tecniche e riguardo agli elementi discrezionali adottati.

4. *Inclusione*: si farà in modo di dar voce – direttamente o indirettamente – a tutti gli *stakeholder* identificati, esplicitando la metodologia di indagine e di reporting adottata. Eventuali esclusioni o limitazioni devono essere motivate.

5. *Coerenza*: dovrà essere fornita una descrizione esplicita della conformità delle politiche e delle scelte del management ai valori dichiarati.

6. *Neutralità*: il bilancio sociale deve essere imparziale ed indipendente da interessi di parte o da particolari coalizioni.

¹³ I principi GBS saranno ripresi anche dove si parlerà nel testo del settore della Pubblica Amministrazione e del Non Profit (cfr. cap. 4).

7. *Competenza di periodo*: la misurazione dell'impatto sociale deve essere rilevata nel momento in cui esso si manifesta e non in quello della manifestazione finanziaria delle operazioni da cui ha origine.

8. *Prudenza*: gli effetti sociali positivi e negativi devono essere rappresentati in modo tale da non sopravvalutare il quadro della realtà aziendale e della sua rappresentazione. Quelli che si riferiscono a valori contabili devono essere indicati in base al costo.

9. *Comparabilità*: deve essere consentito il confronto fra bilanci differenziati nel tempo della stessa azienda o con bilanci di altre aziende operanti nel medesimo settore o contesto.

10. *Comprensibilità, chiarezza ed intelligibilità*: le informazioni contenute nel bilancio sociale devono essere chiare e comprensibili. Pertanto la struttura espressiva deve trovare un giusto equilibrio tra forma e sostanza. La struttura e il contenuto del bilancio devono favorire l'intelligibilità delle scelte aziendali e del procedimento seguito.

11. *Periodicità e ricorrenza*: il bilancio sociale, essendo complementare al bilancio di esercizio, deve corrispondere al periodo amministrativo di quest'ultimo.

12. *Omogeneità*: tutte le espressioni quantitative monetarie devono essere espresse nell'unica moneta di conto.

13. *Utilità*: il complesso di notizie che compongono il bilancio sociale deve contenere solo dati ed informazioni utili a soddisfare le aspettative del pubblico in termini di attendibilità e completezza.

14. *Significatività e rilevanza*: bisogna tenere conto dell'impatto effettivo che gli accadimenti, economici e non, hanno prodotto nella realtà circostante. Eventuali stime o valutazioni soggettive devono essere fondate su ipotesi esplicite e congruenti.

15. *Verificabilità dell'informazione*: deve essere verificabile anche l'informativa supplementare del bilancio sociale attraverso la ricostruzione del procedimento di raccolta e rendicontazione dei dati e delle informazioni.

16. *Attendibilità e fedele rappresentazione*: le informazioni desumibili dal bilancio sociale devono essere scevre da errori e pregiudizi, in modo da poter essere considerate dagli utilizzatori come fedele rappresentazione dell'oggetto cui si riferiscono. Per essere attendibile, l'informazione deve rappresentare in modo completo e veritiero il proprio oggetto, con prevalenza degli aspetti sostanziali su quelli formali.

17. *Autonomia delle terze parti*. Ove terze parti fossero incaricate di realizzare specifiche parti del bilancio sociale ovvero garantire la qualità del processo o formulare valutazioni e commenti, a esse deve essere richiesta e garantita la più completa autonomia e indipendenza di giudizio.

Concludendo, il bilancio sociale è un documento *formale* che rappresenta e comunica un nuovo modo di fare impresa, attraverso la rendicontazione sociale, indicando il valore aggiunto, non più solo economico, prodotto dalle aziende a favore

di tutti gli stakeholder (Felici, 2005); al tempo stesso è un documento *sostanziale*, perché

“strumento di una strategia di miglioramento dei risultati economici e sociali diretti a soddisfare particolari aspettative ritenute, dalla società, prevalenti e qualificanti per la reputazione di un'azienda in un certo momento storico” (Felici, 2005, pag. 36).

Tale strumento deve essere

“frutto di un lavoro che si sviluppa nel tempo con il contributo di tutti gli stakeholder e che presuppone la condivisione da parte dei dipendenti dei percorsi decisi dall'azienda, in un'ottica di sostanza più che di immagine, perché la RSI risulta sempre di più per le imprese la nuova frontiera della competitività” (Felici, 2005, pag. 38).

La RSI può essere considerata un processo dinamico di acquisizione di valore che si crea passando dalla microrazionalità economica alla macrorazionalità sociale (Genco, 2003). In tale processo, un ruolo importante è svolto anche dagli strumenti di certificazione della RSI che, fondati su criteri internazionali, diventano oltre che strumenti per testimoniare la gestione etica di un'organizzazione (Bianchini, 2001) anche strumenti con cui sono comunicati valori etici e morali che escono così dal chiuso delle aziende (Genco, 2003). Attraverso tali strumenti per un'azienda che decide di certificare la propria attività

“è possibile dare visibilità alle azioni intraprese nei confronti di tutti gli interlocutori nel pieno rispetto dei valori etici e delle esigenze della collettività” (Birindelli, Tarabella, 2001, pag. 38).

Tanto più cresce la capacità di un'impresa di essere creatrice e trasmittitrice di valori nella globalizzazione quanto più si consolida:

“la ethical capability, intesa come la capacità di un'azienda e della sua organizzazione di identificare e rispondere in modo efficace ed efficiente ai problemi etici che il contesto globale presenta” (Birindelli, Tarabella, 2001, pag. 12).

Lo standard SA8000

Lo standard SA8000, pubblicato nel 1997 dall'Organizzazione per i diritti umani *Social Accountability International* (SAI)¹⁴, risulta essere il più diffuso anche a livello

¹⁴ Di questa organizzazione già si è parlato al paragrafo 1.6.

europeo (Mannucci, Cappelli, 2003). È basato sulle Convenzioni Internazionali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro e delle Nazioni Unite e sulla legislazione nazionale del Paese dove è ubicata l'azienda che decide di aderire a tale certificazione. Prevede otto requisiti che sono derivati dai principali diritti umani in materia di lavoro ed un *nono requisito* per il sistema di gestione della Responsabilità Sociale dell'azienda, per istruzioni e procedure di monitoraggio. Con la normativa SA8000 è definito uno schema di regole di reciprocità tra l'impresa e gli stakeholder la cui verifica è effettuata da una terza parte indipendente, accreditata come *Ente certificatore* (SAI, 1997).

Il primo degli otto requisiti riguarda il lavoro minorile. Le aziende certificate secondo lo standard SA8000 devono:

- rispettare la legislazione vigente in termini di limiti di età e di non esposizione a lavori nocivi e pericolosi;
- definire precise politiche relativamente all'età del lavoratore da assumere;
- definire procedure per assicurarsi dell'effettiva età del personale;
- definire programmi per il recupero di minori trovati in situazioni di lavoro contravenenti alla legge;
- utilizzare contratti di apprendistato, stage studenti-lavoratori, al fine di promuovere un reale successivo inserimento in azienda.

Il secondo riguarda il lavoro forzato. L'azienda deve dimostrare di non applicare sistemi coercitivi per costringere i lavoratori allo svolgimento del proprio lavoro e di non richiedere al personale depositi o documenti di identità all'inizio del rapporto.

Il terzo riguarda la salute e sicurezza sul posto di lavoro, per il quale si rimanda alle prescrizioni di legge vigenti in materia.

Il quarto è inerente alla libertà di associazione e diritto alla contrattazione. Per soddisfare tale requisito l'azienda deve:

- disporre di copie dei contratti e accordi firmati dai rappresentanti sindacali;
- disporre di copie dei contratti collettivi;
- disporre di registrazioni che attestino turni di lavoro, mansioni e salari;
- disporre di registrazioni circa le vertenze sindacali degli ultimi anni con indicate cause, motivazione delle parti e soluzioni adottate;
- attuare azioni positive in collaborazione con i sindacati: concessione di spazi per riunioni, comunicazioni sindacali, etc.

Il quinto sancisce che l'azienda non deve attuare nessun tipo di discriminazione in relazione a razza, ceto, religione, sesso, invalidità. Le politiche di assunzione non devono applicare criteri discriminatori a partire dal contenuto degli annunci di ricerca del personale per arrivare all'assenza di discriminazioni salariali per mansioni analoghe; inoltre, l'impresa deve rispettare le esigenze religiose e gli usi e costumi dei lavoratori stranieri.

Il sesto richiede all'azienda di non attuare né favorire pratiche disciplinari coercitive; per soddisfare tale requisito si prevede la:

- creazione di un codice (a disposizione dei lavoratori) in cui elencare infrazioni e sanzioni;
- assenza nelle retribuzioni di riduzioni di salario per motivi disciplinari o senza motivo apparente.

Il settimo riguarda l'orario di lavoro che dovrebbe rispettare quanto sancito dalle leggi nazionali e comunque non superare le 48 ore settimanali, con un massimo di 12 ore settimanali di straordinario solo in casi eccezionali.

L'ottavo riguarda la retribuzione; per quanto riguarda questo aspetto l'azienda deve:

- rispettare come minimo salariale quanto sancito nei contratti collettivi;
- garantire adeguata informazione ai lavoratori per comprendere i meccanismi di composizione della busta paga e del calcolo di eventuali premi produzione;
- registrare ogni lavoratore e relativa retribuzione per dimostrare l'assenza di lavoro nero;
- elargire la retribuzione secondo modalità approvate dal lavoratore senza che questi sostenga costi aggiuntivi.

Il nono e ultimo requisito, infine, quello relativo al sistema di gestione della RSI, prevede la creazione di un "Sistema di responsabilità sociale" che garantisca:

- la definizione di una politica aziendale in tema di responsabilità sociale;
- la definizione di obiettivi e programmi d'azione per perseguire il miglioramento continuo;
- una chiara definizione di ruoli e responsabilità;
- un'adeguata formazione del personale a tutti i livelli (compresi i neoassunti ed i lavoratori interinali);
- metodi operativi per garantire il rispetto dei requisiti della norma di riferimento.

Al fine di garantire il rispetto dei requisiti, lo Standard SA8000 propone alle imprese di elaborare anche istruzioni e procedure che monitorino:

- la selezione e valutazione dei fornitori sulla base della loro capacità a conformarsi alla norma stessa: è necessario individuare un metodo di giudizio che non si limiti solo all'impegno scritto da parte dei fornitori, ma che preveda anche verifiche dirette e/o indirette sull'operato dei fornitori in merito alla responsabilità sociale;
- la gestione documentata delle eventuali problematiche o difformità rispetto a quanto richiesto dalla norma e alla politica aziendale, segnalate dai lavoratori e riscontrate o direttamente o da enti preposti;
- le modalità di comunicazione con tutte le parti interessate delle performance aziendali relative a SA8000.

2.4 Alcune ragioni economiche, politiche ed etiche che stanno alla base della RSI

La problematica della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) esplose negli anni novanta ma, sostiene l'economista Stefano Zamagni,

“quello della RSI non è certo un argomento nuovo nelle moderne economie di mercato. [...] Non è dunque corretto affermare che il tema della RSI costituisce una *res nova* di questa nostra fase storica. Piuttosto, quel che è vero è che, nel corso del tempo, è andata mutando l'interpretazione del concetto di responsabilità sociale, ossia la specificazione di ciò per cui l'impresa deve ritenersi responsabile. Una tale evoluzione semantica della responsabilità è andata di pari passo con il mutamento profondo della nozione di comportamento etico” (Zamagni, 2003, pag. 1).

Lo stesso autore (2003, 2005a, 2005b) individua alcune ragioni dell'accresciuto interesse da parte di operatori e studiosi.

Una prima ragione sarebbe la fioritura, nell'ultimo quarto del novecento, di molte organizzazioni della società civile (OSC), il cosiddetto terzo settore. La logica del settore *no profit* avrebbe contaminato il settore *profit* (Zamagni, 2005a) e tale “contaminazione” sarebbe visibile in alcuni aspetti prima riservati al solo settore *no profit*:

“si può essere efficienti e si può generare valore, anche se la funzione obiettivo che si cerca di massimizzare include, tra i suoi argomenti, oltre al profitto, altre variabili riferite a finalità di interesse collettivo. Ma quel che più rileva è che l'espansione e proliferazione delle OSC è valsa a convincere, anche i più dubbiosi, che efficienza ed efficacia possono procedere di pari passo; anzi che l'impresa riesce tanto più agevolmente a restare a lungo sul mercato quanto più riesce ad assecondare obiettivi plurimi, non limitati al solo obiettivo del profitto” (ibidem, pag. 12).

Una seconda ragione è collegata invece all'evoluzione della figura del consumatore da ricettore passivo di proposte provenienti dalle imprese a soggetto attivo e critico, anche grazie alle opportunità offerte dalle nuove tecnologie, particolarmente della comunicazione (Zamagni, 2003).

“Oggi [...] è percepibile il passaggio dalla figura del consumatore-cliente a quella del consumatore-cittadino. [...] Il consumatore-cliente non progetta, ma soprattutto non cerca di interagire con i soggetti dell'offerta. [...] Affatto diversa la figura del consumatore-cittadino. Questi è un soggetto che non si limita a consumare i servizi che preferisce, ma pretende di concorrere a definire e talvolta a produrre, congiuntamente ai vari soggetti dell'offerta, quello di cui ha bisogno” (ibidem, pp. 3-4).

Alla base della RSI vi è dunque anche la responsabilità sociale del consumatore-cittadino per quanto questi non solo attraverso le sue decisioni d'acquisto ma con i suoi comportamenti e richieste concorre a definire l'offerta di beni e servizi (ibidem). Saremmo di fronte ad un “passaggio d'epoca”, per l'autore considerato, dove è riconoscibile un'accezione diversa della libertà di scelta:

“dalla libertà di scelta come potere di autodeterminazione - secondo cui la libertà è valutata per ciò che essa ci consente di fare e di ottenere - alla libertà di scelta come potere di autorealizzazione, come potere cioè di scegliere non solo il mezzo migliore per un dato fine, ma anche il fine stesso” (ibidem, pag. 5).

Una terza ragione che spiegherebbe la diffusione della RSI è individuata nel processo di globalizzazione dove la produzione di profitto dell'attività imprenditoriale può non collimare con la produzione di benessere sociale per cui cambiano i requisiti su cui costruire il consenso (Zamagni, 2005b in www.bilanciosociale.it).

“Le imprese dell'epoca fordista erano strutture ben piantate su un territorio in cui il quale sviluppavano relazioni di natura non solo economica, ma anche sociale e culturale. [...] Oggi, in tempi in cui i mercati di riferimento dell'impresa vanno diventando sempre più globali, può accadere che produrre profitto non equivale, necessariamente, a produrre benessere diffuso. Con il che, la tradizionale logica di legittimazione dell'impresa, secondo la quale la generazione di profitto era, *ipso facto*, fonte di benefici sociali, cessa di essere credibile e dunque creduta. Di qui la richiesta implicita, che sale con insistenza dalla società, che le imprese rivelino all'esterno, avvalendosi dei tanti strumenti a loro disposizione - il bilancio sociale; il bilancio ambientale; il *cause-related marketing*; la comunicazione mediatica pubblicitaria e non - il modo specifico in cui si esprime la loro responsabilità nei confronti di tutti gli stakeholders e non solamente degli shareholders” (ibidem).

E quindi

“La RSI può essere vista come una norma sociale di comportamento emergente, una norma che esprime l'esigenza di valorizzare la vita pubblica. Con la RSI, l'impresa si mette in piazza; entra cioè nell'agorà. E dunque si mette in gioco di fronte alla polis e non solo di fronte al mercato” (Zamagni, 2003, pag. 7).

Si crea però anche un nuovo stato di incertezza a cui l'impresa deve far fronte per essere presente contemporaneamente in situazioni diverse dal punto di vista territoriale e sociale, di fronte ad aspettative differenti e a volte contrastanti.

Una quarta ragione (Zamagni, 2003) deriva da aspetti prettamente economici, l'asimmetria informativa e la incompletezza contrattuale.

“Si è in presenza di asimmetria informativa quando l'intera informazione rilevante non è condivisa integralmente fra gli individui facenti parte del processo

economico, ovvero i casi in cui una parte degli agenti interessati ha maggiori informazioni rispetto al resto dei partecipanti e può trarre un vantaggio da questa configurazione” (<http://it.wikipedia.org>).

“Un contratto si dice incompleto quando le parti non sono in grado di specificare ex ante, cioè al momento della stipula, tutte le occorrenze che discendono dall’attuazione del contratto e quindi non sono in grado di anticipare le condizioni che devono essere soddisfatte per onorare i termini del contratto. Il contratto di lavoro è l’idealtipo del contratto incompleto” (Zamagni, 2003, pag. 8).

La RSI diventa il modo più efficace nell’impresa per andare oltre questi limiti cercando che ogni collaboratore percepisca il rapporto d’impiego come uno scambio sociale e non più soltanto come uno scambio di mercato. Ciò faciliterebbe a sua volta lo sviluppo di comportamenti equi nella società in generale.

“In effetti, cosa fa sì che il collaboratore percepisca che il rapporto di impiego sia un esempio di scambio sociale piuttosto che di scambio di mercato? L’equità percepita, la quale incoraggia la cittadinanza d’impresa. Se l’agente osserva che i principi di equità giocano un ruolo centrale nei rapporti fra impresa e stakeholder, egli arriverà a concludere che l’equità è un tratto dominante della cultura d’impresa e dunque che anche il suo contratto di lavoro è equo, un contratto cioè basato sui principi dello scambio sociale. E il dipendente che è persuaso di essere trattato equamente tenderà a reciprocare. Ma vi è di più. Il lavoratore che pratica la reciprocità finirà, nel corso del tempo, con il considerare questo suo comportamento come un tratto caratteristico della propria identità, il che chiude il circolo virtuoso” (ibidem, pag. 9).

Una quinta ragione del crescente interesse verso la RSI è da ricondurre all’allontanamento che si è prodotto tra la più recente Teoria degli Stakeholder (Freeman, 1984) e l’impostazione tipica della Teoria degli Shareholder (M. Friedman, 1962, trad. it. 1987). Questa è in sintesi la distinzione tra le due teorie.

Nella *Teoria degli Shareholder* (Friedman, 1987) la dimensione dell’eticità resta esterna alla sfera d’azione dell’impresa e, in generale, dell’agire economico. L’unica legittimazione etica e sociale del fare impresa è di mirare alla massimizzazione del profitto, nel rispetto delle regole del gioco economico fissate in sede politica. Tale teoria poggia quindi sulla convinzione che il profitto sia un indicatore sintetico dell’efficiente uso delle risorse (l’impresa che lo massimizza fa il miglior uso possibile delle stesse evitando sprechi e distorsioni e quindi creando, pur senza volerlo intenzionalmente, ricchezza e lavoro per tutti). In questa prospettiva, valore sociale e valore economico si sovrappongono in quanto l’impresa è socialmente responsabile quanto più opera seguendo solo l’obiettivo del profitto (Zamagni, 2003).

La prima sistematizzazione della *Teoria degli stakeholder* si deve a E. Freeman (1984). In un successivo lavoro del 1988, W. Evan ed E. Freeman ridefiniscono

teoricamente il fine dell’impresa sostituendo la tradizionale teoria degli shareholder con una teoria coerente con l’idea che

“l’autentico fine dell’impresa è operare come veicolo per coordinare gli interessi degli stakeholder. È mediante l’azienda e lo scambio volontario che ciascuno stakeholder migliora la propria condizione; l’impresa è in funzione dei suoi stakeholder e nessuno può essere utilizzato come mezzo per il raggiungimento del fine di qualcun altro senza il pieno diritto di poter partecipare a quella decisione” (Evan, Freeman, 1988, pag. 104, cit in Zamagni, 2003).

I due principi fondamentali della teoria degli stakeholder diventano:

“1. l’impresa dovrebbe essere gestita a vantaggio dei suoi stakeholder: i suoi clienti, fornitori, azionisti, impiegati e comunità locale. Devono essere garantiti i diritti di questi gruppi, e, inoltre, tali gruppi devono partecipare alle decisioni che coinvolgono il loro benessere.

2. il management è portatore di una relazione fiduciaria che lo lega tanto agli stakeholder quanto all’impresa come entità astratta. Esso è tenuto ad agire nell’interesse degli stakeholder come se fosse un loro agente, e deve agire nell’interesse dell’azienda per garantirne la sua sopravvivenza, salvaguardando le quote di lungo periodo di ciascun gruppo” (ibidem).

Il passaggio dall’una all’altra teoria riflette l’evoluzione nel tempo dei presupposti su cui è fondata la RSI: dalla visione neoclassica della supremazia del mercato sintetizzabile nella frase “good business is good ethics” si arriva, acquisendo l’idea di una stretta interdipendenza mercato–società, alla visione che rovescia la precedente facendola diventare “good ethics is good business” (Zamagni, 2003).

Osservazioni

In questo capitolo si è parlato di Responsabilità Sociale delle Imprese del settore profit senza fare distinzioni riguardo al tipo d’attività, produttiva o dei servizi. Nella nostra ricognizione non sono stati individuati particolari modelli di certificazione della RSI riservati all’una o altra attività, nè principi e requisiti specifici. Perciò, quanto è stato descritto fino a qui nel testo è da intendersi per tutto il settore Profit. Sarà invece da evidenziare nella RS una distinzione tra settore Profit e Non profit (ciò sarà materia di trattazione nel quarto capitolo di questo lavoro).

CAPITOLO TERZO

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA IN ITALIA

3.1 Lo scenario italiano

Il punto di partenza è nelle indicazioni del Libro Verde del 2001 dove la Commissione Europea

“... 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 RSI, 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 RSI basato sui valori europei” (Libro Verde, 2001, pp. 23-24).

Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali nel 2002 ha colto tale invito e in vista anche del semestre di presidenza italiana dell'UE, ha commissionato all'Università Bocconi di Milano il *Progetto Corporate Social Responsibility-Social Commitment (CSR-SC)* (cfr. 2.2) nel tentativo di definire uno standard comune per il riconoscimento di un'impresa “etica” intesa come socialmente responsabile (www.welfare.gov.it). Tale progetto¹ ha l'obiettivo di far fronte alla mancanza di uno standard riconosciuto e condiviso a livello internazionale per definire in modo soddisfacente se e in quale misura un'impresa sia etica e garantire al cittadino che l'impegno sociale pubblicizzato sia realmente attuato e mantenuto nel tempo (Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Università Bocconi, 2002, pag. 6, www.welfare.gov.it). Inoltre, è volto a favorire la partecipazione delle imprese al *welfare nazionale e locale* attraverso la costituzione del *Fondo SC* previsto nella terza fase del progetto, o livello SC (ibidem, pag. 9).

“La sfida futura sarà quella di raggiungere il consenso sui principi di sviluppo della CSR, sulle linee direttive e sui criteri per la misurazione delle prestazioni, l'elaborazione di relazioni, la loro convalida e il monitoraggio” (Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, a cura di, 2003, pag. 3, www.welfare.gov.it).

¹ A tale progetto si è già accennato nel testo (cfr. 2.2)

L'obiettivo, quindi, non è quello di creare un mero ente di controllo ma di definire, sempre continuando a rispettare la volontarietà di adesione, strumenti per l'implementazione della responsabilità sociale nelle aziende e per la formazione di una cultura etica nell'impresa, che permettano agli stakeholder di valutare in maniera completa, corretta e consapevole le performance aziendali in campo socio-ambientale (www.ateneoeazienda.it).

Il progetto ministeriale

“prevede un percorso di progressivo coinvolgimento nelle tematiche della CSR, con la finalità di aumentare il livello di consapevolezza circa i vantaggi legati all'adozione di pratiche di CSR e di accrescere l'efficacia di comportamenti socialmente responsabili a livello locale e nazionale” (ibidem, pag. 35).

Nel progetto CSR-SC sono previste *tre fasi*:

1. diffusione della cultura della Responsabilità Sociale
2. livello CSR che prevede la redazione del *Social Statement*
3. livello SC, che prevede il contributo ad iniziative di Social Commitment

ed è prevista la partecipazione di *tre attori*: imprese, Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e il CSR Forum (o Forum italiano Multistakeholder²), un'organizzazione costituita da rappresentanti delle parti interessate, quindi imprese, sindacati, governo e organizzazioni non governative.

Nella prima fase sono previsti percorsi di *promozione e formazione* per la diffusione della RSI, in modo da accrescere l'interesse delle imprese all'adesione volontaria (www.welfare.gov.it).

Nella seconda fase è redatto il *Social Statement*, uno strumento semplice e flessibile di autovalutazione per consentire a tutte le tipologie di imprese, in particolare le piccole e medie (PMI), di comunicare ai loro interlocutori le performance di sostenibilità (ibidem). In esso sono individuate informazioni il più possibile standardizzate attraverso cui l'azienda possa dimostrare d'essere socialmente responsabile, sia più semplice una verifica dei risultati e favorito il confronto con altre imprese (Bagnoli, 2004, pag. 151). Il *Social Statement* si compone di due parti:

- una scheda anagrafica per presentare le caratteristiche principali dell'impresa (nome, settore d'attività, fatturato);
- un set di indicatori, secondo due tipologie di stakeholder: indicatori comuni che devono essere riportati da tutte le imprese, e indicatori addizionali che devono essere aggiunti dalle aziende quotate (indipendentemente dalla dimensione) e dalle medie e grandi imprese (in base a dimensioni e settore) (ibidem, pp. 151-153).

² Del Forum Multistakeholder si parlerà più avanti nel testo.

Sono previste queste distinzioni per andare incontro alle differenti esigenze e disponibilità di risorse di PMI e grandi industrie (www.welfare.gov.it).

Il *Social Statement*, una volta redatto dall'impresa, è soggetto ad una procedura di controllo e valutazione da parte di enti terzi. Tale procedura di verifica è volta a garantire la qualità della rendicontazione e permette all'impresa di venire iscritta in un apposito database di imprese certificate RSI; l'impresa dovrà essere disponibile anche a successive verifiche periodiche (Bagnoli, 2004, pp. 150-151) nel presupposto che le imprese aderenti al progetto siano interessate alla valenza comunicativa della propria responsabilità sociale e a mantenerla nel tempo.

La terza fase, il *livello SC*, intende favorire la partecipazione attiva delle imprese attraverso loro finanziamenti ad iniziative di Social Commitment. Con la loro adesione volontaria al progetto, le aziende contribuiscono a *cofinanziare le politiche di welfare nazionale* e, per questo, potranno godere di agevolazioni fiscali in funzione del grado di partecipazione e di visibilità verso l'esterno del proprio impegno socio-ambientale, e di altre agevolazioni di carattere finanziario e semplificazioni amministrative. È previsto che le imprese che decidono di partecipare in maniera attiva ad aspetti d'intervento sociale finanzino l'apposito Fondo SC, costituito nel Bilancio dello Stato, cui indirizzeranno le risorse stanziare (www.eticare.it). La creazione di tale Fondo SC sortirebbe effetti di rilievo, tra i quali:

- aumentare la coesione sociale,
- creare nuove partnership tra istituzioni, imprese e associazioni non profit nella gestione degli interventi nelle politiche sociali,
- liberare risorse per obiettivi meglio perseguibili a livello pubblico,
- favorire la nascita, anche in Italia, dei fondi pensione etici,
- promuovere la diffusione di best practices,
- innescare un meccanismo emulativo lungo tutta la filiera produttiva, con particolare riferimento alle PMI (Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Università Bocconi, 2002, pag. 11).

Il progetto CSR-SC è stato sperimentato su un campione di aziende e presentato poi, nel 2003, durante il semestre di presidenza italiana dell'Unione Europea, alla Conferenza europea di Venezia. Successivamente, nel 2004, si è potuto procedere all'implementazione dello stesso. Nel frattempo, per raggiungere il più ampio consenso tra le parti erano stati creati nel 2003 il *Forum Italiano Multistakeholder*³ (CSR Forum) per dar voce agli stakeholder che volessero dare il proprio contributo allo sviluppo della RSI, e il *Centro Italiano per lo Sviluppo della RSI* per promuovere partnership tra il pubblico, il privato e il non profit. Inoltre, in alcune Camere di Commercio sul territorio nazionale, sono stati aperti degli *sportelli* per fornire

³ L'iniziativa è ispirata al Forum Multistakeholder europeo (www.welfare.gov.it).

consulenza alle imprese sulla responsabilità sociale e supportarle nelle attività di autovalutazione (www.welfare.gov.it).

La proposta e attuazione del Progetto CSR-SC ha portato nuova vivacità al dibattito italiano sulla RSI e ha contribuito a mettere in luce le motivazioni che stanno alla base dei comportamenti responsabili delle imprese italiane. Sono emerse però anche due visioni diverse della responsabilità sociale (Sacco, Viviani, 2005), una ne sottolinea i vantaggi competitivi l'altra ne evidenzia i costi:

“da un lato quella di strumento competitivo (mezzo) per l'impresa e finanziamento per lo stato, cui sembrava fare riferimento – per lo meno nella sua prima formulazione – la proposta governativa, dall'altro una visione della RSI come costo (e fine) di cui l'impresa (e lo stato) si fanno carico per perseguire un modello di sviluppo non ottenibile tramite mera competizione sul mercato dell'azienda orientata al profitto” (Sacco, Viviani, 2005, pp. 3).

Vi sono anche approcci che cercano di mettere in luce caratteri unificanti, di tipo generale della RSI quali la

“capacità di incentivare investimenti e proporre percorsi di sviluppo economico-sociale di lungo periodo, basati su rapporti fiduciari, tramite il coinvolgimento di tutti gli stakeholder” (Sacco, Viviani, 2005, pag. 3).

Altri approcci sono più focalizzati sul concetto di sviluppo sostenibile o richiamano al rispetto dei contenuti emersi nell'ambito dell'Unione Europea (cfr. par. 2.1).

Negli anni più recenti, a seguito dell'accresciuto interessamento istituzionale, italiano ed europeo, alla RSI sono diventate numerose le iniziative di promozione della responsabilità sociale per le aziende anche presso gli enti locali:

- La Regione Toscana ha attivato nel 2000 il progetto “Fabbrica Ethica” che prevede l'erogazione di fondi e l'attivazione di servizi formativi e informativi per la diffusione della certificazione SA8000;
- l'Umbria nel 2002 ha approvato una legge regionale che istituisce l'albo delle imprese certificate SA8000;
- l'Emilia Romagna ha creato il programma “Chiaro, scuro, regolare” sulla sicurezza e la qualità del lavoro ed ha avviato un progetto sperimentale per identificare le condizioni che più agevolano l'accesso volontario al Marchio di Qualità Sociale tra le imprese regionali;
- la Regione Marche è partner del Centro Formazione Marche nel progetto per la creazione di un sistema informativo promotore della responsabilità sociale;
- la Regione Campania ha avviato un processo che va ad esplorare, a livello locale, nazionale e internazionale, modelli e buone pratiche messe in atto nel campo della RSI (www.welfare.gov.it).

3.2 La ricerca italiana sulla RSI. Prospettive future

3.2.1 Ricerca “I modelli di Responsabilità Sociale nelle imprese italiane” a cura di Unioncamere e dell'Istituto per i Valori d'Impresa (ISVI)

L'Unione italiana delle Camere di Commercio (Unioncamere), in collaborazione con l'Istituto per i Valori d'Impresa (ISVI)⁴, nel luglio 2003 ha realizzato un'indagine su un campione statisticamente rappresentativo di aziende italiane per definire un quadro della RSI nel panorama industriale nazionale; tale quadro è risultato poi fondamentale per la realizzazione del progetto CSR-SC (Unioncamere, 2004, pag. 3).

La ricerca⁵ costituisce la più ampia indagine sulla RSI nelle imprese italiane ed è condotta in base alle principali aree tematiche individuate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali:

- la conoscenza degli strumenti della RSI (Libro Verde, certificazioni SA8000 e ISO14001, codice etico, bilancio sociale e ambientale, registrazione EMAS⁶;
- i rapporti con la comunità locale;
- i rapporti con clienti e fornitori;
- le misure adottate, o in via di adozione, riguardanti le tematiche della salute, della sicurezza e dell'ambiente, che vanno oltre gli obblighi di legge;
- le iniziative intraprese al fine di accrescere la coesione e la motivazione tra collaboratori (Unioncamere, 2004, pag. 4).

Uno dei risultati più rilevanti della ricerca è che la RSI risulta sensibilmente legata alle dimensioni aziendali. Tra le imprese di dimensioni piccolissime (1-19 dipendenti) e piccole (20-49 dipendenti) sono riscontrati una ridotta conoscenza dei temi e strumenti della RSI, un limitato impiego di programmi di tutela ambientale e di misure per la sicurezza e la salute dei dipendenti che vadano oltre gli obblighi di legge, poche iniziative quali sponsorizzazioni e donazioni a favore della comunità; tutti questi indicatori crescono al crescere delle dimensioni dell'azienda. Le medie (50-249 dipendenti) e grandi imprese (oltre 250 dipendenti) richiedono in misura maggiore certificazioni da parte dei propri fornitori e adottano spesso sistemi di gestione legati alla RSI (ibidem, pp. 5-6).

⁴ L'Istituto per i Valori d'Impresa (ISVI) è “un'associazione senza scopo di lucro nata nel 1990 per iniziativa di esponenti del mondo economico e accademico italiano. [...] è punto di incontro tra imprese, associazioni ed enti, da una parte, e università e istituti di ricerca e formazione, dall'altra; laboratorio di idee su temi aziendali quali la corporate governance, la responsabilità sociale, la trasparenza, la partecipazione dei lavoratori e così via; centro di servizi alle aziende (profit e non profit) tese al miglioramento delle proprie performance economiche e socio-ambientali; nodo italiano di un network internazionale di istituti dedicati a questi temi” (www.isvi.org).

⁵ Realizzata utilizzando interviste telefoniche.

⁶ EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) è una certificazione europea in campo ambientale.

È stato possibile individuare cinque tipi d'impresa italiane a seconda del modo in cui esse si pongono nei confronti della responsabilità sociale (Unioncamere, 2004, pp. 13-15):

1. *Imprese coesive*

In esse la cultura della RSI è già presente e profondamente radicata. Molta attenzione è posta alle attese dei propri stakeholder e ciò è dimostrato da una serie di azioni messe in atto:

- la valorizzazione e il coinvolgimento del personale
- la realizzazione di prodotti con valenza sociale
- interventi a favore della comunità
- iniziative per favorire il commercio equo e solidale
- il coinvolgimento del personale in forme di volontariato durante l'orario di lavoro
- la stesura di documenti atti a testimoniare il vero impegno sociale dell'impresa e a favorire sistematicità nelle azioni da intraprendere.

Questi comportamenti permettono alle imprese coesive di disporre di personale motivato e di accrescere la reputazione e la fiducia tra gli interlocutori e i clienti.

Appartengono a questa categoria, nella maggior parte dei casi, imprese di medie e grandi dimensioni, soprattutto operanti nei settori del credito, assicurativo e dei servizi alla persona.

2. *Imprese multicertificate*

Per queste aziende l'assunzione di responsabilità sociale si manifesta nell'adozione di procedure e nel rispetto di standard di gestione, anche in vista di una politica di comunicazione. Per fare questo le imprese richiedono attestati/certificazioni ai propri fornitori e sono portate ad adottarli esse stesse in quanto ricevono richieste di certificazione da parte dei propri clienti.

Si registra, in questa tipologia di aziende, una prevalenza di medio-grandi imprese del settore agroalimentare, manifatturiero e dei trasporti, soprattutto a capitale straniero o misto italiano-straniero.

3. *Imprese consapevoli*

La conoscenza degli strumenti e delle prassi tipiche della RSI è, in queste aziende, piuttosto completa ma è limitata la messa in atto di comportamenti ad essa connessi. Ciò può dipendere dalla natura del settore in cui operano tali imprese, dalla limitata esposizione diretta al pubblico o dalla non immediata rilevanza di problemi ecologici legati ai processi produttivi.

Solitamente si tratta di imprese di medie dimensioni, in prevalenza appartenenti al settore della ICT (Information Communication Technology).

4. *Imprese mobilitanti*

A questa categoria appartiene la maggior parte delle imprese italiane. Sono per lo più piccole e piccolissime imprese che solitamente non hanno una grande conoscenza di temi e strumenti della RSI e si pongono in maniera passiva. Questo non esclude che tali aziende mobilitanti possano attuare interventi per soddisfare le attese dei propri stakeholder e andare incontro alle necessità del territorio; spesso, però, per l'informalità dei rapporti e le limitate risorse, tali interventi assumono carattere non sistematico, sono realizzati con modalità non strutturate e per questo sono oggettivamente poco rilevabili. Tuttavia, le imprese mobilitanti non sono diffidenti nei confronti della RSI in quanto riconoscono che dalla sua attuazione potrebbero derivare benefici economici e relazionali; basterebbe quindi una spinta dall'esterno per favorire la loro evoluzione sociale.

5. *Imprese scettiche*

Hanno caratteristiche simili alle imprese mobilitanti sia per le loro piccole dimensioni sia per la scarsa conoscenza e attuazione di interventi socialmente responsabili. Ciò che le differenzia è la esplicita diffidenza verso qualsiasi intervento di promozione della RSI (Unioncamere, 2004, pp. 13-15).

Forme di incentivazione della cultura di RSI possono avere effetti diversi a seconda del tipo d'azienda cui si rivolgono. Qualsiasi provvedimento risulterà irrilevante sia per le aziende coesive dove la RSI è già parte integrante della loro cultura e incorporata nelle strategie di mercato, sia per le aziende scettiche che sono diffidenti per definizione. Anche nelle imprese consapevoli gli interventi da parte di un ente esterno difficilmente sortiranno effetti rilevanti, tali da far superare la reticenza all'azione. Il cambiamento in queste potrebbe più facilmente derivare da una nuova convinzione circa la convenienza economica della RSI o dal volere uniformarsi ai concorrenti. Alcuni effetti positivi potranno essere riscontrati tra le imprese multicertificate che possono utilizzare un incentivo esterno come fattore per allargare lo spettro di interventi adottabili. Un'appropriata politica di incentivazione della RSI può risultare positiva soprattutto nelle imprese mobilitanti perché rende loro più familiari i temi RSI, ne mostra la convenienza economica e insieme la possibilità di mantenere contenuto l'impegno sia come competenze necessarie sia come costi connessi alle azioni (ibidem, pag. 16).

3.2.2 Tre Rapporti sulla "Responsabilità Sociale d'Impresa in Italia" a cura dell'Istituto per i Valori d'Impresa (ISVI) (2003-2006)

Primo Rapporto

Nel 2003 ISVI pubblica il suo *Primo Rapporto sulla Responsabilità Sociale d'Impresa in Italia* (Molteni⁷, a cura di, 2003b) con cui

"intende delineare lo stato della RSI in Italia in un'epoca in cui l'impegno delle aziende verso i propri stakeholder è posto al centro dell'attenzione del mondo politico ed economico europeo" (ibidem).

Nel Rapporto sono distinte cinque sezioni di ricerca (o Parti), cui è stata aggiunta, in seguito, una sesta:

- il quadro generale relativo alla RSI, il motore della RSI (Parte I)
- i soggetti operanti nel settore (Parte II);
- l'impegno sociale delle PMI, asse portante dell'economia nazionale (Parte III);
- la responsabilità sociale delle banche, poiché, secondo i ricercatori, il settore del credito ha raccolto più di altri la sfida della RSI e può assumere nel prossimo futuro un ruolo trainante nei confronti di imprese industriali e di servizi (Parte IV);
- il bilancio sociale, poiché costituisce lo strumento della RSI maggiormente diffuso tra le imprese italiane (Parte V);
- le prospettive future della ricerca (Parte VI).

Questi, sinteticamente, i contenuti.

Parte I: Il motore della RSI

L'esame della letteratura e delle dinamiche nazionali ed internazionali ha chiarito il concetto di RSI, le tipiche aree d'intervento della RSI, la gamma degli strumenti adottati dalle imprese, i grandi fenomeni economici e culturali a livello internazionale che sollecitano le imprese ad una più ampia assunzione di responsabilità, i soggetti che in Italia stanno svolgendo una funzione trainante nel settore. Questa analisi ha condotto all'elaborazione di un modello "il motore della RSI" che evidenzia la varietà delle forze in campo e le principali relazioni tra esse. La presenza di questo sistema dinamico di forze spiega, secondo gli autori della ricerca, perché l'impegno sociale possa essere considerato una dimensione destinata a diventare ingrediente essenziale del buon management e non una moda.

Parte II: I soggetti

Questa sezione ha identificato i soggetti che in Italia operano a vario titolo nel campo della RSI. La classificazione si è basata su due criteri: l'oggetto sociale e l'area di intervento.

⁷ Molteni è professore ordinario di Economia Aziendale all'Università Cattolica di Milano e direttore dell'ISVI.

Il quadro emerso mostra una grande varietà di soggetti (enti di ricerca/formazione, elaboratori di standard, società di rating, enti certificatori, società di revisione, organizzatori di premi sulla RSI, siti internet, società di consulenza, enti non-profit, associazioni di categoria, Pubbliche Amministrazioni) e un forte incremento del loro numero negli ultimi anni.

L'impegno dei soggetti si concentra maggiormente su due aree: la tutela dell'ambiente e la progettazione degli strumenti di comunicazione (bilanci sociali, codici etici e la certificazione sociale).

Parte III: L'impegno sociale delle PMI

Il campione, composto da 427 imprese, è stato stratificato per due classi dimensionali (20-50 e 51-250 addetti), due macrosettori economici (Industria e Servizi) e quattro grandi aree territoriali (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole). Sono state incluse nello studio anche 60 imprese aventi un numero di addetti tra i 251-500; ciò allo scopo di effettuare un primo confronto del comportamento sulla RSI in base alle classi dimensionali. Le interviste⁸ riguardano sette aree:

1. Rapporti con il personale.

In generale i rapporti con il personale risultano positivi nelle PMI. In particolare si sono registrati: presenza di sistemi di comunicazione prevalentemente informali, buona diffusione dell'orario flessibile e della possibilità di aspettativa, corsi di formazione largamente diffusi e in crescita con l'aumentare delle dimensioni aziendali. Tra le aree con spazi di miglioramento si segnalano: le pari opportunità, soprattutto con riferimento alle donne (poco presenti in posizioni di responsabilità) e i servizi di supporto per i lavoratori immigrati.

2. Corporate governance.

Nonostante questo aspetto presenti ancora punti di debolezza, la ricerca ha evidenziato dei miglioramenti rispetto al passato: cresce la presenza dei rappresentanti di soci di minoranza e dei consiglieri indipendenti nel CdA, aumenta la frequenza delle riunioni del CdA, si incrementa il ricorso a incentivi (soprattutto economici) legati ai risultati.

3. Salute, sicurezza, ambiente.

Per questi aspetti è la legge che costituisce il principale fattore di responsabilizzazione delle imprese (2/3 del totale delle aziende del campione). Nel complesso i temi ecologici sono quelli maggiormente considerati, in particolare dalle imprese di più grandi dimensioni. Si sono registrate possibilità di miglioramento in aree quali: risparmio energetico, riduzione dei consumi di materie prime e delle emissioni inquinanti, riciclabilità.

4. Rapporti con la comunità.

Le PMI italiane sono profondamente radicate nel territorio in cui operano. Ciò è dimostrato dal frequente ricorso a donazioni soprattutto nei confronti delle aziende attive

⁸ Le interviste condotte nelle 487 aziende individuate sono state realizzate da Doxa con metodo CATI (Computer Aided Telephone Interviews), in armonia con le norme del codice di comportamento ASSIRM (Associazione tra Istituti di Ricerche di Mercato).

nella promozione sociale, nella ricerca scientifica e nell'assistenza sociale e sanitaria ed è confermato dalle crescenti iniziative di partnership con la comunità locale. Sono diffuse limitatamente, invece, le nuove forme di coinvolgimento con la comunità quali, ad esempio, il volontariato d'impresa e il cause related marketing.

5. Rapporti con clienti e fornitori.

In questo ambito, la certificazione sociale della supply chain inizia ad essere considerata fattore di competitività. È assai significativo che il 15-20% delle imprese richieda ai propri fornitori un'attestazione della eticità dei propri processi produttivi o sia oggetto di analoghe richieste da parte delle aziende a valle.

6. Strumenti per favorire/comunicare la RSI.

L'aumento di attenzione per la RSI è testimoniato dalla crescente diffusione degli strumenti tipici. Le PMI in realtà dimostrano la propria sensibilità sociale più nei fatti che attraverso gli strumenti formali di comunicazione. Una possibile spiegazione è data dalla mancanza di tempo, dai costi connessi a tali strumenti, dalla necessità di competenze specialistiche e dalla scarsa attenzione alle politiche di comunicazione, caratterizzanti molte PMI. Solo la certificazione di qualità è percepita come essenziale da tutte le imprese. La presenza del codice etico e del bilancio sociale cresce, invece, all'aumentare delle dimensioni aziendali. Le interviste hanno messo in luce come l'Industria effettui maggiormente investimenti nella tutela dell'ambiente e nella sicurezza mentre il settore dei Servizi li effettua nel bilancio sociale e codice di comportamento.

7. Orientamento culturale verso la RSI.

L'importanza della RSI è ormai riconosciuta dalla quasi generalità dei soggetti. Le ragioni di tale riconoscimento sono nell'ordine: motivi etici, rapporti con i dipendenti, fidelizzazione della clientela, relazione con la comunità. Le imprese maggiormente orientate alla RSI (ad esempio quelle dell'area del Nord-Est) attribuiscono minor peso a motivazioni esclusivamente etiche sottolineando invece l'importanza dei risultati competitivi ed economici.

Parte IV: La responsabilità sociale nelle banche

Lo studio è stato effettuato tramite:

- un censimento dei bilanci sociali delle banche italiane;
- interviste a 8 banche italiane ritenute più sensibili ai temi della RSI;
- analisi di studi e documentazione sull'argomento.

Le banche esplicitano la propria sensibilità ai temi socio-ambientali principalmente attraverso i seguenti documenti: statuto, missione, codice di comportamento, bilancio sociale e sottoscrivendo dichiarazioni di organismi sovranazionali (United Nations Environment Program (UNEP) Financial Services Initiative, Global Compact dell'ONU, World Business Council of Sustainable Development, Programma Green Light della Commissione Europea).

Una forte spinta all'adozione del bilancio sociale e del codice di comportamento proviene dall'elaborazione di modelli di riferimento ad opera di ABI (Associazione Bancaria Italiana).

Aumenta il numero di istituti di credito che offrono fondi etici⁹ e che si dotano di certificazioni di vario genere. Le banche dimostrano la loro responsabilità sociale anche attraverso servizi di social banking¹⁰ e numerose attività di prossimità al territorio.

Nel settore non si è ancora affermato un unico modello organizzativo di riferimento per la gestione della RSI: alcune banche non hanno ancora identificato un referente - persona fisica o unità organizzativa - specifico; altre distinguono il livello di vertice, con la creazione di un comitato etico, e il livello operativo.

Parte V: Il censimento dei Bilanci sociali

È il primo censimento dei bilanci sociali in Italia. Con riferimento all'esercizio 2001, sono state identificate oltre 200 società che hanno prodotto il documento. Le informazioni raccolte hanno riguardato: l'esercizio rispetto al quale si è elaborato il primo bilancio sociale; la denominazione attribuita al documento; il modello di riferimento utilizzato; l'esplicitazione del dialogo attivato con gli stakeholder; la presenza di una verifica esterna del bilancio da parte di una organizzazione indipendente; l'intenzione di realizzare il bilancio sociale per l'esercizio 2002.

Tale censimento ha messo in luce una crescita esponenziale, negli anni più recenti, del numero dei bilanci sociali elaborati, con leggere differenze tra i settori bancario, imprese e

⁹ Con la nuova classificazione dei fondi comuni di investimento da parte di Assogestioni, in vigore dal 1° luglio 2003, è stata introdotta la qualificazione etica dei fondi disponibili sul mercato italiano. Assogestioni qualifica come etico "un fondo che, sulla scorta di una propria definizione operativa del concetto di eticità:

- ha una politica di investimento che vieta l'acquisto di un insieme di titoli e/o privilegia l'acquisto di titoli sulla base di criteri diversi dalla sola massimizzazione del rendimento atteso e/o

- si attiene a un processo di investimento secondo principi diversi dalla sola massimizzazione del rendimento atteso (corporate governance del fondo).

Tale definizione è indipendente dalle specifiche modalità di applicazione dei criteri di esclusione/inclusione (comitato etico interno, società di consulenza, selezione esterna, benchmark)¹⁰ (www.etica.sgr.it). Possiamo dire che la nascita degli investimenti con finalità sociale risale alla protesta attuata negli USA contro la guerra nel Vietnam, in particolare da parte degli studenti che criticavano il modo in cui venivano investiti i fondi delle proprie Università.

Divenne poi uno strumento usato per boicottare quelle imprese che intrattenevano rapporti commerciali con Paesi razzisti (Sud Africa) o dittatoriali (Cile).

Il primo fondo comune etico negli Stati Uniti fu il Pioneer Fund, che gestiva gli investimenti di varie istituzioni religiose ed escludeva titoli di imprese operanti nel settore del tabacco, alcool, gioco d'azzardo (www.finanzaetica.it).

¹⁰ Il Social Banking consiste nell'offerta di servizi finanziari di base rivolta ad una clientela marginale. Esempi di attività di social banking sono:

- prestiti antiusura a soggetti che non possono accedere per diverse ragioni al prestito tramite canali convenzionali,
- pacchetti di servizi bancari per immigrati dotati di regolare permesso di soggiorno,
- attività di microcredito,
- progetti per lo sviluppo del Mezzogiorno,
- linee di credito agevolate per coloro che sono stati colpiti da calamità naturali (www.isvi.org).

servizi, non profit. È emerso che il principale modello di riferimento, accanto agli standard di settore, è quello elaborato dal Gruppo Bilancio Sociale (cfr. par. 2.3.1).

Parte VI: Le prospettive future

ISVI intende rendere sempre più sistematica e capillare l'attività di monitoraggio delle esperienze di RSI in Italia. Per questo ha sviluppato tre attività di natura istituzionale:

- *ORSA*, *Osservatorio sulla Responsabilità Sociale delle Aziende*, database on line (www.orsadata.it) attivato a partire dal 2000 in collaborazione con Sodalitas e Smaer¹¹, che si propone di fornire una visione organica e aggiornata delle più significative esperienze italiane in tema di RSI. L'Osservatorio è collegato alla rete di aziende europee socialmente responsabili appartenenti all'Organizzazione non profit *CSR Europe*¹²;
- il *Rapporto annuale sulla RSI in Italia* per esaminare criticamente i passi compiuti dalle imprese verso la RSI, nonché comparare l'impegno nella RSI nelle quattro grandi aree del Paese (Nord-Est, Nord-Ovest, Centro, Sud e Isole) e rispetto alle diverse dimensioni aziendali;
- *l'Osservatorio sui Bilanci Sociali in Italia* che monitora imprese di ogni ordine e grado, prestando particolare attenzione ai modelli di riferimento adottati, agli strumenti di dialogo con gli stakeholder, a eventuali innovazioni attuate o previste per il futuro.

Secondo Rapporto

Nella seconda metà del 2003 ISVI realizza una nuova ricerca sul campo che diventa oggetto del *Secondo Rapporto sulla Responsabilità Sociale d'Impresa in Italia*. Sulla base del quadro tracciato dalla prima ricerca, sopra descritta, questa nuova indagine esamina il rapporto tra impegno sociale e performance aziendali in oltre 130 imprese italiane, prestando particolare attenzione al bilancio sociale¹³, alle campagne di cause related marketing¹⁴ e alla certificazione sociale SA8000¹⁵.

¹¹ Sodalitas nasce nel 1995 grazie all'iniziativa di Assolombarda, di un gruppo di imprese, e di alcuni manager, per creare un ponte tra mondo d'impresa e nonprofit. Due gli assi lungo i quali l'Associazione opera per realizzare la propria mission: il trasferimento di cultura manageriale alle organizzazioni senza scopo di lucro, da un lato; la promozione della responsabilità sociale d'impresa dall'altro. Nel 1999 l'Associazione ha esteso la propria attività al mondo della scuola e dell'università, sviluppando percorsi di orientamento al lavoro e al mondo dell'impresa per studenti diplomandi e laureandi; Smaer è una società di consulenza direzionale.

¹² Csr Europe è la principale rete sulla RSI del business europeo. Conta più di 60 multinazionali tra i suoi membri. È stata creata nel 1995 dal Presidente della Commissione Europea Jacques Delors e dalle principali imprese europee. La sua missione è di aiutare le imprese ad integrare la RSI nella conduzione degli affari.

¹³ Cfr. par. 2.3.1.

¹⁴ Cfr. par. 2.3.

¹⁵ Cfr. par. 2.3.1.

È stato utilizzato un nuovo modello di riferimento, denominato "RSI – Intangibles – Performance economiche". Secondo tale modello gli interventi di RSI contribuiscono al miglioramento delle performance alimentando innanzitutto quel patrimonio di risorse intangibili (capitale organizzativo, capitale umano e capitale relazionale) che è considerato come componente determinante del successo futuro dell'impresa (Molteni, 2004, www.isvi.org).

Il modello evidenzia quattro fondamentali ordini di benefici per l'impresa (Molteni, 2003a):

- l'incremento di visibilità e reputazione;
- l'innalzamento del grado di motivazione/coinvolgimento del personale;
- l'aumento del livello di sicurezza, e quindi di prevenzione di eventi di crisi;
- lo sviluppo della capacità di anticipazione.

"I benefici in tema di visibilità/reputazione determinano un vantaggio di differenziazione che si ripercuote innanzitutto sull'incremento del numero e della fidelizzazione dei clienti, con conseguenze positive per le vendite.

L'impatto sul personale è assai articolato. Il più alto livello di motivazione e di coinvolgimento può determinare un miglioramento dei processi interni, sia diretto sia mediato dalla diminuzione del turnover. Tale miglioramento va a impattare sulla qualità del prodotto/servizio (e, quindi, sul vantaggio di differenziazione) e/o sulla produttività (e, quindi, sul vantaggio di costo). Il minor turnover riduce inoltre la necessità di sostenere costi di selezione e formazione del nuovo personale. Una riduzione dei costi è anche generata dal minor grado di assenteismo connesso a una più grande soddisfazione per l'esperienza lavorativa.

Gli investimenti in CSR riducono il livello di rischio dell'impresa. Si fa riferimento innanzitutto alla probabilità del manifestarsi di eventi catastrofici quali: i disastri ecologici, che hanno un enorme impatto sul profilo economico e sull'immagine aziendale; gli scandali sociali, come quelli connessi all'utilizzo di forza lavoro minorile, non di rado all'origine di boicottaggi da parte dei consumatori; le crisi aziendali causate dalla non trasparenza e dal mancato funzionamento del sistema dei controlli. Un secondo ordine di rischi presenta un impatto meno pervasivo, ma ugualmente rilevante: è il caso degli infortuni sul lavoro. Un intervento sui livelli di sicurezza che vada oltre gli obblighi di legge è fonte di soddisfazione nel personale e contribuisce a sostenere i livelli di produttività aziendale. La riduzione del livello di rischio porta con sé un beneficio in termini di costo, in quanto il riconoscimento da parte degli operatori finanziari dell'efficacia delle politiche attivate determina un decremento dell'ammontare dei premi assicurativi e dei tassi di interesse passivi, nonché una diminuzione del costo medio ponderato del capitale investito a seguito della riduzione del costo dei mezzi propri, cui si connette – a parità di condizioni – un aumento del capitale economico dell'impresa.

Da ultimo, gli investimenti in CSR hanno una valenza anticipatoria. In una accezione ristretta la CSR riguarda specificamente l'assunzione di comportamenti per i quali non vi è obbligo di legge, ma che corrispondono alle attese di forze sociali ed economiche rilevanti o emergenti. È allora piuttosto frequente che nel

tempo le attese in parola vengano direttamente tutelate mediante l'introduzione di nuove norme. In tal caso le imprese già impegnate su quei fronti sono in grado di armonizzarsi alla legge con rapidità e a costi ridotti, avvalendosi per un certo arco di tempo di un vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti meno previdenti. Queste considerazioni valgono, tipicamente, per i temi sui quali più facilmente si può legiferare: l'ambiente, la corporate governance, l'accountability, alcuni argomenti relativi alle risorse umane" (ibidem).

Terzo Rapporto

Un aspetto della RSI individuato molto di recente è il profilo del CSR Manager nelle imprese italiane ed è oggetto del *Terzo Rapporto sulla Responsabilità Sociale d'Impresa in Italia* dell'ISVI (Molteni, a cura di, 2006) del febbraio 2006. Con tale termine si indica il soggetto interno all'azienda al quale fanno capo le attività connesse alla Corporate Social Responsibility (CSR).

L'indagine è stata avviata nella consapevolezza che siano pochi i casi in cui una persona si dedica esclusivamente alle attività di CSR; più spesso la persona che svolge la funzione di CSR Manager ha la responsabilità di un'altra funzione e dedica solo parte del proprio tempo agli aspetti della CSR.

L'obiettivo della ricerca è di descrivere le caratteristiche, i comportamenti e il posizionamento nella struttura organizzativa del CSR Manager. Oltre a fornire una fotografia dello stato attuale, la ricerca ha raccolto le opinioni sull'orientamento futuro delle aziende in relazione alla gestione delle attività di CSR e alle prospettive di sviluppo della professione del CSR Manager.

La ricerca, condotta nel corso del 2005 dai ricercatori di ISVI e ALTIS (Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica di Milano), si è rivolta ad un campione di aziende che hanno mostrato una speciale attenzione alle pratiche di CSR. Le informazioni raccolte, elaborate statisticamente, hanno dimostrato il grado di diffusione delle attività di CSR tra le imprese del campione e le caratteristiche dei soggetti preposti alla gestione di tali attività, cercando di evidenziare le tendenze e gli orientamenti prevalenti tra le aziende. Sono 354 le aziende identificate secondo tre criteri:

- la candidatura a premi in tema di responsabilità sociale (con particolare riferimento al Sodalitas Social Awards 2003-2004)
- la redazione del Bilancio sociale (o di sostenibilità¹⁶), sulla base dei dati raccolti dall'Osservatorio ISVI-ALTIS e relativi all'esercizio 2003
- le informazioni pubblicate dalla stampa nazionale.

All'interno di tali aziende sono state contattate le persone più responsabilizzate per la CSR¹⁷. La ricerca ha evidenziato questi aspetti, relativamente al presente.

¹⁶ Entrambi i termini sono usati per la rendicontazione sociale.

¹⁷ Di queste hanno risposto in 90 (25,4% del totale).

I dati sono stati raccolti mediante un questionario a risposte chiuse, somministrato attraverso interviste telefoniche dirette. In alcuni casi il CSR Manager ha preferito compilarlo autonomamente inviandolo

- Il 41,1% delle aziende considerate afferma di avere individuato al proprio interno una persona dedicata alla gestione di un significativo numero di attività di CSR. Nei restanti casi (58,9%) tale figura non risulta formalizzata e i compiti relativi alle attività di CSR sono svolti da una persona già impegnata in un'altra funzione aziendale (personale, internal auditing, comunicazione, o altro).
- Lo sviluppo della figura del CSR Manager è un fenomeno che riguarda gli anni 2000, con tassi di crescita superiori al 30% negli anni 2002, 2003 e 2004.
- Un elevato numero di addetti alla CSR si impegna anche in attività a valenza strategica, come l'identificazione di obiettivi specifici di CSR nel piano strategico (68,8%) e la definizione del codice etico (65,6%).
- L'88,2% delle aziende ha optato per attribuire le responsabilità della CSR a personale già presente nell'azienda.
- In prevalenza il CSR Manager dedica una quota del proprio tempo alla Responsabilità Sociale: solo il 16,9% delle aziende prevede un CSR Manager full time.
- La formazione prevalente dei CSR Manager è di tipo economico (64,8%), seguita da quella giuridica e sociologica. Vi è però una significativa presenza di soggetti con una preparazione di tipo umanistico-sociologica (25%) nelle aziende di piccole-medie dimensioni.
- La maggioranza dei CSR Manager dipende dall'Alta Direzione sia nelle grandi aziende che nelle PMI.
- Complessivamente, le funzioni aziendali con cui maggiormente interagisce il CSR Manager risultano essere: la Direzione del personale (62,2%), la Direzione Generale (59,5%) e la Direzione Comunicazione e Pubbliche Relazioni (39,2%).
- Le aree in cui i CSR Manager intervistati segnalano di avere bisogno di maggiori informazioni e approfondimenti sono soprattutto quelle della pubblicità a valore sociale, delle modalità di dialogo con gli stakeholder e dell'inserimento di obiettivi di CSR nel piano strategico.

Per quanto riguarda il futuro, sono messe in evidenza, da parte dei CSR Manager, alcune caratteristiche che sarebbe auspicabile acquisire nel futuro:

- In generale, i CSR Manager prevedono di intensificare notevolmente la propria azione introducendo o sviluppando sistemi di management formalizzati che prestino specifica attenzione alle variabili sociali e ambientali. In particolare, è avvertita la necessità di sviluppare il sistema di qualificazione sociale e ambientale

ai ricercatori. Il questionario utilizzato è composto da sei sezioni e può essere suddiviso in due macro-aree: la prima, formata dalle prime cinque sezioni, ha descritto la situazione attuale; la seconda, coincidente con l'ultima sezione, ha inteso rilevare gli orientamenti e le tendenze per il futuro in relazione alla CSR e alla figura del CSR Manager. Fanno eccezione alcune domande per le quali ISVI ha ritenuto opportuno rilevare simultaneamente la situazione attuale e le opinioni per il futuro.

dei fornitori, un sistema di indicatori sulle relazioni con personale e comunità e il sistema di management ambientale.

- Oltre la metà degli intervistati ritiene che la figura del CSR Manager sia destinata a crescere nelle imprese italiane (52,8%).
- La figura di CSR Manager che si ipotizza sia destinata a svilupparsi è quella part-time. Infatti solo il 5,6% ritiene che ci possa essere una diffusione di CSR Manager full-time, mentre il 47,2% è convinto che si svilupperanno CSR Manager part-time anche nelle imprese di piccole-medie dimensioni.

È anche emerso un bisogno di sviluppo delle competenze del CSR Manager perché:

- sotto il profilo quantitativo gli addetti alla CSR sono destinati a crescere nel tempo in ogni ordine di aziende, anche se prevale il profilo part time;
- sotto il profilo qualitativo è necessaria una crescita professionale per interpretare efficacemente tre ruoli: professionista delle practices, sensore del cambiamento socio-ambientale, fautore del dialogo con gli stakeholder.

A questo scopo è suggerita la creazione di una rete, *CSR Manager Network*, che possa divenire punto di riferimento per la professione emergente, luogo di diffusione di cultura e pratiche innovative e potenziale ponte con gli operatori in Europa e nel Mondo.

M. Molteni, nell'executive summary del Terzo Rapporto, fornendo alcune osservazioni sulla ricerca, attribuisce una particolare importanza alla domanda rivolta ai CSR Manager: "Secondo la Sua esperienza, se un'azienda dovesse accostarsi ai temi della CSR, quali sarebbero i primi tre temi da affrontare?". La risposta che è nettamente prevalsa, sfiorando il 50% delle indicazioni, è stata: "L'inserimento di obiettivi specifici di CSR nel piano strategico".

"Perché questo dato è così rilevante? Per più ragioni. Innanzitutto perché toglie ogni equivoco sulla natura stessa della CSR: essa non può essere ridotta alla filantropia, alla destinazione a fini sociali di una quota di norma trascurabile della ricchezza generata dall'impresa; la CSR ha a che fare con la gestione tipica dell'azienda, con le attività volte a produrre ricchezza.

Ma la risposta fornita dai CSR Manager ha un ulteriore valore segnaletico: ci suggerisce che i compiti del CSR Manager non possono essere circoscritti agli strumenti peculiari connessi alla responsabilità sociale, per così dire ai "vessilli" della CSR, come il bilancio di sostenibilità o il codice etico.

La CSR è, piuttosto, una dimensione della strategia d'impresa e chi se ne interessa risulta implicato nel processo volto a posizionare l'azienda nei confronti dei propri fondamentali interlocutori (sociali, ma anche competitivi). Questa valenza strategica della CSR è crescente in virtù di una serie di fenomeni in atto nella realtà economica e sociale, a cui l'impresa deve rispondere: la globalizzazione ha dilatato i confini geografici dei mercati, sui punti vendita della grande distribuzione arrivano prodotti realizzati in contesti in cui i diritti dei lavoratori

non sono adeguatamente tutelati, il problema ecologico è percepito come una minaccia per la sopravvivenza stessa del pianeta, e così via.

A fronte di tutto questo l'impresa vede allargarsi il perimetro dei fenomeni di cui deve rendere conto alla società. Una società che si sta organizzando, nella quale cioè si moltiplicano i soggetti in grado di interloquire con le imprese e di contestarne l'operato. Si tratta di soggetti che fino a pochi anni fa disponevano di un potere e di una visibilità molto inferiori o che addirittura non esistevano: le associazioni dei consumatori, i movimenti ambientalisti, gli enti per il monitoraggio delle forniture, i fondi etici, le agenzie di rating etico, le società di certificazione sui temi della sicurezza e dell'ambiente, ed altri ancora" (Molteni, a cura di, 2006).

Nei commenti di M. Molteni è inoltre riconosciuto un triplice ruolo della figura emergente del CSR Manager:

"1. Professionista delle practices. Al CSR Manager sono richieste le competenze tecniche per gestire uno o più dei tipici strumenti della Responsabilità Sociale d'Impresa: già si è detto del bilancio di sostenibilità e del codice etico, ma si possono menzionare anche le politiche di comunicazione interna, le politiche verso il territorio, le attività di formazione del personale in tema di CSR, le iniziative di welfare aziendale (asilo nido, ecc.), le sponsorizzazioni, le campagne di cause related marketing.

2. Sensore del cambiamento socio-ambientale. Il CSR Manager deve contribuire allo sviluppo della vision dell'impresa; è una sorta di "antenna" sui trend in atto nel settore, con particolare riferimento alle dimensioni sociali e ambientali. Si tratta di fenomeni assolutamente rilevanti per il business, ma che - abbracciando uno spettro tematico molto ampio e non avendo implicazioni immediate sulle problematiche competitive a breve - il top management e gli uomini di line difficilmente hanno tempo e occasione di monitorare. Allora il CSR Manager è un uomo prezioso per il futuro dell'azienda, che opera a stretto contatto con un'Alta Direzione lungimirante.

3. Fautore del dialogo con gli stakeholder. Il CSR Manager è l'uomo dell'ascolto e dell'interazione con gli stakeholder, perché attiva e contribuisce a gestire le relazioni con il personale, il sindacato, i fornitori, i clienti, le associazioni dei consumatori, le associazioni di distretto o di settore e così via. Questa attività di stakeholder engagement, a ben vedere, serve ad alimentare sia la qualità delle politiche e degli strumenti di cui al primo punto, sia il patrimonio di conoscenze sul futuro di cui al secondo punto" (Molteni, a cura di, 2006).

Più in generale a questa nuova figura aziendale M. Molteni attribuisce un ruolo cruciale nell'organizzazione:

"In nessuno modo, allora, il CSR Manager può assumere una funzione "ornamentale": è un interlocutore dell'Alta Direzione e il suo peso nella formulazione e nella implementazione della strategia aziendale è destinato a crescere insieme all'importanza dei soggetti che nella società sono portatori di interessi e attese verso l'impresa" (ibidem).

3.2.3 Osservatorio Operandi sulla RSI in Italia: il punto di vista dei consumatori

L'Osservatorio Operandi sulla Responsabilità Sociale d'Impresa nasce nel 2004 per monitorare i comportamenti delle imprese e dei cittadini italiani rispetto alla responsabilità sociale d'impresa e i comportamenti di consumo rispetto alla stessa. L'Osservatorio permanente, promosso da Operandi Fondazione British American Tobacco Italia ONLUS, è realizzato da ALTIS in collaborazione con Lorien Consulting (Società specializzata nella ricerca e nella consulenza di marketing) e con Ethos (divisione di Lorien Consulting specializzata nella consulenza per campagne di Cause Related Marketing e RSI). Ha condotto due rilevazioni, la prima nel 2005 rivolta a consumatori e stakeholder, la seconda nel 2006 mirata a consumatori e ambiente.

1) *Prima rilevazione su Consumatori e Stakeholder (2005). Quaderno Osservatorio permanente sulla responsabilità d'impresa: consumatori e stakeholder (vol. I, luglio 2005)*

È aperta la serie dei Quaderni dell'Osservatorio con i risultati della prima indagine quantitativa realizzata da Lorien Consulting nel maggio 2005.

La sezione principale, intitolata "Consumatori e Stakeholder", è dedicata all'analisi¹⁸ di comportamenti, percezioni e opinioni dei consumatori e stakeholders riguardo ai temi della RSI. In particolare:

- per quanto riguarda i *Consumatori* sono state effettuate due rilevazioni semestrali (maggio e novembre) su un campione di 1.200 casi rappresentativo della popolazione italiana adulta, per sesso, età, area geografica/regione. Due gli obiettivi della ricerca: identificare dei cluster (gruppi d'indagine) di cittadini/consumatori sulla base delle loro attitudini nei confronti del sociale e dei loro comportamenti più o meno consapevoli; verificare la percezione delle politiche aziendali in tema di RSI, comprendendo i comportamenti di acquisto che ne discendono;
- per quanto riguarda gli *Stakeholder*, una rilevazione annuale (a maggio) su un campione di 300 soggetti "tecnici" (Business Community; Media; Analisti finanziari; ONP; Sindacati e Associazioni di Categoria e Politici) ha ripercorso, con gli opportuni adattamenti, i temi indagati presso i consumatori.

Inoltre, nella sezione "Approfondimenti" che è dedicata a problemi connessi alla RSI scelti tra i più attuali e rilevanti sotto il profilo economico, sociale e politico, sono individuati alcuni aspetti per riconoscere se sia attuata una globalizzazione in termini responsabili da parte delle imprese italiane. Due le dimensioni considerate:

- la gestione dei piani di ristrutturazione in Italia, con particolare attenzione alle modalità seguite per procedere alla riduzione del personale;
- i comportamenti posti in essere dalle imprese italiane nei Paesi in cui i diritti dell'uomo, i diritti dei lavoratori, le normative ambientali ricevono bassa considerazione rispetto agli standard previsti dalla normativa europea. E quindi i problemi connessi sia all'apertura di siti produttivi all'estero sia al massiccio ricorso a forniture provenienti da quei Paesi.

Questa prima rilevazione è dunque articolata in tre parti: le prime due, Consumo Responsabile e Responsabilità d'impresa, vertono sulla percezione da parte del consumatore della responsabilità sociale nelle imprese; la terza, Delocalizzazione Responsabile, sulle modalità seguite dalle aziende italiane nella globalizzazione.

Parte I - Consumo Responsabile

- Acquisti e comportamenti socialmente responsabili dei cittadini, da riconoscersi in base a:
 - Le categorie di prodotti/servizi acquistati
 - La frequenza di acquisto
 - Il luogo di acquisto
 - Lo svolgimento di attività di volontariato
 - L'effettuazione di donazioni
- Atteggiamenti dei cittadini nei confronti del sociale e della responsabilità sociale
- Attività di responsabilità sociale e cause related marketing. Gli aspetti esaminati sono:
 - Il ricordo, da parte dei consumatori, delle attività socialmente responsabili delle imprese
 - Il ricordo, presso i consumatori, delle campagne condotte dalle imprese
 - Il giudizio dato dai consumatori sulle attività di RSI
 - La partecipazione/adesione dei consumatori alle campagne condotte dalle imprese
- Percezione della RSI da parte dei cittadini. In particolare, la percezione:
 - del ruolo della RSI
 - delle principali caratteristiche distintive della RSI

Parte II - Imprese responsabili e Stakeholder

- Atteggiamenti degli stakeholder nei confronti della RSI, individuati in base alla valutazione
 - del comportamento delle imprese socialmente responsabili e loro caratteristiche
 - dei settori merceologici di applicazione della RSI
 - delle cause sostenibili dalle aziende
 - dei costi e benefici della RSI
 - dell'importanza degli strumenti di RSI
 - della proposta di legge "Più dai, meno versati" che consente condizioni migliori per la deducibilità delle donazioni in favore delle organizzazioni non profit

¹⁸ Le rilevazioni sono state effettuate con metodologia CATI (Computer Aided Telephone Interviews).

Parte III - Delocalizzazione Responsabile

- Opinioni di cittadini e stakeholder su:
 - Campagne di informazione e certificazioni
 - Introduzione di dazi
 - La delocalizzazione della produzione.

Sulla base delle informazioni raccolte, M. Molteni fornisce alcune chiavi di lettura dei risultati. Le sue osservazioni possono essere ricondotte ai seguenti punti:

1. La RSI è un fenomeno *in sensibile crescita*. Nel complesso la ricerca mostra che in Italia il tema della responsabilità d'impresa sta facendosi largo sia in termini di consapevolezza della sua importanza sia sotto il profilo dei comportamenti.

Per quanto riguarda i consumatori, ad esempio:

- il fenomeno del consumo responsabile, cioè l'acquisto di prodotti e servizi con una componente esplicitamente sociale, è passato dal 32,8% nel 2004 al 59,1% nel 2005, crescendo di oltre l'80%;
- più della metà dei cittadini (54,5%) dichiara di aver effettuato nel corso degli ultimi sei mesi almeno una donazione, aderendo all'invito di una partnership tra profit e non profit;
- alcune campagne di comunicazione sociale hanno lasciato un ricordo (spontaneo o sollecitato) in oltre il 50% del campione di cittadini intervistato.

“Non si tratta, come è ovvio, di un fenomeno che interessa tutta la popolazione: molti sono ancora gli indifferenti e molti non sono disposti a sacrificare nulla del rapporto qualità/prezzo per incorporare un valore sociale; ma la strada è aperta” (I Quaderni dell'Osservatorio Operandi, 2005, pag. 41).

Anche dal campione degli stakeholder giungono indicazioni in tal senso:

- l'86,7% degli stakeholder considera la RSI un reale vantaggio per l'impresa, principalmente in termini di immagine (52,4%), ma anche in termini economici (31,9%) e di relazione con i soggetti esterni all'impresa (30%);
- oltre il 50% ritiene che i costi sostenuti per la RSI siano un investimento destinato ad avere conseguenze positive per lo sviluppo futuro dell'impresa;
- la quasi totalità del campione (95,4%) ritiene molto (63,8%) o abbastanza (31,6%) positivo che i cittadini dimostrino attenzione a preferire i prodotti socialmente responsabili.

2. La prevalenza dell'*attenzione all'ambiente e al lavoro*. Agli occhi sia dei consumatori sia degli stakeholder la RSI coincide, innanzitutto, con le tematiche ambientali e con quelle relative ai rapporti con i collaboratori.

“In positivo, questo ci fa capire quanto la tutela dell'ambiente sia ormai percepita come una priorità assoluta per le politiche pubbliche e private. E ci fa capire che

nell'attuale contesto il cittadino, sentendosi lavoratore, sottolinei l'importanza dell'attenzione al benessere dei dipendenti (71,3%), della creazione di occupazione (67,8%) e della scelta di non delocalizzare la produzione in Paesi dove il costo della manodopera è inferiore (52,2%). In negativo, il dato ci suggerisce che l'intero potenziale sottostante il tema “responsabilità d'impresa” non è ancora percepito da una significativa quota dei soggetti presenti in Italia” (ibidem, pag. 42).

3. Il profilo emergente del *consumatore responsabile*. Il consumo responsabile si presenta come un fenomeno più trasversale rispetto al passato, però permangono sensibili differenze nei diversi segmenti di popolazione. Un più ampio orientamento al consumo responsabile è stato rilevato presso:

- la popolazione femminile,
- di età adulta,
- residente nell'Italia settentrionale,
- con una scolarizzazione media e soprattutto alta,
- con professioni impiegate o di livello superiore.

È quindi individuato quale sia l'orientamento da adottare per uno sviluppo culturale auspicabile.

“Si tratta di promuovere tra la gente, con le parole e con i comportamenti aziendali, la consapevolezza che l'impresa è, e può sempre di più essere, un fattore di valorizzazione delle persone e di sviluppo della società: un patrimonio che, per quanto in larga parte controllato da privati, è fattore di promozione del bene comune” (ibidem, pag. 42).

4. Il profilarsi del fenomeno dei *boicottaggi*. È significativo che il 19,8% del campione dichiara di aver boicottato i prodotti di un'azienda ritenuta non socialmente responsabile.

“È un fenomeno decisamente nuovo per il contesto italiano, che ci avvicina peraltro a comportamenti ormai radicati nei paesi anglosassoni e in Germania. Sta a significare che se, da una parte, in questi ultimi 10-20 anni si è registrato un generale crollo delle ideologie, dall'altra alcune manifestazioni a livello “micro” segnalano la necessità di non dimenticare nei comportamenti quotidiani l'ancoraggio a ideali e valori” (ibidem, pag. 42).

Anche per i “boicottatori” è stato possibile identificare un profilo tipico. Si tratta di persone prevalentemente di sesso maschile, d'età compresa tra i 18 e i 54 anni, con una prevalenza dei residenti nel Centro Italia, con scolarizzazione elevata, soprattutto lavoratori.

5. La preoccupazione per i processi di *delocalizzazione*. Il tema della delocalizzazione preoccupa i cittadini italiani. La maggioranza dei consumatori disapprova decisamente le imprese che delocalizzano la produzione in Paesi nei

quali è più basso il costo della manodopera (52,2%). Questa percentuale si abbassa sensibilmente tra gli stakeholder, attestandosi al 30,6%.

“Oltre al timore per le conseguenze occupazionali nel nostro Paese, la ricerca ha manifestato anche la presenza di una significativa diffidenza verso le politiche messe in atto dalle imprese nei Paesi caratterizzati da una scarsa tutela dei diritti. Per assicurarsi una più alta “qualità etica” dei propri consumi, la maggioranza di cittadini e stakeholder chiede soprattutto più informazione, ottenibile attraverso diverse misure:

- campagne di informazione sui Paesi nei quali è più frequente la violazione dei diritti sociali e ambientali (76,5% dei cittadini e 58,3% degli stakeholder);
- tracciabilità sociale dei prodotti, attraverso l'introduzione di specifiche certificazioni (86,4% dei cittadini e 68,7% degli stakeholder);
- indicazione dei Paesi di provenienza dei prodotti industriali (98% degli stakeholder)” (ibidem, pag. 43).

2) *Seconda rilevazione su Consumatori e Ambiente (2006). Quaderno Osservatorio permanente sulla Responsabilità d'impresa: Consumatori e Ambiente (Vol. II, luglio 2006)*

Il secondo Quaderno presenta i risultati della seconda indagine quantitativa realizzata da Lorien Consulting nel gennaio 2006. Anche per la seconda rilevazione il campione è rappresentativo della popolazione nazionale per sesso, età, area geografica/regione ed è composto da 1.200 cittadini italiani¹⁹.

Nella sezione principale sono stati analizzati comportamenti, atteggiamenti e opinioni dei consumatori sulla RSI, mentre nella sezione Approfondimenti è presa in considerazione la tematica ambientale.

Tre gli obiettivi principali dell'indagine:

- a) monitorare gli atteggiamenti dei cittadini nei confronti del fenomeno della RSI, con particolare riferimento ai comportamenti di acquisto e consumo;
- b) mappare e quantificare i cluster dei cittadini sulla base delle loro attitudini nei confronti del sociale e dei loro comportamenti, più o meno consapevoli, in termini di acquisto;
- c) effettuare un approfondimento relativo al tema del rispetto e della tutela ambientale.

La ricerca risulta divisa in due parti: la prima sul Consumo Responsabile e la seconda, come approfondimento, sull'Ambiente.

¹⁹ Le rilevazioni sono state effettuate con metodologia CATI.

Parte I - Consumo Responsabile

- Acquisti e comportamenti socialmente responsabili dei cittadini (per questo aspetto è stata utilizzata la stessa articolazione per sottopunti della prima rilevazione del 2005):
 - Categorie di prodotti/servizi acquistati
 - Frequenza di acquisto
 - Luogo di acquisto
 - Svolgimento di attività di volontariato
 - Effettuazione di donazioni
- Evoluzione del consumatore responsabile, attraverso la definizione del profilo:
 - del consumatore responsabile
 - del boycotter
- Impegno sociale dei consumatori italiani, valutato sulla base:
 - del comportamento responsabile e delle attività di volontariato
 - delle donazioni effettuate in particolari aree territoriali
- Percezione della RSI da parte dei cittadini (anche per questo aspetto è stata utilizzata l'articolazione per sottopunti della prima rilevazione del 2005):
 - percezione del ruolo della RSI
 - percezione delle principali caratteristiche distintive della RSI
- Attività di responsabilità sociale e cause related marketing (in questo caso sono stati ripresi solo i primi due sottopunti della prima rilevazione):
 - ricordo da parte dei consumatori delle attività di RSI delle imprese
 - ricordo presso i consumatori delle campagne condotte dalle imprese

Parte II – Ambiente (è la parte dedicata agli “approfondimenti”)

- Opinioni di cittadini su:
 - la situazione ambientale
 - la situazione ambientale in Italia
 - l'impegno delle imprese nella tutela ambientale
 - possibili azioni da intraprendere

Commentando i dati raccolti in questa seconda rilevazione M. Molteni fornisce ancora alcune osservazioni:

1. *La stabilizzazione del fenomeno*

Un primo dato di certo rilievo riguarda la stabilizzazione del fenomeno del consumo responsabile sia sotto il profilo dei comportamenti sia in termini di consapevolezza della sua importanza. Dopo anni di forte crescita nel triennio 2003-2005, tra il 2005 e il 2006 si sono registrate variazioni quasi trascurabili (positive o negative):

- l'acquisto di prodotti e servizi con una componente esplicitamente sociale, che aveva visto una escalation negli anni precedenti (31,4% nel 2003, 32,8% nel 2004, 59,1% nel 2005) si attesta al 57,5%;
- i “sostenitori” del consumo responsabile, coloro cioè che fanno della responsabilità sociale un vero e proprio stile di vita (in particolare giovani-

adulti di medio-alto livello culturale) passano dal 36,3% nel 2005 al 32,9% nel 2006. Essi cedono qualche punto percentuale ai cosiddetti "pragmatici", coloro che al momento dell'acquisto guardano molto alla qualità e al prezzo anche se non disdegnano l'aspetto responsabile della produzione (sono prevalentemente persone di non più giovane età e di scolarizzazione medio-bassa);

- si stabilizzano gli acquisti almeno occasionali di prodotti che devolvono parte del prezzo a cause sociali: dopo il raddoppio tra il 2004 e il 2005, anno in cui si raggiunge il 39,5%, ci si attesta al 37,0% nel 2006;
- si stabilizza il numero dei cittadini che fa ricorso - in modo più o meno intenso - ai prodotti del commercio equo solidale: 21,1% nel 2004, 35,0% nel 2005, 33,2% nel 2006;
- arretra leggermente l'uso di strumenti etici di pagamento (come le carte di credito che devolvono una percentuale delle commissioni a cause benefiche): dopo il passaggio da 4,6% nel 2004 a 10,1% nel 2005, il valore si attesta al 7,0% nel 2006;
- crescono leggermente gli investimenti nei fondi etici: dal 4,2% del 2005 al 4,8% del 2006;
- aumenta in lieve misura il numero dei soggetti orientati a boicottare i marchi e i prodotti che si dimostrano "irresponsabili": dal 19,8% nel 2005 al 20,9% del 2006;
- passa dal 54,5 al 50,6 la percentuale delle persone che effettua donazioni a organizzazioni non profit che sostengono cause sociali.

Questo il commento:

"Ma come leggere questa interruzione della crescita? Solo il tempo potrà dire se essa costituisce il primo indizio della fase di maturità del fenomeno o rappresenta una sosta temporanea del processo di sviluppo.

Certamente due fattori vanno qui menzionati. Innanzitutto gli anni immediatamente precedenti sono stati connotati da una intensa crescita del consumo responsabile, tale da condurre il fenomeno a livelli di diffusione di tutto rilievo. Che più della metà dei cittadini italiani effettui acquisti etici (57,5%), destini somme di denaro annualmente a cause sociali (50,6%), ricordi campagne di comunicazione sociale da parte delle imprese (il ricordo "spontaneo o sollecitato" delle campagne più efficaci supera l'80%), manifesta quanto la sensibilità alla responsabilità sociale sia ormai radicata nel contesto italiano.

Il secondo fattore che non può essere trascurato è la congiuntura economica sfavorevole attraversata dalla nostra economia, che ha avuto ripercussioni sulla quantità dei consumi e sui comportamenti d'acquisto delle famiglie, sempre più attente al rapporto qualità-prezzo (di qui l'aumento del gruppo dei cosiddetti consumatori "pragmatici").

Vedremo come la ripresa dell'economia, di cui abbiamo tenui segnali, impatterà sul fenomeno del consumo responsabile. Comunque, il consumo responsabile

costituisce ormai un tratto della nostra società un'attenta politica di marketing dell'impresa non può più prescindere da esso" (I Quaderni dell'Osservatorio Operandi, 2006, pp. 49-50).

2. Come muta il profilo del consumatore responsabile

Come era già emerso dalla prima rilevazione, il consumo responsabile esiste in tutti gli strati della popolazione, anche se ha manifestazioni più intense presso alcuni segmenti di cittadini. È confermato che abbiano un comportamento maggiormente orientato al consumo responsabile (acquisti di prodotti e servizi con una componente esplicitamente sociale, consumo equo-solidale, prodotti che devolvono parte del prezzo a cause sociali):

- le persone che svolgono professioni impiegate o di livello superiore;
- le persone con formazione universitaria o, in misura minore, con una scolarizzazione a livello di medie superiori.

Le novità riguardano tre "territori" che risultano maggiormente conquistati dai comportamenti socialmente orientati:

- la popolazione maschile si avvicina a quella femminile, annullando il lieve ritardo registrato lo scorso anno;
- la classe di età dei giovani-adulti (18-34 anni) si avvicina a quella compresa tra i 35-54 anni, che si conferma il segmento in assoluto più sensibile;
- il Centro Italia si avvicina nei comportamenti di acquisto alle due aree Nord del Paese, fino a qui trainanti per quanto riguarda il consumo responsabile.

"Questa progressiva omogeneizzazione dei comportamenti d'acquisto rappresenta un altro elemento in grado di ispirare le politiche di marketing delle imprese operanti nel nostro Paese" (ibidem, pag. 51).

3. Una cultura ancora da cambiare

Alla domanda su cosa sia da identificare come contenuto tipico della responsabilità sociale d'impresa, le risposte pongono in primo piano il profilo etico (attenzione ai bisogni della società, responsabilità, onestà, correttezza, eticità: 40,3%), seguono i rapporti con il personale (25,6%), poi la gestione aziendale (creare occupazione, rispettare le esigenze dei clienti: 25,2%), poi il rispetto delle normative (sull'ambiente, sulla sicurezza, e altro: 20,7%) e infine la produzione (attenzione ai processi, qualità del prodotto: 9,4%). Ovvero, non è percepita la RSI come parte integrante delle scelte aziendali e produttive, come modo di "fare impresa".

"Nel complesso, quindi, il pubblico non percepisce la responsabilità sociale come un modo nuovo di concepire e di fare impresa, per cui l'attività produttiva in quanto tale risulta funzionale al bene comune. Questo deficit di conoscenza indica il contenuto di una battaglia culturale che le istituzioni e le imprese del nostro

Paese devono condurre. La diffusione di comportamenti d'impresa responsabili e, corrispettivamente, la fiducia nell'impresa da parte della società costituiscono risorse immateriali preziose per lo sviluppo dell'economia italiana ed europea" (ibidem, pag. 51).

4. *Boicottaggi e comportamenti affini*

Nel 2005 il 19,8% degli intervistati e nel 2006 il 20,9% dichiara di aver boicottato i prodotti di un'azienda ritenuta non socialmente responsabile.

"Questa conferma rappresenta una chiara indicazione per le nostre imprese: non solo per motivi etici, ma anche per difendere il fatturato, esse devono dedicare crescente attenzione alle politiche volte a ridurre il rischio di una crisi reputazionale. Anche perché, come dimostrano i nomi delle imprese oggetto di boicottaggio, le crisi reputazionali lasciano lunga traccia nella memoria dei consumatori: i fatti incriminati riguardanti le grandi imprese più spesso segnalate dagli intervistati risalgono ormai a molti anni fa" (ibidem, pag. 52).

Il profilo del boicottatore conferma i tratti già emersi nella precedente rilevazione. Si tratta di persone:

- prevalentemente di sesso maschile;
- in età compresa tra i 18 e i 34 anni;
- con una prevalenza per i residenti nel Centro Italia;
- laureati o comunque con scolarizzazione elevata.

"A questo profilo di persone la politica di comunicazione delle imprese deve porre particolare attenzione, anche perché, al di là delle azioni di disturbo di cui possono essere promotori, i boicottatori si dimostrano socialmente orientati anche in senso positivo, privilegiando cioè nei loro acquisti le imprese virtuose" (ibidem, pag. 52).

5. *L'ambiente*

Nella sezione finale della ricerca, dedicata all'approfondimento sul tema dell'ambiente, è rilevato che:

- l'83,8% del campione considera la situazione ambientale attuale molto o abbastanza critica. Il problema ecologico è particolarmente sentito dalle donne e dagli abitanti dei grandi centri mentre, sotto il profilo geografico, c'è una leggera prevalenza del Centro Italia, del Sud e delle Isole;
- a fronte di una situazione giudicata preoccupante, il 74,8% degli intervistati ritiene che né le istituzioni pubbliche né le imprese private si stiano impegnando a sufficienza per limitare i danni all'ambiente. A questa percentuale si aggiungono un altro 7,6% secondo cui solo le istituzioni pubbliche starebbero facendo qualcosa per l'ambiente e un 2% secondo cui solo le imprese private sarebbero in azione su questo fronte.

"Questi dati offrono un importante spunto per la strategia delle imprese italiane. Segnalano che è giunta l'ora di superare un approccio reattivo alle politiche ambientali, cioè basato sul puro adeguamento alle norme di legge. Si tratta piuttosto di attuare politiche pro attive, investendo nella eco-efficienza dei processi produttivi, nello smaltimento dei rifiuti, nello sviluppo di energie rinnovabili, nei contenuti ecologici dei prodotti e così via. Oltre ai risparmi di costo talvolta generati da tali investimenti, l'attenzione del pubblico alla tematica ambientale può accrescere il valore economico di simili strategie, in quanto indica che gli investimenti in ecologia sono suscettibili di generare un eccellente ritorno in termini di reputazione per le imprese" (ibidem, pag. 53).

CAPITOLO QUARTO

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE NEI SETTORI DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E DEL NON PROFIT

Le organizzazioni facenti parte del settore Non Profit hanno come peculiarità la non prevalenza del profitto come fine aziendale. Per questo motivo, secondo alcune fonti, rientra nel Non Profit la Pubblica Amministrazione.

“[...] rientrano nell’ambito del No Profit sia gli enti pubblici sia le diverse organizzazioni “privatistiche” (enti di tipo associativo, comitati, fondazioni, società cooperative con prevalenza dello scopo sociale, altri enti non lucrativi, ecc.) che non operano in una logica di profitto (i cosiddetti “enti od aziende non profit” o “area del privato sociale”) (Gruppo di Lavoro “Enti Locali” e “No-Profit” dell’Ordine dei Dottori Commercialisti di Ivrea, Pinerolo, Torino (2002), pag. 1).

Ai fini del nostro lavoro, però, è utile tenere in considerazione la distinzione effettuata dall’economista Luciano Hinna (2005) tra il settore Non Profit propriamente detto e la Pubblica Amministrazione poiché nei due il tema della Responsabilità Sociale assume sfumature diverse.

Mentre l’uso della rendicontazione sociale accomuna i settori profit, non profit e della Pubblica Amministrazione ed è sostanzialmente basato sui Principi GBS messi a punto dal Gruppo Bilancio Sociale (cfr. 2.3.1), vi sono delle differenze nelle esigenze, negli orientamenti, nella natura e funzione degli strumenti (cfr. Tav.1):

Tavola 1 - Responsabilità Sociale nei settori della Pubblica Amministrazione, del Profit e Non Profit.

	Pubblica Amministrazione	Settore Profit	Settore Non Profit
Esigenze	Ri-legittimazione	Dimostrazione della RSI	Legittimazione Sociale
Risposte	Rendicontazione sociale	Rendicontazione sociale	Rendicontazione sociale
Orientamento	Responsabilità Sociale Pubblica	Responsabilità Sociale d’Impresa	Misurazione della realizzazione della missione
Strumenti	Bilancio di ricaduta sociale	Bilancio sociale	Bilancio di missione

Fonte: Hinna, 2005, pag. 685

4.1 La Pubblica Amministrazione

Per Pubblica Amministrazione s'intende solitamente l'insieme di enti e soggetti pubblici (comuni, provincia, regione, Stato, ministeri) e altre "figure" che svolgono in qualche modo la funzione amministrativa nell'interesse della collettività e quindi nell'interesse pubblico, alla luce del principio di sussidiarietà¹ (<http://it.wikipedia.org>).

Oggi la Pubblica Amministrazione si trova in una situazione di crisi dovuta ad un "deficit di accountability"² che è (Tanese, a cura di, 2004, pp. 20-21):

- deficit di trasparenza dell'azione e dei risultati;
- deficit di esplicitazione delle finalità, delle politiche e delle strategie;
- deficit di misurazione dei risultati;
- deficit di comunicazione.

Tutti questi aspetti si traducono in una crisi profonda sia interna alla Pubblica Amministrazione sia esterna, che diventa mancanza di fiducia e legittimazione da parte dei cittadini e delle imprese (ibidem). La Responsabilità Sociale "Pubblica", come definita da Hinna (2005, pag. 683), può risanare questa crisi, poiché permette all'ente pubblico di rilegittimarsi mettendo il cittadino al centro dell'attenzione nella gestione delle attività (Hinna, 2005). La rendicontazione sociale rende conto della gestione complessiva dell'ente in modo trasparente, comprensibile ed accessibile a tutti e contribuisce nello stesso tempo a ridurre la distanza tra la Pubblica Amministrazione ed i cittadini (Gruppo di Lavoro "Enti Locali" e "No-Profit" dell'Ordine dei Dottori Commercialisti di Ivrea, Pinerolo, Torino (2002). Dal Dipartimento della Funzione Pubblica, Ufficio per l'Innovazione della Pubblica Amministrazione della Presidenza del Consiglio dei Ministri, questo è riconosciuto con chiarezza.

"Occuparsi di rendicontazione sociale nelle amministrazioni pubbliche significa porre al centro definitivamente i soggetti destinatari degli interventi. Per l'amministrazione dar conto in modo trasparente del proprio operato è un modo per riscoprire il cittadino e il senso della propria azione" (Tanese, a cura di, 2004, pag. 36).

Lo strumento di rendicontazione sociale nelle amministrazioni pubbliche è il *Bilancio di Mandato*, un documento con finalità comunicative che rendiconta in

¹ Il principio di sussidiarietà stabilisce che le attività amministrative dovrebbero essere svolte dall'entità territoriale amministrativa più vicina ai cittadini (i comuni), e che può essere delegata ai livelli amministrativi territoriali superiori (province, città metropolitane, regioni, stato) solo se questi possono rendere il servizio in maniera più efficace ed efficiente (<http://it.wikipedia.org>).

² L'Accountability può essere definita come "l'esigenza di rendere conto da parte di coloro che hanno ruoli di responsabilità nei confronti della società o delle parti interessate del loro operato e delle loro azioni" (Pezzani, 2003, pag. 9).

modo qualitativo e quantitativo l'attuazione delle linee programmatiche da parte dell'Amministrazione locale nel corso del suo mandato. Recentemente la necessità di una semplificazione del Bilancio di Mandato è stata individuata dal Gruppo di Lavoro "Enti Locali" e "No-Profit" dell'Ordine dei Dottori Commercialisti di Ivrea, Pinerolo, Torino, nel lavoro intitolato *Il Bilancio Sociale nell'ambito del No Profit*, del 2002, da cui si legge:

"È [...]necessario o quanto meno auspicabile un processo di semplificazione di questa forma di rendiconto, già intrapreso da alcuni enti pubblici fra cui la Provincia di Bergamo (Rendiconto di Mandato 1995-1999) ed il Comune di Como (Bilancio di Mandato 1998-2002), che hanno scelto di seguire, per quanto possibile, la metodologia GBS³ del bilancio sociale, adattandola alle specifiche esigenze di comunicazione dell'ente pubblico" (ibidem, pag. 12).

"si tratta, in sostanza, di un "rapporto/comunicazione" tra l'esecutivo ed i diversi soggetti, interni ed esterni, interessati all'azione dell'Amministrazione, secondo un'impostazione del tutto compatibile con quella del bilancio sociale" (pag. 11).

I membri di tale Gruppo di Lavoro criticano il fatto che il bilancio di mandato, dovendo contenere normalmente una notevole quantità di dati ed informazioni e trattandosi di un documento "tecnico", risulti concepito non per essere diffuso alla maggioranza dei cittadini ma per rispondere ad un mero requisito formale (ibidem). Sostengono che, invece, nelle pubbliche amministrazioni, dove il modello organizzativo è molto complesso, il rendiconto di mandato, per poter dimostrare in modo efficace che l'azione amministrativa dell'ente risponde alle legittime attese dei suoi interlocutori, dovrebbe avere caratteristiche diverse quali:

- grande capacità comunicativa;
- facile lettura e comprensione;
- aggancio chiaro e preciso ai dati contabili ed ai bilanci dell'ente;
- attendibilità e trasparenza delle informazioni (ibidem, pp. 11-12).

Un bilancio di mandato che segua tali raccomandazioni nella sua impostazione risulterà organizzato in tre sezioni:

- la prima, dedicata all'identità dell'ente, esplicita i valori, la missione, il disegno strategico, l'assetto organizzativo e gli aspetti qualificanti del piano organizzativo;
- la seconda, dedicata al rendiconto delle entrate e degli impieghi, documenta la quantità e qualità delle risorse in entrata e in uscita, nonché le specifiche aree di destinazione;

³ Sui principi GBS cfr. par. 2.3.1.

- la terza, dedicata alle prestazioni e ai servizi offerti alla comunità, chiarisce i criteri e le modalità degli interventi effettuati, suddivisi in macro-aree di intervento, al fine di agevolare il lettore nella comprensione del documento.

C'è ragione di pensare che la RS della Pubblica Amministrazione occuperà uno spazio importante nella discussione nazionale e internazionale e nei lavori per la messa a punto di strumenti specifici di rilevazione e controllo. Questa certificazione facilita l'osservazione pubblica sulle grandi scelte della politica e può funzionare perciò anche da volano per ottenere e mantenere consenso.

4.2 Il settore Non Profit

Il tema della Responsabilità Sociale trae nuovi spunti dall'affermarsi nello spazio economico di un terzo attore, oltre a Stato e Mercato, il cosiddetto Terzo Settore o Settore Non Profit (Matacena, 2002).

“Odiernamente il tema della responsabilità sociale si coniuga con il crescere della complessità della società e con l'allargamento della partecipazione dei cittadini alla realizzazione di obiettivi comuni, anche d'ordine economico, obiettivi questi capaci di rendere più uguali le loro condizioni di vita e di favorire criteri di maggior equità distributiva” (ibidem, pag. 142).

Il Terzo Settore, che si è sviluppato in seguito alla crisi dello Stato Sociale per iniziativa autonoma della società civile, ha tratti caratteristici concordemente identificati nei seguenti (Cartocci, Maconi, a cura di, 2006):

- il ruolo fondante dei valori di solidarietà (insieme ad un assetto organizzativo stabile ed efficace);
- una mission specifica di pubblica utilità;
- legami di reciprocità con il contesto di riferimento.

Le Organizzazioni Non Profit (ONP), accomunate dal vincolo della non distribuzione degli utili (Borzaga, 2002), possono avere diversi ruoli. Per Kramer (1981, cit. in Borzaga, 2002) tali ruoli possono essere di tre tipi:

- di tutela e promozione degli interessi dei cittadini in generale o di specifici gruppi;
- di redistribuzione di risorse tra individui o gruppi;
- di produzione di servizi di utilità sociale, in forma occasionale o stabile, con diverso grado di autonomia dalla pubblica amministrazione.

Fino agli inizi degli anni ottanta al settore Non Profit è stato riconosciuto quasi esclusivamente il ruolo di tutela e promozione degli interessi dei cittadini in generale

o di specifici gruppi (Borzaga, 2002). Successivamente, si assiste ad una forte crescita nel numero di ONP e alcune di queste assumono un ruolo produttivo ed una caratterizzazione imprenditoriale (ibidem).

“la crescita della domanda di servizi di utilità sociale e la crisi fiscale dei sistemi di welfare aprono nuovi spazi per lo sviluppo di forme non profit orientate alla produzione di servizi di utilità sociale, più autonome dalla pubblica amministrazione di quelle preesistenti, soprattutto nella individuazione dei servizi da produrre e nelle modalità di realizzazione” (ivi, pp. 4-5).

Accanto alle più conosciute forme di ONP (associazioni, onlus, fondazioni, organizzazioni non governative) si afferma, nei corsi degli anni ottanta, un nuovo tipo di organizzazione del Terzo Settore definita *Impresa sociale* o *Impresa a finalità sociale*. L'impresa sociale è

“un'organizzazione privata senza scopo di lucro che esercita in via stabile e principale un'attività economica di produzione o di scambio di beni e di servizi di utilità sociale, diretta a realizzare finalità di interesse generale; la mission della stessa è quindi collegabile alla massimizzazione della soddisfazione sociale collettiva e alla valorizzazione del capitale sociale” (Matacena, 2005, pp. 184-185).

L'impresa sociale ha dunque delle caratteristiche distintive rispetto alle altre forme di ONP: la natura imprenditoriale e la diversa accezione entro cui rientra il termine “sociale” (Borzaga, 2002). Per quanto riguarda la natura imprenditoriale, questa risulta contraddistinta da:

- la presenza di un'attività produttiva stabile direttamente gestita dall'organizzazione,
- un elevato grado di autonomia da autorità pubbliche o da altre organizzazioni,
- un significativo livello di rischio economico assunto direttamente dai promotori e proprietari,
- la presenza di un certo ammontare di lavoro retribuito (ivi, pp. 5-6).

La seconda caratteristica distintiva di questo tipo d'impresa, la diversa accezione del termine “sociale”, è qui intesa come perseguimento dello scopo sociale per cui l'organizzazione si è costituita e come modalità di gestione democratica (anziché come rispetto di requisiti, condizioni e modalità di erogazione dei servizi) (ivi, pag. 6). In questo tipo di organizzazioni la Responsabilità Sociale non potrà essere strumento competitivo di gestione d'impresa come è per le imprese for profit o lucrative, ma diventa obiettivo generale dell'organizzazione (Matacena, 2005, pag. 193). Però questo aspetto

“non esime queste organizzazioni, [...] dall'esigenza di dotarsi di strumenti adeguati, a partire dalla loro stessa struttura organizzativa, affinché le risorse

vengano utilizzate nel perseguimento dello scopo sociale col massimo grado di efficienza, efficacia ed economicità possibile, e nel rispetto dei diritti, purché legittimi, dei portatori di interessi (o stakeholder).” (Gruppo di Lavoro “Enti Locali” e “No-Profit” dell’Ordine dei Dottori Commercialisti di Ivrea, Pinerolo, Torino, (2002), pag. 1).

Negli anni novanta, grazie all’accresciuto interesse verso il non-profit, assistiamo anche in diversi comparti della finanza italiana ad una crescita di strumenti o intermediari chiamati ‘etici’. In una prima fase soprattutto per una questione di immagine, negli ultimi anni invece perché si è compreso che l’economia sociale può avere notevoli potenzialità di sviluppo economico ed occupazionale (www.finanza etica.it)⁴.

Le ONP potranno definirsi socialmente responsabili quando

“si avvalgano di strumenti idonei per organizzare, gestire e comunicare responsabilmente l’impatto della propria attività non solo in termini economici e finanziari, ma anche sul piano sociale ed ambientale, aderendo in sostanza ai principi dello sviluppo sostenibile (ibidem)”.

Sulla necessità di *rendicontazione sociale* da parte delle Organizzazioni della Società Civile (OSC)⁵ l’economista S. Zamagni sottolinea che:

“l’accoglimento del vincolo della non distribuzione dei profitti o degli utili d’esercizio non assicura che l’obiettivo che l’OSC si è data autonomamente sia conseguito e in quale misura. Le OSC hanno dunque bisogno di assicurare una certa tracciabilità del proprio operato” (Zamagni, 2005c, pag. 571 in Hinna, 2005).

Per quanto concerne gli *strumenti* e le *modalità* di rendicontazione del settore No Profit, questi sono sostanzialmente fondati sui Principi GBS (cfr. par. 2.3.1) come nei settori Profit e della Pubblica Amministrazione. La differenza tra la rendicontazione sociale di una struttura profit e una non profit è legata, come si è

⁴Per quanto concerne l’Italia, il 10 giugno 1995 viene costituita da 22 associazioni del Terzo settore la Cooperativa Verso la Banca Etica, con l’obiettivo di raccogliere il capitale sociale necessario alla costituzione della prima Banca Etica italiana. Nel 1996 viste le notevoli limitazioni operative previste per la banca di credito cooperativo, viene deciso di puntare alla costituzione di una banca popolare con un capitale sociale di 12,5 miliardi. Il 30 maggio 1998 viene raggiunta la sottoscrizione dell’intero capitale sociale e quindi avviate le procedure per l’autorizzazione ad operare sul mercato. L’8 marzo 1999 è aperto a Padova il primo sportello di Banca Etica in Italia. (ivi).

⁵Le OSC sono le ONP come definite nel Programma d’azione adottato durante la Conferenza Europea “Ruolo della Società Civile nella prevenzione dei conflitti armati”, tenutasi a Dublino dal 31 marzo al 2 aprile 2004.

detto, alle diverse esigenze e finalità e ai diversi orientamenti perseguiti per mezzo della stessa rendicontazione (Hinna, 2002).

“La struttura profit oriented, legittimandosi con i suoi risultati e la sua immagine economica, ha bisogno di presentare agli stakeholder anche un’altra immagine: quella sociale. L’obiettivo di una struttura profit oriented è quello di farsi riconoscere responsabile socialmente rendicontando quegli elementi qualitativi – definiamoli genericamente valori etici – assunti a base della gestione e che ‘fanno’ la qualità celata dietro i dati quantitativi economici” (ibidem, pag. 22).

“Le organizzazioni senza scopo di lucro, in considerazione del loro scopo sociale, sono già di per sé responsabili socialmente. Il loro problema è quello di accreditarsi presso i propri stakeholder e, cioè, il raggiungimento delle loro missioni” (ibidem, pp. 22-23).

Concludendo,

“l’azienda profit oriented si legittima con i suoi risultati economici e cerca di accreditarsi come socialmente responsabile comunicando e rendicontando i valori e i principi etici che ne ispirano la gestione. La struttura non profit, viceversa, è già responsabile socialmente e perciò cerca solo di renderlo manifesto, rendicontando il ‘come’ ha realizzato i propri obiettivi principalmente sociali ed etici” (ibidem, pag. 23).

Alcuni autori (Matacena, 2005), per le diverse finalità della RSI nei settori Profit e Non Profit, suggeriscono di usare due diverse dizioni: *Rendicontazione sociale* per il settore Profit (cui corrisponde il Bilancio Sociale) e *Comunicazione sociale* per il settore Non Profit (cui corrisponde il Bilancio di Missione). Nelle imprese profit la rendicontazione sociale rappresenta un modo strumentale attraverso cui il management cerca di ottimizzare l’obiettivo economico; nel settore Non Profit la *Comunicazione sociale* rappresenta il modo attraverso cui le organizzazioni rendono conto della propria mission (Matacena, 2005, pag. 199) ed è predisposta come sistema informativo che faciliti e garantisca la verifica sulla trasparenza gestionale, amministrativa e istituzionale (Matacena, 2002).

- “La trasparenza gestionale è perseguita mediante la comunicazione di informazioni atte a permettere la verifica del rispetto dei vincoli economici.
- La trasparenza amministrativa è perseguita mediante la comunicazione di informazioni atte a permettere la verifica del rispetto dei vincoli legali.
- La trasparenza istituzionale è perseguita mediante la comunicazione di informazioni atte a permettere il controllo dell’effettivo orientamento alle finalità solidaristiche e la verifica del raggiunto livello di tale obiettivo” (ibidem, pag. 150).

Il Bilancio di Missione nelle ONP

Nelle ONP il bilancio sociale diventa, come si è detto, strumento di *comunicazione sociale* per monitorare e misurare processi e risultati, in relazione alle specifiche necessità (ibidem). La dizione esatta è *Bilancio di Missione* ed è fondato sul fatto che

“nelle organizzazioni non profit l'attività sociale costituisce la “gestione caratteristica” e non una “opzione tecnica”, come nel caso delle imprese for profit” (Fivol, 2004).

Nell'edizione del 2004 di Civitas, mostra-convegno della solidarietà e dell'economia sociale e civile che si tiene annualmente a Padova come momento d'incontro e confronto tra le diverse organizzazioni del settore Non Profit, Renato Frisano, responsabile del Settore Studi e Ricerche presso la Fondazione Italiana per il Volontariato (FIVOL) di Roma, ha definito il Bilancio di Missione come

“un processo che termina con un documento strutturato in grado di rilevare che cosa un'organizzazione ha fatto, come e con quali risultati, sia in termini di beni e servizi realizzati che di valore aggiunto, della propria azione solidaristica (beni relazionali, risorse mobilitate, potenzialità riattivate)” (Fivol, 2004).

Il relatore ha messo in luce che il Bilancio di Missione è anche un indicatore di efficienza gestionale perché permette alla stessa organizzazione non profit di:

- rafforzare la propria competenza e coesione interna;
- dimostrare il raggiungimento della mission per il “saper fare” e per il “saper essere”;
- avere maggiore visibilità e accreditamento all'esterno, aumentando i rapporti fiduciari con i propri portatori di interesse e incrementando riconoscimento e reputazione sociale (ibidem).

Nella costruzione di un Bilancio di Missione sono individuabili *tre fasi* (A.Hinna, 2002):

- a) definizione delle *Linee Guida* per la stesura del Bilancio di Missione: questo primo documento definisce i fattori critici di successo e le valenze che il Bilancio di Missione dovrà assumere sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione;
- b) stesura del *Rapporto di Missione*, una rendicontazione delle attività svolte: le attività sono classificate sulla base delle valenze esterne che i vertici dell'organizzazione hanno concordato di voler attribuire al documento e rispetto alle categorie di stakeholder individuate;
- c) stesura del *Bilancio di Missione*: in questo documento confluiscono le conoscenze acquisite nel corso del processo; ai fatti, già classificati e rendicontati nel Rapporto di Missione, sono affiancate le cifre.

Ciascuna fase prevede il *coinvolgimento degli stakeholder*. Il Documento finale deve essere poi sottoposto ad una *verifica esterna* da parte di un panel di esperti. Poiché siamo in una fase di messa a punto dei modelli di riferimento per la stesura del Bilancio di Missione, ogni suggerimento delle parti interessate, ogni problema emerso costituirà ancora motivo di riflessione per aggiornamenti e miglioramenti. Un Bilancio di Missione risulta per sua natura complesso perché gli stessi bisogni sociali sono in continua trasformazione e perciò necessitano di strumenti sensibili, flessibili, precisi oltre che sempre verificabili. Esso ha dunque un peso determinante nella legittimazione ad esistere delle ONP (Hinna A., 2002).

“Una struttura del Terzo Settore, a differenza di un'impresa profit, attraverso il bilancio di missione non risponde solo ad una domanda di responsabilità sociale, ma tenta di dimostrare la propria legittimità sociale, ovvero l'acquisizione del diritto a proporsi come interprete di bisogni sociali inespressi o insoddisfatti. Ciò motiva l'importanza di un modello di rendicontazione sociale pensato specificamente per le ONP, diverso e distinto da quello delle strutture profit” (ibidem, pag. 415).

Il Bilancio di Missione è materia relativamente nuova, in via di formazione, anche per quanti hanno già avuto modo di avvicinare l'argomento della Responsabilità Sociale nel contesto del settore Profit. Un aspetto certo è che nel Non Profit il fine è di comunicare la missione perseguita, rendicontare i risultati e le azioni poste in essere per raggiungerli, dimostrare la coerenza tra mission, risultati e azioni (ibidem). Ma vi sono anche aspetti che si stanno chiarendo poiché siamo di fronte ad

“uno strumento necessariamente caratterizzato da contenuti, sistemi di rilevazione e modalità di rappresentazione assolutamente nuovi” (ibidem, pag. 422).

e quindi, passo dopo passo, nella pratica organizzativa

“si costruiscono gli strumenti di rilevazione e si innescano i cambiamenti organizzativi necessari alla costruzione di una dialettica continua con i propri stakeholder” (ibidem, pag. 439).

BIBLIOGRAFIA E SITI CONSULTATI

- Alston P. (1999), *Diritti umani e globalizzazione*, Edizioni Gruppo Abele, Torino.
- Amnesty International (2004), *Le Norme delle nazioni Unite per le imprese: verso una responsabilità legale*, Amnesty International, Roma.
- Antonino A., Dalla Costa G.F. (2007), *Il microcredito nelle emergenze. Il caso della Palestina*, Cleup.
- Bagnoli L. (2004), *Quale responsabilità sociale per l'impresa?*, Franco Angeli, Milano.
- Barbieri Masini E. (2003), *Globalizzazione: un problema di governance*, Etica per le professioni n° 3, a cura della Fondazione Lanza.
- Barrientos S., Blowfield M. (2000), *Ethical Trade and marginalized groups*, Paper presented to workshop on Emerging Issues in Ethical Trade: the position of marginalized groups, 22 March, Westminster Central Hall, London.
- Barrientos S., Dolan C., Tallontire A. (2001), *Gender and ethical trade: a mapping of The issues in african horticulture*, Department for International Development.
- Barrientos S., Mc Clenaghan S., Orton L. (1999), *Gender and codes of conduct: a case study from horticulture in South Africa*, Christian Aid, London.
- Bhagwati J. N., Hudec R. E. (1996), *Fair trade and harmonization: prerequisites for free trade?*, vol.1: Economic analysis, vol.2: Legal analysis, Cambridge, MA, London, MIT Press.
- Birindelli G., Tarabella A. (2001), *La Responsabilità Sociale d'Impresa e i nuovi strumenti di comunicazione nell'esperienza bancaria italiana*, Franco Angeli, Milano.
- Borzaga C., (2002), *Sull'impresa sociale*, ISSAN, Working Paper n. 19.
- Bowman J. S. (1981), *The management of ethics: codes of conduct in organizations*, Public Personnel Management Journal.
- Brown D. K., Deardorff A. V., Stern R. M., (1996), *International labour standards and trade: a theoretical analysis*, in Bhagwati, Hudec (eds), vol.1, pp. 227-280.
- Capecchi V. (2005), *La Responsabilità Sociale dell'Impresa*, Carocci Editore, Roma.
- Cartocci R., Maconi F., a cura di, (2006), *Libro bianco sul Terzo Settore*, il Mulino.
- Caselli C. (2003), *Etica e Responsabilità d'Impresa nelle relazioni internazionali*, Symphonia - Emerging Issues in Management.
- CCIAA (2005), *Il futuro delle imprese è nella Responsabilità Sociale?*, Bologna.
- Commissione Europea (2001), *Libro Verde. Promuovere un quadro europeo per la responsabilità Sociale d'Impresa*, Bruxelles.
- Commissione Europea (2002a), *Comunicazione della Commissione relativa alla Responsabilità Sociale delle Imprese: un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile*, Bruxelles.
- Commissione Europea (2002b), *Libro Bianco*, Bruxelles.
- Commissione Europea (2006), *Varo dell'Alleanza europea per la responsabilità sociale delle imprese*, Bruxelles.
- Dalla Costa G. F., Nardo S., Menini M., (2006), *Le Zone Franche nella globalizzazione. Definizioni, tipologie e percorsi di sviluppo*, Cleup, Padova.
- Dalla Costa G.F. (1991), *La riproduzione nel sottosviluppo. Lavoro delle donne, famiglia e Stato nel Venezuela degli anni '70*, Franco Angeli, Milano.

- Dalla Costa G.F. (1994), "I tempi dello sviluppo. Il lavoro domestico come variabile di aggiustamento", *Sociologia del Lavoro, dell'Organizzazione e dell'Economia*, 56, pp. 231-243.
- Dalla Costa M., Dalla Costa G.F. (1993), a cura di, *Donne e Politiche del debito. Condizione e lavoro femminile nella crisi del debito internazionale*, Franco Angeli, Milano [ed. inglese (1995) *Paying the Price. Women and Politics of International Economy Strategy*, Zed Books, London and New Jersey; ed. giapponese (1995) *Yacusai Kusareta hatten? Kokusai saimuseisaku to daisansekai no onnatachi*, Ed. Impact Shuppankai, Tokyo].
- Dalla Costa M., Dalla Costa G.F. (1996), a cura di, *Donne, sviluppo e lavoro di riproduzione. Questione delle lotte e dei movimenti*, Franco Angeli, Milano [ed. inglese (1999), *Women, Development and Labor of Reproduction*, Africa World Press, Trenton, N.J., Asmara].
- Dalla Costa G.F., Trivellato A. (2007), a cura di, *Microcredito e Crisi. La trasposizione del modello Grameen Bank in Argentina. La Rete delle Repliche*, Cleup.
- Dalla Costa M. (1983, 3a ed. 1997), *Famiglia, Welfare e Stato tra Progressismo e New Deal*, F. Angeli, Milano.
- Dwasi J. (1999), *A study in International Labour Standards and their effect on working women in developing countries: the case for integration of enforcement of World Bank Policies*, *Wisconsin International Law Journal*, vol. 17, pagg. 347-462.
- EFTA (2001), *Annuario del commercio equo*, dal sito internet www.european-fair-trade-association.org.
- ENI S.p.A. (1998), *Codice di Comportamento*.
- ENI S.p.A. (2002), *Accordo sulle Relazioni industriali a livello transnazionale e sulla Responsabilità Sociale d'Impresa*.
- ETUC (2006), *Corporate Social Responsibility and European trade unions: danger of a rift*, Comunicato del 13 Marzo.
- Evan W., Freeman E. (1988), *Ethical theory and business*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Felici G. (a cura di) (2005), *Dall'etica ai codici etici. Come l'etica diventa progetto d'impresa*, Franco Angeli, Quaderni SL.
- Ferguson C. (1998), *A review of U.K. company codes of conduct*, Department for International Development, Social development division, London.
- Fioroni E., *I Codici di Condotta industriali. Origine e sviluppo del dibattito, analisi della letteratura internazionale e problematiche aperte* (Tesi di laurea, Facoltà di Psicologia, Università degli Studi di Padova, relatrice prof.ssa G. F. Dalla Costa, a.a. 1999/2000).
- FIVOL, (2004), *Il bilancio sociale e di missione per le organizzazioni non profit*, intervento di R. Frisanco – Settore studi, ricerche e documentazione – FIVOL nel corso di Civitas, Padova.
- Fondazione Lombardia per l'Ambiente (2004), *La Responsabilità Sociale nelle Organizzazioni (enti locali e imprese)*, www.flanet.org.
- Frederick W. C. (1994), *From CSR1 to CSR2*, *Business and Society*, vol. 33, pp. 150-166.
- Freeman E. (1984, 2° ed.), *Strategic planning: a stakeholder approach*, Pitman, Boston.
- Friedman M. (1987), *Capitalismo e libertà*, Studio Tesi, Pordenone (ed. or. 1962).
- Friends of The Earth (2000), *Citizen's Guide to Trade, Environment and Sustainability*, FoE International.
- FWCW (1995), *Fourth World Conference on Women*, Pechino.
- Gallino L. (2005), *L'impresa irresponsabile*, Gli struzzi, Einaudi.

- Gallocchio M., a.a. 2005-2006, *La responsabilità Sociale d'Impresa*, Tesi di laurea, Facoltà di Psicologia, Università degli Studi di Padova, relatrice prof.ssa G.F. Dalla Costa.
- Genco A. (2003), *Responsabilità sociale e cultura organizzativa nelle imprese*, Cleup, Padova.
- Gentile L., Coros C. (2006), *Altri rendiconti. Percorsi di elaborazione e di comunicazione del Bilancio Sociale nella Pubblica Amministrazione Locale*, Quaderni monografici Rirea, n. 44.
- Goonsekere S. (1998), *A rights-based approach to realizing gender equality*, Paper presented at the UN-OECD DAC Inter agency workshop on gender and human rights, FAO, Rome.
- Gruppo di Lavoro "Enti Locali" e "No-Profit" dell'Ordine dei Dottori Commercialisti di Ivrea, Pinerolo, Torino, (2002), *Il Bilancio Sociale nell'ambito del No Profit*.
- Hale A., Shaw L.M. (2001), *Women workers and the promise of ethical trade in the garment industry: a serious beginning?*, Editorial board of Antipode, USA.
- Heimann F. (1994), *Il foreign corruption practice act*, *Impresa e Stato* n.29, Rivista della Camera di Commercio di Milano.
- Hinna A. (2002), *Il bilancio di missione: il bilancio sociale delle organizzazioni non profit*, in Hinna L., a cura di, *Il bilancio sociale*, *Il Sole 24 Ore*, pp. 413-457.
- Hinna L. (2002), a cura di, *Il bilancio sociale*, *Il Sole 24 Ore*.
- Hinna L. (2005), *Bilancio di missione e di ricaduta sociale*, in Sacconi L., a cura di, *Guida critica alla Responsabilità Sociale e al governo d'impresa*, Bancaria Editrice, pp. 679-687.
- Howitt R. (1998), *Per un codice europeo di condotta*, Maniotes.
- ILO (1977), *Tripartite declaration of principles concerning multinational enterprises and social policy*, International Labour Organization, Genève.
- ILO (1997), *Dichirazione tenutasi nel corso della Conferenza Ministeriale di Singapore*, Genève.
- ILO (1998), *Declaration on fundamental principles and rights at work*, International Labour Organization, Genève.
- I Quaderni dell'Osservatorio Operandi (2005), *Osservatorio permanente sulla responsabilità d'impresa: Consumatori e Stakeholder. Prima rilevazione. Luglio 2005*.
- I Quaderni dell'Osservatorio Operandi (2006), *Osservatorio permanente sulla responsabilità d'impresa: Consumatori e Ambiente. Seconda rilevazione. Luglio 2006*.
- Jeffcott B., Yanz L. (2000), *Codes of conduct, government regulation and workers organizing*, Ethical Trade Action Group.
- Justice D.W. (2001), *The new codes of conduct and the social partners*, International Confederation of Free Trade Union.
- Kearney N., Justice D.W. (2001), *Codici di condotta, domande e risposte. Il punto di vista del sindacato*, dal sito internet www.cisl.it/fim.
- Kramer R. M., (1981), *Voluntary Agencies in the Welfare States*, University of California Press, Berkeley.
- Ladbury S., Gibbons S. (2000), *Core labour standards. Key issues and a proposal for a strategy*, Department for International Development.
- Lafay G. (1998), *Capire la globalizzazione*, Il Mulino.
- Leary V. A. (1996), *Workers' rights and international trade: the social clause (GATT, ILO, NAFTA, U.S. laws)*, in Bhagwati, Hudec (eds), vol.2, pp. 177-230.
- Lee E. (1997), *Globalization and labour standards: a review of issues*, *International Labour Review*, vol. 136 n° 2, pp. 173-189.

- Lesse S. (1977), *Moral codes and the postindustrial era*, American Journal of Psychotherapy, vol. 31, n°1.
- Mannucci, Cappelli (2003), *Le imprese e il rispetto dei diritti umani. Mezzi legali e commerciali per controllare il comportamento delle imprese nel mondo*, Manitese.
- Matacena A. (2002), *La responsabilità sociale e la comunicazione sociale nelle aziende non profit*, in Hinna L., a cura di, *Il bilancio sociale*, Il Sole 24 Ore, pp. 133-166.
- Matacena A. (2005), *L'Accountability nelle imprese lucrative e sociali. Verso una possibile convergenza?*, Economia aziendale²⁰⁰⁰web, n. 4, pp. 171-206.
- Mendes E. P., Clark J. A. (1997), *The five generations of codes of conduct and their impact on corporate social responsibility*, Human Rights Research and Education bulletin, n° 33.
- Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Università Bocconi (2002), *CSR-SC. L'impegno sociale delle imprese per un nuovo welfare*, Milano www.welfare.gov.it.
- Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (a cura di) (2003), *Progetto CSR-SC: il contributo italiano alla campagna di diffusione della CSR in Europa*, Roma, www.welfare.gov.it.
- Moir L. (2001), *What do we mean by Corporate Social Responsibility?*, Corporate Governance, vol. 1, n° 2, pp. 16 - 22.
- Molteni M. (2003a), *L'impresa tra competitività e responsabilità*, Impresa e Stato n. 65.
- Molteni M. (a cura di), (2003b), *Primo Rapporto sulla Responsabilità Sociale delle Imprese in Italia*, Milano, www.isvi.org.
- Molteni M. (2004), *Responsabilità sociale e performance d'impresa*, Vita & Pensiero 2004, www.isvi.org.
- Molteni M. (a cura di), (2006), *Terzo Rapporto sulla Responsabilità Sociale delle Imprese in Italia*, Milano, www.isvi.org.
- Murphy D.Y., Bendell J. (1999), *Partners in time? Business, NGOs and sustainable development*, UNRISD discussion paper, Genève.
- Murray J. (1997), *Corporate codes of conduct and labour standards*, Institute for Labour Studies, Genève.
- Nicita L., Ranghieri F., Vicini G. (1998), *Etica, società e finanza: quale comunicazione*, in F. Ranghieri (a cura di), *La comunicazione ambientale e l'impresa*, Il Mulino, Bologna, pp. 166-171.
- OECD (1976a), *Dichiarazione sull'investimento straniero e le imprese multinazionali*.
- OECD (1976b), *The OECD Guidelines for Multinational Enterprises*.
- Parlamento Europeo (1994), *Risoluzione Sanjon A3-7/94*, Strasburgo.
- Parlamento Europeo (1999), *Sulle norme comunitarie applicabili alle imprese europee che operano nei PVS: verso un codice di condotta europeo* (risoluzione A4-508/98 del 15 gennaio 1999), Strasburgo.
- Parlamento Europeo (2002), *Risoluzione A5-0159/2002*, Strasburgo.
- Pearson R., Seyfang G. (2001), *New hope or false dawn? Voluntary codes of conduct, labour regulation and social policy in a globalizing world*, Global Social Policy, vol. 1, n°1.
- Pezzani F. (2003), a cura di, *L'Accountability delle amministrazioni pubbliche*, Egea.
- Porot V. (2001), *Responsabilità sociale delle imprese*, in EFTA (2001).
- Progetto CSR-SC. (2002), *Progetto per uno standard Corporate Social Responsibility - Social commitment*, a cura del Ministro del Welfare Roberto Maroni.
- Roddick A. (2000), *Business as unusual*, Harper Collins, London.
- Rusconi G. (1988), *Il bilancio sociale d'impresa. Problemi e prospettive*, Giuffrè, Milano.

- Sacco P.L., Viviani M. (2005), *La Responsabilità Sociale d'Impresa: un percorso a partire dal dibattito italiano*, Collana di Working Paper, n. 11, Facoltà di Economia dell'Università di Bologna, sede di Forlì, www.aiccon.it/working_paper.cfm.
- Sacconi L. (2003), *La Responsabilità Sociale di Impresa come modello di governance e sistema di gestione*, Dipartimento di economia, Università di Trento; CELE-Centre for Ethics Law & Economics, Università Cattaneo-LIUC, Castellanza, http://csr.dima.unige.it/sacconi/sacconi_GE_10_giu_2003.pdf.
- Sacconi L. (2005), a cura di, *Guida critica alla Responsabilità Sociale e al governo d'impresa*, Bancaria Editrice.
- SAI (1997), *Social Accountability 8000*, New York.
- Sanjion A. (1999), *Giustizia ed equità nel commercio mondiale*, United Nations, New York.
- Scala, E. (2003), *La Responsabilità Sociale d'Impresa e il bilancio sociale nelle aziende di credito*, Tesi di Laurea, dal sito internet www.portalino.it/nuke
- Scanagatta G., (2005), *Gli strumenti di misurazione della Responsabilità sociale dell'impresa*, in Felici (2005), cap.12, pp. 130-143.
- Sobczak A. (2003), *Codes of conduct in global supply chains: a new regulation model for labour relations*, Audencia Nantes, Ecole de Management.
- Sodalitas (2004), *Cause Related Marketing: Codice di Comportamento*.
- Suchman M.C. (1995), *Managing legitimacy: strategic and institutional approaches*, Academy of Management review, vol. 20, pp. 571-610.
- Tanese A., a cura di, (2004), *Rendere conto ai cittadini. Il Bilancio Sociale nelle Amministrazioni Pubbliche*, Edizioni Scientifiche Italiane, Dipartimento della Funzione Pubblica - Ufficio per l'innovazione delle Pubbliche Amministrazioni, Presidenza del Consiglio dei Ministri.
- Taylor, Thrift (1997), *The geography of multinationals: studies in the spatial development and economic consequence of multinational corporation*, Croom Helm.
- Tsogas G. (2003), *Corporate codes of conduct and labour standards*, Developing the Human Rights Function in HRM, Institute of social studies.
- Unioncamere (2004), *I modelli di Responsabilità Sociale nelle Imprese Italiane. Executive summary*, in collaborazione con ISVI.
- United Nations Development Program (1999), *Rapporto sullo sviluppo umano e la globalizzazione*, New York, Oxford University Press.
- United Nations Centre on Transnational Corporations (1986), *The United Nations Code of Conduct on transnational corporations*, Collana UNCTC current studies, Ser. A.
- United Nations (1948), *Dichiarazione universale dei diritti umani*, New York.
- United Nations (2003), *Norme delle Nazioni unite sulla responsabilità delle imprese transnazionali e altre imprese in relazione ai diritti umani*, New York.
- United Nations (1998), *Global Compact*, dal sito internet www.unglobalcompact.org.
- Urminsky M. (1998), *Self regulation in the workplace: codes of conduct, social labelling, and socially responsible investment*, Management and Corporate Citizenship, International Labour Office, Genève.
- Wood D. J. (1991), *Corporate social performance revisited*, Academy of Management Review, vol. 16, pp. 691-718.
- WTO (1994), *World Trade Agreement*, Marrakech.
- WTO (1995), *Accordo che istituisce l'Organizzazione Mondiale del Commercio*, Ginevra.

- WTO (1996), *Singapore Ministerial Declaration*, Genève.
- WTO (2001), *Business guide to the General Agreement on Trade in Services*, Genève.
- Yanz L., Jeffcott B., Ladd D., Atlin J. (1999), *Policy options to improve standards for women garment workers in Canada and internationally*, Maquila Solidarity Network.
- Zamagni S. (2003), *La Responsabilità Sociale d'Impresa: presupposti etici e ragioni economiche*, saggio pubblicato sul sito internet www.bilanciosociale.it.
- Zamagni S. (2005a), *L'impresa socialmente responsabile nell'epoca della globalizzazione*, ASPHInforma, n. 26, pp. 12 - 13.
- Zamagni S. (2005b), *Della responsabilità Sociale d'Impresa*, saggio pubblicato sul sito internet www.bilanciosociale.it.
- Zamagni S. (2005c), *La CSR nelle organizzazioni del Terzo Settore*, in Sacconi L., a cura di, *Guida critica alla Responsabilità Sociale e al governo d'impresa*, Bancaria Editrice, pp. 571-576.
- Zamperetti F., Dalla Costa G.F. , (2006), *Microcredito donne e sviluppo. Il caso dell'Eritrea*, Padova, Cleup [ed. inglese: *Sharing Trust*, Africa World Press].

ALLEGATI

Allegato 1
**Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sui principi
e i diritti fondamentali nel lavoro e suoi seguiti (OIL, 1998)**

Considerato che la OIL è stata fondata nella convinzione che la giustizia sociale è essenziale ad una pace universale e durevole;

Considerato che lo sviluppo economico è essenziale ma non sufficiente ad assicurare equità, progresso sociale e sradicamento della povertà, confermando la necessità per la OIL di promuovere solide politiche sociali, condizioni di giustizia e istituzioni democratiche;

Considerato che la OIL dovrebbe, ora più che mai, mobilitare il complesso delle proprie capacità di azione normativa, di cooperazione tecnica e di ricerca in tutti i campi di sua competenza, con particolare riguardo all'occupazione, alla formazione professionale e alle condizioni di lavoro, per fare in modo che, nel contesto di una strategia globale di sviluppo economico e sociale, le politiche economiche e sociali si rafforzino a vicenda al fine di promuovere uno sviluppo sostenibile su vasta scala;

Considerato che la OIL dovrebbe tenere in particolare considerazione i problemi delle persone con specifici bisogni sociali, specialmente i disoccupati e i lavoratori migranti, mobilitare e incoraggiare gli sforzi nazionali, regionali ed internazionali mirati a risolvere i loro problemi e promuovere politiche efficaci per la creazione di posti di lavoro;

Considerato che, nell'intento di assicurare la connessione tra progresso sociale e crescita economica, la garanzia dei principi e dei diritti fondamentali nel lavoro riveste una importanza ed un significato particolari in quanto fornisce agli interessati la possibilità di rivendicare liberamente e con pari opportunità la loro giusta partecipazione alla ricchezza che essi stessi hanno contribuito a creare, nonché di realizzare pienamente il loro potenziale umano;

Considerato che la OIL è l'organizzazione internazionale costituzionalmente preposta e l'organo competente a emanare e seguire le norme internazionali del lavoro, che beneficia del sostegno e del riconoscimento universale in materia di promozione dei diritti fondamentali nel lavoro quali espressi nei suoi principi costituzionali;

Considerato che, in una situazione di interdipendenza economica crescente, è urgente riaffermare l'immutabile natura dei principi e dei diritti fondamentali contenuti nella Costituzione dell'Organizzazione nonché promuovere la loro applicazione universale;

La Conferenza internazionale del Lavoro,

1. Ricorda:

- a) che nell'aderire liberamente alla OIL, tutti i suoi membri hanno accettato i principi ed i diritti enunciati nella sua Costituzione e nella Dichiarazione di Filadelfia e si sono impegnati ad operare per conseguire il complesso degli obiettivi dell'Organizzazione al meglio delle loro capacità e in piena aderenza alle loro specifiche condizioni;
- b) che questi principi e diritti sono stati espressi e sviluppati sotto forma di diritti e di obblighi specifici nelle convenzioni riconosciute come fondamentali, tanto all'interno che all'esterno dell'Organizzazione.

2. Dichiaro che tutti i membri, anche qualora non abbiano ratificato le convenzioni in questione, hanno un obbligo, dovuto proprio alla loro appartenenza all'Organizzazione, di

rispettare, promuovere e realizzare, in buona fede e conformemente alla Costituzione, i principi riguardanti i diritti fondamentali che sono oggetto di tali convenzioni:

- a) libertà di associazione e riconoscimento effettivo del diritto di contrattazione collettiva;
- b) eliminazione di ogni forma di lavoro forzato o obbligatorio;
- c) abolizione effettiva del lavoro infantile;
- d) eliminazione della discriminazione in materia di impiego e professione.

3. Riconosce l'obbligo da parte dell'Organizzazione di assistere i suoi membri, a fronte dei loro bisogni accertati e dichiarati e allo scopo di conseguire tali obiettivi, attraverso il pieno utilizzo delle sue capacità costituzionali, operative e di bilancio, compresa la mobilitazione delle risorse e degli aiuti esterni, nonché incoraggiando le altre organizzazioni internazionali con cui la OIL ha stabilito delle relazioni, secondo l'articolo 12 della sua Costituzione, a sostenere tali impegni:

- a) offrendo cooperazione tecnica e servizi di consulenza mirati a promuovere la ratifica e l'applicazione delle Convenzioni fondamentali;
- b) assistendo quei Membri non ancora in condizione di ratificare l'insieme o alcune di queste convenzioni nei loro sforzi di rispettare, promuovere e realizzare i principi riguardanti i diritti fondamentali oggetto di tali convenzioni;
- c) aiutando i membri nei loro sforzi atti a instaurare un clima propizio allo sviluppo economico e sociale.

4. Decide che, al fine di rendere pienamente effettiva la presente dichiarazione, sarà attivata una strumentazione promozionale, credibile ed efficace, secondo le modalità specificate nell'allegato, che sarà considerato parte integrante della presente dichiarazione.

5. Sottolinea che le norme internazionali del lavoro non dovranno essere utilizzate per finalità di protezionismo commerciale e che nulla nella presente dichiarazione e nei suoi «seguiti» potrà essere invocato o comunque usato a tale scopo; inoltre, il vantaggio comparativo di un qualunque paese non potrà in alcun modo essere messo in discussione da questa dichiarazione e dall'annesso documento per i suoi «seguiti».

Seguiti della Dichiarazione

I. Obiettivo generale

1. La procedura di seguito illustrata, ha lo scopo di incoraggiare gli sforzi compiuti dai membri dell'Organizzazione per promuovere i principi e i diritti fondamentali consacrati dalla Costituzione dell'OIL e dalla Dichiarazione di Filadelfia e riaffermati nella presente dichiarazione.

2. In linea con questo obiettivo a carattere strettamente promozionale, la procedura dovrà consentire di identificare gli ambiti in cui l'assistenza dell'OIL, attraverso le sue attività di cooperazione tecnica, potrà essere utile agli Stati membri nell'aiutarli ad applicare questi principi e diritti fondamentali. Non si tratta né di sostituire i meccanismi di controllo già previsti né di impedire il loro funzionamento; pertanto specifiche situazioni proprie ai suddetti meccanismi non saranno esaminate o riesaminate nel quadro di questo procedimento.

3. I due aspetti del procedimento qui descritto si basano su procedure esistenti: l'annuale meccanismo riguardante le Convenzioni fondamentali non ratificate comporterà semplicemente qualche adattamento delle presenti modalità di applicazione dell'art. 19, paragrafo 5 (e) della Costituzione; il rapporto globale servirà ad ottenere i migliori risultati dalle procedure eseguite in applicazione della Costituzione.

II. Procedura annuale sulle convenzioni fondamentali non ratificate

A. Scopi e obiettivi

1. Lo scopo è quello di fornire la possibilità di seguire annualmente, tramite procedure semplificate in sostituzione della rassegna quadriennale introdotta dal Consiglio di amministrazione nel 1995, gli sforzi compiuti in conformità alla dichiarazione da parte dei membri che non hanno ancora ratificato tutte le Convenzioni fondamentali.

2. La procedura coprirà annualmente le quattro aree dei principi e dei diritti fondamentali specificati nella dichiarazione.

B. Modalità

1. La procedura si baserà su rapporti richiesti ai membri secondo l'art. 19, paragrafo 5 (e) della Costituzione. I formulari del rapporto saranno compilati in modo da ottenere informazioni, da parte dei governi che non hanno ratificato una o più Convenzioni fondamentali, su ogni cambiamento che può avere avuto luogo nella legislazione e nella pratica, tenendo in dovuto conto l'art. 23 della Costituzione e la prassi definita.

2. Questi Rapporti, redatti dall'Ufficio internazionale del Lavoro, saranno esaminati dal Consiglio di amministrazione.

3. Allo scopo di presentare una introduzione ai Rapporti così redatti, attirando l'attenzione su aspetti che potrebbero meritare una discussione più approfondita, l'Ufficio internazionale del Lavoro può convocare un gruppo di esperti nominati a tale scopo dal Consiglio di amministrazione.

4. Dovranno essere esaminati eventuali adattamenti delle procedure esistenti del Consiglio di amministrazione per consentire ai membri non rappresentati nel Consiglio stesso di fornire, nel modo più appropriato, quei chiarimenti che dovessero rendersi necessari o utili durante le sedute del Consiglio per completare le informazioni contenute nei loro rapporti.

III. Rapporto globale

A. Scopi e obiettivi

1. Lo scopo di questo Rapporto è quello di fornire un dinamico quadro globale relativo ad ogni categoria di principi e diritti fondamentali osservati durante il precedente periodo di quattro anni e di servire quale base per valutare l'efficacia dell'assistenza fornita dall'Organizzazione e per determinare le priorità per il periodo successivo, sotto forma di piani di azione per la cooperazione tecnica, in particolare concepiti per mobilitare le risorse interne ed esterne necessarie alla loro esecuzione.

2. Il rapporto coprirà ogni anno, a turno, una delle quattro categorie di principi e diritti fondamentali.

B. Modalità

1. Il rapporto sarà redatto sotto la responsabilità del Direttore generale sulla base di informazioni ufficiali o raccolte e verificate secondo le procedure previste. Nel caso di Stati che non abbiano ratificato le Convenzioni fondamentali, esso si fonderà soprattutto sui

risultati della suddetta procedura annuale. Nel caso di membri che abbiano ratificato le convenzioni in oggetto, il rapporto sarà basato, in particolare, sui rapporti di cui secondo l'art. 22 della Costituzione.

2. Il rapporto sarà presentato alla Conferenza per una discussione tripartita, sotto forma di Rapporto del Direttore generale. La Conferenza potrà trattare il rapporto separatamente dai rapporti previsti dall'art. 12 del suo Regolamento e potrà discuterlo durante una seduta interamente dedicata al rapporto stesso o in diversa opportuna sede. Spetterà poi al Consiglio di amministrazione, in una sua prossima sessione, di tirare le conclusioni di questo dibattito con riferimento alle priorità e ai piani di azione in materia di cooperazione tecnica da eseguire nel successivo periodo quadriennale.

IV. È inteso che :

1. Saranno presentate le proposte di emendamento ai Regolamenti del Consiglio di amministrazione e della Conferenza ritenute necessarie per l'applicazione delle disposizioni che precedono.

2. La Conferenza provvederà, al momento opportuno, a rivedere il funzionamento del procedimento alla luce dell'esperienza acquisita per stabilire se ha adempiuto adeguatamente allo scopo generale articolato nella Parte I.

Allegato 2

Dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale (adottata dal Consiglio di amministrazione dell'Ufficio internazionale del Lavoro alla 204a sessione (Ginevra, novembre 1977), ed emendata dal Consiglio alla 279a sessione (Ginevra, novembre 2000))

Introduzione

Le attività delle imprese multinazionali hanno dato luogo, nel corso degli anni sessanta e settanta, a discussioni sostenute che hanno portato all'elaborazione di strumenti internazionali volti a regolare la condotta di tali imprese ed a definire le modalità dei loro rapporti con i paesi di accoglimento, specialmente nel terzo mondo. Nella misura in cui i problemi sollevati dalle attività di queste imprese avevano a che fare con il lavoro e la politica sociale, l'Organizzazione internazionale del Lavoro (OIL) non poteva astenersi dal partecipare alla fissazione di direttive internazionali nel campo delle sue specifiche competenze. Dopo numerosi anni di studi, di consultazioni e di trattative, governi, datori di lavoro e lavoratori sono giunti ad un accordo, ed il Consiglio di amministrazione dell'Ufficio internazionale del Lavoro ha adottato, nel 1977, la Dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale (Dichiarazione sulle IMN).

I principi enunciati in questo strumento di portata universale sono destinati a guidare le imprese multinazionali, i governi, gli imprenditori ed i lavoratori in settori quali l'impiego, la formazione, le condizioni di lavoro e di vita e le relazioni professionali. Le disposizioni della Dichiarazione sulle IMN si fondano sulle clausole di tutta una serie di convenzioni e di raccomandazioni internazionali in materia di lavoro che le parti sociali sono espressamente invitate a tener presenti e ad applicare in tutta la loro estensione.

L'adozione nel 1998 della Dichiarazione della OIL sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro ha sottolineato l'importanza del rispetto delle convenzioni fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi della OIL. Per tale motivo la Dichiarazione sulle IMN tiene conto degli obiettivi della Dichiarazione del 1998.

L'applicazione dei principi della Dichiarazione sulle IMN è oggi più che mai necessaria ed attuale, tenuto conto del ruolo predominante svolto dalle imprese multinazionali nel processo di globalizzazione economica e sociale.

Nel momento in cui si intensificano in numerose regioni del mondo gli sforzi fatti per attrarre ed incoraggiare gli investimenti diretti esteri, si rinnova l'opportunità a tutte le parti interessate di ispirarsi ai principi della Dichiarazione allo scopo di rafforzare gli effetti positivi delle attività delle imprese multinazionali nel campo sociale ed in quello del lavoro.

Per seguire l'applicazione della Dichiarazione da parte dei governi, dei datori di lavoro, dei lavoratori e delle imprese multinazionali, l'Ufficio internazionale del Lavoro conduce un'inchiesta periodica. Un riassunto e un'analisi delle risposte ricevute vengono presentati al Consiglio di amministrazione per discussione. Oltre a tali documenti, ulteriori informazioni, ricerche e studi sono disponibili sul sito Internet.

In caso di contrasto circa l'applicazione della Dichiarazione, le parti possono, grazie ad una procedura messa a punto nel 1981, chiedere all'Ufficio internazionale del Lavoro come interpretare le sue disposizioni. Il testo di tale procedura viene allegato a titolo informativo. Assistenza e pareri possono ottenersi presso l'Ufficio internazionale del Lavoro per quanto attiene alla presentazione delle richieste d'interpretazione.

Occorre sinceramente sperare che la Dichiarazione, che fissa principi di politica sociale in una materia delicata e molto complessa, possa ricevere l'adesione di tutte le parti interessate. Senza un tale sostegno, il suo obiettivo – l'instaurazione di un clima più propizio alla crescita economica ed al progresso sociale – rischierebbe di essere compromesso.

Dichiarazione

Il Consiglio di amministrazione dell'Ufficio internazionale del lavoro,

- ricordato che l'Organizzazione internazionale del Lavoro si occupa da molti anni di taluni problemi sociali connessi con le attività delle imprese multinazionali;
- notato, in particolare, che varie commissioni d'industria e conferenze regionali come pure la Conferenza internazionale del Lavoro hanno richiesto, all'incirca dal 1965, che il Consiglio di amministrazione adotti appropriati provvedimenti nel settore delle imprese multinazionali e della politica sociale;
- informato circa le attività di altre organizzazioni internazionali, in particolare la Commissione delle società transnazionali delle Nazioni Unite e l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE);
- considerato che la OIL è l'unica organizzazione internazionale a struttura tripartita e che – per la sua competenza e lunga esperienza nel settore sociale – ha un ruolo essenziale da svolgere nell'elaborazione di principi atti ad orientare i governi, le organizzazioni dei datori di lavoro e dei lavoratori, nonché le stesse imprese multinazionali;
- ricordato d'aver convocato nel 1972 la Riunione tripartita di esperti sul rapporto tra le attività delle imprese multinazionali e la politica sociale, che raccomandò un programma di ricerca e di studi della OIL; che nel 1976 convocò la Riunione consultiva tripartita sulle relazioni tra le imprese multinazionali e la politica sociale allo scopo di passare in rassegna il programma di ricerca della OIL e di suggerire un'adeguata azione della OIL nel campo sociale e del lavoro;
- tenute presenti le deliberazioni della Conferenza mondiale sull'occupazione;
- avendo successivamente deciso di costituire un gruppo tripartito con il compito di elaborare un progetto di Dichiarazione tripartita di principi che comprendesse tutti i settori di competenza della OIL riguardanti gli aspetti sociali delle attività delle imprese multinazionali, compresa la creazione di posti di lavoro nei paesi in via di sviluppo, mai perdendo però di vista le raccomandazioni formulate dalla Riunione consultiva tripartita tenutasi nel 1976;
- avendo anche deciso di riconvocare la Riunione consultiva tripartita per l'esame del progetto di Dichiarazione di principi preparato dal gruppo tripartito;
- avendo esaminato il rapporto e il progetto di Dichiarazione di principi sottopostogli dalla Riunione consultiva tripartita nuovamente convocata;
- approva la Dichiarazione che segue, che sarà denominata Dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale, adottata dal Consiglio di amministrazione dell'Ufficio internazionale del Lavoro ed invita i governi degli Stati membri della OIL, le organizzazioni dei datori di lavoro e dei lavoratori interessate nonché le imprese multinazionali che operano nei loro territori a rispettare i principi in essa contenuti.

1. Le imprese multinazionali svolgono nelle economie della maggior parte dei paesi e nelle relazioni economiche internazionali un ruolo importante, che interessa sempre più i governi come pure i datori di lavoro, i lavoratori e le loro rispettive organizzazioni. Queste

imprese, grazie ai loro investimenti diretti internazionali e ad altri mezzi, possono apportare benefici sostanziali ai paesi della sede centrale ed a quelli di accoglimento, contribuendo in tal modo all'utilizzazione più efficace del capitale, della tecnologia e della manodopera. Nell'ambito delle politiche di sviluppo praticate dai governi, tali imprese multinazionali possono anche ampiamente contribuire alla promozione del benessere economico e sociale, al miglioramento dei livelli di vita e al soddisfacimento dei bisogni primari, alla creazione – diretta o indiretta – di possibilità di lavoro ed al godimento dei diritti fondamentali dell'uomo, compresa la libertà sindacale, nel mondo intero. D'altro canto, i progressi realizzati dalle imprese multinazionali nell'organizzare le loro attività fuori dell'ambito nazionale possono determinare concentrazioni abusive di potere economico e far insorgere conflitti con gli obiettivi delle politiche nazionali e gli interessi dei lavoratori. Inoltre, la complessità delle imprese multinazionali e la difficoltà di discernere chiaramente la diversità delle loro strutture, delle loro attività e delle loro politiche suscitano, talvolta, preoccupazioni nei paesi della sede centrale o in quelli di accoglimento, oppure sia negli uni che negli altri.

2. La presente Dichiarazione tripartita di principi ha lo scopo di incoraggiare le imprese multinazionali a contribuire positivamente al progresso economico e sociale, nonché a ridurre al minimo ed a risolvere le difficoltà che le loro diverse operazioni possono creare, tenuto conto delle risoluzioni delle Nazioni Unite che preconizzano l'instaurazione di un nuovo ordine economico internazionale.

3. Tale obiettivo sarà secondato da leggi, da politiche, da provvedimenti ed iniziative appropriati che i governi adotteranno, come pure dalla cooperazione tra i governi e le organizzazioni dei datori di lavoro e dei lavoratori di tutti i paesi.

4. I principi enunciati nella presente Dichiarazione vengono raccomandati ai governi, alle organizzazioni di datori di lavoro e di lavoratori dei paesi della sede centrale e dei paesi di accoglimento ed alle stesse imprese multinazionali.

5. Questi principi serviranno da guida per i governi, per le organizzazioni di datori di lavoro e di lavoratori, nonché per le imprese multinazionali al fine dell'adozione dei provvedimenti, delle iniziative e delle politiche sociali – comprese quelle fondate sui principi enunciati nella Costituzione e nelle pertinenti Convenzioni e Raccomandazioni della OIL atte a promuovere il progresso sociale.

6. Un'esatta definizione giuridica delle imprese multinazionali non è ritenuta indispensabile perché la presente Dichiarazione possa rispondere al suo scopo; il presente paragrafo è destinato a far meglio comprendere la Dichiarazione e non a fornire una tale definizione. Le multinazionali comprendono imprese a capitale pubblico, misto o privato, che possiedono o controllano la produzione, la distribuzione, i servizi ed altri mezzi al di fuori del paese in cui hanno la loro sede centrale. Il grado di autonomia di ciascuna entità in rapporto alle altre nell'ambito delle imprese multinazionali è molto variabile da un'impresa all'altra, secondo la natura dei legami che intercorrono tra tali entità ed il loro settore di attività e tenuto conto delle grandi differenziazioni circa il tipo di proprietà, la vastità e la natura delle attività delle imprese in questione e le località in cui operano. Salvo indicazione contraria il termine «impresa multinazionale», usato nella presente Dichiarazione, si riferisce alle diverse entità (società madre o entità locali o l'una e le altre o, ancora, il gruppo nel suo insieme) in funzione della ripartizione e della responsabilità tra di esse con l'idea che coopereranno tra loro e, se necessario, si presteranno reciproco aiuto per esser meglio in grado di osservare i principi enunciati in questa Dichiarazione.

7. Nella Dichiarazione sono esposti i principi in materia di occupazione, formazione, condizioni di vita e di lavoro e relazioni industriali che i governi, le organizzazioni di datori di lavoro e di lavoratori e le imprese multinazionali sono invitati ad osservare volontariamente; le disposizioni non devono limitare o modificare in alcun modo gli obblighi derivanti dalla ratifica di una qualsiasi convenzione della OIL.

Politica generale

8. Tutte le parti interessate alla presente Dichiarazione sono tenute a rispettare i diritti sovrani degli Stati, osservare la legislazione ed i regolamenti nazionali, tenere conto delle pratiche locali e conformarsi alle relative norme internazionali. Dovrebbero rispettare la Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo ed i corrispondenti Patti internazionali che l'Assemblea generale delle Nazioni Unite ha adottato, come pure la Costituzione dell'Organizzazione internazionale del Lavoro ed i suoi principi in virtù dei quali la libertà di espressione e di associazione è condizione indispensabile di progresso sostenuto. Esse dovrebbero contribuire alla realizzazione della Dichiarazione della OIL sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro e i suoi seguiti, adottata nel 1998. Dovrebbero ugualmente rispettare gli impegni liberamente assunti, conformemente alla legislazione nazionale ed agli obblighi internazionali accettati.

9. I governi che non hanno ancora ratificato le convenzioni N. 87, 98, 111, 122, 138 e 182 sono invitati a farlo immediatamente e, in ogni caso, ad applicare nella misura più ampia possibile, nel quadro della loro politica nazionale, i principi enunciati in tali convenzioni e nelle raccomandazioni N. 111, 119, 122, 146 e 190. Senza pregiudizio dell'obbligo che incombe ai governi di far osservare le convenzioni ratificate, nei paesi in cui le convenzioni e le raccomandazioni citate nel presente paragrafo non sono osservate, tutte le parti dovrebbero ispirarsene per la loro politica sociale.

10. Le imprese multinazionali dovrebbero tener pienamente conto degli obiettivi di politica generale che i paesi dove esse operano si sono fissati. Le loro attività dovrebbero armonizzarsi con le priorità dello sviluppo e con le strutture e gli obiettivi sociali del paese in cui operano. A tal fine, dovrebbero aver luogo consultazioni tra le imprese multinazionali, il governo e, se necessario, le organizzazioni nazionali di datori di lavoro e di lavoratori interessate.

11. I principi formulati nella presente Dichiarazione non tendono ad instaurare o a far sussistere differenze di trattamento tra imprese multinazionali ed imprese nazionali. Riflettono buoni comportamenti per tutte le imprese. Ogni volta che i principi della presente Dichiarazione sono applicabili alle imprese multinazionali come a quelle nazionali, ci si dovrebbe attendere dalle une e dalle altre la stessa linea di condotta in generale e gli stessi comportamenti sociali in particolare.

12. Conformemente alla presente Dichiarazione di principi, i governi dei paesi della sede centrale dovrebbero incoraggiare buone pratiche sociali, tenendo conto della legislazione, della regolamentazione e delle pratiche sociali in vigore nei paesi di accoglimento, nonché delle relative norme internazionali. I governi dei paesi ospitanti come quelli delle sedi centrali dovrebbero essere disposti a consultarsi reciprocamente, ogni qual volta ve ne sia bisogno, ad iniziativa degli uni o degli altri.

Occupazione

Promozione dell'occupazione

13. Per stimolare la crescita e lo sviluppo economico, elevare il livello di vita, far fronte ai bisogni della manodopera e porre rimedio alla disoccupazione e alla sottoccupazione, i governi dovrebbero formulare e perseguire, quale obiettivo essenziale, una politica attiva tesa a promuovere il pieno impiego, produttivo e liberamente scelto.

14. Ciò è particolarmente importante nel caso dei governi dei paesi che ospitano le imprese di cui trattasi situati nelle regioni in via di sviluppo, dove i problemi della disoccupazione e della sottoccupazione rivestono maggior gravità. A tal proposito è opportuno tenere presenti le conclusioni generali adottate dalla Conferenza mondiale tripartita sull'occupazione, la ripartizione del reddito, il progresso sociale e la divisione internazionale del lavoro (Ginevra, giugno 1976).

15. I paragrafi 13 e 14 tracciano il quadro in cui dovrebbe essere tenuto debito conto, nel paese della casa madre come nei paesi di accoglimento, dell'influenza che le imprese multinazionali esercitano sull'occupazione.

16. Le imprese multinazionali dovrebbero sforzarsi d'accrescere le possibilità ed i livelli d'impiego specie quando svolgono la loro attività nei paesi in via di sviluppo, tenendo conto della politica e degli obiettivi dei governi in materia di occupazione, della sicurezza dell'impiego e dell'evoluzione a lungo termine dell'impresa.

17. In tutti i casi appropriati, le imprese multinazionali prima di iniziare la loro attività dovrebbero consultare le autorità competenti e le organizzazioni nazionali di datori di lavoro e di lavoratori allo scopo di armonizzare, per quanto possibile, i loro piani riguardanti la manodopera con le politiche nazionali di sviluppo sociale. Come le imprese nazionali, le imprese multinazionali dovrebbero proseguire tali consultazioni con tutte le parti interessate, organizzazioni di lavoratori comprese.

18. Le imprese multinazionali dovrebbero accordare priorità all'occupazione, allo sviluppo professionale, alla promozione e all'avanzamento dei lavoratori, a qualsiasi livello, del paese che le ospita, in cooperazione, se necessario, con i rappresentanti dei lavoratori dipendenti o delle organizzazioni che li rappresentano, nonché con le autorità di governo.

19. Allorché effettuano investimenti nei paesi in via di sviluppo, le imprese multinazionali dovrebbero tenere presente l'importanza dell'adozione di tecniche suscettibili di creare, sia direttamente che indirettamente, posti di lavoro. In tutta la misura possibile dovrebbero adattare le tecniche ai fabbisogni ed alle caratteristiche dei paesi che le ospitano, tenendo conto della natura del procedimento e della peculiarità del settore economico in causa. Esse dovrebbero inoltre partecipare, per quanto possibile, allo sviluppo di tecnologie appropriate nel paese di accoglimento.

20. Per promuovere l'occupazione nei paesi in via di sviluppo, nel contesto di un'economia mondiale in espansione, le imprese multinazionali dovrebbero prevedere, in ogni caso in cui sia realizzabile, di concludere con imprese nazionali contratti per la fabbricazione di pezzi di ricambio e di attrezzature, utilizzare materie prime locali e d'incoraggiare progressivamente la trasformazione sul posto delle materie prime. Non dovrebbero, comunque, far ricorso a siffatte transazioni per eludere le responsabilità insite nei principi della presente Dichiarazione.

Uguaglianza di possibilità e di trattamento

21. Tutti i governi dovrebbero perseguire politiche volte a promuovere l'uguaglianza di possibilità e di trattamento in materia di occupazione, allo scopo di eliminare ogni discriminazione fondata sulla razza, il colore, il sesso, la religione, le idee politiche, l'origine nazionale o l'estrazione sociale.

22. Le imprese multinazionali dovrebbero ispirarsi in tutte le loro attività a tale principio generale, senza pregiudizio delle misure previste al paragrafo 18 o delle politiche governative dirette a correggere situazioni storiche di discriminazione, ed a promuovere, in tal modo, la parità di possibilità e di trattamento in materia di occupazione. Le imprese multinazionali dovrebbero, di conseguenza, fare delle qualifiche, delle capacità e dell'esperienza i criteri dell'assunzione, del collocamento, della formazione e del perfezionamento dei loro dipendenti in ogni categoria.

23. I governi non dovrebbero mai esigere dalle imprese multinazionali la pratica di discriminazioni basate su una delle caratteristiche menzionate al paragrafo 21, né dovrebbero spronarle in tal senso. Essi sono invitati a fornire – in casi adeguati – orientamento costante per evitare discriminazioni di tal genere in sede d'impiego.

Sicurezza dell'occupazione

24. I governi dovrebbero attentamente studiare l'impatto delle imprese multinazionali sull'occupazione nei diversi settori industriali. I governi, come pure le imprese multinazionali, dovrebbero adottare in tutti i paesi misure appropriate per far fronte alle ripercussioni delle attività di queste imprese sull'occupazione e il mercato del lavoro.

25. Le imprese multinazionali dovrebbero, allo stesso titolo delle imprese nazionali, fare ogni sforzo per assicurare, attraverso una pianificazione attiva della manodopera, un posto di lavoro stabile ai loro dipendenti ed adempiere gli obblighi liberamente negoziati riguardanti la stabilità dell'occupazione e la sicurezza sociale. Per la flessibilità che possono avere, le imprese multinazionali dovrebbero impegnarsi in un ruolo d'avanguardia nella promozione della sicurezza dell'occupazione, soprattutto nei paesi in cui la cessazione delle loro attività potrebbe accentuare la disoccupazione di lungo periodo.

26. Le imprese multinazionali che prevedono di apportare modifiche alle loro attività (comprese quelle risultanti da fusioni, acquisizioni oppure trasferimenti di produzione) suscettibili di provocare importanti effetti sull'occupazione dovrebbero segnalare con sufficiente anticipo le modifiche stesse alle competenti autorità di governo ed ai rappresentanti dei lavoratori dipendenti, come pure alle loro organizzazioni, per permettere un esame comune delle ripercussioni ed attenuarne il più possibile le conseguenze negative. Ciò è particolarmente importante nel caso di chiusura di unità che comporti disdette o licenziamenti collettivi.

27. Le procedure di licenziamenti arbitrari dovrebbero essere evitate.

28. I governi, in cooperazione con le imprese sia multinazionali che nazionali, dovrebbero assicurare qualche forma di protezione del reddito dei lavoratori il cui rapporto di lavoro venga a cessare.

Formazione

29. I governi, in cooperazione con tutte le parti interessate, dovrebbero sviluppare politiche nazionali di formazione e di orientamento professionale strettamente collegate

con l'occupazione. È in questo contesto che le imprese multinazionali dovrebbero svolgere la loro politica di formazione.

30. Nel corso delle loro attività, le imprese multinazionali dovrebbero vegliare a che i loro dipendenti beneficino, ad ogni livello, nel paese ospitante, di formazione adeguata tale da rispondere alle esigenze dell'impresa come pure alla politica di sviluppo del paese. Per quanto possibile, tale formazione dovrebbe accrescere le attitudini utili in generale e promuovere le possibilità di carriera. All'occorrenza, tale compito dovrebbe essere svolto in collaborazione con le autorità del paese, le organizzazioni di datori di lavoro e di lavoratori nonché con le competenti istituzioni locali, nazionali od internazionali.

31. Le imprese multinazionali che svolgono la loro attività in paesi in via di sviluppo dovrebbero partecipare, come le imprese nazionali, a programmi, fondi speciali compresi, promossi dai governi dei paesi di accogliimento e sostenuti dalle organizzazioni di datori di lavoro e di lavoratori. Tali programmi dovrebbero tendere a favorire l'acquisizione e la crescita di qualificazione come pure a fornire orientamento professionale. Dovrebbero essere gestiti in comune dalle parti che li sostengono. Per quanto possibile, le imprese multinazionali dovrebbero, a titolo di partecipazione allo sviluppo nazionale, fornire servizi di personale di formazione idoneo ad agevolare il realizzarsi dei programmi di formazione organizzati dai governi.

32. In collaborazione con i governi, le imprese multinazionali dovrebbero offrire, nell'ambito dell'impresa, possibilità di ampliare l'esperienza dei quadri dirigenti locali in campi appropriati quali le relazioni industriali, in misura che non ostacoli l'efficace funzionamento dell'impresa.

Condizioni di lavoro e di vita

Salari, prestazioni e condizioni di lavoro

33. I salari, le prestazioni e le condizioni di lavoro offerti ai lavoratori delle imprese multinazionali non dovrebbero essere inferiori a quelli praticati dai paragonabili datori di lavoro del paese in questione.

34. Quando le imprese multinazionali operano in paesi in via di sviluppo ove possono non esistere datori di lavoro paragonabili, esse dovrebbero accordare i salari, le prestazioni e le condizioni di lavoro migliori possibili nel contesto della politica governativa. Salari, prestazioni e condizioni di lavoro dovrebbero essere rapportati alla situazione economica dell'impresa, ma dovrebbero essere sufficienti almeno a soddisfare i bisogni essenziali dei lavoratori e delle loro famiglie. Allorché le imprese multinazionali fanno beneficiare i loro dipendenti di beni e servizi basilari quali l'alloggio, le cure mediche o l'approvvigionamento di derrate alimentari, tali vantaggi dovrebbero essere di livello adeguato.

35. I governi, specialmente quelli dei paesi in via di sviluppo, dovrebbero cercare di adottare misure appropriate volte ad assicurare che i gruppi a più basso reddito e le regioni meno sviluppate beneficino nella maggior misura possibile delle attività delle imprese multinazionali.

Età minima

36. Le imprese multinazionali, come quelle nazionali, dovrebbero rispettare l'età minima di accesso all'impiego o al lavoro, in modo da assicurare l'effettiva abolizione del lavoro minorile.

Sicurezza e igiene

37. I governi dovrebbero fare in modo che sia le imprese multinazionali che quelle nazionali facciano beneficiare i loro dipendenti di norme adeguate in materia di sicurezza ed igiene. I governi che non hanno ancora provveduto a ratificare le convenzioni della OIL sulla protezione dalle macchine (N. 119), sulla protezione contro le radiazioni ionizzanti (N. 115), sul benzene (N. 136) e sul cancro professionale (N. 139) sono comunque invitati ad applicare in tutta la misura del possibile i principi enunciati in tali convenzioni e nelle corrispondenti raccomandazioni (N. 118, 114, 144, 147). I codici di condotta e le guide che figurano nell'elenco delle pubblicazioni dell'Ufficio internazionale del Lavoro sulla sicurezza ed igiene del lavoro dovrebbero ugualmente essere tenute in debita considerazione.

38. Le imprese multinazionali dovrebbero mantenere le più elevate norme di sicurezza e d'igiene, conformemente alle esigenze nazionali, tenendo conto dell'esperienza da esse acquisita nell'ambito di tutta l'impresa, anche per quanto riguarda la conoscenza dei rischi speciali. Dovrebbero, inoltre, mettere a disposizione dei rappresentanti dei lavoratori dell'impresa e, a domanda, delle autorità competenti e delle organizzazioni di lavoratori e di datori di lavoro di tutti i paesi in cui operano, informazioni sulle norme di sicurezza e di igiene applicabili alle loro attività locali che esse osservano in altri paesi. In particolare, dovrebbero far conoscere agli interessati tutti i rischi che incorrono e le corrispondenti misure di protezione relative a nuovi prodotti e procedimenti. Come le imprese nazionali comparabili, dovrebbero essere chiamate a svolgere un ruolo preponderante nell'esame delle cause dei rischi in materia di sicurezza e di igiene del lavoro e nell'applicazione, nell'impresa nel suo complesso, dei miglioramenti che ne derivano.

39. Le imprese multinazionali dovrebbero cooperare con le organizzazioni internazionali che preparano e adottano norme internazionali di sicurezza e di igiene.

40. In conformità con la pratica nazionale, le imprese multinazionali dovrebbero cooperare pienamente con le autorità competenti in materia di sicurezza e di igiene, con i rappresentanti dei lavoratori e le loro organizzazioni e con gli organismi esistenti preposti alla sicurezza ed all'igiene. Se necessario, le questioni riguardanti la sicurezza e l'igiene dovrebbero figurare negli accordi conclusi con i rappresentanti dei lavoratori e le loro organizzazioni.

Relazioni professionali

41. In materia di relazioni professionali le imprese multinazionali dovrebbero applicare norme che non siano meno favorevoli di quelle che applicano datori di lavoro comparabili nel paese in questione.

Libertà sindacale e diritto d'organizzazione

42. I lavoratori occupati sia nelle imprese multinazionali che nelle imprese nazionali dovrebbero godere, senza distinzione alcuna e senza previa autorizzazione, del diritto di creare organizzazioni di loro scelta e di affiliarsi, alla sola condizione di conformarsi ai loro statuti. Dovrebbero altresì beneficiare di un'adeguata protezione contro gli atti discriminatori in materia di occupazione volti ad arrecare pregiudizio alla libertà sindacale.

43. Le organizzazioni che rappresentano le imprese multinazionali o le organizzazioni di lavoratori in esse occupati dovrebbero beneficiare – al momento della loro costituzione, nell'esercizio delle loro funzioni e nella loro gestione – di un'adeguata protezione contro

qualsiasi atto di ingerenza delle une rispetto alle altre, sia direttamente che per tramite di loro agenti o membri.

44. Quando le circostanze locali lo consentono, le imprese multinazionali dovrebbero fornire il loro appoggio ad organizzazioni di datori di lavoro che siano rappresentative.

45. I governi che non lo abbiano ancora fatto, sono esortati ad applicare i principi della Convenzione N. 87, articolo 5, data l'importanza che assume, per le imprese multinazionali, il fatto di permettere alle organizzazioni che le rappresentano o ai lavoratori da esse dipendenti di affidarsi ad organizzazioni internazionali di datori di lavoro e di lavoratori, di loro scelta.

46. Là dove i governi dei paesi di accoglimento offrono incentivi speciali per attrarre gli investimenti stranieri, tali incentivi non dovrebbero tradursi in restrizioni di qualsiasi tipo della libertà sindacale dei lavoratori o del loro diritto di organizzazione e di contrattazione collettiva.

47. Ai rappresentanti dei lavoratori delle imprese multinazionali non dovrebbe essere impedito di riunirsi per consultazioni e scambi di punti di vista, alla condizione che non venga arrecato pregiudizio allo svolgersi delle attività dell'impresa ed alle normali procedure che regolano le relazioni con i rappresentanti dei lavoratori e le loro organizzazioni.

48. I governi non dovrebbero porre limiti all'ingresso nel loro territorio di rappresentanti di organizzazioni di datori di lavoro e di lavoratori provenienti da altri paesi ed invitati da organizzazioni locali o nazionali interessate a consultarsi su problemi di comune interesse, per il solo fatto che la richiesta di quell'ingresso è avanzata al titolo in parola.

Contrattazione collettiva

49. I lavoratori occupati dalle imprese multinazionali dovrebbero avere il diritto, conformemente alla legislazione ed alla pratica nazionale, di far riconoscere le organizzazioni rappresentative di loro scelta ai fini della contrattazione collettiva.

50. Dovrebbero essere adottate – se necessario – misure adeguate alle condizioni nazionali al fine di incoraggiare e promuovere al massimo lo sviluppo e l'applicazione di procedure di contrattazione volontaria tra i datori di lavoro o le loro organizzazioni e le organizzazioni di lavoratori ai fini di una regolamentazione delle condizioni d'impiego a mezzo di contratti collettivi.

51. Le imprese multinazionali, analogamente alle imprese nazionali, dovrebbero fornire ai rappresentanti dei lavoratori i mezzi necessari per contribuire alla messa a punto di validi contratti collettivi.

52. Le imprese multinazionali dovrebbero fare in modo che i rappresentanti debitamente autorizzati dei lavoratori da esse dipendenti, in tutti i paesi in cui esse operano, possano condurre trattative con i rappresentanti della direzione abilitati a prendere decisioni sui problemi in discussione.

53. Nel corso di contrattazioni svolte in buona fede con i rappresentanti dei lavoratori sulle condizioni d'impiego, oppure quando i lavoratori esercitano il loro diritto di organizzarsi, le imprese multinazionali non dovrebbero minacciare di far ricorso alla facoltà di trasferire fuori del paese interessato il tutto o parte di un'unità produttiva allo scopo di influenzare slealmente le contrattazioni o di ostacolare l'esercizio del diritto di organizzazione; non dovrebbero neanche trasferire lavoratori dalle loro filiali in altri paesi nell'intento di nuocere alle contrattazioni in buona fede in corso con i rappresentanti dei lavoratori oppure all'esercizio, da parte dei lavoratori, del loro diritto di organizzarsi.

54. I contratti collettivi dovrebbero includere clausole per la definizione delle vertenze che potrebbero sorgere circa la loro interpretazione ed applicazione e disposizioni per garantire il rispetto reciproco dei diritti e delle responsabilità.

55. Le imprese multinazionali dovrebbero fornire ai rappresentanti dei lavoratori le informazioni necessarie per contrattazioni costruttive con l'unità interessata e dovrebbero altresì fornire, quando ciò è conforme alla legislazione ed alla pratica locali, informazioni atte a consentire loro di formarsi un'opinione corretta e precisa dell'attività e dei risultati dell'unità oppure, se necessario, dell'impresa nel suo insieme.

56. I governi dovrebbero fornire ai rappresentanti delle organizzazioni dei lavoratori, su loro richiesta e nella misura in cui la legislazione e la pratica lo permettono, quelle informazioni sui settori nei quali opera l'impresa che possano risultare utili per fissare criteri obiettivi nel quadro della contrattazione collettiva. A tal riguardo, le imprese multinazionali come le imprese nazionali dovrebbero rispondere positivamente ai governi che richiedono informazioni pertinenti sulle loro attività.

Consultazione

57. Nelle imprese multinazionali come in quelle nazionali, sistemi elaborati di comune accordo tra datori di lavoro, lavoratori e loro rappresentanti dovrebbero prevedere, in conformità con la legislazione e la pratica nazionali, consultazioni regolari sulle questioni di reciproco interesse. Tali consultazioni non dovrebbero sostituirsi alle contrattazioni collettive.

Esame dei reclami

58. Le imprese multinazionali, al pari di quelle nazionali, dovrebbero rispettare il diritto dei lavoratori in esse occupati di ottenere un esame di tutti i loro reclami secondo le norme che seguono: ogni lavoratore che, agendo individualmente o con altri lavoratori, consideri d'aver motivo di reclamo dovrebbe avere il diritto di presentare il reclamo stesso senza subire, per tale atto, alcun pregiudizio; il lavoratore medesimo dovrebbe avere il diritto di far esaminare il reclamo in parola secondo un'appropriata procedura. Ciò è particolarmente importante quando le imprese multinazionali operano in paesi che non osservano i principi delle convenzioni della OIL relativi alla libertà sindacale, al diritto di organizzazione e di contrattazione collettiva ed al lavoro forzato.

Regolamento delle vertenze di lavoro

59. Le imprese multinazionali come quelle nazionali, d'intesa con i rappresentanti e le organizzazioni dei lavoratori dipendenti dovrebbero impegnarsi ad istituire un meccanismo di conciliazione volontaria, adattato alle circostanze nazionali, che includa disposizioni relative all'arbitrato volontario, al fine di contribuire alla prevenzione ed al regolamento dei conflitti di lavoro tra datori di lavoro e lavoratori. Tale procedura di conciliazione volontaria dovrebbe essere basata sulla parità di rappresentanza dei datori di lavoro e dei lavoratori.

Ginevra, 17 novembre 2000.

Allegato 3

Linee guida destinate alle imprese multinazionali (Ocse, 1976)

Introduzione

1. Le *Linee guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali* (le *Linee guida*) sono raccomandazioni rivolte dai Governi alle imprese multinazionali. Esse enunciano principi e norme volontari per il comportamento responsabile delle imprese nell'adempimento delle leggi applicabili. Le *Linee guida* mirano ad assicurare che le operazioni di queste imprese siano in armonia con le politiche dei governi, per rafforzare la fiducia reciproca fra le imprese e le società in cui esercitano le loro attività, per contribuire a migliorare il clima degli investimenti esteri e ad aumentare il contributo delle imprese multinazionali allo sviluppo sostenibile. Le *Linee guida* fanno parte della *Dichiarazione dell'OCSE sugli investimenti internazionali e le imprese multinazionali*, altre parti della quale si riferiscono al trattamento nazionale, ai requisiti contraddittori imposti alle imprese ed agli incentivi e disincentivi internazionali agli investimenti.

2. Le attività internazionali delle imprese hanno subito profondi cambiamenti strutturali. Le *Linee guida* si sono evolute per tenere conto di questi cambiamenti. Con l'emergere di attività basate sui servizi e sulle conoscenze, le imprese di servizi e le imprese tecnologiche sono entrate nel mercato internazionale. Le grandi imprese rappresentano ancora una forte percentuale degli investimenti internazionali e le grandi fusioni internazionali si moltiplicano. Allo stesso tempo, le piccole e medie imprese investono di più all'estero e svolgono ora un ruolo non trascurabile sulla scena internazionale. Le imprese multinazionali, come i loro omologhi nazionali, si sono evolute e utilizzano oggi una più vasta gamma di modalità industriali e commerciali e di forme organizzative. Le alleanze strategiche e i rapporti più stretti con i fornitori e gli appaltatori tendono ad affievolire i confini dell'impresa.

3. La rapida evoluzione nella struttura delle imprese multinazionali si è, inoltre, riflessa sulle loro attività nel mondo in via di sviluppo, dove gli investimenti diretti esteri crescono rapidamente. Nei Paesi in via di sviluppo le imprese multinazionali hanno diversificato le loro attività, una volta limitate alla produzione primaria e alle industrie estrattive, ed avviano attività di fabbricazione e di montaggio, di valorizzazione del mercato interno ed attività nel settore dei servizi.

4. Mediante gli scambi e gli investimenti internazionali, le attività delle imprese multinazionali hanno rafforzato e sviluppato i legami tra le economie dei Paesi dell'OCSE e fra tali economie ed il resto del mondo. Tali attività offrono sostanziali benefici sia ai Paesi d'origine sia ai Paesi di accoglienza. Questi benefici si accrescono quando le imprese multinazionali forniscono i prodotti e i servizi che i consumatori desiderano comprare a prezzi competitivi e quando assicurano una debita redditività ai fornitori di capitali. Le loro attività di investimento e di commercio contribuiscono all'uso efficiente dei capitali, della tecnologia e delle risorse umane e naturali, facilitano il trasferimento di tecnologia fra le regioni, il mondo e lo sviluppo di tecnologie adeguate alle circostanze locali. Grazie alla formazione istituzionalizzata ed alla formazione continua, le imprese contribuiscono, inoltre, a promuovere lo sviluppo del capitale umano nel Paese ospite.

5. La natura, l'entità e la rapidità dei cambiamenti economici rappresentano nuove sfide strategiche per le imprese e per i loro operatori. Le imprese multinazionali hanno l'occasione di applicare pratiche esemplari nel campo dello sviluppo sostenibile, mirate ad

assicurare la coerenza fra obiettivi sociali, economici ed ambientali. La capacità delle imprese multinazionali di promuovere lo sviluppo sostenibile è notevolmente aumentata da quando il commercio e gli investimenti si svolgono in mercati aperti, competitivi ed adeguatamente regolamentati.

6. Numerose imprese multinazionali hanno dimostrato che il rispetto di elevati *standard* regolamentari di comportamento può migliorare la crescita. Nel mondo odierno, la concorrenza è intensa e le imprese multinazionali si trovano confrontate a molteplici norme legali, sociali e regolamentari. In questo contesto, alcune imprese possono essere tentate di trascurare talune norme e taluni principi di comportamento, tentando così di ottenere un eccessivo vantaggio competitivo. Tali pratiche, seguite da poche imprese, potrebbero incidere negativamente sulla reputazione di molte e destare preoccupazioni nell'opinione pubblica.

7. Molte imprese hanno risposto a tali preoccupazioni dell'opinione pubblica sviluppando meccanismi e procedure interne di orientamento e di gestione che sostengono i loro impegni civici di buone pratiche e di buona gestione dell'azienda e dei propri dipendenti. Alcune di loro si sono rivolte a servizi di consulenza, di verifica e di certificazione, contribuendo alla crescita delle perizie in questo settore. Questi sforzi, inoltre, hanno promosso il dialogo sociale sulle regole di buon comportamento negli affari. Le *Linee guida* chiariscono le aspettative comuni dei Governi che le sottoscrivono sul comportamento delle imprese e costituiscono un punto di riferimento per le imprese stesse. Di conseguenza, le *Linee guida* integrano e rafforzano le iniziative private volte a definire e ad attuare regole di comportamento responsabile.

8. I Governi cooperano tra loro e con altri attori per rafforzare la struttura internazionale giuridica e regolamentare nella quale operano le imprese. Il periodo del dopoguerra ha visto lo sviluppo di questa struttura, cominciando dall'approvazione della Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo, nel 1948. Recenti strumenti includono la Dichiarazione della OIL sui Principi e diritti fondamentali al lavoro, la Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo, Action 21 e la Dichiarazione di Copenaghen sullo sviluppo sociale.

9. L'OCSE, inoltre, ha contribuito a questo quadro d'intervento a livello internazionale. I più recenti sviluppi includono: l'approvazione della Convenzione contro la corruzione di funzionari stranieri nelle transazioni commerciali internazionali, i Principi sul governo societario dell'OCSE, le *Linee guida* dell'OCSE per la tutela dei consumatori nel contesto del commercio elettronico nonché i lavori in corso sui Principi applicabili in materia di prezzi di trasferimento destinati alle imprese multinazionali ed alle Amministrazioni fiscali.

10. Lo scopo comune dei Governi dei Paesi membri con le *Linee guida* è di stimolare il contributo positivo che le imprese multinazionali possono apportare al progresso economico, ambientale e sociale, e di minimizzare le difficoltà che possono essere determinate dalle loro diverse operazioni. Per conseguire un tale obiettivo, i Governi lavorano in associazione con numerose imprese, sindacati ed altre organizzazioni non governative che, con i propri mezzi, operano per il raggiungimento degli stessi obiettivi. I Governi possono contribuirvi impostando strutture interne efficaci che includano una politica macroeconomica stabile, un trattamento non discriminatorio delle imprese, una regolamentazione adeguata, un controllo prudenziale mirato, una giustizia ed un'applicazione delle leggi imparziale nonché una Pubblica Amministrazione efficace ed integra. I Governi possono anche contribuirvi applicando e promuovendo l'adozione di norme e politiche propizie ad uno sviluppo sostenibile ed attuando riforme per assicurare l'efficienza e l'efficacia delle attività del settore pubblico. I Governi che hanno sottoscritto le *Linee guida* si sono impegnati a un continuo

miglioramento delle loro politiche interne e internazionali per accrescere il benessere ed il tenore di vita di tutti.

I. Concetti e principi

1. Le *Linee guida* sono raccomandazioni che i Governi, congiuntamente, rivolgono alle imprese multinazionali. Esse enunciano principi e norme di buona pratica conformi alle leggi applicabili. Il rispetto delle *Linee guida* da parte delle imprese è volontario e non è obbligatorio.

2. Con la globalizzazione delle attività delle imprese multinazionali, la cooperazione internazionale in questo campo dovrebbe estendersi a tutti i Paesi. I Governi che hanno sottoscritto le *Linee guida* consigliano alle imprese che operano nei loro territori di osservare le *Linee guida* ovunque esse svolgano le loro attività, tenendo conto delle particolari circostanze di ogni Paese ospite.

3. Una definizione precisa delle imprese multinazionali non è richiesta per gli scopi delle *Linee guida*. Trattasi solitamente di imprese o di altre entità insediate in più Paesi e collegate in modo tale da coordinare il loro funzionamento in vari modi. Mentre una o più di queste entità può essere in grado di esercitare una significativa influenza sulle attività delle altre, il loro grado di autonomia nell'ambito all'impresa può variare notevolmente da un'impresa multinazionale all'altra. Il loro capitale può essere privato, pubblico o misto.

Le *Linee guida* sono rivolte a tutte le entità che compongono l'impresa multinazionale (società madre e/o entità locali). Secondo la distribuzione reale delle responsabilità fra loro esistente, si presume che le varie entità cooperino e si prestino assistenza per facilitare il rispetto delle *Linee guida*.

4. Le *Linee guida* non sono volte ad introdurre differenze di trattamento fra le imprese multinazionali e le altre imprese; esse riflettono le buone pratiche raccomandabili per tutti. Di conseguenza, le imprese multinazionali e nazionali devono avere lo stesso comportamento in tutti i casi nei quali le *Linee guida* siano ad entrambe applicabili.

5. I Governi intendono incoraggiare il più ampio rispetto possibile delle *Linee guida*. Pur riconoscendo che le piccole e medie imprese non possono avere mezzi equiparabili a quelli delle grandi imprese, i Governi che hanno sottoscritto le *Linee guida* consigliano tuttavia che l'osservanza delle *Linee guida* sia la più larga possibile.

6. I Governi che hanno sottoscritto le *Linee guida* non dovrebbero utilizzarle a scopo protezionistico né in modo pregiudizievole al vantaggio comparativo di un Paese in cui investono le imprese multinazionali.

7. I Governi hanno il diritto di regolamentare le condizioni di funzionamento delle imprese multinazionali all'interno delle loro giurisdizioni, conformemente al diritto internazionale. Le entità di un'impresa multinazionale insediate in diversi Paesi sono sottoposte alle leggi applicabili in questi Paesi. In caso di obblighi contraddittori imposti da un Paese che ha sottoscritto le *Linee guida*, i Governi interessati dovranno cooperare in buona fede per risolvere i problemi che ne possono derivare.

8. I Governi che hanno sottoscritto le *Linee guida* le hanno stabilite con l'impegno di assumere la loro responsabilità di trattare equamente le imprese e conformemente al diritto internazionale e ai loro obblighi contrattuali.

9. È consigliato il ricorso ad adeguati meccanismi internazionali di composizione delle vertenze, compreso l'arbitrato, al fine di facilitare la risoluzione dei problemi giuridici che possono intervenire fra le imprese e i Governi dei Paesi ospiti.

10. I Governi che hanno sottoscritto le *Linee guida* hanno convenuto di promuoverne e di incoraggiarne l'uso. Essi istituiranno Punti di Contatto Nazionali che avranno il compito di promuovere le *Linee guida* e di instaurare un foro di discussione su tutti gli argomenti concernenti le *Linee guida*. Inoltre, essi parteciperanno ad adeguate procedure di consultazione e di revisione per trattare le questioni relative all'interpretazione delle *Linee guida* in un mondo in evoluzione.

II. Principi generali

Le imprese dovrebbero tenere pienamente conto delle politiche vigenti nei Paesi in cui svolgono le loro attività e prendere in considerazione i punti di vista di altri attori. In proposito, le imprese dovrebbero:

- contribuire al progresso economico, sociale e ambientale per realizzare uno sviluppo sostenibile;
- rispettare i diritti dell'uomo nei confronti delle persone coinvolte a causa delle loro attività, conformemente agli obblighi e agli impegni internazionali del governo del Paese ospite;
- incoraggiare l'istituzione di capacità locali tramite una stretta cooperazione con la comunità locale, compresa l'imprenditoria locale, sviluppando nello stesso tempo le attività dell'impresa nei mercati interni e esteri, compatibilmente con l'esigenza di una sana pratica commerciale.
- incoraggiare la formazione di capitale umano, in particolare creando opportunità di occupazione e facilitando la formazione dei dipendenti.
- astenersi dal ricercare o dall'accettare esenzioni non contemplate nelle norme legali o regolamentari relative all'ambiente, alla salute, alla sicurezza, al lavoro, alla fiscalità, agli incentivi finanziari o ad altre questioni;
- sostenere e fare osservare i principi di buon governo societario e sviluppare ed applicare buone pratiche di controllo societario;
- elaborare ed applicare pratiche di autodisciplina e sistemi di amministrazione efficaci che promuovano un rapporto di riservatezza e di fiducia reciproca fra le imprese e la società in cui operano;
- fare in modo che con una diffusione adeguata, che includa programmi di formazione, i loro dipendenti siano consapevoli delle politiche aziendali e vi si conformino;
- rinunciare ad azioni discriminatorie o disciplinari contro dipendenti che abbiano trasmesso in buona fede rapporti autentici all'Amministrazione o, se del caso, a servizi pubblici competenti, su pratiche contrarie alla legge, alle *Linee guida* od alle politiche dell'impresa;
- incoraggiare, per quanto possibile, i loro *partners* commerciali, compresi i loro fornitori e subappaltatori, ad applicare i principi di comportamento societario compatibili con le *Linee guida*;
- rinunciare a qualsiasi indebita ingerenza nelle attività politiche locali.

III. Pubblicazione di informazioni

1. Le imprese dovrebbero accertarsi che siano regolarmente e debitamente comunicate informazioni affidabili e pertinenti sulla loro attività, la loro struttura e la loro situazione finanziaria. Queste informazioni dovrebbero essere fornite per l'impresa nell'insieme e, se del caso, per ogni settore di attività od area geografica. Le politiche di diffusione

dell'informazione da parte delle imprese dovrebbero essere adeguate alla natura, all'entità ed all'ubicazione dell'impresa, tenuto conto dei costi, della riservatezza delle attività e di altre considerazioni legate alla concorrenza.

2. Le imprese dovrebbero applicare norme di qualità elevata per la pubblicazione d'informazioni, per la contabilità e per la verifica contabile. Le imprese, inoltre, sono invitate ad applicare norme di alta qualità per le informazioni non finanziarie ivi comprese, se del caso, quelle ambientali e sociali. Dovrebbero essere altresì indicate le norme o le politiche sulle quali sono basate la raccolta e la pubblicazione delle informazioni finanziarie e non finanziarie.

3. Le imprese dovrebbero diffondere le informazioni di base relative al loro nome, alla loro ubicazione e alla loro struttura, al nome, all'indirizzo ed al recapito telefonico della società madre e delle principali filiali, alla loro quota di partecipazione, diretta e indiretta in queste filiali, comprese le partecipazioni incrociate.

4. Le imprese dovrebbero anche divulgare informazioni su:

- a - i risultati finanziari e il conto d'esercizio dell'impresa;
- b - gli obiettivi dell'impresa;
- c - i principali azionisti e i diritti di voto;
- d - i membri del Consiglio di amministrazione ed i principali dirigenti, nonché le loro retribuzioni;
- e - i fattori di rischio importanti prevedibili;
- f - le questioni importanti relative ai dipendenti e ad altre parti interessate alla vita dell'impresa;
- g - le strutture e le politiche di governo societario.

5. Le imprese sono invitate a comunicare informazioni supplementari che potrebbero includere:

- a - dichiarazioni destinate al pubblico che esponano principi o regole di comportamento, comprese le informazioni sulle politiche sociali, etiche ed ambientali dell'impresa ed altri codici di comportamento sottoscritti dall'impresa. Inoltre, possono essere comunicati la data di adozione di tali dichiarazioni, i Paesi e le entità cui tali dichiarazioni si applicano ed i risultati ottenuti rispetto a queste dichiarazioni;
- b - informazioni sui sistemi di gestione dei rischi e di attuazione delle leggi e sull'osservanza delle dichiarazioni o dei codici di comportamento;
- c - informazioni sui rapporti con i dipendenti e con altre parti interessate alla vita aziendale.

IV. Occupazione e relazioni industriali

Nel quadro delle normative e dei regolamenti applicabili e delle pratiche vigenti in materia di occupazione e di rapporti di lavoro, le imprese dovrebbero:

1.
 - a - rispettare il diritto dei loro dipendenti di essere rappresentati dai sindacati e da altre legittime organizzazioni di dipendenti ed impegnarsi, sia individualmente, sia tramite associazioni di datori di lavoro, nell'attuazione di negoziati costruttivi con tali rappresentanti per raggiungere accordi sulle condizioni d'impiego;
 - b - contribuire all'effettiva abolizione del lavoro minorile;
 - c - contribuire all'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato o obbligatorio;

- d - non compiere azioni discriminatorie contro i loro dipendenti in materia di occupazione o di professione per motivi di razza, colore, sesso, religione, opinione politica, cittadinanza od estrazione sociale, a meno che le prassi di selezione concernenti le caratteristiche dei dipendenti siano esclusivamente adoperate nel quadro di una politica definita dai poteri pubblici per promuovere in modo specifico una maggiore uguaglianza delle opportunità in materia di occupazione o per rispondere a specifici requisiti di un posto di lavoro.
2.
 - a - fornire ai rappresentanti dei dipendenti i mezzi necessari per facilitare lo sviluppo di efficaci contrattazioni collettive;
 - b - fornire ai rappresentanti dei dipendenti le informazioni che sono necessarie per trattative costruttive sulle condizioni dell'occupazione;
 - c - promuovere la consultazione e la cooperazione fra datori di lavoro e dipendenti ed i loro rappresentanti su argomenti di reciproco interesse.
 3. Fornire ai dipendenti ed ai loro rappresentanti informazioni che consentono loro di farsi un'opinione esatta e corretta delle attività e dei risultati dell'entità o, se del caso, dell'impresa nella sua globalità.
 4.
 - a - osservare, in materia di occupazione e di relazioni di lavoro, norme che siano favorevoli quanto quelle osservate dai datori di lavoro paragonabili nel Paese ospite;
 - b - prendere le misure necessarie per assicurare la salute e la sicurezza nell'ambiente lavorativo.
 5. Nelle loro attività, e nei limiti del possibile, assumere personale locale ed assicurarne la formazione per migliorare i livelli di qualificazione, in collaborazione con i rappresentanti dei dipendenti e, se del caso, con le competenti Autorità governative.
 6. Qualora ritenessero di apportare possibili cambiamenti al loro funzionamento, che potrebbero avere rilevanti effetti sui mezzi di sussistenza dei loro dipendenti, specie nel caso di chiusura di un'entità che comporterebbe licenziamenti collettivi, le imprese dovrebbero avvertire, in tempi ragionevoli, i rappresentanti dei loro dipendenti e, se del caso, le Autorità nazionali competenti e cooperare con tali rappresentanti ed Autorità per attenuare il più possibile gli effetti sfavorevoli. Alla luce delle specifiche circostanze dei singoli casi, sarebbe auspicabile che la direzione informasse gli interessati prima di prendere una decisione finale. Anche altri mezzi possono essere impiegati per instaurare una cooperazione costruttiva volta ad attenuare gli effetti di tali decisioni.
 7. Nel contesto delle trattative svolte in buona fede con i rappresentanti dei dipendenti sulle condizioni dell'occupazione, o se i dipendenti esercitano il loro diritto di organizzarsi, non minacciare di trasferire fuori del territorio del Paese in causa, tutta o parte di un'unità produttiva, né di trasferire dipendenti provenienti da entità dell'impresa ubicate in altri Paesi per influenzare slealmente quelle trattative od ostacolare l'esercizio del diritto di organizzazione.
 8. Permettere ai rappresentanti autorizzati dei loro dipendenti di negoziare sulle questioni relative alle contrattazioni collettive od ai rapporti tra lavoratori e datori di lavoro ed autorizzare le parti ad avviare consultazioni su temi d'interesse comune con i rappresentanti degli imprenditori autorizzati a prendere decisioni su questi argomenti.

V. Ambiente

Nel quadro delle leggi, dei regolamenti e delle pratiche amministrative vigenti nei Paesi in cui operano e, nel considerare gli accordi, i principi, gli obiettivi e le relative norme internazionali, le imprese dovrebbero tenere in debito conto la necessità di tutelare l'ambiente, la salute pubblica e la sicurezza e, in linea generale, dovrebbero svolgere le loro attività in modo da contribuire al più ampio obiettivo di uno sviluppo sostenibile. In particolare, le imprese dovrebbero:

1. Istituire ed applicare un sistema di gestione ambientale adeguato all'impresa, che includa:
 - a - la raccolta e la valutazione aggiornata delle informazioni relative ai potenziali effetti delle loro attività sull'ambiente, la salute e la sicurezza;
 - b - la definizione di obiettivi quantificabili e, se del caso, specifici, per il miglioramento delle prestazioni ambientali e per un riesame periodico della pertinenza di tali obiettivi;
 - c - il monitoraggio ed il controllo regolare dei progressi compiuti nell'adempimento degli obiettivi generali e specifici in materia ambientale, di salute e di sicurezza.
2. Riguardo alle preoccupazioni legate al costo, alla riservatezza delle attività ed alla protezione dei diritti di proprietà intellettuale:
 - a - fornire al pubblico ed ai dipendenti informazioni sufficienti e aggiornate sugli effetti potenziali delle loro attività: sull'ambiente, la salute e la sicurezza, che possono includere un bilancio dei progressi compiuti per migliorare i risultati ambientali;
 - b - comunicare e consultarsi nei tempi richiesti con gli enti direttamente interessati dalle politiche ambientali, di salute e di sicurezza dell'impresa e dalla loro attuazione.
3. Valutare e considerare, al momento di decidere, gli effetti prevedibili sull'ambiente, la salute e la sicurezza dei processi, dei beni e dei servizi dell'impresa sull'insieme del loro ciclo di vita. Quando le attività proposte rischiano di avere effetti significativi sull'ambiente, la salute o la sicurezza e quando dipendono dalla decisione di un'Autorità competente, le imprese dovrebbero predisporre un'adeguata valutazione dell'impatto ambientale.
4. Tenuto conto delle conoscenze scientifiche e tecniche dei rischi, quando esistono minacce di seri danni per l'ambiente, tenuto anche conto della salute e della sicurezza umana, non invocare la mancanza di certezza scientifica assoluta come motivo per rinviare l'adozione di misure, efficaci rispetto ai costi, destinate ad impedire od a minimizzare tali danni.
5. Predisporre piani di emergenza per evitare, attenuare e controllare danni gravi per l'ambiente, la salute che possano derivare da tali attività, compresi gli incidenti e le situazioni di emergenza, e allestire meccanismi d'allarme per la segnalazione immediata alle Autorità competenti.
6. Cercare costantemente di migliorare le prestazioni ambientali delle imprese, consigliando, se del caso, attività quali:

- a - l'adozione di tecnologie e di procedure di utilizzazione in tutti reparti dell'impresa che riflettano le norme di prestazioni ambientali raggiunte dalla componente più efficiente dell'impresa;
- b - lo sviluppo e la fornitura di prodotti o di servizi che non abbiano un impatto ambientale eccessivo, il cui utilizzo a questi fini sia privo di pericoli, che siano efficienti nel loro consumo di energia e di risorse naturali e che possano essere riutilizzati, riciclati o smaltiti in assoluta sicurezza;
- c - la sensibilizzazione degli utenti sulle conseguenze ambientali dell'uso di prodotti e dei servizi dell'impresa;
- d - la ricerca sui mezzi per migliorare le prestazioni ambientali dell'impresa a media od a lunga scadenza.

7. Fornire ai dipendenti istruzione e formazione adeguate sui temi relativi alla salute ed alla sicurezza ambientale, compresa la manipolazione di materie pericolose e la prevenzione degli incidenti ambientali, così come per gli aspetti più generici della gestione ambientale, quali le procedure di valutazione di impatto ambientale, le relazioni pubbliche e le tecnologie ambientali.

8. Contribuire alla formazione di una politica ambientale pubblica ben concepita ed economicamente efficiente, ad esempio, tramite partenariati od iniziative in grado di aumentare la consapevolezza e la protezione ambientale.

VI. Lotta alla corruzione

Le imprese non dovrebbero, direttamente o indirettamente, offrire, promettere, concedere o sollecitare doni od altri indebiti vantaggi per ottenere o conservare un mercato od un altro indebito vantaggio. Del pari, non si dovrebbe sollecitarle od aspettarsi da parte loro un pagamento illecito od altri indebiti vantaggi. In particolare, le imprese:

1. Non dovrebbero né offrire né accettare richieste di versare a pubblici ufficiali o dipendenti dei loro *partners* commerciali una quota di un pagamento contrattuale. Non dovrebbero usare subappalti, ordini d'acquisto od accordi di consulenza come canali di pagamento a pubblici ufficiali, dipendenti dei loro *partners* commerciali od ai loro parenti od associati commerciali.

2. Dovrebbero accertarsi che la retribuzione dei mandatarî sia adeguata ed esclusivamente connessa a servizi leciti. Se del caso, esse dovrebbero stabilire una lista dei mandatarî impiegati nelle transazioni con gli organismi pubblici e con le imprese statali e metterla a disposizione delle Autorità competenti.

3. Dovrebbero accrescere la trasparenza delle loro attività nella lotta alla corruzione e all'estorsione. Le misure potrebbero includere impegni pubblici contro la corruzione e l'estorsione e la divulgazione dei sistemi di gestione adottati dall'impresa per adempiere ai propri impegni. L'impresa dovrebbe promuovere altresì l'apertura ed il dialogo con il pubblico in modo da incoraggiare un presa di coscienza ed una cooperazione per la lotta alla corruzione e all'estorsione.

4. Dovrebbero sensibilizzare i dipendenti sulle misure adottate dall'impresa per lottare contro la corruzione e l'estorsione e promuovere l'osservanza di tali misure da parte dei dipendenti, assicurando un'adeguata diffusione delle stesse ed instaurando programmi di formazione e procedure disciplinari.

5. Dovrebbero adottare sistemi di controllo della gestione, che scoraggino la corruzione e l'estorsione, e pratiche di contabilità finanziaria e fiscale e di accertamento che evitino

l'istituzione di una contabilità "extra bilancio" o di una contabilità occulta o la creazione di documenti che non registrino correttamente ed onestamente le transazioni cui si riferiscono.

6. Non dovrebbero versare alcun contributo illecito ai candidati ad incarichi pubblici od a partiti politici o ad altre organizzazioni politiche. I contributi dovrebbero integralmente conformarsi ai requisiti pubblici di pubblicazione d'informazioni e dovrebbero essere segnalati ai responsabili dell'impresa.

VII. Interessi del consumatore

Nelle loro relazioni con i consumatori le imprese dovrebbero conformarsi a pratiche eque nello svolgimento delle attività commerciali, di vendita e di pubblicità e dovrebbero prendere tutte le misure ragionevoli per garantire la sicurezza e la qualità dei beni o dei servizi che forniscono. In particolare, dovrebbero:

1. Accertarsi che i beni o i servizi forniti rispettino tutte le norme accettate o legalmente richieste in materia di salute e sicurezza del consumatore, compresa le etichette di avvertenza relative alla salute ed alla sicurezza ed alle informazioni sul prodotto.

2. Fornire informazioni esatte e chiare e precise, a seconda dei beni o dei servizi, sulla loro composizione, sicurezza di utilizzo, manutenzione, stoccaggio e smaltimento, in modo tale da permettere ai consumatori di prendere decisioni in piena cognizione di causa.

3. Predisporre procedure trasparenti ed efficaci che tengano conto dei reclami dei consumatori e contribuiscano ad una risoluzione giusta e rapida dei litigi con i consumatori, senza eccessive spese o formalità.

4. Astenersi da qualsiasi affermazione, omissione o pratica ingannevole fuorviante, fraudolenta o sleale.

5. Rispettare il diritto del consumatore alla *privacy* ed assicurarne la protezione dei dati personali.

6. Cooperare completamente ed in modo trasparente con le Autorità pubbliche alla prevenzione o alla rimozione di rischi seri per la salute e per la sicurezza pubblica che derivino dal consumo o dall'uso dei loro prodotti.

VIII. Scienza e tecnologia

Le imprese dovrebbero:

1. Fare in modo che le loro attività siano compatibili con le politiche e i programmi scientifici e tecnologici dei Paesi in cui operano e, se del caso, contribuire allo sviluppo delle capacità d'innovazione su scala locale e nazionale.

2. Nello svolgimento delle loro attività economiche, adottare, là dove possibile, pratiche che consentano il trasferimento e la rapida diffusione delle tecnologie e del *know-how*, tenendo debitamente conto della protezione dei diritti di proprietà intellettuale.

3. Svolgere, se del caso, attività di sviluppo scientifico e tecnologico nei Paesi ospiti, per rispondere ai bisogni del mercato locale, nonché assumere personale locale nelle attività scientifiche e tecnologiche e incoraggiarne la formazione, tenuto conto dei bisogni *in loco*.

4. Nell'assegnare le licenze per l'uso dei diritti di proprietà intellettuale e in modo con altri mezzi le tecnologie, farlo sulla base di condizioni di lunga durata del Paese ospite.

5. Qualora gli obiettivi commerciali lo consentano, sviluppare localmente legami con le Università ed i Centri di ricerca pubblici e partecipare a progetti di ricerca in cooperazione con le imprese o le associazioni professionali locali.

IX. Concorrenza

Le imprese dovrebbero, nel quadro delle leggi e dei regolamenti applicabili, svolgere le loro attività in un modo competitivo. In particolare, le imprese :

1. Non dovrebbero concludere od eseguire accordi anticoncorrenziali fra competitori, volti a:

- a - imporre prezzi;
- b - fare offerte collusive;
- c - fissare restrizioni o limiti di produzione; o
- d - ripartire o suddividere i mercati, assegnando clienti, fornitori, aree geografiche o rami di attività.

2. Dovrebbero svolgere tutte le loro operazioni secondo le regole applicabili della concorrenza, considerando l'applicabilità delle regolamentazioni della concorrenza dei Paesi la cui economia potrebbe essere danneggiata dalle loro pratiche anticoncorrenziali.

3. Dovrebbero cooperare con le Autorità della concorrenza di tali Paesi, e tra le altre cose, secondo le leggi applicabili e conformemente alle misure di sicurezza adeguate e fornire risposte le più rapide e le più esaurienti possibili alle richieste di informazioni.

4. Dovrebbero promuovere presso i loro dipendenti la consapevolezza dell'importanza dell'osservanza di tutte le normative e politiche applicabili della concorrenza.

X. Fiscalità

È importante che le imprese contribuiscano alle finanze pubbliche dei Paesi ospiti, versando puntualmente le imposte da loro dovute.

In particolare, le imprese dovrebbero conformarsi alle leggi ed alle regolamentazioni fiscali di tutti i Paesi in cui operano e dovrebbero compiere ogni possibile sforzo per agire in conformità con la lettera e con lo spirito di tali leggi e regolamentazioni. Ciò comporta, in particolare, la comunicazione alle Autorità competenti delle informazioni necessarie per il corretto accertamento delle imposte applicabili alle loro attività e di conformarsi ai principi della libera concorrenza nelle loro pratiche di prezzi di trasferimento.

Parte II

PROCEDURE DI ATTUAZIONE DELLE LINEE GUIDA DELL'OCSE DESTINATE ALLE IMPRESE MULTINAZIONALI Decisione del Consiglio dell'OCSE

Giugno 2000

IL CONSIGLIO;

Vista la Convenzione sull'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico, del 14 dicembre 1960;

Vista la Dichiarazione dell'OCSE sugli investimenti internazionali e le imprese multinazionali (la "Dichiarazione") con la quale i Governi dei Paesi che hanno sottoscritto le *Linee guida* destinate alle imprese multinazionali che operano sul o dal loro territorio ("*Linee guida*") raccomandano congiuntamente a tali imprese di rispettare tali *Linee guida*;

Riconoscendo che, con la diffusione delle operazioni delle imprese multinazionali attraverso il mondo, la cooperazione internazionale in materia di questioni concernenti la Dichiarazione dovrebbe essere estesa a tutti i Paesi;

Visto il mandato del Comitato degli investimenti internazionali e delle imprese multinazionali, in particolare per quanto riguarda le competenze del Comitato circa la Dichiarazione [C(84)171(Final), ricondotto nel C/M(95)21];

Considerando il rapporto sul primo riesame della Dichiarazione del 1976 [C(79)102(Final)], il rapporto sul secondo riesame del 1991 della Dichiarazione [C/MIN(84)5(Final)] e il rapporto sul riesame del 2000 delle *Linee guida* [C(2000)96];

Vista la Decisione del Consiglio del giugno 1984 [C(84)90], emendata nel giugno del 1991 [C/MIN(91)7/ANN1];

Considerando che è auspicabile rafforzare le procedure che consentirebbero consultazioni sulle questioni contemplate dalle *Linee guida* e promuovere un'efficace applicazione di tali principi;

Su proposta del Comitato degli investimenti internazionali e delle imprese multinazionali,
DECIDE:

Di abrogare la seconda Decisione revisionata del Consiglio del giugno 1984 [C(84)90], modificata nel giugno 1991 [C/MIN(91)7/ANN1] e di sostituirla con la seguente Decisione:

I. I Punti di contatto nazionali

1. I Paesi che hanno sottoscritto le *Linee guida* designeranno i Punti di contatto nazionali incaricati di svolgere attività di promozione, di rispondere alle richieste d'informazione e di avviare discussioni con le parti interessate su tutte le questioni contemplate dalle *Linee guida*, al fine di contribuire alla soluzione dei problemi che possono sorgere su questo argomento, tenendo debitamente presenti le *Linee guida di procedura* riportate in allegato. Gli ambienti imprenditoriali, le organizzazioni sindacali e le altre parti interessate saranno informati dell'istituzione di tali strumenti.

2. I Punti di contatto nazionali dei vari Paesi coopereranno, se necessario, per ogni questione di loro competenza contemplata dalle *Linee guida*. Secondo una procedura di carattere generale, conversazioni dovranno essere avviate a livello nazionale prima di stabilire contatti con altri Punti di contatto nazionali.

3. I Punti di contatto nazionali si riuniranno ogni anno per condividere le loro esperienze e per fare un rapporto al Comitato degli investimenti internazionali e delle imprese multinazionali.

II. Comitato degli investimenti internazionali e delle imprese multinazionali

1. Il Comitato degli investimenti internazionali e delle imprese multinazionali (il "CIME" o il "Comitato") procederà periodicamente, o su richiesta di un Paese che ha sottoscritto le *Linee guida*, a scambi di punti di vista sulle questioni contemplate dalle *Linee guida* e sull'esperienza acquisita dalla loro applicazione.

2. Il Comitato inviterà periodicamente il Comitato consultivo economico e industriale presso l'OCSE (BIAC) e la Commissione sindacale consultiva presso l'OCSE (TUAC), ("gli organi consultivi"), nonché altre organizzazioni non governative a fare

conoscere i loro punti di vista sulle questioni contemplate dalle *Linee guida*. Inoltre, su loro richiesta, scambi di punti di vista su tali questioni potranno essere organizzati con gli organi consultivi.

3. Il Comitato potrà decidere di organizzare scambi di punti di vista sulle questioni contemplate dalle *Linee guida* con rappresentanti di Paesi non firmatari.

4. Il Comitato è incaricato di chiarire le *Linee guida*. Le delucidazioni saranno fornite secondo le necessità. Un'impresa, qualora lo desideri, avrà la possibilità di esprimere i propri punti di vista, sia verbalmente, sia per iscritto, sulle questioni contemplate dalle *Linee guida* che riguardano i suoi interessi. Il Comitato non trarrà conclusioni dal comportamento di determinate imprese.

5. Il Comitato organizzerà scambi di punti di vista sulle attività svolte dai Punti di contatto nazionali allo scopo di migliorare l'efficacia delle *Linee guida*.

6. Nell'assicurare il buon funzionamento delle *Linee guida*, in conformità con le sue competenze, il Comitato dovrà tenere debitamente conto delle *Linee guida di procedura* riportate in allegato.

7. Il Comitato riferirà periodicamente al Consiglio sulle questioni contemplate dalle *Linee guida*. Nei suoi rapporti, il Comitato terrà conto dei rapporti dei Punti di contatto nazionali, dei punti di vista espressi dagli organi consultivi e, se del caso, dei punti di vista di altre organizzazioni non governative e dei Paesi che non hanno sottoscritto le *Linee guida*.

III. Riesame della Decisione

La presente Decisione sarà riesaminata periodicamente. Il Comitato presenterà proposte a tale scopo.

Linee guida di procedura

I. Punti di contatto nazionali

I Punti di contatto nazionali (PCN) hanno per missione di contribuire ad un'efficace attuazione delle *Linee guida*. I PCN funzioneranno in conformità con gli essenziali criteri di visibilità, accessibilità, trasparenza e responsabilità, allo scopo di raggiungere l'obiettivo di equivalenza funzionale.

A. Modalità istituzionali

In conformità con l'obiettivo di equivalenza funzionale, i Paesi che hanno sottoscritto le *Linee guida* hanno la più ampia libertà di organizzazione dei PCN, cercando il sostegno

attivo delle parti sociali, ambienti imprenditoriali ed organizzazioni sindacali, nonché delle altre parti interessate, tra le quali le organizzazioni non governative.

Di conseguenza, il PCN:

1. Può essere sia un alto funzionario sia un servizio dell'Amministrazione che faccia capo ad un alto funzionario. Il PCN può anche essere un organo di cooperazione che riunisce i rappresentanti di altri organismi pubblici. Anche i rappresentanti degli ambienti imprenditoriali, delle organizzazioni sindacali e delle altre parti interessate possono partecipare a tale organo.

2. Stabilirà e manterrà relazioni con i rappresentanti degli ambienti imprenditoriali, delle organizzazioni sindacali e delle altre parti interessate in grado di contribuire al buon funzionamento delle *Linee guida*.

B. Informazione e promozione

I Punti di contatto nazionali:

1. Faranno conoscere le *Linee guida* e le diffonderanno nelle lingue nazionali in modo adeguato, compresa l'informazione in rete. Se del caso, dovranno essere informati sulle *Linee guida* i potenziali investitori che desiderano investire nel Paese od all'estero.

2. Condurranno azioni di sensibilizzazione sulle *Linee guida*, cooperando, se del caso, con gli ambienti imprenditoriali, le organizzazioni sindacali, altre organizzazioni non governative e il pubblico interessato.

3. Risponderanno alle richieste d'informazioni sulle *Linee guida* formulate da:

- a - altri Punti di contatto nazionali;
- b - ambienti imprenditoriali, organizzazioni sindacali, altre organizzazioni non governative e dal pubblico;
- c - Governi di Paesi che non hanno sottoscritto le *Linee guida*.

C. Attuazione in circostanze specifiche

Il PCN contribuirà alla risoluzione di questioni che derivano dall'attuazione delle *Linee guida* in specifiche circostanze. Esso offrirà la possibilità di esaminare tali questioni e aiuterà gli ambienti imprenditoriali, le organizzazioni sindacali e le altre parti interessate a risolvere efficacemente e tempestivamente tali questioni, e in conformità con le leggi applicabili. Per tale assistenza, il Punto di contatto nazionale:

1. farà una prima valutazione sulla pertinenza delle questioni emerse per determinare se meritano di essere approfondite e risponderà alla parte o alle parti che le hanno fatte sorgere (attivate).

2. offrirà i suoi buoni uffici per aiutare le parti implicate a risolverle, qualora le questioni poste giustificino un esame approfondito. A tale fine, il PCN consulterà le parti interessate e, secondo i casi:

- a - solleciterà il parere delle Autorità competenti e/o dei rappresentanti degli ambienti imprenditoriali, delle organizzazioni sindacali, di altre organizzazioni non governative e di esperti;
- b - consulterà il Punto di contatto nazionale dell'altro Paese interessato o degli altri Paesi interessati;
- c - solleciterà il parere del CIME, nel caso di dubbi sull'interpretazione delle *Linee guida nella fattispecie (relativamente al caso concreto in esame)*;
- d - proporrà e, con l'accordo delle parti interessate, faciliterà l'accesso a mezzi consensuali ed a procedure non contenziose, quali la conciliazione o la mediazione, al fine di risolvere tali questioni.

3. Se le parti interessate non trovano un'intesa sulle questioni emerse, pubblicherà un comunicato ed eventualmente raccomandazioni concernenti l'attuazione delle *Linee guida*.

4.

a - Al fine di facilitare la risoluzione delle questioni insorte, prenderà le appropriate misure per proteggere i dati sensibili delle imprese ed altre informazioni.

Nel corso delle procedure di cui al paragrafo 2, sarà mantenuto il carattere confidenziale dei lavori. Al termine di tali procedure, se le parti interessate non hanno raggiunto un accordo su una risoluzione delle questioni emerse, saranno libere di esprimersi e di discutere di tali questioni. Tuttavia, le informazioni ed i pareri, presentati da una delle parti interessate durante i lavori, rimarranno confidenziali a meno che questa parte non accetti che siano divulgati.

b - Dopo consultazione delle parti interessate, renderà pubblici i risultati della procedura, sempre che non ritenga che il carattere confidenziale sia più propizio a favorire un'efficace applicazione delle *Linee guida*.

5. Riguardo a questioni che potrebbero emergere nei Paesi che non hanno sottoscritto le *Linee guida*, prenderà misure per migliorare la comprensione di tali questioni, e, se necessario e nella misura del possibile, seguirà la presente procedura.

D. Elaborazione dei rapporti

1. Ogni Punto di contatto farà ogni anno un rapporto al Comitato.

2. Il rapporto dovrà contenere informazioni sulla natura ed il risultato delle attività svolte dal Punto di contatto nazionale, comprese le attività di attuazione in specifiche circostanze.

II. Il Comitato degli investimenti internazionali e delle imprese multinazionali

1. Il Comitato adempirà le proprie competenze in modo efficace e tempestivo.

2. Il Comitato studierà le richieste di assistenza dei PCN nel quadro delle loro attività, specie in caso di dubbi sull'interpretazione delle *Linee guida* in particolari circostanze.

3. Il Comitato:

a - Studierà i rapporti dei PCN;

b - Esaminerà le richieste documentate di un Paese che ha sottoscritto le *Linee guida* o di un organo consultivo sulla questione di accertare se un PCN esercita o no le sue competenze per quanto riguarda la risoluzione delle questioni emerse in circostanze specifiche;

c - Prevederà di fornire chiarificazioni nei casi in cui un Paese che ha sottoscritto le *Linee guida* od un organo consultivo formulino una richiesta documentata concernente la pertinenza dell'interpretazione delle *Linee guida* data da un PCN in specifiche circostanze;

d - Se necessario, formulerà raccomandazioni per migliorare il funzionamento dei PCN e l'efficace attuazione delle *Linee guida*.

4. Il Comitato potrà sollecitare ed esaminare il parere di esperti su tutte le questioni contemplate dalle *Linee guida*. A tale fine, il Comitato prenderà decisioni sulle procedure da seguire.

Allegato 4

Norme delle Nazioni Unite sulla responsabilità delle imprese transnazionali e altre imprese in relazione ai diritti umani (ONU, 2003)

Preambolo

La Sottocommissione,

Tenendo a mente i principi e gli obblighi previsti dalla Carta delle Nazioni Unite, in particolare il preambolo e gli Articoli 1, 2, 55 e 56, aventi tra l'altro lo scopo di promuovere l'universale rispetto e osservanza dei diritti umani e delle libertà fondamentali,

Ricordando che la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani proclama un obiettivo comune da perseguire da parte di tutti i popoli e tutte le nazioni, nel senso che i Governi, altri organi della società e gli individui dovranno impegnarsi, mediante l'insegnamento e l'educazione, a promuovere il rispetto dei diritti umani e delle libertà e, con misure progressive, ad assicurare l'universale ed effettivo riconoscimento ed osservanza, inclusa l'uguaglianza di diritti tra donne e uomini e la promozione del progresso sociale e di migliori livelli di vita in una più ampia libertà,

Riconoscendo che anche se gli Stati hanno la responsabilità primaria di promuovere, garantire l'attuazione, rispettare, assicurare il rispetto e proteggere i diritti umani, le compagnie transnazionali ed altre imprese, in quanto organi della società, sono anch'esse responsabili della promozione e tutela dei diritti umani proclamati nella Dichiarazione Universale dei Diritti Umani,

Rendendosi conto che le compagnie transnazionali ed altre imprese, i loro funzionari e le persone che lavorano per loro hanno anche l'obbligo di rispettare responsabilità e norme generalmente riconosciute contenute in trattati delle Nazioni Unite ed in altri strumenti internazionali come: la Convenzione sulla Prevenzione e Punizione del Crimine di Genocidio; la Convenzione contro la Tortura ed Altri Trattamenti o Punizioni Crudeli, Inumani o Degradanti; la Convenzione sulla Schiavitù e la Convenzione Supplementare sull'Abolizione della Schiavitù, il Commercio degli Schiavi, e le Istituzioni e Pratiche Assimilabili alla Schiavitù; la Convenzione Internazionale sull'Eliminazione di Ogni Forma di Discriminazione Razziale; la Convenzione sull'Eliminazione di Ogni Forma di Discriminazione contro le Donne; il Patto Internazionale sui Diritti Economici, Sociali e Culturali; il Patto Internazionale sui Diritti Civili e Politici; la Convenzione sui Diritti dell'Infanzia; la Convenzione Internazionale sulla Protezione dei Diritti di Tutti i Lavoratori Migranti e i Loro Familiari; le quattro Convenzioni di Ginevra del 12 agosto 1949 e i due Protocolli Aggiuntivi per la protezione delle vittime di guerra; la Dichiarazione sul Diritto e la Responsabilità di Individui, Gruppi e Organi della Società di Promuovere e Proteggere i Diritti Umani e le Libertà Fondamentali Universalmente Riconosciuti; lo Statuto di Roma della Corte Penale Internazionale; la Convenzione delle Nazioni Unite contro il Crimine Organizzato Transnazionale; la Convenzione sulla Diversità Biologica; la Convenzione Internazionale sulla Responsabilità Civile per Danni da Inquinamento Petroliero; la Convenzione sulla Responsabilità Civile per Danni Risultanti da Attività Pericolose per l'Ambiente; la

Dichiarazione sul Diritto allo Sviluppo; la Dichiarazione di Rio su Ambiente e Sviluppo; il Piano di Attuazione del Vertice Mondiale sullo Sviluppo Sostenibile; la Dichiarazione del Millennio delle Nazioni Unite; la Dichiarazione Universale sul Genoma Umano e i Diritti Umani; il Codice Internazionale di Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno adottato dall'Assemblea Mondiale sulla Salute; i Criteri Etici per la Promozione dei Farmaci e la politica "Salute per Tutti nel Ventunesimo Secolo" dell'Organizzazione Mondiale della Sanità; la Convenzione dell'UNESCO contro la Discriminazione nell'Istruzione; convenzioni e raccomandazioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro; la Convenzione e il Protocollo sullo Status dei Rifugiati; la Carta Africana sui Diritti Umani e dei Popoli; la Convenzione Americana sui Diritti Umani; la Convenzione Europea per la Protezione dei Diritti Umani e delle Libertà Fondamentali; la Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea; la Convenzione dell'OCSE sulla Lotta alla Corruzione dei Pubblici Ufficiali Stranieri nelle Transazioni d'Affari Internazionali; e altri strumenti,

Prendendo in considerazione gli standard enunciati nella Dichiarazione Tripartita di Principi Riguardanti le Imprese Multinazionali e la Politica Sociale, e la Dichiarazione sui Principi Fondamentali e sui Diritti nel Lavoro dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro,

Essendo al corrente delle Linee Guida per le Imprese Multinazionali e del Comitato sull'Investimento Internazionale e le Imprese Multinazionali dell'OCSE,

Essendo altresì al corrente dell'iniziativa Global Compact (Concordato Globale) dell'Onu, che sfida i dirigenti imprenditoriali ad "abbracciare ed attuare" nove principi base relativi ai diritti umani, inclusi i diritti del lavoro e l'ambiente,

Consapevole del fatto che il Sottocomitato del Direttivo sulle Imprese Multinazionali e la Politica Sociale, il Comitato di Esperti sull'Applicazione degli Standard nonché il Comitato sulla Libertà di Associazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro hanno indicato per nome le imprese implicate in casi di inadempienza da parte degli Stati della Convenzione n° 87 riguardante la Libertà di Associazione e la Protezione del Diritto di Organizzazione e n° 88 riguardante l'Applicazione dei Principi del Diritto di Organizzazione e Contrattazione Collettiva, e cercando di integrare e sostenere i loro sforzi tesi ad incoraggiare le compagnie transnazionali ed altre imprese a proteggere i diritti umani,

Consapevole altresì del Commento alle Norme sulle responsabilità delle compagnie transnazionali ed altre imprese riguardo ai diritti umani, e trovandolo un'utile interpretazione ed elaborazione degli standard contenuti in dette Norme,

Prendendo nota di tendenze globali che hanno accresciuto l'influenza delle compagnie transnazionali ed altre imprese sulle economie della maggior parte dei paesi e nell'ambito delle relazioni economiche internazionali, e del crescente numero di altre imprese che operano al di là dei confini nazionali in una molteplicità di soluzioni applicative che producono attività economiche superiori alle capacità reali di qualsiasi sistema nazionale,

Osservando che le compagnie transnazionali ed altre imprese hanno la capacità di alimentare il benessere economico, lo sviluppo, il miglioramento tecnologico e la ricchezza,

ma anche la capacità di causare effetti dannosi sui diritti umani e le vite degli individui mediante le proprie pratiche ed operazioni aziendali di base, ivi incluse le pratiche di impiego, le politiche ambientali, le relazioni con i fornitori ed i consumatori, le interazioni con i Governi ed altre attività,

Osservando altresì che nuove problematiche e preoccupazioni relative ai diritti umani sorgono di continuo e che le compagnie transnazionali ed altre imprese sono spesso coinvolte in queste problematiche e preoccupazioni, sicché si richiedono ulteriori definizioni di standard e procedure di attuazione, oggi e in futuro,

Riconoscendo l'universalità, indivisibilità, interdipendenza ed interconnessione dei diritti umani, incluso il diritto allo sviluppo, che dà diritto ad ogni persona e a tutti i popoli di partecipare, contribuire e godere di uno sviluppo economico, sociale, culturale e politico in cui possano trovare piena attuazione tutti i diritti umani e le libertà fondamentali,

Riaffermando che le compagnie transnazionali ed altre imprese, i loro funzionari - comprendendovi i direttori, i membri dei consigli di amministrazione o gli amministratori delegati ed altri dirigenti - e le persone che per loro lavorano hanno, tra l'altro, obblighi e responsabilità² rispetto ai diritti umani e che queste norme relative ai diritti umani contribuiranno all'elaborazione ed allo sviluppo del diritto internazionale riguardante tali responsabilità ed obblighi,

Proclama solennemente queste Norme sulle Responsabilità delle Compagnie Transnazionali ed Altre Imprese Riguardo ai Diritti Umani e sollecita che si faccia ogni sforzo perché esse vengano generalmente conosciute e rispettate.

A. Obblighi generali

1. Gli Stati hanno la responsabilità primaria di promuovere, assicurare l'attuazione, rispettare, garantire il rispetto e proteggere i diritti umani riconosciuti dal diritto internazionale come da quello nazionale, compresa la responsabilità di assicurare che le compagnie transnazionali ed altre imprese rispettino i diritti umani. Entro le loro rispettive sfere di attività ed influenza, le compagnie transnazionali ed altre imprese hanno l'obbligo di promuovere, assicurare l'attuazione, rispettare, garantire il rispetto e proteggere i diritti umani riconosciuti dal diritto internazionale come da quello nazionale, inclusi i diritti e gli interessi delle popolazioni indigene e di altri gruppi vulnerabili.

B. Il diritto a pari opportunità e a trattamento non discriminatorio

2. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno assicurare uguaglianza di opportunità e trattamento, così come prevista dagli strumenti internazionali e dalla legislazione nazionale in materia e dal diritto internazionale relativo ai diritti umani, allo scopo di eliminare la discriminazione in base alla razza, al colore, al sesso, alla lingua, alla religione, all'opinione politica, all'origine nazionale o sociale, allo status sociale, alla condizione di indigeno, alla disabilità, all'età - tranne che per i bambini, cui può essere data maggior protezione - o altra condizione dell'individuo non collegata ai requisiti inerenti

all'esecuzione del lavoro, o allo scopo di ottemperare a misure speciali intese a superare una precedente discriminazione contro certi gruppi.

C. Il diritto alla sicurezza delle persone

3. Le compagnie transnazionali ed altre imprese non si impegneranno in né trarranno vantaggio da crimini di guerra, crimini contro l'umanità, genocidio, tortura, sparizione forzata, lavoro forzato o coatto, presa di ostaggi, esecuzioni extragiudiziali, sommarie o arbitrarie, altre violazioni del diritto umanitario ed altri crimini internazionali contro la persona umana come definiti dal diritto internazionale, in particolare le norme sui diritti umani e il diritto umanitario.

4. Le disposizioni in materia di sicurezza delle compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno osservare le norme internazionali sui diritti umani al pari delle leggi e degli standard professionali del paese o dei paesi in cui esse operano.

D. Diritti dei lavoratori

5. Le compagnie transnazionali ed altre imprese non faranno ricorso a lavoro forzato o coatto in quanto proibito dai relativi strumenti internazionali e dalla legislazione nazionale in materia nonché dalle norme internazionali sui diritti umani e il diritto umanitario.

6. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno rispettare i diritti dei bambini ad essere protetti dallo sfruttamento economico come proibito dai relativi strumenti internazionali e dalla legislazione nazionale in materia nonché dalle norme internazionali sui diritti umani e il diritto umanitario.

7. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno fornire un ambiente di lavoro sicuro e sano come stabilito dai relativi strumenti internazionali e dalla legislazione nazionale in materia nonché dalle norme internazionali sui diritti umani e il diritto umanitario.

8. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno offrire ai lavoratori una remunerazione che assicuri un adeguato livello di vita a loro e alle loro famiglie. Tale remunerazione dovrà tenere debito conto dei loro bisogni di adeguate condizioni di vita in prospettiva di un progressivo miglioramento.

9. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno garantire libertà di associazione ed effettivo riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva proteggendo il diritto di costituire e, con il solo vincolo delle regole dell'organizzazione interessata, aderire a un'organizzazione di loro scelta senza distinzione, previa autorizzazione, o interferenza, per la tutela dei propri interessi occupazionali e per altri fini di contrattazione collettiva come previsti dalla legislazione nazionale e dalle pertinenti convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro.

E. Rispetto della sovranità nazionale e dei diritti umani

10. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno riconoscere e rispettare le norme applicabili del diritto internazionale, le leggi e i regolamenti nazionali, nonché le pratiche amministrative consuetudinarie, il principio di legalità, l'interesse pubblico, gli obiettivi di sviluppo, le politiche sociali, economiche e culturali, compresa la trasparenza, la responsabilità legale e il divieto di corruzione, e l'autorità, dei paesi in cui le imprese operano.

11. Le compagnie transnazionali ed altre imprese non dovranno offrire, promettere, dare, accettare, condonare, beneficiare consapevolmente di, od esigere donazioni a fini corruttivi o altri vantaggi impropri, né si dovrà da loro sollecitare od attendere donazioni a fini corruttivi o altri vantaggi impropri a beneficio di qualsivoglia Governo, pubblico ufficiale, candidato a cariche elettive, membro delle forze armate o di sicurezza, o altri individui od organizzazioni. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno astenersi da qualsiasi attività che sostenga, solleciti od incoraggi gli Stati o ogni altro ente a commettere abusi dei diritti umani. Inoltre esse dovranno fare ogni sforzo per assicurare che i beni e i servizi che forniscono non siano usati per abusi dei diritti umani.

12. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno rispettare i diritti economici, sociali e culturali al pari dei diritti civili e politici e contribuire alla loro realizzazione, in particolare il diritto allo sviluppo, a cibo ed acqua potabile adeguati, al più alto livello raggiungibile di salute fisica e mentale, ad alloggio adeguato, alla riservatezza personale, all'istruzione, alla libertà di pensiero, di coscienza, di religione, alla libertà di opinione ed espressione, e dovranno astenersi da azioni che ostacolino od impediscano la realizzazione di quei diritti.

F. Obblighi riguardanti la tutela dei consumatori

13. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno agire in conformità ad eque pratiche aziendali, di commercializzazione e pubblicitarie, e fare tutti i passi necessari per assicurare la sicurezza e la qualità dei beni e dei servizi che forniscono, ivi compresa l'osservanza del principio di precauzione. Né produrranno, distribuiranno, commercializzeranno o pubblicheranno prodotti dannosi o potenzialmente dannosi per i consumatori.

G. Obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente

14. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno realizzare le loro attività in conformità alle leggi, ai regolamenti, alle pratiche amministrative ed alle politiche nazionali relative alla conservazione dell'ambiente proprie dei paesi in cui esse operano, così come in conformità ai relativi accordi, principi, obiettivi, responsabilità e standard internazionali riguardo l'ambiente e i diritti umani, la salute e la sicurezza pubblica, la bioetica e il principio di precauzione, e in generale dovranno condurre le loro attività in un modo che contribuisca al più ampio obiettivo di uno sviluppo sostenibile.

H. Misure generali di attuazione

15. Come passo iniziale verso l'attuazione di queste Norme, ciascuna compagnia transnazionale o altra impresa dovrà adottare, diffondere e dare attuazione a regole operative interne conformi alle Norme. Inoltre, dovrà periodicamente far rapporto in materia e prendere altre misure per la piena attuazione delle Norme e almeno provvedere alla pronta attuazione delle misure di protezione enunciate nelle Norme. Ciascuna compagnia transnazionale o altra impresa dovrà applicare ed incorporare queste Norme nei propri contratti o altri accordi e relazioni con appaltanti, subappaltanti, fornitori, concessionari, distributori o altre persone fisiche o giuridiche che entrino in qualsiasi accordo con la

compagnia transnazionale o altra impresa, al fine di garantire il rispetto e l'attuazione delle Norme.

16. Le compagnie transnazionali ed altre imprese saranno soggette a monitoraggio e verifica periodica da parte delle Nazioni Unite, altri organismi internazionali e nazionali già esistenti o ancora da creare, riguardo all'applicazione delle Norme. Tale monitoraggio sarà trasparente ed indipendente e prenderà in considerazione elementi forniti dalle parti interessate (comprese le organizzazioni non governative) ed elementi risultanti da denunce di violazioni di queste Norme. Inoltre, le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno portare avanti periodiche valutazioni dell'impatto delle proprie attività sui diritti umani secondo queste Norme.

17. Gli Stati dovrebbero costruire e rafforzare il necessario quadro legale ed amministrativo che garantisca l'attuazione delle Norme e delle altre leggi nazionali ed internazionali in materia da parte delle compagnie transnazionali ed altre imprese.

18. Le compagnie transnazionali ed altre imprese dovranno offrire sollecita, effettiva ed adeguata riparazione a quelle persone, entità e comunità che siano state negativamente colpite dall'inadempienza di queste Norme, mediante, tra le altre cose, riparazioni, restituzione, indennizzo e riabilitazione per qualsiasi danno procurato o proprietà sottratta. In relazione alla determinazione dei danni per quanto riguarda sanzioni penali, e sotto ogni altro riguardo, queste Norme verranno applicate da corti nazionali e/o tribunali internazionali, secondo quanto previsto dal diritto nazionale ed internazionale.

19. Nulla in queste Norme potrà essere interpretato nel senso di diminuire, restringere o negativamente influenzare gli obblighi degli Stati in tema di diritti umani previsti dal diritto nazionale ed internazionale, né potranno le Norme essere interpretate nel senso di diminuire, restringere o negativamente influenzare norme più protettive dei diritti umani, né potranno essere interpretate nel senso di diminuire, restringere o negativamente influenzare altri obblighi o responsabilità delle compagnie transnazionali ed altre imprese in campi diversi da quello dei diritti umani.

I. Definizioni

20. Il termine "compagnia transnazionale" si riferisce ad un'entità economica operante in più di un paese o a un raggruppamento di entità economiche operanti in due o più paesi - quale che sia la loro forma legale, sia nel paese d'origine sia nel paese in cui si svolge l'attività, e sia che le si consideri individualmente o collettivamente.

21. L'espressione "altra impresa" include qualsiasi entità imprenditoriale, senza riguardo alla natura internazionale o interna delle sue attività, e può comprendere una compagnia transnazionale, un appaltante, subappaltante, fornitore, concessionario o distributore; include la struttura azionaria, di partecipazione in nome collettivo o altra forma legale usata nell'atto costitutivo; e la natura dell'assetto proprietario. Queste Norme dovranno essere ritenute applicabili, nella pratica, quando l'impresa ha una qualche relazione d'affari con una compagnia transnazionale, quando l'impatto delle sue attività non è interamente locale, o quando le attività comportino violazioni del diritto alla sicurezza come indicato nei paragrafi 3 e 4.

22. Il termine "parte interessata" comprende gli azionisti, altri proprietari, i lavoratori e i loro rappresentanti, come pure qualsiasi altro individuo o gruppo che sia toccato dalle attività delle compagnie transnazionali o altre imprese. Il termine "parte interessata" andrà

interpretato funzionalmente alla luce degli obiettivi di queste Norme e comprenderà parti interessate indirette quando i loro interessi sono o saranno sostanzialmente toccati dalle attività della compagnia transnazionale o altra impresa. In aggiunta alle parti direttamente toccate dalle attività delle imprese, gli interessati possono comprendere parti che sono indirettamente toccate dalle attività delle compagnie transnazionali o altre imprese come gruppi di consumatori, clienti, Governi, comunità di quartiere, popoli e comunità indigene, organizzazioni non governative, istituti di credito pubblici e privati, fornitori, associazioni professionali, ed altre.

23. Le espressioni "diritti umani" e "diritti umani internazionali" comprendono i diritti civili, culturali, economici, politici e sociali come sono enunciati nel Manifesto Internazionale dei Diritti Umani e in altri trattati sui diritti umani, nonché il diritto allo sviluppo e i diritti riconosciuti dal diritto umanitario internazionale, dal diritto internazionale dei rifugiati, dal diritto internazionale del lavoro, e da altri strumenti pertinenti adottati nell'ambito delle Nazioni Unite.

Responsabilità Sociale e Codici di Condotta: due vie per porre oggi sul tappeto lo stesso problema, due strade già percorribili ma ancora in costruzione. La nuova attenzione posta sulla Responsabilità Sociale nelle imprese produttive e dei servizi nel momento di decollo della globalizzazione va a riguardare anche il cosiddetto Terzo Settore con la messa a punto di strumenti più pertinenti ad organizzazioni che hanno nella missione sociale la ragione stessa della loro esistenza.

La RS investe il mondo della finanza con un rinforzo della finanza etica, dei fondi etici di investimento, del Social Banking. Le banche sono valutate anche in base al loro impegno sul piano sociale e sono operanti agenzie di rating per la valutazione del miglior rendimento dei fondi d'investimento sociale. Siamo di fronte ad una realtà nuova che può avere un notevole impatto sull'orientamento del risparmio e sulla globalizzazione degli investimenti.

Nelle professioni emergenti ha già un posto di rilievo il RS Manager con ruoli davvero impegnativi di "sensore del cambiamento sociale" e "fautore di dialogo con gli stakeholders". È in discussione la qualità della sua formazione, tecnica ed economica o piuttosto umanistica e sociale, ed è prevista la creazione di una rete informatica, il CSR Manager Network, come potenziale ponte con gli operatori in Europa e nel mondo. La RS sta mettendo ora le sue radici globali.

Giovanna Franca Dalla Costa, insegna Microfinanza e Sviluppo presso la Facoltà di Psicologia dell'Università di Padova, Sociologia Generale nel Corso di Laurea Interfacoltà in Cooperazione allo Sviluppo e nel Master in Psicologia dell'Emergenza, Management Psicologico degli Eventi Stressanti e Catastrofici. È docente di Sociologia del lavoro nel Corso a distanza Nettuno. Autrice di pubblicazioni tradotte in varie lingue. Tra queste, F. Zamperetti, G.F. Dalla Costa (2006), *Microcredito, Donne e Sviluppo. Il caso dell'Eritrea*, Cleup (ediz. inglese Africa World Press). A. Antonino, G.F. Dalla Costa, (2007), *Il microcredito nelle emergenze. Il caso della Palestina* (Cleup). G.F. Dalla Costa, A. Trivellato (2007), a cura di, *Microcredito e crisi. La trasposizione del modello Grameen Bank in Argentina. La rete delle repliche*, Cleup. G.F. Dalla Costa, S. Nardo, M. Menini (2007), *Le zone franche nella globalizzazione. Definizioni, tipologie, percorsi di sviluppo*, Cleup. M. Dalla Costa, G.F. Dalla Costa, a cura di (1996), *Donne, Sviluppo, e Lavoro di riproduzione. Questioni delle lotte e dei Movimenti* (Franco Angeli).

Luana Aquario, psicologa, laureata presso la Facoltà di Psicologia dell'Università degli Studi di Padova. Attiva nelle Associazioni di volontariato. Ha fatto esperienza nel campo della cooperazione internazionale nell'ambito del servizio civile nazionale. È cultrice della materia e tutor on-line per l'insegnamento di Sociologia del Lavoro nel Corso di Laurea a distanza "Discipline della ricerca psicologico-sociale" (Nettuno).

SISTEMA BIBLIOTECARIO - COMUNE DI PADOVA



000173498

ISBN 978-88-6129-087-7



9 788861 290877

€ 15,00