



RESPONSABILITA' SOCIALE DELL'IMPRESA E GOVERNANCE DEL TERRITORIO

Intervengono: - Guido Lazzarini
- Gianni Paciariello
- Piero Giammarco
- Elisa Allasia



Affermazione della sensibilità etica

Un'analisi sociologica

di Guido Lazzarini

FATTORI CHE SONO ALLA BASE DELLA SENSIBILITÀ ETICA

Negli ultimi decenni si è affermata la consapevolezza del rischio di una possibile catastrofe ecologica.

- inquinamento
- buco nell'ozono
- piogge acide
- ecc... sono indicatori dell'aggravarsi del rischio

L'intervento è diviso in tre sezioni

SEZIONE A.

Affermazione della sensibilità etica

A LIVELLO INDIVIDUALE

1. Attenzione negli acquisti:

- Attenzione all'etichetta sui contenuti organolettici dei prodotti, alla scadenza, ecc....

2. Promuovere le imprese virtuose (RSI) e quante hanno una certificazione etica e boicottare quelle che non tengono presente i requisiti della responsabilità sociale.

3. Assunzione di responsabilità:

- Nei confronti della raccolta differenziata dei rifiuti
- Nei confronti degli acquisti di auto e/o apparecchiature a basso impatto ambientale.

Affermazione della sensibilità etica

A LIVELLO COLLETTIVO

Sono stati promulgati diversi rapporti sullo sviluppo sostenibile:

- Il concetto di “sviluppo sostenibile” nasce alla conferenza delle Nazioni Unite per l’ambiente (Stoccolma – 16 Giugno del 1972) e diventa popolare negli anni Ottanta con la pubblicazione del **rapporto Brundtland o *Our Common Future***.
- Il **rapporto Brundtland** intende lo sviluppo sostenibile come:

“un processo di cambiamento in cui lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, l’orientamento dello sviluppo tecnologico e i mutamenti istituzionali siano tutti in armonia e contribuiscano ad accrescere le possibilità attuali e future di soddisfare i bisogni e le aspirazioni umanitarie”

- La **Commissione Brundtland** propone una politica mondiale per lo sviluppo sostenibile sia dal punto di vista ecologico che sociale.
- **La conferenza di Rio de Janeiro** tenutasi nel giugno del 1992, oltre a fare propri i principi della precedente Dichiarazione di Stoccolma riconosce la necessaria compatibilità tra lo sviluppo economico-sociale e culturale della popolazione e la tutela dell'ambiente.
- Frutto della Conferenza è invece **l'Agenda 21**, un programma internazionale per lo sviluppo globalmente sostenibile. In esso si propone: l'armonizzazione delle varie politiche in materia economica, sociale ed ambientale, responsabilizzando lo sviluppo economico in modo compatibile con la protezione delle risorse naturali nell'interesse delle generazioni future.

- La **Commissione Brundtland** sostiene che i cambiamenti demografici possono alzare la pressione delle risorse e rallentare il miglioramento dei livelli di vita. Lo sviluppo sostenibile può essere attuabile se il numero degli abitanti di un paese e l'incremento demografico sono in armonia con la produttività dell'ecosistema.
- Una grave minaccia alla sostenibilità è rappresentata dall'industria e dall'agricoltura: nel momento in cui un'azienda dissipa una risorsa ambientale senza prezzo determina un costo per la società esterna.
- Questo fenomeno, noto con il nome di esternalità, mostra come l'azione di un cittadino o di una singola impresa incide sul benessere degli altri senza che questi soggetti prendano in considerazione quanto provocato.

**PERCHÉ SI PUÒ AFFERMARE CHE
SI TRATTA
DI COMPORTAMENTI ETICI?**

*Sono comportamenti e / o indicazioni
di comportamenti, perché hanno
contenuti di “responsabilità” verso le
generazioni future.*

SEZIONE D.

Che cos'è l'etica?

Alcune precisazioni

ETICA = SCIENZA DELL'ETHOS

- Ethos = costume di un popolo, modo di sentire comune comunemente espresso nelle leggi della polis
- È una forma di riflessione sistematica base alla quale un comportamento è valutato buono o cattivo.
- Nella società complessa tanti sono gli orientamenti valoriali e possono concretizzarsi in un dualismo etico.

1. ETICA DELLA CONVINZIONE

- Fa riferimento a principi assoluti a prescindere dalle conseguenze.
- Origina il fondamentalismo e l'intolleranza verso chiunque non ne condivida i principi

2. ETICA DELLA RESPONSABILITÀ

- Ha attenzione alle conseguenze delle proprie azioni.
- L'uomo è parte integrante della terra, pertanto ha la mission di responsabilità verso:
 - L'intero sistema ecologico
 - Le generazioni presenti
 - Le generazioni future
- È l'unico essere vivente capace di intendere e volere.

DA QUI L'IMPEGNO:

- Per lo sviluppo sostenibile
- Per la responsabilità sociale delle imprese
- Per la governance del territorio secondo i principi della sussidiarietà

Sezione C:

- Verso una nuova società
- Verso una nuova cultura

Ora prendiamo in considerazione alcune realtà che saranno analizzate successivamente :

a) Ambiente di lavoro.

b) Attenzione all'utente o consumatore.

c) Attenzione al territorio.

a) Ambiente di lavoro.

Si è consapevoli che il passaggio dalla produzione di massa alla produzione di qualità dipende dal lavoratore e ciò avviene nella misura in cui in azienda vi è un clima favorevole orientato da valori etici che revisionano gli orientamenti di tipo neo-laburisti che prescindono da limiti restrittivi :

Fino a metà degli anni '70

➤ **L'IMPRESA**

- Produrre profitto
 - Concorrere allo sviluppo del paese senza vincoli
 - Introdurre un Welfare aziendale(es. abitazioni per i dipendenti, colonie estive per i figli).
 - Avere attenzione ad progresso e sviluppo quasi intesi senza alcun limite.

➤ **IL MANAGEMENT**

- Ottenere il massimo dalla produzione
- Limitarsi a pensare e progettare quanto il lavoratore doveva eseguire

Dagli anni '70 in avanti

si assume il modello giapponese della qualità totale

- Non più “Catena” di montaggio, ma “Isole” di montaggio
 - Ciascuna isola è cliente rispetto alla precedente
 - E quindi controlla il prodotto della precedente
 - E ciò innesca il processo della qualità totale
- Non si fa magazzino
- L'impresa impara dai propri errori
- Il potere non nelle sole mani del management, ma distribuito (*empowerment*)
- Negli ultimi anni, centralità della persona (che risponde alla nuova sensibilità etica)
 - Si afferma una nuova organizzazione in continua evoluzione e diviene molto importante la relazioni verso gli stakeholders, interni ed esterni

b) Attenzione all'utente e/o consumatore.

Si afferma da parte delle aziende:

- Certificazione di qualità
- Certificazione etica
- Assunzione di responsabilità sociale (R.S.I.)
- Sostenibilità dell'ambiente
- Attenzione all'asset intangibile dell'azienda

ALCUNE PRECISAZIONI SULL'ASSET INTANGIBILE:

- A. *Patrimonio umano*: è un bene incorporato nella persona.
- B. *Patrimonio organizzativo*: processi produttivi acquisiti e sedimentati.
- C. *Patrimonio relazionale*: relazioni di fiducia tra stakeholders

A) IL PATRIMONIO UMANO CONSISTE NELLE CAPACITA' E COMPETENZE DEI LAVORATORI:

- Intelligenza
- Affidabilità
- Creatività
- Prontezza
- Manualità
- Propensione all'impegno
- Attitudine alla collaborazione

B) IL PATRIMONIO ORGANIZZATIVO CONSISTE:

- Tecnologie di cui l'azienda dispone
- Metodologie adottate per lo sviluppo
- Processi e Metodi di valutazione
- Struttura finanziaria
- Patrimonio informativo e sistemi di comunicazione
- Invenzioni e brevetti

C) IL PATRIMONIO RELAZIONALE CONSISTE:

- Relazioni instaurate con gli stakeholder interni ed esterni e precisamente:
 - Grado di fiducia presente in un'organizzazione
 - Condivisione di cultura e valori
 - Cooperazione
 - Capacità di rispondere alle aspettative di clienti e personale.

ORMAI SI HA LA CONVINZIONE CHE LE AZIENDE VINCENTI SIANO QUELLE CHE PRODUCONO INNOVAZIONE SE:

- Creano una cultura di ricerca e conoscenza i cui prerequisiti sono:
 - La persona occupa una posizione centrale nella considerazione del management.
 - Si reputa “talento da valorizzare” la conoscenza esplicita e la conoscenza tacita di ognuno.
 - Si dà valore a:
 - Senso di appartenenza all’azienda
 - Corresponsabilità
 - Cooperazione e responsabilità etica verso stakeholders interni ed esterni.

RUOLO DEL MANAGEMENT PER UNA ORGANIZZAZIONE DI SUCCESSO


➤ Promuovere:

- Buona *qualità* delle *relazioni* e della comunicazione
- Soddisfazione di quanti vi operano (aiutare il lavoratore ad identificarsi nel suo lavoro)
- Formazione permanente
- Ascolto delle buone ragioni di ogni stakeholder (ognuno può avere cose interessanti da dire).
- Saper motivare e rimotivare i collaboratori.
- Corresponsabilità (empowerment)

c) Governance del territorio

Si è consapevoli del degrado ambientale, erosione del suolo, cementificazione, ecc. per cui sono necessari controlli più rigorosi.

- Il territorio è un sistema in cui ogni singolo è attore di tipo economico sociale e culturale, è risorsa, in quanto aumenta le capacità del territorio e cliente, perché interviene nella dinamica sistemica che si sviluppa sulla base di alcune capacità.
- Il territorio come sistema vitale è da intendere come entità attiva, organizzazione complessa, realtà che presiede allo svolgimento della vita sociale, civile ed economica degli individui che ne fanno parte.

- 
- Negli ultimi decenni si sta affermando l'educazione ambientale che ha lo scopo di promuovere comportamenti orientati al benessere globale.
 - I valori trasmessi a livello educativo sono: Responsabilità, conoscenza, consapevolezza, coerenza e azione diretta e allo sviluppo sostenibile del territorio



➤ Lo sviluppo sostenibile del territorio esige che siano rispettati alcuni principi fondamentali:

- Principio di sostituzione: poter sostituire le risorse non rinnovabili con quelle rinnovabili
- Principio delle risorse rare: consiste nel sostituire, dove è possibile, risorse scarse con risorse abbondanti.
- Principio del minimo peso: a parità di condizioni, preferire materiali leggeri rispetto a quelli pesanti.
- Principio del riciclo: impiego di risorse riciclate.
- Principio dell'ottimo uso: utilizza risorse strategiche.



RESPONSABILITA' SOCIALE DELL'IMPRESA E GOVERNANCE DEL TERRITORIO

Intervento di Elisa ALLASIA



DOMANDE ALLA BASE DELL'ANALISI:

Perché l'impresa deve seguire i principi etici?

Perché darsi principi di responsabilità?

- Finalità dell'impresa, in qualunque settore si trovi, è la produzione di beni e servizi al fine di ricavare utili.
- Compatibilità tra massimizzazione del profitto e rispetto delle norme etiche



RESPONSABILITA' SOCIALE DELL' AZIENDA

LA RESPONSABILITA' SOCIALE DELL'AZIENDA

- non comporta l'abbandono delle finalità istituzionali dell'impresa ma impone di assumersi la responsabilità dell'impatto ambientale delle proprie scelte.
- e ciò non si scontra con gli interessi dell'azienda, anzi, col tempo, ne deriveranno notevoli vantaggi



I comportamenti etici possono influenzare:

- in maniera negativa il profitto considerando il breve periodo.
- In maniera positiva il profitto nel lungo periodo poiché permette il suo ottenimento costante

LA SENSIBILITA' ETICA

(riprendo il discorso di chi mi ha preceduta)

- Sensibilità dei consumatori verso il carattere immateriale del prodotto.
- Sensibilità verso la “tracciabilità storica” della catena dei processi

IMPEGNO ETICO DELL'AZIENDA

- Sviluppo sostenibile a livello globale e locale.
- Agire secondo principi etici significa aumentare il grado di fiducia dei consumatori verso scelte di prodotti e servizi in base all'immagine che l'impresa offre di sé.

DA UNA RESPONSABILITA' INDIVIDUALE AD UNA COLLETTIVA DELL'AZIENDA


- **Affermare un percorso condiviso di costruzione, dove le giuste istanze economiche vanno coniugate con le attenzioni sociali e ambientali nell'ottica di uno sviluppo sostenibile**
- **Introdurre nel proprio agire nuovi strumenti per esprimere l'impegno etico**

STRUMENTI UTILIZZATI DALLE AZIENDE

- *Codici etici*: complesso di norme che disciplina un'organizzazione, un'impresa e rappresenta lo strumento per eccellenza nell'attuazione di politiche di direzione aziendale nel contesto sociale. Quando i codici etici sono interiorizzati dai lavoratori dell'impresa, la sua immagine ne esce rafforzata.

Alcuni esempi:

Mark Stuart, Presidente del gruppo Shell, afferma
“ogni attività imprenditoriale non soltanto
può ma deve essere
intrapresa avendo in mente i valori
paralleli che deve generale, etici,
moralì, di integrità e di rispetto delle
persone”.

- 
- *Bilancio sociale*: strumento che permette alle imprese di essere trasparenti verso il proprio pubblico di riferimento e, descrivendo le proprie finalità, manifesta i valori etici cui si ispira.
 - Il bilancio sociale deve riferirsi a determinati fattori sociali: norme di salute e sicurezza sul lavoro, rispetto dei principali diritti umani, tutela dell'ambiente, trasparenza dell'informazione aziendale, sicurezza del prodotto e salute della società.

ELEMENTI DI DEBOLEZZA DEGLI STRUMENTI

- Difficoltà per il consumatore: capire se un'impresa si comporta realmente in modo responsabile.
- Mancanza di trasparenza e di verifiche da parte di aziende terze che possono controllare la veridicità dell'etichetta

Responsabilità Sociale d'Impresa

RSI e Beni intangibili

Piero Giammarco

Torino 20/06/2012

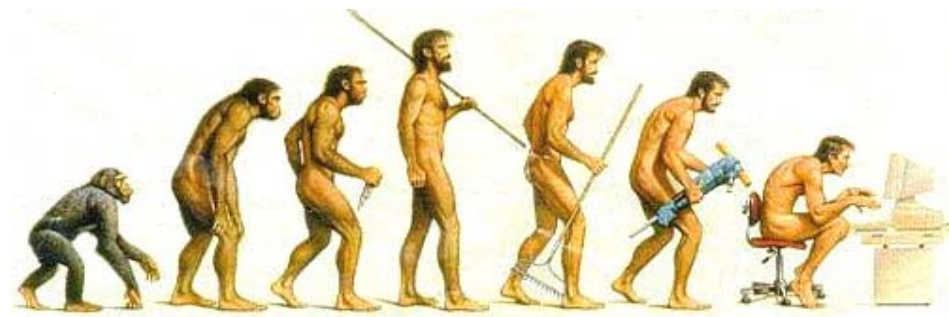
R.S.I. o C.S.R.

Non esiste una definizione univoca per esplicitare l'acronimo.

In sintesi estrema può definirsi come un insieme di politiche che consentono di minimizzare l'impatto negativo delle attività di un'organizzazione sulla società, massimizzandone, nel contempo, l'impatto positivo



Storia



- 1993** Il Presidente della Commissione Europea Jacques Delors lancia un appello alle imprese affinché contribuiscano alla lotta contro l'esclusione sociale e a favore dello sviluppo.
- 2000** Vertice di Lisbona il Consiglio Europeo fa un appello molto preciso al "senso di responsabilità delle imprese".
- 2001** la Commissione Europea pubblica il Libro Verde sulla Responsabilità Sociale delle Imprese

Ma, ancora Prima

22 Dicembre 1947 - Costituzione Italiana - art. 41

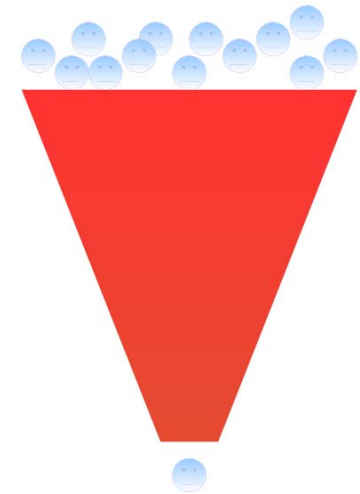
"L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali."



UE e RSI: Due Definizioni

2001 – *«integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate».*

2011 – *«La responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società»*



Standard, Certificazioni e Linee Guida

- Lo standard SA 8000
- Lo standard AA1000
- Lo standard ISO 26000



Gli Asset Intangibili

Sono gli asset che in maniera sempre più determinante concorrono a creare il valore generato dall'impresa.



La loro immaterialità è data dal fatto che non sono asset fisici, che sono tangibili (come le materie prime e i capitali), e che perciò non trovano (o trovano in minima parte) misurazione e contabilizzazione nel bilancio civilistico.

Capitale Relazionale

Si riferisce al valore del complesso di relazioni tra un'Azienda e i suoi interlocutori:

- Interni (dipendenti - manager)
- Esterni (clienti, consumatori, fornitori, partner commerciali)



Capitale Umano

E' il sapere insito nelle persone che fanno parte dell'organizzazione, include:

- Competenze
- Esperienze
- Qualità personali



E' fortemente condizionata da Clima e Cultura

Capitale Organizzativo

Rappresenta l'infrastruttura che consente al capitale umano di esprimere il suo potenziale.

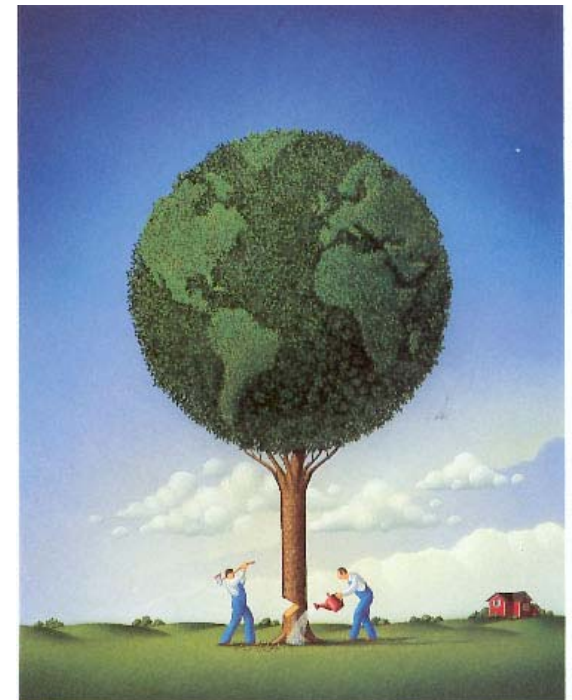
Valori aziendali, filosofia manageriale, cultura aziendale, processi gestionali, policies, modelli organizzativi, sistemi informativi e strategie sono tutti elementi che distinguono un'azienda da un'altra.

Oltre a ciò, il Know-How, è uno dei principali elementi su cui si basa.

Il punto di congiunzione 1/2

LA COERENZA DEI COMPORAMENTI

La coerenza nell'agito ha effetto sulla popolazione aziendale, sui clienti e sugli stakeholder in genere.



Il punto di congiunzione 2/2

L'R.S.I. contiene elementi che condizionano tutti e tre gli asset intangibili:

- Mutano a seconda delle circostanze, del tempo, delle culture e delle situazioni ma, esiste un set di minima che comprende responsabilità, integrità, onestà, lealtà, fiducia e impegno
- Un conflitto è, solitamente, generato dalla mancanza di uno di questi

Capitale Umano e RSI

ISO 26000 e SA 8000 hanno intere sezioni dedicate alla gestione del capitale umano.



Far parte di un gruppo che investe nella società in cui si vive ha un forte impatto sul senso di appartenenza e sulla motivazione.

La predisposizione al dialogo e alla contrattazione determinerà un basso livello di conflittualità.

Il richiamo alla trasparenza mantiene bassa l'ambiguità

Capitale Organizzativo e RSI

La Cultura e i Valori di un'organizzazione vengono verificati sui temi dell'eticità e della correttezza, temi propri dell'R.S.I.

Il Know-How e l'intera struttura del Knowledge Management si basano sul reciproco riconoscimento di valore.



Capitale Relazionale e RSI

E' l'asset più coinvolto dalle tematiche della Responsabilità Sociale d'Impresa.

Il suo obiettivo è infatti quello di gestire e potenziare le relazioni con tutti gli stakeholder sia interni sia esterni.



Lo strumento principale è da identificarsi nella comunicazione e il richiamo alla trasparenza, anche in questo caso riduce l'ambiguità, che, condizionando la fiducia, è la nemesis della comunicazione.

Marchi, Immagine e R.S.I.

L'impegno “etico” di un'impresa è entrato direttamente nella cosiddetta catena del valore prospettando così l'utilizzo di nuovi percorsi e leve competitive coerenti con uno “sviluppo sostenibile” per la collettività.

L'immagine di un'azienda si rifletterà sul valore percepito dei suoi prodotti come hanno dimostrato Nestlè, Del Monte, Nike, McDonald, Omsa, Monsanto...

Effetti della Globalizzazione 1/2

La globalizzazione mette a confronto il costo del
lavoro



MA ANCHE

i modi di condurre
le organizzazioni

E SOPRATTUTTO

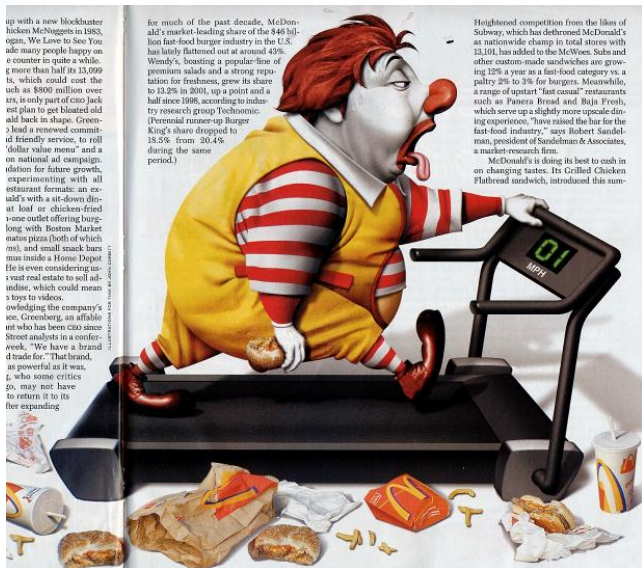
i comportamenti morali
e

IMMORALI delle aziende



Effetti della Globalizzazione 2/2

E in un mondo così connesso non è facile nascondersi.



La Reputazione

La Reputazione sta all'immagine come il cultura sta al clima.



Responsabile Etico

Figura professionale predisposta per attuare, monitorare e diffondere il rispetto e la conformità al Codice Etico.

Risponde a quesiti o segnalazioni da parte dei collaboratori d'azienda.

Ha la responsabilità operativa del programma etico aziendale, riporta all'Amministratore Delegato e al C.d.A.



Far parte di un gruppo

I membri di una famiglia, di un gruppo o di una comunità instaurano relazioni e rapporti che si basano sulla fiducia e sul rispetto reciproco.

Ognuno contribuisce, per le sue potenzialità, alla crescita del gruppo in cui si trova.



Chi fa parte di un'organizzazione fa anche parte della società in cui l'organizzazione si trova.

Rischi


L'RSI può diventare qualcosa che si mette in atto solo per compiacere cittadini e stakeholders ricevendone in cambio un buon ritorno di immagine.

Approcci communication-oriented, talvolta di puro green & social washing, in cui si celano necessità di comunicazione, non solo dell'impresa, ma anche di portatori di interesse che svolgono servizi alle aziende, anche nel giornalismo e nelle relazioni pubbliche.



Domande?



A close-up photograph of four hands of different skin tones clasped together in a circle, resting on a background of green grass. The hands are positioned in a way that suggests unity and support.

" Una vita sociale sana si trova soltanto, quando nello specchio di ogni anima la comunità intera trova il suo riflesso, e quando nella comunità intera le virtù di ognuno vivono".

Rudolf Steiner