

CR&M

Global Compact



L'orientamento alla CSR delle imprese italiane

a cura di **ALESSIA SABBATINO**

Alessia Sabbatino, direttore PONDACA e responsabile Segreteria tecnica Global Compact Network Italia



È convinzione diffusa che, sebbene nell'ultimo decennio la cittadinanza d'impresa sia stata una tematica ampiamente dibattuta tra accademici ed esperti, ancora non esiste un bagaglio di conoscenze teoriche condivise sull'argomento. Tantomeno dalle ricerche empiriche prodotte in Italia negli ultimi anni emerge un quadro chiaro e definito del modo in cui le imprese interpretano il loro ruolo di soggetti attivi nel sistema

di governance allargato che sempre più evidentemente va a delinarsi nel tempo. Ciò nondimeno, si moltiplicano le iniziative di promozione volontaria della responsabilità sociale delle imprese, e il **Global Compact** rappresenta, ad oggi, una delle espressioni più interessanti.

Si tratta, in breve, di un'iniziativa internazionale di corporate citizenship promossa a partire dal 1999 dalle **Nazioni Unite**, che unisce oltre 6.900 tra imprese, agenzie internazionali, associazioni dei lavoratori e della società civile appartenenti a 135 Paesi con lo scopo di promuovere su scala globale la cultura della cittadinanza d'impresa.

L'idea di fondo è che le imprese che hanno una visione strategica di lungo periodo orientata alla responsabilità sociale, all'innovazione e all'accountability possono contribuire a una nuova fase della globa-

lizzazione caratterizzata da sostenibilità, cooperazione internazionale, partnership in una prospettiva multistakeholder con impatti positivi sulle persone presenti nell'impresa, su tutte le fasi della supply chain e della catena del valore, sulla società.

In concreto, le imprese aderenti a questo network multi-stakeholder si impegnano a integrare nelle loro politiche, strategie e attività dieci principi relativi a diritti umani, diritti del lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.

Il Global Compact in Italia

In Italia il network locale si è costituito dal 2001, allorché l'organizzazione civica **Cittadinanzattiva** - da anni impegnata sul tema della cittadinanza d'impresa - si propose, su richiesta dell'Ufficio del **Global Compact di New York**, per funge-

re da piattaforma nazionale del **Global Compact italiano**. Dal 2003 il coordinamento del network è stato gestito dall'ILO nell'ambito del più ampio progetto "Sviluppo sostenibile attraverso il Global Compact" finanziato dal Ministero degli Affari esteri - Direzione generale cooperazione allo sviluppo. Attualmente, il **Global Compact Network Italia** conta duecento partecipanti, è presieduto dal prof. **Marco Frey** e coordinato da **FONDACA** - Fondazione per la cittadinanza attiva che ne cura la Segreteria tecnica (vedi box pag. 19). In tale veste, ha portato a termine una ricognizione sulla policy, i programmi e le attività di corporate citizenship delle aziende italiane aderenti al **Global Compact** con l'obiettivo di delineare gli elementi caratterizzanti la policy di cittadinanza d'impresa delle aziende che aderiscono all'iniziativa, per poi mettere in pratica iniziative necessarie a rendere il Global strumento cogente per la riforma del modo di essere dell'impresa e dei suoi stessi stakeholder.

Da chiarire subito alcuni elementi metodologici per meglio comprendere gli elementi di novità, oltre che la portata e gli immancabili limiti, della ricognizione: innanzitutto, le imprese comprese nell'universo di riferimento, pur non rappresentando un campione statistico delle aziende italiane, sono certamente una significativa rappresentanza delle aziende che in Italia sono impegnate sui temi della cittadinanza d'impresa.

Secondariamente, la scelta delle fonti ha privilegiato gli strumenti di informazione e i prodotti di comunicazione prodotti dalle aziende per descrivere, esplicitare e rendere conto ai propri interlocutori della propria politica di cittadinanza d'impresa (bilanci sociali, sezioni dedicate dei siti internet aziendali, carte dei valori, documenti di rendicontazione sociale e/o ambientale, ecc.) ritenuti gli unici capaci di mettere a fuoco ciò che, di quello che fanno, le imprese ritengono rilevante, e quindi da comunicare, nel campo della responsabilità d'impresa.

In terzo luogo, si è prestata particolare attenzione all'analisi delle Comunica-

I 10 principi del Global Compact

Le Nazioni Unite attraverso il Global Compact chiedono alle imprese di abbracciare, supportare e attivare, nella loro sfera di influenza, un set di principi chiave nelle aree dei diritti umani, degli standard di lavoro, dell'ambiente e della lotta alla corruzione. Tali principi sono di seguito elencati.

La tutela dei diritti umani

Primo Principio

"Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza; e

Secondo Principio

di assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani".

Questi due principi si rifanno alla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, che si propone di elaborare una serie di norme valide in campo internazionale per garantire i diritti e le libertà individuali.

Il lavoro

Terzo Principio

"Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;

Quarto Principio

l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio;

Quinto Principio

l'effettiva eliminazione del lavoro minorile; e

Sesto Principio

l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione".

Questi principi si ispirano alla Dichiarazione sui Principi e i Diritti Fondamentali nel Lavoro dell'ILO, adottata nel 1998 dalla Conferenza Internazionale del Lavoro alla quale parteciparono governi, imprenditori e lavoratori di oltre 170 Paesi.

Il rispetto dell'ambiente

Settimo Principio

"Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali;

Ottavo Principio

di intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale; e

Nono Principio

di incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente."

I tre principi sulla tutela dell'ambiente espressi dal Global Compact sono stati ispirati alla Dichiarazione dei Principi e dal Piano d'Azione Internazionale delle Nazioni Unite sullo Sviluppo Sostenibile del 1992. In particolar modo viene sottolineato l'importanza del mondo del business può avere nella tutela delle risorse naturali e dell'ambiente, ad esempio con la scelta di utilizzare produzioni più pulite e una conduzione aziendale più responsabile.

La lotta alla corruzione

Decimo Principio

"Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti."

Questo principio è stato introdotto nel 24 giugno 2004, durante il Global Compact Leaders Summit, a seguito di consultazioni fra tutti i partecipanti all'iniziativa.

Con l'aggiunta del decimo principio si intende sottolineare la responsabilità del settore privato nell'eliminazione della corruzione e confermare la volontà da parte delle imprese di giocare un ruolo attivo nella lotta alla corruzione.

Global Compact

zioni annuali pubblicate sul sito ufficiale del **Global Compact** (www.unglobalcompact.org) dalle aziende italiane. Le Comunicazioni annuali, infatti, sono lo strumento attraverso il quale le imprese che hanno volontariamente aderito al **Global Compact**, informano i loro stakeholder in merito alle attività e ai risultati raggiunti nell'implementazione dei dieci principi.

Per quanto riguarda i limiti che l'analisi presenta, la già menzionata non rilevanza statistica delle 112 aziende italiane coinvolte (universo non omogeneo che rende impossibile una aggregazione dei dati per settore di attività) e la mancata interazione con coloro che nelle aziende lavorano alla definizione, implementazione e rendicontazione delle politiche di cittadinanza d'impresa, che non ha permesso di fornire indicazioni in merito alle ragioni che spingono le aziende a compiere alcune scelte piuttosto che altre.

Nel complesso, anche per la ricchezza dei 27 indicatori utilizzati, la ricerca si presenta come un contributo alla definizione di un modello integrato di analisi delle politiche e dei programmi di cittadinanza d'impresa, contributo che non si limita a individuare nella cura dei dipen-

denti e nella tutela ambientale le principali aree di orientamento alla responsabilità sociale delle imprese italiane, di per sé ancora troppo poco attente alla filiera. Nel dettaglio, una rapida panoramica su due ulteriori ambiti di interesse messi in luce dallo studio.

L'utilizzo di strumenti di cittadinanza d'impresa

Usualmente, nella letteratura e nei materiali disponibili, le tipologie di strumenti utilizzabili nelle policy di cittadinanza d'impresa sono quantitativamente e qualitativamente piuttosto ristrette, limitandosi per lo più a codici etici, bilanci sociali e generici investimenti nella comunità. L'osservazione delle esperienze effettivamente realizzate dalle aziende di riferimento ha consentito di costruire una tipologia ben più ricca, riportata nella **Tabella 1**.

Le Comunicazioni annuali

Come accennato, le imprese che aderiscono al **Global Compact** si impegnano a integrare nelle loro politiche, strategie e attività dieci principi relativi ai diritti uma-

Tabella 1 - Gli strumenti di cittadinanza d'impresa maggiormente utilizzati

- Bilancio ambientale
- Bilancio sociale
- Cause related marketing
- Certificazioni ambientali e sociali
- Codice di condotta
- Codice di condotta dei fornitori
- Codice etico
- Comitato Etico
- Creazione di una Onlus
- Donazioni monetarie ed in natura
- Fondazione d'impresa
- Innovazione dei processi produttivi
- Labelling etico
- Mappa degli stakeholder
- Matching fund
- Meccanismi di corporate governance
- Monitoraggio e verifica interna
- Outplacement
- Partnership
- Premi Interni
- Prodotti innovativi responsabili
- Sponsorizzazioni
- Tavoli di dialogo
- Volontariato d'impresa
- Whistleblowing hotlines

Tabella 2 - Caratteristiche delle comunicazioni annuali di aziende italiane aderenti a Global Compact di cui sono disponibili informazioni sul sito internet

Indicatore (*requisiti obbligatori)	Risultato
Presenza di uno statement del continuo supporto al Global Compact (lettera aperta del vertice)*	70%
Numero di principi su cui si rendiconta*	Tutti = 42% Da 1 a 3 = 12% Da 4 a 6 = 14% Da 7 a 9 = 32%
Misurazione degli outcomes*	Totale = 39% Parziale = 50% Assente = 11%
Utilizzo di altri indicatori o parametri di misurazione*	Global Reporting Initiative (GRI) = 72% Altri = 17% Nessuno = 11%

ni, diritti del lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione. Entro due anni dall'adesione al **Global Compact**, e successivamente ogni anno, le aziende sono tenute a redigere una comunicazione annuale, a condividerla con i propri stakeholder e a pubblicarla sul sito del **Global Compact**. Pur non esistendo una procedura standard per la stesura delle comunicazioni annuali, il documento dovrebbe sempre e comunque prevedere nella sua struttura di base una serie di elementi minimi definiti dall'Ufficio del **Global Compact** (ad esempio, presenza sul sito di una specifica dichiarazione sul continuo supporto al Global Compact). Nel caso in cui ciò non avvenga, le aziende vengono etichettate come "non comunicanti".

Per quanto riguarda la situazione italiana, il 76% delle aziende aderenti al **Global Compact** è attivo, il che ha permesso di analizzare nel dettaglio trenta Comunicazioni annuali relative all'anno 2007 di tutti i partecipanti italiani al network del **Global Compact**. L'analisi ha permesso



Da sinistra a destra: Marco Frey (Chairperson del Global Compact Network Italia); Alessia Sabbatino (Responsabile della Segreteria tecnica del Global Compact Network Italia); Ernst LIGTERINGEN (Chief Executive GRI- Global Reporting Iniziative); Claudio Soldà (CSR di Adecco Italia).

di verificare da un lato il livello di rispondenza formale ad una serie di requisiti minimi, dall'altra la presenza di una serie di elementi ritenuti essenziali per una rendicontazione che dia evidenza dei progressi fatti dall'impresa nell'implementazione dei dieci principi.

I risultati della ricerca sono poi stati presentati in anteprima a febbraio come prologo all'*VIII Seminario Internazionale sulla responsabilità sociale delle imprese* organizzato da **Cittadinanzattiva** e **Gruppo di Frascati per la responsabilità sociale d'impresa**.

Nel dettaglio, su un campione ristretto di 30 aziende, meno della metà riesce a rendicontare su tutti e dieci i principi, come riportato nella **Tabella 2**.

In ogni caso, l'adesione al Global Compact impegna le aziende non solo a integrare i dieci principi all'interno delle loro politiche, ma anche a promuoverli e implementarli nell'ambito della propria sfera di influenza.

Le aziende dichiarano di rendere operativo tale impegno adottando nella scelta dei fornitori criteri legati alle loro politiche di responsabilità sociale e ambientale (80% dei casi); privilegiando nelle loro scelte di investimento strumenti finanziari

emessi da società non responsabili di gravi violazioni dei diritti umani, di gravi danni all'ambiente, di episodi di grave corruzione (47%); impegnandosi al rispetto dei dieci principi in qualsiasi paese in cui l'azienda opera (35%); contribuendo allo sviluppo della cultura della cittadinanza d'impresa tra i clienti, i dipendenti, i fornitori e la comunità locale attraverso iniziative di comunicazione/informazione/sensibilizzazione (54%); sostenendo e/o realizzando in partnership con ONG di cooperazione internazionale e associazioni di consumatori e/o ambientaliste iniziative e progetti in grado di promuovere l'implementazione dei dieci principi nella propria sfera di influenza (57%).

Considerazioni conclusive

La globalizzazione dei mercati è un processo naturale legato allo sviluppo economico e sociale. Tuttavia a causa della mancanza a livello internazionale di istituzioni abbastanza forti da regolare il funzionamento del mercato, la letteratura economica ha evidenziato una forte disparità nella distribuzione degli effetti economici che la globalizzazione ha portato con sé.

All'interno di questo processo ricoprono

un ruolo importante le organizzazioni non profit che spesso svolgono una funzione di compensazione degli squilibri generati da una globalizzazione non inclusiva.

Il **Global Compact** ha definito regole comuni a tutela dell'ambiente, dei diritti umani e più in generale di tutta la società civile, che possono contribuire ad orientare il processo di globalizzazione in modo tale da combinare sviluppo e sostenibilità. Un elemento fortemente significativo del **Global Compact** risiede nell'aver posto le imprese al centro di un network multistakeholder che ne solleciti e sostenga l'impegno. Non può infatti essere completamente demandato alle imprese, tramite la responsabilità sociale, il compito di far coincidere crescita economica e sostenibilità, ma è necessario attivare processi, istituzioni, strumenti e network che in modo soft ma efficace promuovano e garantiscano l'impegno delle imprese.

Il **Global Compact**, essendo uno strumento di dialogo efficace tra i vari stakeholders fondato sull'impegno volontario, potrebbe essere il promotore della nascita di tali soft-tools, favorendo il processo di conciliazione tra la globalizzazione e l'equità distributiva. ■

Global Compact Network Italia

È un network multistakeholder al quale aderiscono 200 organizzazioni, tra imprese (70%) e altre organizzazioni (30%). Tra le imprese, il 34% sono grandi (più di 250 dipendenti), il 46% PMI (da 11 a 250 dipendenti) e il 20% micro con meno di 10 dipendenti (queste ultime non sono state oggetto della ricognizione). Il resto degli aderenti è rappresentato da ONG locali (34%), organizzazioni accademiche (14%), associazioni imprenditoriali (32%), organizzazioni sindacali (2%), fondazioni (3%), enti pubblici (12%), organizzazioni impegnate sulla Corporate Social Responsibility (3%). Per maggiori informazioni: www.globalcompactnetwork.org