

DISPENSA

Etica e responsabilità social d'impresa.

Considerata l'inadeguatezza della legge a regolare efficacemente e tempestivamente i fenomeni dell'economia internazionale e l'incapacità di trovare un accordo tra gli Stati in merito alle problematiche poste dalla globalizzazione, si è assistito ad una progressiva proliferazione di strumenti quali Codici etici, Codice di Condotta, Report di Sostenibilità, ecc. che si fondano sulla spontanea adesione al contenuto di linee guida fornite il più delle volte da Organizzazioni internazionali.

Si è quindi in un contesto di soft law che indica come doverosi determinati comportamenti, senza però poter obbligare le imprese alla loro adozione, in quanto le Organizzazioni che li propongono non hanno il potere di emanare regole vincolanti.

Sebbene ciò rappresenti una debolezza relativamente all'effettività di strumenti proposti e non imposti, il fatto di non essere inquadrabili in una precisa categoria permette che il loro ricorso possa avvenire, tanto in diritto internazionale quanto in diritto interno, differenziandosi solamente per il Soggetto che li pone in essere e non per il contenuto di base, la natura e gli effetti. Essi rappresentano un'opportunità di negoziare e tutelare gli interessi contrapposti nelle dinamiche che caratterizzano le relazioni tra imprese e i diversi stakeholders, nella molteplicità dei contesti di business e sociali in cui le imprese multinazionali si trovano sempre più ad operare.

LA SOSTENIBILITÀ: CONCETTI E CONTENUTI

La salvaguardia dell'ecosistema terrestre è lo scopo alla base del concetto di sostenibilità. Oggi è in atto un sovrasfruttamento delle risorse naturali, che è causa di ingenti danni all'ambiente ed è fonte dei cambiamenti climatici con le devastanti conseguenze a cui inevitabilmente assistiamo. Gli elevati livelli di consumo favoriti dallo sviluppo industriale e tecnologico soprattutto dei decenni trascorsi, oltre che l'incremento costante della crescita delle popolazioni, ci pongono di fronte a nuove sfide ormai non più procrastinabili.

A fronte di tali urgenze lo stesso individuo e consumatore sta diventando sempre più attento al problema della sostenibilità soprattutto se consideriamo la coorte generazionale dei millennials e la nuova generazione Z che nelle loro scelte di consumo esprimono una sempre maggiore preferenza verso prodotti sostenibili incrementando la consapevolezza di un cambiamento degli stili di vita e di consumo. Infine, occorre tenere conto anche del ruolo delle varie istituzioni e governi soprattutto in ambito sovranazionale sempre più impegnati a promuovere programmi, azioni e standard per lo sviluppo della sostenibilità (si pensi in tal senso al ruolo dell'Agenda 2030) nonché il ruolo della finanza internazionale nel favorire investimenti in attività sostenibili confortati anche dalle buone performance e dalla maggiore resilienza di tale tipologia di investimenti così come evidenziano diversi studi sul tema.

Il concetto di Sviluppo Sostenibile

La progressiva presa di coscienza delle problematiche ambientali ha dato origine a un ampio dibattito sul futuro del pianeta già a partire dagli anni '70. La prima definizione di sostenibilità

risale al 1972 ed è stata declinata durante la conferenza sull'ambiente delle **Nazioni Unite tenutasi a Stoccolma** dove si è stabilito che la sostenibilità è **“una condizione di sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri”**. La conferenza ha raccolto la partecipazione di **112 Stati membri**, i quali si sono accordati per l'approvazione di una dichiarazione di principi non vincolanti, dal punto di vista giuridico, per la salvaguardia dell'ambiente. Questo incontro è stato il punto di partenza per i futuri accordi sul tema, proseguiti attraverso numerosi dibattiti e negoziati spesso frutto di importanti compromessi tra Paesi con posizioni molto diverse

Tale dibattito ha coinvolto organizzazioni internazionali, movimenti di opinione, governi e studiosi approdando al concetto di sviluppo sostenibile che nel **1987** nel famoso **rapporto Brundtland** (dal nome del presidente della Commissione mondiale su Ambiente e Sviluppo- Gro Harlem Brundtland) è stato definito come **“lo sviluppo che è in grado di soddisfare i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri”**. Lo sviluppo sostenibile coniuga le esigenze di crescita economica con quello di sviluppo umano e sociale, di qualità della vita e di salvaguardia del pianeta secondo un'ottica di benessere di lungo periodo. Gli aspetti ambientali, economici e sociali si integrano tra loro e si sostengono reciprocamente allo scopo di costruire una società più equa, sana e armoniosa per tutti. Nel seguito gli altri passaggi principali che hanno contrassegnato l'evoluzione del fenomeno.

- 1992: Agenda 21- Summit delle Nazioni Unite tenutosi a Rio de Janeiro in cui viene definito un piano di esecuzione- una sorta di manuale - per supportare i paesi a raggiungere uno sviluppo sostenibile nel XXI secolo.
- 1997: Protocollo di Kyoto: primo accordo dei paesi industrializzati a ridurre le emissioni di alcuni gas ad effetto serra, responsabili del riscaldamento del pianeta;
- 2000: Dichiarazione del Millennio e Millennium Development Goals (MDGs) in cui si sancisce l'impegno dei Paesi a combattere la povertà;
- 2002: Il World Summit on Sustainable Development (WSSD) di Johannesburg in cui sono state definite le tre dimensioni del concetto di Sviluppo Sostenibile: economico, ambientale e sociale;
- 2012: Rio de Janeiro- Conferenza Mondiale sullo sviluppo sostenibile (Rio+20) che ha posto al centro del dibattito l'importanza del ricorso alla green economy, inserita nel Programma Ambiente delle Nazioni Unite (UNEP);
- 2015: conferenza delle parti tenutasi a Paris (COP 21) Pubblicazione di tre documenti fondamentali in cui si sottolinea l'importanza di un approccio integrato alla gestione dei rischi climatici e del settore assicurativo nel costruire una maggior resilienza dell'economia e della società nel suo complesso. Tali documenti riguardano:
 - Il Sendai Framework per la Disaster Risk Reduction (2015-2030)
 - **L' Agenda 2030** per lo sviluppo sostenibile con i 17 obiettivi (c.d. SDG's - Social development goals). Con la fissazione dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile rappresenta il quadro di riferimento globale per affrontare a livello nazionale e internazionale le grandi sfide del pianeta.
 - L' Accordo di Parigi sul cambiamento climatico – COP21 'accordo raggiunto il 12 dicembre 2015 impegna a mantenere l'innalzamento della temperatura sotto i 2° e – se possibile – sotto 1,5° rispetto ai livelli preindustriali. L'accordo entrerà in vigore quando almeno **55 paesi lo avranno ratificato** e sarà assicurata una copertura delle emissioni globali pari almeno il 55% (quota corrispondente ai principali emettitori, ovvero Cina, USA, Unione Europea, Giappone, Brasile e India). Il sostegno finanziario e tecnologico alle azioni di mitigazione e di adattamento ai cambiamenti climatici

deciso a Parigi è altresì fondamentale perché può favorire in tutto il mondo una transizione verso economie a basso tenore di carbonio. L'accordo è stato firmato da 177 paesi, compresa l'Italia, il 22 aprile 2016 a New York, nella sala dell'assemblea generale delle Nazioni Unite.

- 2019: Green Deal in cui si sancisce l'impegno dell'Unione Europea ad affrontare i problemi legati ai cambiamenti climatici e al degrado ambientale e fissato l'obiettivo della neutralità climatica da raggiungere entro il 2050;
- 2021: COP 26: 197 paesi firmano il documento finale della Conferenza delle Parti delle Nazioni Unite sull'emergenza climatica e nasce il Patto di Glasgow sul clima (**Glasgow Climate Pact**) in cui si sancisce la riduzione graduale dal carbone e si conferma l'impegno a limitare il riscaldamento globale a 1,5° e l'impegno sempre più attivo della Finanza.

Le dimensioni della Sostenibilità

Il concetto di sviluppo sostenibile, rielaborato nella "Dichiarazione di Rio de Janeiro», poggia su due pilastri: **l'equità intragenerazionale** (la soddisfazione dei bisogni della generazione attuale- prima parte della definizione) e **intergenerazionale** (la garanzia della possibilità di soddisfare i bisogni di generazioni future - la seconda parte) nonché l'equivalenza fra gli obiettivi **sociali, economici e ambientali**.

E', pertanto, stabilito in modo indiscutibile il collegamento tra le esigenze di sviluppo economico (la produzione e la distribuzione di ricchezze, le opportunità di lavoro, ecc.) con quelle di ordine sociale, culturale, politico (diritto all'abitazione e ai servizi, sino a quelle riguardanti l'istruzione e la partecipazione democratica) e ambientale (attraverso interventi per la riduzione del consumo di risorse non riproducibili e il controllo dell'inquinamento).

In sintesi, tale definizione implica che i bisogni di tutti gli esseri umani devono poter essere soddisfatti oggi e in futuro con l'obiettivo di preservare, in modo durevole, condizioni di vita sicure e degne di essere vissute da tutti.

La **sostenibilità economica** rappresenta un elemento fondamentale e concreto della sostenibilità in quanto essa mira a migliorare il tenore e la qualità della vita attraverso il progresso economico. *L'economia* ha come paradigma la crescita, pertanto, la stagnazione e il sottosviluppo non sono considerati compatibili con la sopravvivenza dei sistemi economici e con il benessere degli uomini. Nel business la sostenibilità richiama l'uso efficiente degli asset per mantenere nel tempo la redditività aziendale.

La **sostenibilità ambientale** mira a migliorare il benessere umano attraverso la protezione del capitale naturale (es. terra, aria, acqua, minerali ecc.) ed è intesa come capacità di mantenere qualità e riproducibilità delle risorse naturali. La sostenibilità ambientale, come descritto da Dunphy, Benveniste, Griffiths e Sutton (2000), pone l'accento su come le imprese possono ottenere risultati economici positivi senza arrecare alcun danno, a breve o a lungo termine, all'ambiente. L'economia ecologica (Daly, 1991) propone come condizioni della sostenibilità ambientale che il tasso di utilizzazione delle risorse rinnovabili non superi la capacità di rigenerazione delle stesse, il tasso di utilizzazione delle risorse non rinnovabili non superi il tasso di sviluppo delle risorse alternative e che il tasso di inquinamento non superi la capacità di assorbimento dell'ambiente.

La **sostenibilità sociale** mira a preservare il capitale sociale investendo e creando servizi che costituiscono la struttura della nostra società. È la capacità di garantire condizioni di benessere umano (sicurezza, salute, istruzione, democrazia, partecipazione, giustizia.) equamente distribuite per classi e genere. Il concetto accoglie una visione più ampia del mondo in relazione alle comunità, alle culture e alla globalizzazione. Significa preservare le generazioni future e riconoscere che ciò che facciamo può avere un impatto sugli altri e sul

mondo. La sostenibilità sociale si concentra sul mantenimento e sul miglioramento della qualità sociale con concetti come la coesione, la reciprocità e l'onestà e l'importanza delle relazioni tra le persone.

Queste definizioni sono state riprese dal noto economista inglese John Elkington, che ha sintetizzato l'idea di un business sostenibile nell'espressione "**Triple Bottom Line**" o "PPP" (Planet, People, Profit). La ratio di questa teoria consisteva nell'incoraggiare le società ad operare nel contesto economico di riferimento attraverso strategie e decisioni che fossero in grado di valorizzare simultaneamente (i) l'ambiente (planet), (ii) il contesto sociale (people) e (iii) l'aspetto economico-finanziario (profit).

La nuova visione dell'economia deve include il capitale naturale (sistemi ecologici) e il capitale sociale (relazioni tra le persone) nei suoi obiettivi e valutare il giusto trade-off tra crescita tout court ed effettivi sul sistema ecologico e umano. Lo sviluppo sostenibile è, quindi, più di una semplice crescita economica: la qualità della crescita conta così come la quantità. Uno sviluppo sostenibile è, inoltre, da intendersi **non come uno stato o una visione finale**, ma piuttosto come un **processo continuo**, che richiama la necessità di coniugare le tre dimensioni inscindibili dello sviluppo: la solidarietà sociale, l'efficienza economica e la funzionalità dell'ambiente naturale. I tre ambiti sono considerati equivalenti e dipendenti gli uni dagli altri. Se si mira solo ad ottimizzare gli aspetti di uno dei tre elementi si avranno per lo più elementi negativi per gli altri due. L'obiettivo dello sviluppo sostenibile non è dare la priorità a una di queste dimensioni, ma armonizzarle e integrarle.

CODICE ETICO

Il **Codice Etico** può essere definito come la "Carta Costituzionale" dell'impresa, **una carta dei diritti e doveri morali** che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione imprenditoriale. È un mezzo efficace a disposizione delle imprese per prevenire **comportamenti irresponsabili o illeciti** da parte di chi opera in nome e per conto dell'azienda, perché introduce una definizione chiara ed esplicita delle **responsabilità etiche e sociali dei propri dirigenti, quadri, dipendenti e spesso anche dei fornitori verso i diversi gruppi di stakeholder**. Risponde all'esigenza dell'impresa di chiarire le responsabilità etiche e sociali e dichiarare su quali criteri l'impresa intende operare per bilanciare gli interessi dei vari stakeholders. Chiarisce, quindi, la condotta che l'impresa si impegna ad assumere sia nei rapporti esterni- clienti, media, pubblica amministrazione concorrenza, organizzatori sindacali, ecc.- sia in quelli interni tra gruppi dirigenti, dirigenti e dipendendoti, azionisti dirigenti e dipendenti.

In sostanza il Codice Etico offre la possibilità a tutte le parti interessate, ovvero a tutti coloro che intrattengono relazioni con l'impresa, di potere verificare se le loro aspettative e le loro legittime pretese sono state considerate attraverso un criterio di equità.

Se gli stakeholder si riconosceranno nei principi e nelle norme del Codice Etico, se riterranno che i criteri di bilanciamento degli interessi opposti (proprietà – resto del mondo) sono rispettosi dei loro diritti, allora si saranno poste le basi per un accordo morale di cooperazione vantaggiosa per tutte le parti in gioco. Questo discorso può apparire come una pura e semplice enunciazione di buona volontà, ma così non è. In effetti, il Codice Etico costruisce relazioni di fiducia reciproca proprio perché richiede un riconoscimento e un consenso alle persone a cui si rivolge, il che risulterebbe difficile o impossibile in un codice disciplinare. Il Codice Etico richiede adesione ai principi e alle norme che vengono preventivamente condivise e approvate da tutti i membri dell'organizzazione. Il Codice Etico

è, pertanto, uno strumento per lo stakeholder manager, un mezzo che garantisce la gestione equa ed efficace delle transazioni e delle relazioni umane, che sostiene la reputazione dell'impresa, in modo da creare fiducia verso l'esterno. Inoltre, il Codice Etico aiuta i membri dell'organizzazione a capire cosa è giusto o sbagliato.

I codici etici sono divulgati pubblicamente e, quindi, indirizzati alle parti interessate per conoscere il modo in cui l'impresa opera. **La violazione del Codice Etico da parte di qualsiasi membro può comportare la risoluzione o il licenziamento dall'organizzazione.** Esso, pertanto, è il principale strumento di implementazione dell'etica all'interno dell'azienda.

La responsabilità della redazione del Codice Etico è in capo alla Governance dell'impresa ed è costituito da una serie di principi, progettati per guidare i membri dell'organizzazione a svolgere le proprie attività in modo onesto e con integrità.

I suoi contenuti di massima si sostanziano nella:

- descrizione dei valori fondamentali dell'organizzazione che guida il processo decisionale;
- definizione degli standard etici che devono essere seguiti dai membri;
- definizioni di linee guida generali per aiutare le persone ad applicare il loro giudizio, riguardo ad un comportamento adeguato in una determinata situazione.

La diffusione di tali documenti, sia pure di struttura e contenuto assai diversi tra loro, si è andata ad accrescere nel corso degli anni. In particolare, negli USA la redazione dei Codici Etici ha avuto una diffusione straordinaria, tanto che circa l'85% delle principali imprese del Paese ha adottato tale strumento. L'impulso è stato dato a partire dal 1991 quando il Governo degli Stati Uniti ha emanato delle norme specifiche (Federal Sentencing Commission Guidelines for Organizations) in materia di azioni criminali da parte delle imprese. L'aver realizzato un Codice Etico consente di provare la buona fede dell'azienda, nei casi di contestazione, ottenendo sconti sulle sanzioni.

In Italia tali Codici sono ancora con una diffusione limitata. Alcuni esempi ci vengono forniti dal Codice di Comit, Coop Adriatica (grande distribuzione), ENI, FIAT e di Glaxo Welcome (farmaceutica).

La **struttura** del Codice Etico può variare da impresa ad impresa, ma generalmente viene sviluppato su quattro livelli:

- 1) i principi etici generali che raccolgono la missione imprenditoriale ed il modo più corretto di realizzarla;
- 2) le norme etiche per le relazioni dell'impresa con i vari stakeholder (consumatori, fornitori, dipendenti, etc.);
- 3) gli standard etici di comportamento
- 4) le sanzioni interne per la violazione delle norme del Codice
- 5) gli strumenti di attuazione.

In particolare la definizione degli standard etici di comportamenti si ispira ai principi definiti dal **Global Compact**, ossia il patto globale proposto, nel gennaio 1999, dal Presidente delle Nazioni Unite, Kofi Annan, al sistema mondiale degli affari ed alle forze imprenditoriali e capitalistiche, che incoraggia le imprese di tutto il mondo a creare un quadro economico, sociale ed ambientale atto a promuovere un'economia mondiale sana e sostenibile che garantisca a tutti l'opportunità di condividerne i benefici. A tal fine, il Global Compact richiede alle aziende e alle organizzazioni che vi aderiscono, di condividere, sostenere e applicare nella propria sfera di influenza un insieme di principi fondamentali, relativi ai diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.

- supportare e rispettare la protezione dei diritti umani nella loro sfera di influenza;
- assicurare che le proprie società non si rendano complici di abusi verso i diritti umani;
- sostenere la libertà di associazione e l'effettivo riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva;
- eliminare tutte le forme di lavoro forzato ed obbligatorie;
- abolire effettivamente il lavoro infantile;
- eliminare le discriminazioni relative all'impiego e all'occupazione;
- supportare un approccio precauzionale alle sfide ambientali;
- intraprendere iniziative per promuovere una maggiore responsabilità ambientale;
- incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie amichevoli verso l'ambiente.
- anticorruzione

Si tratta di principi condivisi universalmente in quanto derivati dalla **Dichiarazione Universale dei Diritti Umani**, dalla **Dichiarazione ILO**, dalla **Dichiarazione di Rio** e dalla **Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione**.

La peculiarità del Codice Etico rispetto alla norma legale è proprio quella di intervenire prima della commissione dei reati, utilizzando l'ampiezza di dominio dei principi etici e la loro capacità di fornire indicazioni di comportamento anche in situazioni delle quali non si ha una conoscenza effettiva se non nel momento in cui accadono.

La metodologia per la realizzazione dei Codici Etici realizzativa prevede:

- 1) Un'analisi della struttura aziendale per l'individuazione della mission e dei gruppi di stakeholder di riferimento.
- 2) La discussione interna per l'individuazione dei principi etici generali da perseguire, le norme etiche per le relazioni dell'impresa con i vari stakeholder, gli standard etici di comportamenti.
- 3) La consultazione degli stakeholder per la condivisione dei principi etici generali e particolari per ogni gruppo.
- 4) L'adeguamento dell'organizzazione aziendale, delle procedure, delle politiche imprenditoriali con riferimento ai principi etici del Codice. In particolare, riveste una notevole importanza l'attività di **formazione etica** finalizzata a mettere a conoscenza tutti i soggetti dell'impresa dell'esistenza del Codice e di assimilarne i contenuti. Il dialogo e la partecipazione sono indispensabili per far condividere a tutto il personale i valori presenti in questo importante documento.

La redazione del Codice etico prevede di solito la costituzione di un **Comitato etico** con l'incarico di diffondere **la conoscenza e la comprensione del Codice in azienda, monitorare l'effettiva attivazione dei principi contenuti nel documento, ricevere segnalazioni in merito alle violazioni, intraprendere indagini e comminare sanzioni**.

Secondo un rapporto della Business Roundtable gli intenti per i quali le imprese adottano un Codice Etico sono sostanzialmente due:

- offrire un supporto istituzionale alla coscienza e all'osservanza individuale nei confronti degli standard di condotta stabiliti dall'azienda,
- affermare che la cultura d'azienda e l'etica non confliggono con la possibilità di condurre con successo gli affari aziendali, ma anzi il rispetto delle regole etiche di condotta è un presupposto per fare profitti di lungo periodo.

Detto in altri termini, l'impresa attraverso il Codice Etico, non solo previene l'opportunismo all'interno, ma costruisce reputazione verso l'esterno. Pertanto, vi è da un lato la possibilità di migliorare il clima aziendale e, dall'altro, quella di aumentare lo stakeholder engagement. Il

Codice Etico agisce infatti in due direzioni differenti, ma che concorrono entrambe a migliorare il benessere dell'impresa.

Il caso Parmalat.

Il fornitore della Parmalat è una grande multinazionale: la Tetrapak dalla quale l'impresa acquista i famosi contenitori per conservare il latte. Accade che il fornitore, volendo allettare il cliente per future commesse, ha praticato uno sconto sulle commesse in corso. La differenza di costo prodotta dallo sconto costituisce *de iure* un risparmio per l'impresa che va iscritto a bilancio. L'inchiesta della magistratura ha accertato che gli sconti nel bilancio non venivano iscritti, ma venivano sistematicamente incamerati dal gruppo di controllo della Parmalat, senza poter essere utilizzati a vantaggio di tutti gli altri stakeholder: azionisti di minoranza, lavoratori, consumatori, l'impresa come tale.

L'autorità del gruppo di controllo della Parmalat ha potuto esercitare una libertà di gestione nei rapporti contrattuali impliciti con gli altri stakeholder (consumatori, clienti, fornitori, creditori) proprio per la mancanza di "principi" espliciti nella conduzione dei rapporti con gli stakeholder, che di fatto hanno provocato la loro esclusione dai benefici dello sconto operato dalla Tetrapak. Gli effetti del comportamento dei manager hanno prodotto come risultati: crisi di legittimità interna, crisi di fiducia esterna, sfiducia degli investitori, affidamento al giudice della funzione di protezione degli stakeholder, perdita di reputazione dell'impresa.

Il Codice Etico e le regole precauzionali da esso derivanti prevedono che ogni beneficio derivante dai rapporti con i fornitori deve essere equamente distribuito fra gli azionisti. Il Codice Etico, quando applicato con correttezza, supplisce alla mancanza di regole certe e impedisce abusi che, senza il Codice, non verrebbero o potrebbero essere sanzionati.

Tuttavia, il processo di redazione e di implementazione dei Codici etici non è scevro da criticità tra cui si segnalano:

- onerosità del processo di realizzazione e manutenzione;
- mancanze di commitment da parte sia dei manager sia dei dipendenti se non adeguatamente coinvolti nella redazione;
- rischio di scarsa elasticità specialmente in assenza di procedure periodiche di revisione

CODICE DI CONDOTTA

Il **Codice di Condotta** è un insieme di linee guida che influenzano le azioni dei dipendenti.

Esso esprime le pratiche e il comportamento richiesto come condizioni per diventare un membro di un'organizzazione. La differenza principale tra codice etico e codice di condotta è che il Codice Etico è un insieme di principi che influenzano i valori di un'impresa mentre il Codice di Condotta è un insieme di linee guida **che influenzano le azioni dei dipendenti**.

Ogni organizzazione può avere il proprio codice di condotta emanato dal Consiglio di amministrazione che determina le norme sociali, i regolamenti e le responsabilità. È sotto forma di dichiarazione scritta; che contiene regole per il comportamento, che i dipendenti dell'impresa sono chiamati a seguire.

Il Codice di condotta può essere visto in realtà come un estratto dal Codice Etico che, invece, si caratterizza per un ambito di azione più ampio. Nella tabella di seguito sono evidenziate le principali differenze tra codice Etico e Codice di Condotta (cfr Tab 1).

Tab.1: Confronto Codice Etico e Codice di Condotta

Confronto	Codice Etico	Codice di Condotta
Contenuto	Un documento ambizioso che contiene valori etici fondamentali, principi e ideali dell'organizzazione	Un documento direzionale contenente pratiche e comportamenti specifici, che sono seguiti o limitati dall'organizzazione
Natura	Generale	Specifico
Governa	Il processo decisionale	Azioni
Rivelazione	Rivelata pubblicamente.	Solo ai dipendenti

BILANCIO SOCIALE

Il **Bilancio Sociale** è l'altra faccia del Codice Etico. Infatti, dalla missione aziendale si possono diramare due attività concomitanti, una più generale rivolta al controllo delle scelte e delle politiche decisionali d'impresa (il Bilancio Sociale), l'altra ai comportamenti individuali (il Codice Etico).

Il Bilancio Sociale, detto anche Bilancio di Sostenibilità o Social Report, può essere definito come lo strumento utilizzato per dare visibilità alle domande e alla necessità di informazione e trasparenza del pubblico di riferimento dell'impresa. Il Bilancio è, infatti, espressione della Social accountability o rendicontazione non finanziaria ossia della capacità delle imprese di «rendere conto» dell'attività svolta e di provare all'esterno il proprio orientamento al pubblico interesse.

Esso si sostanzia in un modello di **rendicontazione** sulle quantità e sulle qualità delle relazioni intraprese dall'impresa con l'insieme dei gruppi di riferimento rappresentativi dell'intera collettività e mirante a delineare un quadro omogeneo, puntuale, completo e trasparente della complessa interdipendenza tra i fattori economici e quelli socio-ambientali connaturati e conseguenti ai processi decisionali e alle attività svolte. È, quindi, lo strumento di **monitoraggio, di rendicontazione e di comunicazione** del processo di gestione responsabile intrapreso dall'organizzazione che tende a rendere visibili le **performance ambientali, sociali, ed economiche dell'impresa**. Si pone come obiettivo primario la rappresentazione dei valori e degli effetti che l'attività dell'organizzazione produce sull'ambiente e sull'insieme degli stakeholders.

Si tratta di uno strumento potenzialmente straordinario; rappresenta, infatti, la certificazione di un profilo etico, l'elemento che legittima il ruolo di un soggetto, non solo in termini strutturali ma soprattutto morali, agli occhi della comunità di riferimento, un momento per enfatizzare il proprio legame con il territorio, un'occasione per affermare il concetto di impresa come "buon cittadino", cioè un soggetto economico che perseguendo il proprio interesse prevalente contribuisce a migliorare la qualità della vita dei membri della società in cui è inserito.

A livello internazionale e nazionale i modi di chiamare questo strumento di comunicazione sono vari:

- Social Audit
- Social Accounting
- Social Balance

- Intellectual Capital

Al di là della terminologia utilizzata, le attività di rendicontazione sociale riguardano, in particolare, la comunicazione al mercato, da parte delle imprese, di informazioni sulla sostenibilità sociale e ambientale dei propri comportamenti.

In generale, i contenuti di questa rendicontazione si concentrano prevalentemente su quattro tematiche (Castelo Branco e Rodriguez, 2008):

- l'ambiente
- le risorse umane
- i prodotti e i consumatori
- il coinvolgimento della comunità.

Il “Bilancio Sociale” può essere definito come il *documento di sintesi, esito e strumento di un processo di rendicontazione sociale, che rende conto in una prospettiva sia consuntiva sia programmatica della missione e delle strategie formulate, delle attività realizzate, dei risultati prodotti e degli effetti determinati, considerando congiuntamente l'insieme degli stakeholder dell'organizzazione e la pluralità (economica, sociale e ambientale) delle dimensioni.*

Il Bilancio Sociale affianca il bilancio di esercizio e da quest'ultimo trae alcune informazioni, ponendo in evidenza il modus operandi dell'impresa, le relazioni che emergono con i vari stakeholder e come il valore prodotto al termine dell'esercizio dipenda da uno scambio relazionale che viene gestito in modo sinergico e integrato. L'obiettivo che ci si pone è quello di rafforzare la percezione pubblica dell'importanza delle azioni delle imprese e di dare maggiore visibilità all'attività svolta, in modo da accrescere quindi la legittimazione nella comunità locale di riferimento e il consenso a livello sociale.

Esso ha la funzione di descrivere il più analiticamente possibile le ragioni per cui si sostengono o si sono sostenuti determinati costi, più lontani rispetto all'attività caratteristica, ma anch'essi produttori di vantaggi per alcune categorie di stakeholder. Non esiste, infatti, una utilità globale ma una serie di utilità, ognuna per ogni pubblico di riferimento. Anche se il Bilancio Sociale non potrà essere mai totalmente neutrale come può esserlo il bilancio d'esercizio, deve essere il quanto più possibile verificabile ed oggettivo; in caso contrario assai scarso potrebbe essere l'interesse degli stakeholder più avveduti, che potrebbero considerare tali informazioni incomplete, non significative, o cosa più grave inattendibili.

In particolare, il Bilancio Sociale assolve a molteplici funzioni e consente di raggiungere determinati **vantaggi**:

- 1) consentire di comprendere il ruolo svolto dall'impresa per e nella collettività (consenso pubblico)
- 2) fornisce informazioni sul raggiungimento degli obiettivi sociali prefissati supportando un'adeguata **gestione delle relazioni** con gli stakeholder (strategie sociali vs stakeholder)
- 3) dimostrare che il fine dell'impresa, non è solamente quello di creare profitto ma anche quello di fornire un valore aggiunto per la comunità (**valore allargato**)
- 5) diventare uno strumento per validare le azioni dell'impresa rispetto alle ricadute in termini di utilità, legittimazione ed efficienza (**prova di una gestione responsabile**)
- 6) rappresentare un momento di riflessione sull'impegno che si ha all'interno dell'impresa per migliorare la qualità di prodotto e servizio, il rapporto con i consumatori, la sicurezza sul posto di lavoro, il rispetto dell'ambiente.

Tra i maggiori **rischi** legati alla redazione del Bilancio Sociale si segnalano i seguenti:

- bilancio visto come puro strumento per costruire un'immagine per il vertice aziendale (managerial capture):
- mancata considerazione di stakeholder poco influenti
- pura enunciazione di dati di difficile interpretazione e verifica
- discontinuità della rendicontazione sociale (*un anno sì, e poi basta*)

Non esiste una **obbligatorietà** nella redazione del Bilancio Sociale, almeno uniforme tra i paesi, né esiste un criterio o dei **principi unici** per la sua redazione.

Con riferimento al primo aspetto (**obbligatorietà**), tuttavia, nel settembre 2014, il Consiglio dell'Unione Europea ha approvato la Direttiva sulla rendicontazione delle informazioni extra-finanziarie e di diversità nella documentazione societaria (cfr. **Directive 2014/95/EU**). Tale Direttiva mira ad evidenziare la responsabilità che le imprese di dimensioni maggiori hanno per gli impatti che producono sull'ambiente, sulla società, sul lavoro, sui diritti umani e nella lotta alla corruzione.

In Italia il **Decreto Legislativo del 30 dicembre 2016, n. 254** entrato in vigore nel gennaio 2017, è il primo provvedimento che prevede l'obbligatorietà della dichiarazione non finanziaria (che quindi perde il carattere di volontarietà per alcune tipologie di imprese). Si tratta di imprese di interesse pubblico di grandi dimensioni ossia che durante l'esercizio finanziario abbiano avuto, su base consolidata, un numero di dipendenti superiore a 500 e alla data di chiusura del bilancio, abbiano avuto uno stato patrimoniale superiore a 20 mln € o ricavi netti delle vendite e delle prestazioni superiori a 40 mln. Tale decreto obbliga le suddette società a redigere la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dalla stessa prodotta, in relazione ai seguenti temi:

- ambientali
- sociali
- attinenti al personale
- rispetto dei diritti umani
- lotta alla corruzione attiva e passiva

L'entrata in vigore di tale Decreto è la conferma che le informazioni non finanziarie sono inscindibili da quelle finanziarie e rende univoca l'importanza della rendicontazione di entrambe in un unico documento.

Per quanto attiene ai **principi** per la redazione del Bilancio Sociale, sono emersi alcuni standard di rendicontazione sociale il cui scopo è quello di conferire una maggiore attendibilità delle informazioni contenute nel documento oltre che garantire la possibilità di confrontare i Bilanci pubblicati da diverse aziende. Tra gli standard di maggiore diffusione si segnalano quelli elaborati dal Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del Bilancio Sociale" (GBS) e il Global Reporting Index (GRI)

Gruppo Bilancio Sociale (GBS)

Il GBS è un gruppo italiano composto da esperti di diversa provenienza (Università italiane, ordini professionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri, Società di Revisione etc.) nato nel 1998 con l'obiettivo di offrire una guida sulle finalità e sulle procedure di formazione del Bilancio Sociale.

Il Gruppo ha identificato una serie di elementi chiave per definire la natura e la modalità di redazione del Bilancio. Con riferimento alla natura, la visione accolta è stata quella di preferire il termine “Bilancio” alle parole “Rapporto” o “Resoconto”, in quanto il documento deve avere un contenuto minimo, definito da determinate procedure e deve comprendere anche **dati quantitativi di derivazione contabile**. L'intento è quello di sottolineare la funzione periodica di rendiconto, che gli è propria, nonché il forte collegamento che deve mantenere con i dati contabili riportati nel Bilancio di esercizio, dei quali rappresenta l'integrazione e il completamento.

Altresì il Gruppo ha scelto di riferirlo alle **aziende** (che producono e scambiano prodotti nel mercato sia profit che non-profit o producono per il consumo diretto di coloro che ne fanno parte o che destinano la loro produzione a terzi in forma diversa dallo scambio) piuttosto che all'impresa per estendere la sua applicazione a tutti quei soggetti che svolgono una qualche attività economica in modo sistematico e continuativo e che hanno rapporti di scambio con terzi e con l'ambiente sterno. Il Bilancio è rivolto ad un pubblico ampio che comprende sia i soggetti che hanno interessi nell'azienda (stakeholder) sia la società in genere e l'ambiente. È redatto in forma di redazione libera, secondo criteri uniformi che consentano la comparabilità, con cadenza annuale che abbraccia tutto l'esercizio annuale. Infine, esso costituisce un documento a sé stante, cioè distinto dal Bilancio d'esercizio, al quale è, tuttavia, collegato in quanto da esso riprende parte delle informazioni economiche.

Tra i principi il GBS ha identificato i seguenti

- **Responsabilità:** devono essere identificabili le categorie di stakeholder
- **Identificazione:** bisogna fornire una completa informazione riguardo alla proprietà e al governo dell'azienda, sia evidenziare i valori, i principi, le regole e la missione aziendali;
- **Trasparenza:** i destinatari devono poter comprendere il procedimento logico di rilevazione, riclassificazione e realizzazione del documento;
- **Inclusione:** è opportuno dar voce a tutti gli stakeholder mappati (eventuali esclusioni o limitazioni devono essere motivate);
- **Coerenza:** è necessario che sia descritta la conformità delle politiche e delle scelte del management ai valori dichiarati;
- **Neutralità:** il Bilancio Sociale deve essere imparziale e non deve dipendere da interessi di parte o da coalizioni;
- **Autonomia delle terze parti:** nel caso in cui terze parti siano incaricate di redigere il Bilancio Sociale, esse devono essere autonome e indipendenti;
- **Competenza di periodo:** gli effetti sociali devono essere rilevati quando si manifestano e non nel momento in cui si rivela la dimensione finanziaria delle operazioni da cui hanno origine;
- **Prudenza:** gli effetti sociali devono essere rappresentati in modo tale da non sopravvalutare la realtà aziendale;
- **Comparabilità:** deve essere possibile il confronto dei Bilanci appartenenti una medesima azienda nel tempo e i Bilanci di aziende diverse;
- **Comprensibilità, chiarezza ed intelligibilità:** le informazioni devono essere chiare e comprensibili e la struttura e il contenuto del Bilancio devono essere intelligibili;
- **Periodicità e ricorrenza:** il Bilancio Sociale deve essere redatto con la stessa periodicità del bilancio di esercizio;
- **Omogeneità:** deve essere utilizzata un'unica moneta di conto;
- **Utilità:** le informazioni contenute nel Bilancio devono essere utili al pubblico di riferimento;

- **Significatività e rilevanza:** eventuali stime o valutazioni soggettive devono basarsi su ipotesi definite;
- **Verificabilità dell'informazione:** deve essere consentito agli interlocutori di verificare le informazioni contenute nel documento in oggetto;
- **Attendibilità e fedele rappresentazione:** la sostanza deve prevalere sulla forma

Il modello prevede che il Bilancio sia strutturato in tre parti.

- La *prima* attiene all'*identità aziendale* e deve includere informazioni relative allo scenario e al contesto di riferimento, all'assetto di governare, ai principi e ai valori di riferimento su cui si basano la missione, gli obiettivi e il modus operandi.
- La seconda sezione attiene alla descrizione della ricchezza prodotta dall'impresa ossia del *Valore Aggiunto*. Le informazioni fornite dal bilancio d'esercizio confluiscono (almeno in parte) nel documento che contiene le informazioni non finanziarie dove vengono riclassificate per calcolare quanta parte della ricchezza prodotta è stata distribuita agli stakeholder e in che modo. Una modalità è quella della remunerazione dei portatori di interesse che vede il **Valore Aggiunto** come una sorta di fondo che serve a compensare i portatori di interesse e richiede di redigere il "Prospetto del riparto del Valore Aggiunto" (cfr. Fig.1). Il processo di calcolo riclassifica i dati del conto economico in modo da evidenziare la produzione e la successiva distribuzione del valore aggiunto agli stakeholder di riferimento. Il documento del bilancio di esercizio legato al calcolo del Valore Aggiunto è il Conto Economico, il quale viene integrato dai dati attinenti al riparto del reddito.

Fig.1 Prospetto del riparto del Valore Aggiunto

PROSPETTO DI RIPARTO DEL VALORE AGGIUNTO	ESERCIZI (val./arr.)		
	(n)	(n-1)	(n-2)
A. Remunerazione del Personale			
Personale non dipendente			
Personale dipendente			
a) remunerazioni dirette			
b) remunerazioni indirette			
c) quote di riparto del reddito			
B. Remunerazione della Pubblica Amministrazione			
Imposte dirette			
Imposte indirette			
- sovvenzioni in c/esercizio			
C. Remunerazione del Capitale di Credito			
Oneri per capitali a breve termine			
Oneri per capitali a lungo termine			
D. Remunerazione del Capitale di Rischio			
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)			
E. Remunerazione dell'Azienda			
+/- Variazioni riserve			
(Ammortamenti)			
F. Liberalità			
G. Ambiente			
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO			

- La *Relazione socio-ambientale* descrive qualitativamente e quantitativamente i risultati economici realizzati e non, che l'azienda ha conseguito nei confronti degli stakeholder. La Relazione deve contenere una serie ordinata di informazioni che si riferiscono

all'identità presentata precedentemente e agli stakeholder individuati in modo tale da permettere al lettore di verificare se sussiste coerenza tra quanto enunciato e quanto realizzato. La relazione è composta da due parti: 1) la dimensione sociale che fa riferimento agli stakeholder e 2) la relazione ambientale che ha a che fare con gli interventi realizzati dall'azienda al fine di prevenire, ridurre o riparare i danni all'ambiente derivanti dalle attività operative. Un'azienda può optare per redigere un autonomo Bilancio Ambientale o esporre la dimensione ambientale in una Sezione del Bilancio Socio-Ambientale (ovviamente nel primo caso la comunicazione sarà più corposa). Per ciascun gruppo di stakeholder il Bilancio deve, quindi, riferire quali sono le politiche intraprese e i risultati attesi, il grado di soddisfazione rilevato rispetto alle aspettative, le modalità di comunicazione e il livello di conflitto.

Global Report Iniziative (GRI)

Contestualmente all'importanza che assumono le informazioni di carattere ambientale e sociale inizia a prendere forma il concetto di sostenibilità che può essere riassunto con la regola delle tre E: environment (ambiente), economics (economia) ed equity (equità sociale). Questo porta alla nascita di una nuova visione della sostenibilità aziendale la quale non deriva più dallo studio di questi tre aspetti in modo separato e indipendente, **ma discende da una visione globale delle tre tematiche.**

Viene quindi presentato il **Bilancio di Sostenibilità** ad opera del GRI (Global Report Iniziative) che per la prima volta rendiconta l'ambito economico sociale e ambientale in un unico documento. Il modello GRI è, infatti, lo strumento di monitoraggio, rendicontazione e comunicazione del processo di gestione responsabile intrapreso dall'organizzazione, che tende a rendere visibili le performance ambientali, sociali ed economiche dell'impresa.

Il modello GRI è nato nel **1997 grazie a CERES** (Coalition for Environmentally Responsible Economies), un'organizzazione di Boston non profit fondata da associazioni ambientali, investitori istituzionali, investitori socialmente responsabili ed organizzazioni religiose in partnership con **UNEP** (United Nation Environment Programme). Le due società hanno pubblicato le prime linee guida internazionali sulla sostenibilità economica, ambientale e sociale nel 2000.

Il Report di sostenibilità rappresenta uno strumento di pianificazione e controllo che analizza le attività e i servizi svolti dall'azienda valutandoli secondo le logiche dell'efficienza economica, della tutela ambientale e della tutela sociale. Il suddetto sistema di rendicontazione è compatibile con il concetto di "Triple Bottom Line", espresso nella seconda metà degli anni '90 da John Elkington, secondo cui è indispensabile che le aziende comunichino attraverso un unico documento destinato ad investitori, clienti e stakeholder in generale, la propria performance economica, sociale ed ambientale. È evidente che ogni azienda, a seconda di quale è l'importanza attribuita ai singoli gruppi di interesse, analizza più o meno approfonditamente, ciascuna dimensione della performance. Si tratta dei primi standard globali per la rendicontazione della sostenibilità e, ad oggi, risultano anche i più utilizzati a livello internazionale. Il 93% delle grandi società mondiali riporta le proprie performance di sostenibilità attraverso gli standard del GRI.

L'utilizzo del modello GRI, giunto attualmente alla versione 2016, permette alle organizzazioni di generare informazioni affidabili, rilevanti e standardizzate attraverso cui è possibile valutare rischi e opportunità e rendere più trasparente il processo decisionale.

In particolare, le linee guida G3.1 del 2011 rispetto al modello precedente (2006) offrono un'integrazione alle preesistenti linee guida G3; infatti, vengono ampliate le segnalazioni

riguardanti i diritti umani, gli impatti sulla comunità locale e le questioni riguardanti l'equità di genere. Con i nuovi principi si incoraggia l'organizzazione a una maggiore trasparenza su una più ampia gamma di problemi riguardanti la sostenibilità. La prassi di divulgare le informazioni non finanziarie ispira responsabilità e al contempo aiuta a identificare e gestire i rischi.

Le principali novità del G4 rispetto al G3.1 sono rappresentate, **invece, da una maggiore enfasi sul principio della materialità**, ossia definire quando un elemento è davvero rilevante e, quindi, deve essere rendicontato. Inoltre, viene enfatizzato il tema della **governance**, con l'aggiunta di 10 nuovi indicatori all'informazione più tradizionale sulla governane e quello **della supply chain**, in quanto per diversi indicatori vengono richieste informazioni aggiuntive con riferimento ai fornitori. Il G4 è stato progettato per essere applicabile a tutte le organizzazioni, indipendentemente dal settore, dal tipo e dalla localizzazione. I nuovi GRI Standards presentati nel 2016 operano una riorganizzazione basata su 4 serie:

- serie 100 per gli Standard universali
- serie 200 per gli Standard economici
- serie 300 per gli Standard ambientali
- serie 400 per gli Standard sociali.

Dal 1° gennaio 2023 la nuova versione degli standard prevede alcuni cambiamenti che interessano però gli **Universal Standard**. In particolare, il nuovo GRI 1: Foundation (in sostituzione del GRI 101: 2016): introduce lo scopo e il sistema di rendicontazione GRI, stabilendo i concetti chiave, i requisiti e i principi a cui tutte le organizzazioni devono attenersi per rendicontare in conformità con i GRI Standards. Il GRI 2: General Disclosure (in sostituzione del GRI 102: 2016): si tratta di informative aggiornate e consolidate relative alle pratiche di rendicontazione, alle politiche sul lavoro, alla governance, strategie e policy aziendali, coinvolgimento degli stakeholder. Infine, il GRI 3: Temi materiali (in sostituzione del GRI 103: 2016): fornisce una guida dettagliata per determinare i temi materiali, ossia quelli che rappresentano l'impatto più significativo dell'organizzazione sull'economia; inoltre, spiega come usare gli Standard di settore (altra grande novità precedentemente citata) in questo processo.

Alla base del GRI sono presenti una serie di principi che riguardano sia la modalità di definizione del **contenuto** sia la qualità **dell'informazione** (cfr la tabella 2).

La sezione delle linee guida include i requisiti minimi su cosa includere nel Report, vale a dire:

1. La strategia e il profilo;
2. Le modalità di gestione;
3. Gli indicatori di performance.

La parte dedicata alla strategia e al profilo fornisce una visione **d'insieme di come l'impresa considera lo sviluppo sostenibile quando compie delle scelte**. Vanno, quindi, indicate la mission aziendale (solitamente i valori su cui si fonda quest'ultima che sono riportati nella Carta dei Valori o nel Codice Etico pubblicati dall'organizzazione), le priorità strategiche in tema di sostenibilità, le tendenze generali che hanno influenzato il periodo di rendicontazione, i principali eventi accaduti, i giudizi sulla performance passata e gli obiettivi per il futuro. Inoltre, sono riportati i dati informativi sull'impresa, una tabella di raccordo con le linee guida (GRI Content Index) e una sezione sulla governance e il coinvolgimento degli stakeholder.

Tab. 2 - I principi di redazione del GRI

Principi per definire il contenuto del Report	Principi per definire la qualità del Report
Inclusività degli stakeholder: l'organizzazione deve identificare i propri interlocutori sociali e spiegare come ha risposto ai loro ragionevoli interessi e aspettative;	Equilibrio: il Report deve riflettere gli aspetti sia positivi che negativi della performance dell'impresa ed evitare omissioni
Contesto di sostenibilità: l'organizzazione deve spiegare come contribuisce o ha intenzione di contribuire nel futuro al miglioramento delle condizioni economiche, ambientali e sociali;	Comparabilità: le informazioni riportate devono essere presentate in modo da permettere agli stakeholder di analizzare i cambiamenti nella performance dell'organizzazione nel tempo e consentire il confronto con i dati di altre imprese
Materialità: il Report deve contenere informazioni sugli aspetti che riflettono gli impatti economici, sociali e ambientali significativi dell'organizzazione e che influenzano le decisioni e le valutazioni degli stakeholder, allo scopo di focalizzare le attività di impegno, progettazione dello "stakeholder engagement" e comunicazione;	Accuratezza: le informazioni devono essere sufficientemente dettagliate Tempestività: l'organizzazione deve presentare le notizie e i dati quando sono disponibili in modo da tenere informati i gruppi di interesse
Completezza: il Bilancio di Sostenibilità deve evidenziare tutti gli aspetti materiali che riflettono la performance economica, sociale e ambientale dell'impresa, per consentire agli stakeholder di valutare i risultati raggiunti in modo adeguato.	Chiarezza: le informazioni devono essere comprensibili e accessibili a tutti gli stakeholder che utilizzano il Report di Sostenibilità Affidabilità: l'impresa deve raccogliere, registrare, compilare, analizzare e comunicare le informazioni e i processi utilizzati nella rendicontazione in modo tale

La seconda parte analizza l'andamento dei principali indicatori.

Nella terza sezione sono presenti gli indicatori, suddivisi per ciascuna area di performance: economica, sociale e ambientale.

La **dimensione economica** riguarda gli impatti sulle condizioni economiche dei propri stakeholder e sui sistemi a livello locale, nazionale e globale. Gli indicatori economici descrivono il flusso di capitale tra i vari stakeholder (ad esempio i ricavi, le remunerazioni ai dipendenti, gli utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla PA) e i principali impatti economici dell'organizzazione sulla società (ad esempio le politiche, le pratiche e la percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative).

Gli **indicatori ambientali** si riferiscono alla performance relativa agli input (ad esempio consumi di materie prime, energia, acqua, ecc) e agli output (ad esempio emissioni, scarichi, rifiuti, ecc). Oltre a ciò devono essere indicate le performance riguardanti la biodiversità, il rispetto delle norme e dei regolamenti, gli investimenti in campo ambientale e l'impatto di prodotti e servizi.

La **dimensione sociale** è analizzata attraverso le seguenti macro-classi di indicatori: pratiche di lavoro e condizioni di lavoro adeguate, diritti umani, società e responsabilità di prodotto. Con riferimento alle pratiche di lavoro, gli indicatori riguardano, ad esempio, il numero totale dei dipendenti (suddiviso per tipologie, tipo di contratto e distribuzione territoriale), il tasso di turnover del personale, il tasso di infortuni sul lavoro, le ore medie di formazione annue per dipendente e il rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria. Gli indicatori relativi ai diritti umani esaminano, in particolare, la garanzia delle libertà sindacali, l'assenza di lavoro minorile e il numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese. In merito agli indicatori sulla società, essi misurano, ad esempio, la percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto una formazione sulle politiche e sulle procedure anticorruzione dell'organizzazione, il numero totale di azioni legali riferite a

concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche con relative sentenze e il valore monetario delle sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti. Tra gli indicatori attinenti alla responsabilità di prodotto sono presenti le pratiche relative alla customer satisfaction, il numero totale di casi di non conformità a regolamenti e ai codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita e il numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori.

I vantaggi legati all'introduzione di tale modello sono, così come per il modello GBS, riferibili ai seguenti:

- favorire una comunicazione completa agli investitori e consentire di rispondere alle richieste normative (es. Decreto delle Non-financial and diversity information);
- migliorare la reputazione aziendale;
- avviare un percorso di gestione della sostenibilità in chiave strategica (es. monitoraggio rischi, definizione KPI, incentivi);
- consentire di effettuare una valutazione delle performance generali dell'azienda con trasparenza e bilanciamento tra aspetti positivi e negativi;
- consentire la comunicazione con tutti gli stakeholder;
- consentire di rendicontare e valorizzare il capitale intellettuale (intangibile)

Le linee guida GRI sono flessibili e garantiscono la comparabilità nel tempo e nello spazio dei Bilanci di Sostenibilità prodotti. Completano il Report altri documenti quali i supplementi di settore che riportano gli indicatori riferiti a diversi settori dell'economia; la relazione in cui sono esplicitate le procedure di calcolo degli indicatori e alcuni documenti guida relativi al modo di affrontare problematiche specifiche per aziende ad alto impatto ambientale.

Il modello prevede che, al termine della rendicontazione, sia svolto un processo di verifica da parte o di un soggetto indipendente, o dal Consiglio di Amministrazione, o da membri interni oppure da esperti esterni. Il caso in cui la verifica è attuata da un soggetto indipendente è quello che garantisce la maggiore imparzialità e, dunque, veridicità del parere formulato. Nel corso del controllo, è indicato il grado di coinvolgimento degli stakeholder (*stakeholder engagement*). Il documento di verifica si conclude con una dichiarazione in merito ai risultati raggiunti, indicando la data e il luogo di emissione.

STANDARD

Gli Standard o strumenti esterni di certificazione sono **strumenti “offerti dal mercato”**, che l'impresa può decidere di adottare nei propri comportamenti gestionali. Sono subordinati alla valutazione di un **ente certificatore** o di un altro soggetto terzo che li accorda e consentono alle aziende di “ostentare un bollino di qualità” che possono spendersi sul mercato, per aumentare così la visibilità e il consenso da parte degli stakeholder. Tra questi particolare attenzione meritano lo Standard SA 8000 e lo Standard ISO 14.000

Social Accountability 8000

L'impegno etico e sociale di un'impresa oltre ad essere testimoniato dal proprio Codice Etico e/o Bilancio sociale o report di sostenibilità, può anche essere certificato dallo Standard SA 8000 (social accountability). Si tratta di uno standard Internazionale redatto dal CEPAA (Council of Economical Priorities Accreditation Agency, www.cepaa.org) atto a certificare

alcuni aspetti della gestione aziendale attinenti alla responsabilità sociale d'impresa che riguardano nello specifico:

- il rispetto dei diritti umani;
- il rispetto dei diritti dei lavoratori;
- la tutela contro lo sfruttamento dei minori;
- le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro.

Si tratta di un sistema gestionale, meno generico e difficile da far rispettare ad esempio rispetto al Codice Etico che le imprese possono liberamente scegliere di adottare per garantire che i propri prodotti sono stati realizzati nel rispetto dei lavoratori rispettando così criteri relativi **al non impiego di lavoro minorile o di lavoro obbligato, al mantenimento di condizioni di salute e di sicurezza sul lavoro, alla libertà di associazione, all'assenza di pratiche discriminatorie o coercitive/violente, alla definizione di un orario di lavoro e di una retribuzione equa.**

È uno strumento che consente la **certificazione da parte di un organismo terzo**, credibile nel campo della responsabilità sociale d'impresa, e si rivolge:

- ai lavoratori perché costituisce una garanzia al riconoscimento ed al rispetto dei loro diritti;
- ai consumatori perché al momento dell'acquisto possono scegliere conoscendo i comportamenti sociali delle aziende che finanziano acquistandone i prodotti;
- alle imprese perché possono ottenere un vantaggio competitivo basato sull'immagine derivante dalle garanzie fornite circa l'eticità del proprio ciclo produttivo.

ISO 14000- Environmental Management System -

La sigla ISO 14000 identifica una serie di norme tecniche relative alla gestione ambientale delle organizzazioni, stabilita dalla più importante organizzazione a livello mondiale per la definizione di norme tecniche: Organizzazione Internazionale di Standardizzazione (ISO).

Emanate nel 1996 e aggiornate nel 2004, rappresentano nel complesso, le norme adottate per la gestione ambientale delle imprese, valide a livello internazionale. La serie 14000 fornisce strumenti manageriali per le organizzazioni che vogliono porre sotto controlli i propri aspetti ed impatti ambientali e migliorare le prestazioni in tali campi. Gli standard non indicano livelli prescrittivi, ma indicano le modalità per gestire le attività in modo da perseguire gli obiettivi di prestazioni ambientali autonomamente determinati. La decisione di applicare i requisiti ISO è, quindi, una decisione di tipo strategico, in quanto obiettivi comuni a tutte le certificazioni ISO 14000 sono:

- riduzione dei rischi ambientali
- riduzione dei costi di produzione
- miglioramento della competitività
- gestione degli aspetti normativi ambientali obbligatori

Il gruppo di norme comprende tematiche generali quali i sistemi di gestione ambientale e propone tre tipologie di strumenti utili per la sua attuazione quali: **Life Cycle Assessment, Environmental Performance Evaluation** e l'**Environmental Labelling**.

Il Life Cycle Assessment (LCA) (**serie ISO 1404x**) è una **metodologia analitica e sistematica che valuta l'impronta ambientale di un prodotto o di un servizio**, lungo il suo intero ciclo di vita dalle materie prime che servono per produrlo fino all'uso e al fine vita del prodotto.

Indicatori di Prestazione Ambientale (serie ISO 1403x) (EPI - Environmental Performance Indicators): forniscono informazioni relative alla gestione degli aspetti ambientali significativi dell'organizzazione e dimostrano i risultati del sistema di gestione ambientale.

Nello Specifico la norma ISO 14001 definisce un "Sistema di gestione Ambientale" come parte del sistema di gestione aziendale volto a gestire gli aspetti ambientali, soddisfare gli obblighi di conformità legislativa e affrontare e valutare i rischi e le opportunità. Si tratta, quindi, di una certificazione di processo attraverso la quale qualunque organizzazione può raggiungere concretamente e dimostrare un buon livello di comportamento, mediante il controllo degli impatti ambientali connessi alle proprie attività, prodotti e servizi. La norma ISO 14001 non specifica livelli di performance ambientale, permettendo in questo modo di essere implementata da una grande varietà di organizzazioni, indipendentemente dal loro livello iniziale di "maturità ambientale". D'altra parte, ha come prerequisito il rispetto delle leggi esistenti in materia ambientale e richiede di partire da un'analisi degli impatti ambientali e di sviluppare progetti specifici di miglioramento. L'organizzazione che intenda perseguire la certificazione ISO 14001 deve:

- definire la politica ambientale e diffonderla al personale;
- pianificare per individuare gli aspetti ambientali delle attività dell'impresa che necessitano di monitoraggio;
- attuare il sistema di gestione ambientale (ruoli, responsabilità e autorità);
- introdurre procedure di controllo;
- riesaminare di continuo il sistema di gestione ambientale implementato.

Tale norma si focalizza sul miglioramento continuo della politica ambientale nei confronti dell'ambiente, determinando una serie di vantaggi quali: (1) minori costi per lo smaltimento dei rifiuti, materie prime ed energia, (2) minori costi assicurativi e (3) agevolazioni per l'ottenimento di finanziamenti pubblici o appalti.

In un progressivo avvicinamento al sistema internazionale definito in ambito Europeo (norme EMAS), si sono **aggiunte le norme del sottoinsieme ISO 14030** per la valutazione delle prestazioni ambientali e le **ISO 14063 per la comunicazione ambientale**.

In tale sistema di norme, **il sottoinsieme 14020** disciplina invece i diversi tipi di etichette e di dichiarazioni ambientali che standardizzano diversi livelli di informazione al pubblico sulle prestazioni ambientali di prodotti e servizi. L'**Ecolabel** è un sistema di valutazione della performance ecologica del prodotto/servizio. Ne esistono di tre tipi.

- **Tipo I**, etichette certificate da enti terzi rispondenti alla norma tecnica ISO 14024. Sono etichette multicriterio che considerano l'intero ciclo di vita del prodotto. A questa categoria appartiene specificamente il marchio Ecolabel;
- **Tipo II**, autodichiarazioni non certificate da enti terzi, rispondenti alla norma 14021. Includono tutte le dichiarazioni, etichette, simboli di valenza ambientale presenti sui prodotti, sugli imballaggi o nella pubblicità. Di norma riguardano un solo fattore ambientale;
- **Tipo III**, (dette anche "Dichiarazioni ambientali di prodotto" o DAP o EPD, dall'inglese Environmental Product Declaration) sono dichiarazioni ecologiche che riportano informazioni basate su parametri stabiliti che contengono una quantificazione degli impatti ambientali associati al ciclo di vita del prodotto calcolati attraverso un sistema LCA. Le DAP sono sottoposte a un controllo indipendente e contengono informazioni oggettive, confrontabili e credibili.

Tutte le Etichette svolgono un ruolo importante ai fini del consumo sostenibili in quanto definiscono in maniera credibile e trasparente un limite che contraddistingue i prodotti più compatibili con l'ambiente con quelli meno compatibili.