

Scheda progetto interregionale-transnazionale:

Creazione di una rete per la diffusione della responsabilità sociale d'impresa

Regioni proponenti: Veneto e Liguria

Regione Capofila: Veneto

Premessa

La Comunicazione della Commissione Europea "Europa 2020 - Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva" propone agli operatori economici e sociale europei, agli enti pubblici e ai soggetti privati una via d'uscita alla crisi economica che ha avuto nel 2010 il suo anno di culmine. La crisi viene letta come un'occasione per lanciare un nuovo modello di crescita basato non più sulla crescita dei mercati finanziari e sul profitto ad ogni costo ma sulla cosiddetta "economia reale", sui valori della sostenibilità e l'inclusione sociale. L'obiettivo generale della Strategia 2020 è più posti di lavoro e una vita migliore per sostenere la ripresa europea vincere le sfide della ripresa economica mondiale nella quale non è ammissibile restare indietro. L'Europa possiede i mezzi per vincere queste sfide: il mercato unico e una consolidata economia sociale di mercato sono due basi fondamentali da cui partire e da valorizzare. Il nuovo programma richiede una risposta coordinata a livello europeo e nazionale, anche con le parti sociali e la società civile. A livello italiano è fondamentale agire in rete, tra regioni e creando un dialogo con la realtà imprenditoriale e sociale. In un contesto in cui le risorse economiche, anche pubbliche, sono sempre più limitate è fondamentale partire dalle risorse economiche e sociali, di cui è ricco il nostro territorio, e soprattutto metterle in rete per creare sinergie, aumentando l'efficacia e l'efficienza delle azioni, evitando sprechi.

La Responsabilità Sociale d'Impresa, come definita nel Libro Verde della Commissione Europea del 2001, è "l'integrazione volontaria da parte delle imprese delle tematiche sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate. [...] Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare gli obblighi giuridici applicabili, ma anche andare al di là, investendo nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporto con le altre parti interessate". La Responsabilità Sociale d'Impresa è quindi una strategia che, comportando un'integrazione delle tematiche sociali e ambientali nel business dell'impresa, la porta a dei comportamenti e delle scelte nella direzione della sostenibilità economica, sociale e ambientale. Adottare una strategia di Responsabilità Sociale d'Impresa, quindi, non significa solo avere un comportamento etico ma agire negli interessi stessi dell'impresa, garantendole una maggiore durabilità e buoni risultati economici, basati su un rapporto trasparente e positivo con i suoi stakeholders: ambiente, lavoratori, comunità e clienti. I vantaggi più immediati sono una riduzione dei costi (risparmio di energia e materie prime, migliori rapporti con clienti e fornitori), più fiducia e fedeltà dei consumatori, più motivazione produttività dei lavoratori, ecc. Tutto questo è perfettamente coerente con gli obiettivi riguardanti una crescita sostenibile e inclusiva dell'Europa, stabiliti dalla Strategia 2020. Per questo motivo essa è stata inserita tra le priorità dell'iniziativa faro, proposta nella Strategia 2020 "Una politica industriale per l'era della globalizzazione" il cui obiettivo è

migliorare il clima imprenditoriale, specialmente per le PMI, e favorire lo sviluppo di una base industriale solida e sostenibile in grado di competere su scala mondiale. Le iniziative fatte sono state indicate dalla Commissione per supportare gli Stati membri nel raggiungere gli obiettivi presenti nella Strategia. A livello comunitario la Commissione si impegna quindi a rinnovare la strategia dell'UE per promuovere la responsabilità sociale delle imprese quale elemento fondamentale per garantire la fiducia a lungo termine di dipendenti e consumatori mentre a livello nazionale si richiede agli enti pubblici di sostenere la diffusione della responsabilità sociale fra le imprese, come uno degli strumenti che può aiutare l'Europa a raggiungere gli obiettivi prefissati entro il 2020.

In questa direzione, infatti, la Commissione europea ha adottato nell'ottobre 2011 una comunicazione con la quale essa presenta una concezione moderna della RSI, in particolare una definizione aggiornata e un nuovo programma d'azione. Nel far questo essa prende le mosse dalla politica del 2006, introducendo al contempo nuovi importanti elementi che possono contribuire a potenziare ulteriormente l'impatto della politica.

Con tale Comunicazione, la Commissione propone quindi una nuova definizione di RSI come "responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società". Per soddisfare pienamente la loro responsabilità sociale, le imprese devono avere in atto un processo per integrare le questioni sociali, ambientali, etiche, i diritti umani e le sollecitazioni dei consumatori nelle loro operazioni commerciali e nella loro strategia di base in stretta collaborazione con i rispettivi interlocutori.

La Commissione ha nel contempo definito un programma di azione 2011-2014, che individua un'agenda di nuovi impegni in materia, quali: promozione della visibilità della RSI e diffusione delle buone pratiche; miglioramento e monitoraggio dei livelli di fiducia nelle imprese; miglioramento dei processi di autoregolamentazione e coregolamentazione; aumento del premio di mercato per la RSI; migliore divulgazione da parte delle imprese delle informazioni sociali ed ambientali; integrazione della RSI nell'ambito dell'istruzione, della formazione e della ricerca; accentuazione dell'importanza delle politiche nazionali e subnazionali in materia di RSI e migliore allineamento degli approcci europei e globali alla RSI.

Finalità del progetto

La finalità principale del progetto è quella di aumentare la diffusione della responsabilità sociale d'impresa tra le imprese lungo le seguenti direttrici principali:

- Sicurezza e qualità del lavoro (pari opportunità, conciliazione vita-lavoro, benessere nel lavoro, salute e sicurezza)
- Risparmio energetico e Sostenibilità ambientale
- Qualità dei prodotti a tutela dei consumatori
- Comunità locali

La seconda finalità è quella di avviare tra pubbliche amministrazioni un processo di scambio e apprendimento reciproco (sugli approcci e programmi di intervento adottati, sulle esperienze realizzate, sulle principali problematiche connesse sugli strumenti elaborati sul tema), nonché di sviluppare forme di collaborazione per lo sviluppo di prodotti comuni.

Azioni e obiettivi

Di seguito sono elencate le principali azioni previste.

Azione 1: scambio di buone pratiche tra amministrazioni pubbliche regionali/provinciali attraverso incontri tematici e visite di studio

Tali riunioni, che si potranno tenere a rotazione nelle amministrazioni pubbliche coinvolte, avranno lo scopo di indirizzare i lavori, di facilitare lo scambio di buone prassi/esperienze delle informazioni sulle procedure di attuazione, nonché sui programmi attivati per facilitare la diffusione della responsabilità sociale dell'impresa tra le diverse realtà regionali. L'azione potrà incoraggiare l'apprendimento reciproco e migliorare la diffusione delle politiche più efficaci offrendo così spunti per il miglioramento e l'innovazione degli interventi sul tema e l'elaborazione di nuove policies, sulla base delle esperienze realizzate. Gli incontri tematici potranno prevedere la partecipazione di esperti che le Regioni vorranno mettere a disposizione del progetto e, qualora vi fossero le condizioni, la partecipazione potrebbe essere estesa agli stakeholders più significativi. Rispetto alla visita di studio, ciascun partner, sulla base di un modulo comune che potrà essere concordato tra le amministrazioni aderenti al progetto, si farà carico della scelta dell'esperienza da presentare e dell'organizzazione e gestione dell'evento. Le stesse azioni potranno essere realizzate a livello internazionale, qualora organismi e Amministrazioni straniere che abbiano maturato esperienze significative sul tema, e manifestino l'interesse a definire un programma congiunto di scambio.

Azione 2: Promozione della RSI attraverso:

A) individuazione di agevolazioni/facilitazioni amministrative/punteggi premianti nella partecipazione a bandi per le imprese e le amministrazioni pubbliche socialmente responsabili

Lo studio di eventuali facilitazioni per le imprese socialmente responsabili fa seguito alle indicazioni della commissione europea¹ di tener conto nell'aggiudicazione degli appalti pubblici degli aspetti sociali, tra cui: opportunità di occupazione, lavoro dignitoso, conformità con i diritti sociali e lavorativi, inclusione delle persone con disabilità, pari opportunità, accessibilità, considerazione dei criteri di sostenibilità tra cui gli aspetti legati al commercio etico ed in generale una più ampia conformità di natura volontaristica con la responsabilità sociale d'impresa.

Pertanto l'obiettivo di tale azione è quello di individuare i criteri/griglie di valutazione per il riconoscimento di punteggi premianti alle imprese e alle amministrazioni pubbliche socialmente responsabili. Per i soggetti che si saranno distinti sul piano della responsabilità sociale d'impresa potrà essere prevista l'iscrizione in appositi registri, al fine di dare alle best practices ulteriore visibilità ed eventuali premialità.

B) diffusione della cultura di RSI attraverso la realizzazione sui singoli territori di interventi formativi e/o di sensibilizzazione

Azione 3: Istituzione di un premio nazionale

L'obiettivo del premio è quello di creare una rete fra grandi imprese pubbliche e private (Enel, Eni, Inail, Poste Italiane, Telecom, Vodafone, banche, assicurazioni, quotidiani ecc.) e piccole imprese creando un sistema integrato di reciproci vantaggi nell'ottica "delle Grandi imprese che aiutano le piccole ad essere responsabili". In questo modo si vuole diffondere in maniera capillare in tutte le aziende pubbliche e private, le istituzioni pubbliche e le realtà territoriali, la RSI come strumento che ha vantaggi non solo a lungo termine ma convenienze immediate e concrete. Per le imprese che rispetteranno determinati requisiti di responsabilità sociale (nell'ambito della Sicurezza e qualità del lavoro, del Risparmio energetico e della Qualità dei prodotti) si potranno individuare, di

¹ "Acquisti Sociali – Una guida alla considerazione degli aspetti sociali negli appalti pubblici" Direzione Generale per l'Occupazione, gli affari sociali e le pari opportunità e Direzione Generale del Mercato interno e dei servizi – Commissione Europea - ottobre 2010.

comune accordo con il mondo imprenditoriale, le tipologie di facilitazioni sui servizi e sui prodotti erogati da alcune grandi imprese (anche attraverso l'eventuale istituzione di un annuario). Il vantaggio per le grandi imprese, a parte un ritorno di immagine, è l'acquisizione di nuovi clienti che per le motivazioni scritte sopra (rispetto degli stakeholders, in particolare, in questo caso, i fornitori e sostenibilità), risultano particolarmente affidabili.

Tra gli organizzatori e promotori del premio si prevede la presenza delle associazioni di categoria, le organizzazioni sindacali, delle Unioni delle Camere di commercio, delle istituzioni pubbliche etc., anche sulla base delle esperienze già in atto a livello territoriale.

La partecipazione al premio sarà rivolta a tutte le piccole e medie imprese nazionali.

Azione 4: Promozione delle esperienze e dei risultati del progetto

Al fine di aumentare la diffusione della responsabilità sociale d'impresa, di capitalizzare le esperienze delle Amministrazioni sul tema e di socializzare le buone prassi sul territorio che verranno prescelte per la presentazione, potrà essere programmata l'attuazione di una specifica linea di intervento di comunicazione, da realizzare attraverso pubblicazioni, seminari e convegni. Potranno essere avviate, a sostegno delle azioni sopraindicate, apposite campagne pubblicitarie.