



IRS - Istituto per la Ricerca Sociale
CdIE - Centro di Iniziativa Europea

G.E.L.
GENDER EQUALITY
LECCESE

Un modello di certificazione di genere



ECONOMIA - *Ricerche*

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "informazioni" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a: "FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano".

**IRS - Istituto per la Ricerca Sociale
CdIE - Centro di Iniziativa
Europea**

**G.E.L.
GENDER EQUALITY
LECCESE**

**Un modello di
certificazione di genere**

FrancoAngeli

Questo volume è frutto delle riflessioni teorico-metodologiche e dell'attività di ricerca maturata nell'ambito del progetto "G.E.L. Gender Equality Leccese" (POR 070314e0063 Obiettivo 1, Misura 3.14) realizzato dall'ATI IRS – Istituto per la Ricerca Sociale e CdIE – Centro d'Iniziativa Europea.

Il progetto e i risultati che, di seguito, vengono presentati sono stati seguiti dal seguente gruppo di lavoro:

Davide Barbieri, IRS

Daniela Loi, IRS

Elisabetta Maggi, CdIE

Maria Pasanisi, IRS/CdIE

Flavia Pesce, IRS

In particolare, IRS ha provveduto alla stesura dei capitoli 1, 3 e 4; CdIE ha provveduto alla stesura del capitolo 2 e alla raccolta di esempi di pratiche europee e nazionali che si trovano nell'Allegato 3.

Si ringraziano le Aziende che hanno contribuito al buon esito della sperimentazione.

Copyright © 2008 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

1. Il progetto gender equality leccese	pag.	7
1.1 Presentazione ed articolazione del lavoro	»	7
1.2 Alcuni dati sulla partecipazione femminile al mercato del lavoro	»	10
1.3 Obiettivi ed azioni del progetto	»	12
2. La responsabilità sociale e le politiche di genere	»	15
2.1 L'approccio europeo alla responsabilità sociale d'impresa	»	15
2.2 La promozione della responsabilità sociale d'impresa	»	19
2.3 La responsabilità sociale d'impresa nell'ambito della parità tra uomini e donne	»	24
3. Il modello per l'autodiagnosi e la certificazione della qualità di genere in azienda	»	31
3.1 Metodologia e strumenti per la certificazione	»	31
3.2 I criteri di valutazione	»	33
3.3 Il sistema di attribuzione del punteggio	»	56
4. La sperimentazione nelle aziende	»	64
4.1 Modalità della sperimentazione	»	64
4.2 Principali risultati emersi dalla sperimentazione	»	66
4.3 Alcune indicazioni operative per le aziende	»	73
4.4 Elementi conclusivi	»	80
STRUMENTI	»	83
Allegato 1 - Il questionario di autodiagnosi e certificazione della qualità di genere	»	85

Allegato 2 - Rapporto di diagnosi aziendale (format)	pag.	112
Allegato 3 - Alcuni esempi di pratiche italiane ed europee	»	114
Gli autori	»	128

1. IL PROGETTO GENDER EQUALITY LECCESE

1.1 Presentazione ed articolazione del lavoro

Negli ultimi anni si è andato via via affermando e consolidando il concetto di qualità del lavoro, quale elemento intrinsecamente legato alla realizzazione delle pari opportunità di genere. L'uguaglianza di genere è diventata cioè sinonimo di qualità e, in quanto tale, suscettibile di influire sulla strutturazione dei Sistemi Qualità¹ e per questa via sull'organizzazione aziendale e del lavoro.

Dal 2001, infatti, l'Unione Europea ha iniziato a prendere in considerazione il tema dell'uguaglianza di genere in relazione alla Responsabilità Sociale di Impresa (RSI). Le pari opportunità sono state inserite nella cosiddetta dimensione interna della RSI ed incluse nel campo della gestione delle risorse umane².

Al fine di creare maggiori e migliori opportunità di sviluppo, le imprese non possono, cioè, esimersi dall'avviare un processo di valorizzazione delle risorse umane che passi, inevitabilmente, attraverso la piena e non discriminatoria valorizzazione delle capacità e delle competenze anche delle donne. La condizione delle lavoratrici costituisce, infatti, una questione portante per lo sviluppo economico e sociale di qualunque territorio e non solo per la promozione fine a se stessa delle pari opportunità di genere.

Comportarsi in modo socialmente responsabile implica per le imprese affrontare temi quali: una migliore divisione dei tempi da dedicare al lavoro e agli impegni personali, la necessità di una maggiore diversificazione della forza lavoro a favore di un riequilibrio del segmento femminile, uguali prospettive di retribuzione e carriera tra uomini e donne e altro ancora. Le poli-

¹ Sistemi ISO 9001:2000 e SA8000 o EFQM

² L'approccio dell'Unione Europea alla RSI in ottica di genere verrà approfondito nel capitolo 2 "La Responsabilità Sociale e le politiche di genere"

tiche di pari opportunità che possono essere messe in pratica a livello aziendale vanno a toccare diverse sfere tra cui: l'ottimizzazione dei talenti e delle abilità delle risorse umane; lo sviluppo dei temi della diversità e della flessibilità; la rimozione delle eventuali barriere che possono impedire alle donne di sviluppare il loro potenziale.

Nel nostro Paese, tuttavia, non è ancora ben radicata la consapevolezza del potenziale impatto sulla qualità e competitività delle imprese di progetti legati alla diffusione dell'uguaglianza di genere in azienda; per questo motivo, tali iniziative rivestono ancora un ruolo assolutamente marginale, a differenza di quanto sta avvenendo a livello di altri Paesi Europei, dove l'uguaglianza di genere, è vista attraverso la lente del contributo economico che le donne possono apportare al mondo del lavoro sia in termini di qualità che di quantità, e dunque come un agente di sviluppo in grado di contribuire all'incremento della capacità innovativa dell'azienda e all'acquisizione di nuove fette di mercato.

La necessità che emerge sembra dunque essere quella di esplicitare maggiormente come gli interventi che possono essere messi in atto sul versante della gestione delle risorse umane all'interno delle aziende possano veicolare sulla comunità locale impatti economici esterni di notevole rilevanza e come lo sviluppo di temi quali la Responsabilità Sociale delle Imprese possa offrire un segnale strategico nella direzione di un cambiamento efficace e significativo. Un'impresa attenta a risolvere i problemi delle donne o delle famiglie, riduce il suo "impatto sociale", cioè, i costi per i servizi o per la mobilità che l'intera collettività deve sostenere. Se opera in rete, inoltre, favorisce la nascita nel territorio di interazioni e rapporti di collaborazione. Se impatta meno rigidamente la vita delle famiglie, sostiene un fattore fondamentale di coesione sociale e riduce i rischi di disagio. I concetti appena indicati sono tutti concetti centrali della cultura della Responsabilità Sociale d'Impresa.

Pertanto, a fronte del prevalere nell'ambito delle aziende di comportamenti, spesso informali, a sostegno delle pari opportunità, diventa ancora più importante dare visibilità a quelle organizzazioni che attuano una piena valorizzazione delle risorse umane secondo criteri gender sensitive, formalizzando in un certo qual modo le pratiche poste in essere, anche grazie alla previsione di sistemi premiali e specifici riconoscimenti a seguito di formale certificazione di genere, iniziative, peraltro, già diffuse in Europa³, seppure ancora ad un livello iniziale.

³ Pensiamo, a titolo esemplificativo ad alcune esperienze di certificazione di genere realizzate recentemente in Europa. In Francia dal 2005, il Ministero della Parità e dell'Uguaglianza Professionale ha istituito un marchio di parità, il *Label Egalité*, che premia aziende, ammini-

In questo senso, si può affermare che il processo di certificazione di genere costituisce, per certi versi, una realtà oltre che in alcuni paesi d'Europa, anche in Italia, dove il Ministero del Lavoro ha recentemente pubblicato un avviso pubblico di manifestazione di interesse alla sperimentazione di un sistema di certificazione di qualità di genere delle imprese nell'ambito del progetto "Bollino rosa S.O.N.O. - Stesse Opportunità Nuove Opportunità"⁴.

Si tratta, pertanto, di consolidare tali iniziative e diffonderle in modo capillare nelle aziende, obiettivo che il *progetto G.E.L - Gender Equality Leccese* si è proposto, nel contesto della Provincia di Lecce.

Il presente rapporto costituisce, dunque, il prodotto finale di tale attività progettuale e si articola in 4 capitoli.

Il primo capitolo, di cui questa presentazione è l'inizio, presenta obiettivi ed azioni del progetto, dopo una breve analisi del contesto del mercato del lavoro pugliese e, nella fattispecie leccese, al fine di contestualizzare meglio le azioni realizzate.

Alla stessa esigenza risponde il secondo capitolo, che articolandosi su due livelli, italiano ed europeo, intende contribuire a definire meglio approccio ed ambito di azione del progetto, approfondendo contenuti e significato della Responsabilità Sociale di Impresa in ottica di genere. Il capitolo

strazioni o associazioni che mettono in atto politiche antidiscriminatorie, valutate da un ente di certificazione (AFAQ). Dal 2005 in Belgio il Ministero del Lavoro e quello delle Pari Opportunità hanno dato vita al *Label Egalité Diversité*, marchio rivolto alle aziende e alle associazioni, con l'obiettivo di promuovere la diversità nei luoghi di lavoro e combattere le discriminazioni e gli stereotipi. Per ottenerlo, l'organizzazione deve intraprendere un processo di miglioramento continuo al termine del quale si valutano i risultati ottenuti in relazione alla situazione iniziale. In Germania è assegnato il premio *Total E-Quality* da un'associazione no profit alle organizzazioni che attuano le pari opportunità nelle loro politiche. Il certificato è valido per tre anni, dopo i quali l'organizzazione può di nuovo ottenerlo dimostrando ulteriori progressi ottenuti nell'ambito delle pari opportunità. Il criterio principale di assegnazione del premio è la capacità dell'azienda di conciliare gli interessi economici con quelli dei/lle lavoratori/trici. In Spagna, infine, la recente *Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres* ha stabilito che il Ministero del Lavoro e degli Affari Sociali crei un marchio per riconoscere le aziende impegnate nella promozione delle pari opportunità secondo diversi criteri: la presenza equilibrata di donne e uomini a tutti i livelli, l'adozione di piani per la parità e l'utilizzo di pubblicità non sessista.

⁴ Il progetto "La difficile transizione verso la parità", attraverso la diffusione del marchio di qualità "Bollino Rosa - SONO", ha la finalità generale di comprendere il funzionamento del complesso fenomeno dei differenziali retributivi di genere e di valorizzare la presenza delle donne in contesti lavorativi, rendendo centrale il punto di vista di genere. A partire da quello dei differenziali retributivi, il progetto rilancia i temi dell'organizzazione del lavoro, delle transizioni nel mercato occupazionale, della stabilizzazione professionale e dei relativi percorsi di carriera, nonché il tema della negoziazione e contrattazione nazionale e decentrata.

è corredato da alcuni esempi di pratiche a livello europeo ed italiano che sono presentate nell'Allegato 3 di questo testo.

Ricostruito il contesto italiano ed europeo, i capitoli 3 e 4 che seguono illustrano le attività che possiamo definire il “cuore” del progetto e cioè, rispettivamente, la definizione del modello per l'autodiagnosi e la certificazione della qualità di genere in azienda e la sua sperimentazione presso alcune imprese del territorio provinciale. Il capitolo 3 nello specifico, descriverà strumenti e metodologia utilizzati per il processo di certificazione, le dimensioni di valutazione oggetto di analisi, con particolare riferimento alle correlazioni esistenti con la dimensione di genere, e il sistema di attribuzione del punteggio, volto ad individuare i livelli raggiunti da ciascuna azienda in relazione ai quali valutare il raggiungimento degli obiettivi di certificazione.

Il capitolo 4 esplicita le modalità con cui è stata condotta la sperimentazione nelle aziende, le modifiche/integrazioni apportate al modello a seguito dell'azione pilota ed i principali risultati a livello complessivo emersi dall'indagine.

In appendice, si allegano gli strumenti progettati e realizzati per l'indagine e per la restituzione dei risultati della sperimentazione alle singole aziende: il questionario di autodiagnosi e certificazione della qualità di genere (allegato 1), il format del rapporto di diagnosi aziendale (allegato 2), alcuni esempi di pratiche europee ed italiane (allegato 3).

1.2 Alcuni dati sulla partecipazione femminile al mercato del lavoro

Prima di entrare nel dettaglio del progetto, si ritiene opportuno fornire un sintetico quadro del contesto di riferimento per quello che concerne la partecipazione femminile al mercato del lavoro, al fine di contestualizzare meglio le azioni e gli obiettivi progettuali di seguito descritti.

Il mercato del lavoro nel contesto territoriale della Provincia di Lecce, si caratterizza per bassi tassi di attività ed occupazione femminile. In particolare si può affermare che:

- esiste una situazione di diffusa sofferenza per quel che riguarda i livelli di occupazione delle donne, dal momento che la percentuale di incidenza femminile sui lavoratori in cerca di occupazione risulta essere maggiore rispetto a quella maschile in tutti i Centri territoriali;

- la presenza delle donne nel 2006 nelle liste dei Centri territoriali per l'impiego è percentualmente maggioritaria rispetto a quella maschile;
- delle 86.547 donne, 53.858 - pari al 62,2% - sono ex-occupate, ovvero donne che hanno lavorato in passato e sono attualmente alla ricerca di lavoro, mentre 32.689, corrispondenti al 37,8% sono alla ricerca di prima occupazione;
- le donne che hanno un'età compresa tra i 30 e 49 anni si presentano con una maggiore percentuale - pari al 56,3% - tra le iscritte ai Centri territoriali per l'impiego.

La partecipazione delle donne al mercato del lavoro, ovvero il tasso di attività, con riferimento alla popolazione femminile avente tra i 15 e i 64 anni, risulta essere in Provincia di Lecce, nel 2007, maggiore rispetto al tasso di attività della Puglia (40,3% contro 35,5%), sebbene minore rispetto a quello nazionale (50,7%) ma comunque superiore a quello dell'intero Mezzogiorno (36,6%).

Nel contesto provinciale, inoltre, la quota femminile delle forze di lavoro rappresenta il 37% circa del totale della forza lavoro, facendo emergere una partecipazione al mercato del lavoro prevalentemente di genere maschile.

Il tasso di disoccupazione delle donne in Provincia di Lecce risulta minore del tasso regionale e maggiore del tasso nazionale.

Si rileva infatti che il tasso di occupazione delle donne, ovvero il rapporto tra le donne occupate e la popolazione femminile di età compresa tra i 15 e i 64 anni in Provincia di Lecce - pari al 32,4% - è inferiore rispetto alla media nazionale, che si attesta al 46,6%, un valore ancora lontano dagli obiettivi fissati per il 2005 dal Consiglio Europeo di Stoccolma e per il 2010 da quello di Lisbona. Gli obiettivi fissati da tali Consigli Europei in relazione all'occupazione femminile negli Stati membri indicano il raggiungimento di un tasso di occupazione per la popolazione attiva (di 15-64 anni) pari al 57% nel 2005 e al 60% nel 2010.

Tuttavia, il tasso di occupazione femminile (15-64 anni) in Provincia di Lecce è maggiore di quello relativo alla Puglia di 2,4 punti in percentuale. Nel Salento, nella fattispecie, il divario tra il tasso di occupazione maschile e quello femminile è pari a circa 29 punti percentuali, un valore di gran lunga superiore a quello che si riscontra in tutto il territorio nazionale, pari a 24 punti percentuali.

La disoccupazione femminile nel territorio provinciale raggiunge livelli molto elevati nel 2007. Sono infatti in cerca di lavoro il 19,1% delle donne appartenenti alle forze lavoro, contro l'11,6% degli uomini, ed in misura

superiore rispetto a quanto avviene in Puglia (15,5%) e nell'intero Mezzogiorno (15%).

I livelli ancora consistenti di disoccupazione e la forte contrazione dell'occupazione non permettono, pertanto, spazi favorevoli al genere femminile nel mercato del lavoro e i tassi di attività e di occupazione denunciano la posizione di debolezza delle donne.

Infine, per quanto riguarda la struttura delle imprese, si rileva anche per la Provincia di Lecce la caratteristica principale del tessuto produttivo nazionale, caratterizzato in larga parte da piccole e piccolissime imprese. Un dato immediato è rappresentato dal numero medio di addetti per unità locale di imprese, che nel 2005 era, in Provincia di Lecce, pari a 2,6⁵.

1.3 Obiettivi ed azioni del progetto

In un contesto come quello appena delineato, le attività economiche sono chiamate a promuovere processi di cambiamento che investono l'organizzazione del lavoro, dei capitali e delle risorse, in particolar modo, delle risorse umane assumendo il concetto di responsabilità sociale come orizzonte strategico.

In questa ottica, il progetto si è proposto la realizzazione di un *modello di certificazione di genere rivolto alle aziende* che desiderano realizzare al proprio interno politiche socialmente responsabili rispetto al tema delle pari opportunità e della gestione della diversità in azienda. L'obiettivo del progetto muove, infatti, dalla constatazione dello scarso utilizzo nell'ambito della realtà italiana di modelli che tengano conto di fattori non strettamente economici, ma qualitativi, in grado di rendere trasparente e responsabile l'operato della azienda nei confronti della società civile, con una attenzione particolare nei confronti del genere, dei gap e degli stereotipi ad esso collegati, al fine di effettuare sul territorio un'azione pilota a orientata ad un nuovo modello di responsabilità sociale che contribuisca a ridurre le disparità di genere. Punto centrale del lavoro è stato, infatti, concepire il sistema di certificazione di genere non come un qualcosa di a se stante ma, al contrario, come possibile parte integrante di una corretta interpretazione ed applicazione della Responsabilità Sociale di Impresa.

Migliorare l'organizzazione e i processi aziendali, internalizzando negli stessi la dimensione di genere, si basa sul presupposto delle maggiori opportunità che possono discendere per l'azienda dalla valorizzazione delle

⁵ ISTAT, Registro statistico delle Unità Locali nelle Imprese, Archivio ASIA UL 2005

diversità. Le aziende che vogliono essere competitive sul mercato devono, infatti, essere in grado di interpretare correttamente le esigenze della clientela e ciò è possibile solo valorizzando al proprio interno competenze il più possibile diverse fra loro per caratteristiche di genere e non solo, in quanto l'integrazione di ottiche differenti nel management ed in generale tra i collaboratori dell'azienda, consente alla stessa di aprirsi a percorsi/prodotti nuovi, in una sola parola: produrre innovazione.

Sottoporsi ad una certificazione di genere può, inoltre, contribuire al miglioramento del clima aziendale, in quanto fotografare lo stato dell'arte dell'impresa sotto il profilo delle pari opportunità può costituire il primo step nella direzione di creare una cultura aziendale quanto più possibile condivisa.

Il sistema di valutazione della qualità di genere progettato si presta, infine, ad essere ulteriormente implementato mediante la possibile attribuzione, alla conclusione del processo di certificazione, di un "*bollino di equità sociale e di genere*" ad opera delle Istituzioni, che certificherà lo status di imprese attente al sociale e all'ottica di genere, ossia di aziende che perseguono i propri obiettivi di profitto rispettando le persone e prestando attenzione alle politiche di genere nelle scelte strategiche.

Per raggiungere gli obiettivi sopra descritti, e, nella fattispecie, progettare e sperimentare la realizzazione di un sistema di qualità per l'equità sociale e di genere (modello di certificazione di genere), il progetto ha previsto anche lo svolgimento di attività di ricerca, analisi e progettazione finalizzata alla raccolta di buone prassi italiane e/o europee di certificazione di genere e di applicazione all'interno di aziende della responsabilità sociale in ottica di genere.

La definizione del modello ha previsto la sperimentazione dello stesso presso alcune aziende di dimensioni medie, sparse sul territorio leccese, che hanno manifestato la volontà di aderire alla simulazione sperimentale del processo di certificazione di genere, al fine di verificare la reale adattabilità del modello ai bisogni e alle caratteristiche aziendali e predisporre eventuali correttivi/modifiche in relazione alle diverse caratteristiche d'impresa.

Considerata l'importanza dei cambiamenti culturali quando si affrontano tematiche legate al genere, il progetto ha previsto anche una fase di sensibilizzazione riguardo l'importanza delle politiche di genere all'interno del più ampio concetto di responsabilità sociale d'impresa, al fine di garantire al progetto un ritorno in termini d'immagine, ottenere un ampio coinvolgimento di tutti gli attori coinvolti, valorizzare il ruolo attivo degli attori territoriali, anche decisori pubblici con particolare riferimento alla Regione Puglia, per favorire la diffusione nel territorio del modello di responsabilità

sociale di impresa orientato al genere anche attraverso la programmazione comunitaria 2007-2013, mediante la previsione di appositi dispositivi.

Gli obiettivi principali del presente lavoro si possono dunque riassumere nella predisposizione di un sistema di valutazione e di certificazione di genere delle imprese avente vari scopi:

- introdurre il principio di genere all'interno del più generale concetto della responsabilità sociale nelle imprese leccesi intesa come valore aggiunto all'attività dell'azienda;
- far acquisire una maggiore consapevolezza delle normative sulle pari opportunità che agevolano i datori di lavoro e i lavoratori;
- incentivare le imprese ad adottare strutture, metodologie e strumenti in grado di migliorare sotto il profilo equitativo di genere la qualità dei processi organizzativi e strategici;
- introdurre un elemento di regolazione del mercato in termini di informazione e garanzia per l'impresa, il dipendente e la clientela, attraverso l'attribuzione di una sorta di "marchio" di qualità in ottica di genere (dove il "cliente" può essere rappresentato anche da un possibile Ente finanziatore dell'azienda).

Tale ultimo obiettivo richiama in ultima analisi un aspetto decisamente rilevante in termini di finalità del modello di certificazione e, cioè, la possibilità che l'ottenimento del marchio di genere, a seguito dell'esito positivo della valutazione, possa essere considerato dagli Enti Locali, nella fattispecie la Regione Puglia⁶, un requisito preferenziale, indicato a livello di politiche programmatiche o attuative, per il finanziamento di progetti presentati dalle imprese.

⁶ A conferma di possibili futuri passi della Regione in tal senso, si sottolinea che la *Legge Regionale n. 7 del 2007 "Norme per le politiche di genere e i servizi per la conciliazione vita/lavoro in Puglia"*, al fine di ridurre le discriminazioni di genere all'interno del sistema imprenditoriale del territorio, promuove l'adozione di piani per l'uguaglianza di genere nelle imprese, in grado di declinare la RSI secondo principi di pari opportunità. La legge sostiene, in particolare, politiche premiali per le imprese che adottino tali piani, mediante l'attribuzione del "*marchio di genere*".

2. LA RESPONSABILITÀ SOCIALE E LE POLITICHE DI GENERE

2.1 L'approccio europeo alla responsabilità sociale d'impresa

La decisione della Commissione Europea di porre con forza all'attenzione di decisori politici, *stakeholders* e cittadinanza le tematiche della responsabilità sociale e di un'impresa responsabile non rappresenta una novità nel quadro delle strategie di sviluppo dell'Unione Europea che, già con forza, nel Trattato di costituzione di un'unione tra tutti gli stati d'Europa, poggiava sulla assunzione di una forte responsabilità sociale nei confronti dei popoli europei.

Fin dal suo inizio la costruzione di un mercato comune europeo si accompagna, dunque, alla volontà di perseguire obiettivi di eguaglianza e inclusione sociale che si amplieranno nel tempo e troveranno via via riconoscimento, sia a livello di diritto primario che di diritto derivato. Le direttive, le raccomandazioni e le iniziative per promuovere la parità tra uomo vengono così affiancate da interventi volti alla tutela dell'ambiente, alla promozione di uno sviluppo sostenibile dei territori ed alla difesa dei diritti fondamentali a livello mondiale.

In particolare, l'azione della Commissione Europea per promuovere la responsabilità sociale d'impresa si iscrive in un più ampio quadro di iniziative che vengono sviluppate sul finire degli anni '90 dalle organizzazioni internazionali quali la Dichiarazione tripartita dell'OIL sulle imprese multinazionali e la politica sociale (1997/2000), la pubblicazione da parte dell'UNACTAD nel 1999 di un paper sulla responsabilità sociale delle imprese transnazionali⁷ e la pubblicazione delle "Linee guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali" (giugno 2000).

⁷ United Nations Conference on Trade and Development, *The social responsibility of transnational corporations*, New York-Geneva 1999.

Nel 2000 è il Consiglio europeo di Lisbona a fare appello al senso di responsabilità delle imprese nel settore sociale.

“Il Consiglio europeo rivolge un particolare appello al senso di responsabilità sociale delle imprese in materia di migliori pratiche concernenti l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita, l'organizzazione del lavoro, le pari opportunità, l'inclusione sociale e lo sviluppo sostenibile”⁸.

Anche l'*Agenda sociale europea* (2001), cui ha successivamente aderito il Consiglio europeo di Nizza, sottolinea il ruolo centrale che può svolgere la responsabilità sociale delle imprese nella gestione delle conseguenze dell'integrazione dell'economia e dei mercati sull'occupazione e sul settore sociale e nell'adeguamento delle condizioni di lavoro alla nuova economia.

Ma è nel luglio del 2001 che la Commissione Europea, con la presentazione del Libro Verde “Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese”, invita autorità pubbliche, imprese (dalle piccole medie imprese alle multinazionali), parti sociali, organizzazioni non governative, nonché tutti i cittadini interessati, ad una pubblica consultazione per *promuovere un modello di responsabilità sociale delle imprese basato sui valori europei*.

Il Libro Verde fa propria la definizione corrente di responsabilità sociale d'impresa quale “integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate” e pone cinque questioni all'ordine del giorno della discussione:

- Il ruolo dell'Unione europea: Come potrebbe l'Unione Europea promuovere lo sviluppo della responsabilità sociale delle imprese a livello europeo e internazionale?
- Le imprese e la loro responsabilità sociale: Quali sono le ragioni che spingono le imprese ad assumere la loro responsabilità sociale? Quali sono le attese che sottendono tali impegni? Su quali settori si concentrano tali impegni? Quale vantaggio ne traggono le imprese?
- Principali attori e parti interessate: Quali sono i migliori modi di instaurare e sviluppare un processo di dialogo strutturato tra le imprese e le varie parti interessate sulla responsabilità sociale?
- Valutazione ed efficacia: Qual è il miglior modo di sviluppare, valutare e garantire l'efficacia e l'affidabilità degli strumenti della responsabilità sociale delle imprese ?

⁸ Consiglio europeo Lisbona 23 e 24 marzo 2000 - Conclusioni della presidenza.

- Azioni a sostegno della responsabilità sociale delle imprese: Quali sono le azioni più adeguate per incoraggiare e sostenere lo sviluppo della responsabilità sociale delle imprese?

Con la pubblicazione del libro verde la commissione intende “arrecare un valore aggiunto alle azioni esistenti e completarle instaurando un quadro globale europeo destinato a favorire la qualità e la convergenza delle procedure osservate nel settore della responsabilità sociale delle imprese, grazie all’elaborazione di principi, approcci e strumenti generici e diretti alla promozione di nuove prassi e idee innovative”⁹.

In coerenza con una visione politica che individua nella coesione il motore che può guidare le decisioni di politica economica e sociale verso la creazione di un’Unione più equa per tutti i suoi membri¹⁰, il modello europeo di approccio alla responsabilità sociale d’impresa si propone di coniugare attenzione alle problematiche sociali e prospettive di sviluppo socio-economico.

La responsabilità sociale delle imprese viene vista, infatti, come uno strumento in grado di recare un contributo positivo all’obiettivo strategico di crescita per l’Unione Europea definito a Lisbona: “divenire l’economia della conoscenza più competitiva e più dinamica del mondo, capace di una crescita economica sostenibile accompagnata da un miglioramento quantitativo e qualitativo dell’occupazione e da una maggiore coesione sociale”¹¹.

A distanza di 5 anni dalla pubblicazione del Libro Verde la Commissione nella comunicazione al Parlamento, al Consiglio e al Comitato Economico e Sociale Europeo del 22 marzo 2006, intitolata *Il partenariato per la crescita e l’occupazione: fare dell’Europa un polo di eccellenza in materia di responsabilità sociale delle imprese*, delinea con maggiore articolazione il ruolo che la responsabilità sociale d’impresa può svolgere all’interno della strategia per la crescita e l’occupazione.

“Le pratiche che si ispirano al concetto di RSI non sono un rimedio a tutti i mali e non bastano, da sole, a ottenere questi risultati. Non si sostituiscono all’azione dei pubblici poteri, ma possono contribuire a realizzare una serie di obiettivi che essi perseguono, quali:

- mercati del lavoro più integrati e livelli più elevati di inclusione sociale, quando la politica delle assunzioni delle imprese tende a fa-

⁹ Commissione Europea Libro verde Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese.

¹⁰ Leonardi R., *Coesione, convergenza e integrazione nell’Unione Europea*, Il Mulino 1998.

¹¹ Commissione Europea Libro Verde “*Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*” Bruxelles 18 luglio 2001.

vorire l'occupazione di persone appartenenti a categorie sociali svantaggiate;

- investimenti destinati a favorire lo sviluppo delle competenze, l'apprendimento permanente e l'occupabilità, necessari per rimanere competitivi nell'economia globale della conoscenza e per far fronte all'invecchiamento della popolazione lavorativa in Europa;
- miglioramenti della salute pubblica grazie ad iniziative volontarie delle imprese in settori come la commercializzazione e l'etichettatura dei prodotti alimentari e chimici non tossici;
- migliori prestazioni in fatto di innovazione, in particolare per quanto riguarda le innovazioni nel modo di affrontare i problemi della società, grazie ad un'interazione più intensa con gli operatori esterni e alla creazione di ambienti di lavoro più atti a stimolare l'innovazione;
- uno sfruttamento più razionale delle risorse naturali e una diminuzione dei livelli di inquinamento, in particolare grazie ad investimenti nell'eco-innovazione e all'adozione volontaria di sistemi di gestione ambientale e di etichettatura;
- un'immagine più positiva delle imprese e degli imprenditori nella società, che possa contribuire a suscitare atteggiamenti più favorevoli all'imprenditorialità;
- un maggiore rispetto dei diritti umani, della tutela dell'ambiente e delle norme fondamentali del lavoro, in particolare nei paesi in via di sviluppo;
- riduzione della povertà e progressi verso gli obiettivi di sviluppo del millennio¹².

Sul versante delle imprese, l'approccio europeo alla responsabilità sociale d'impresa evidenzia, innanzitutto, la necessità di allargare il campo di applicazione della responsabilità sociale d'impresa anche alle piccole medie imprese che rappresentano "la spina dorsale" dell'economia europea, prestando attenzione alla loro specificità e promuovendo strumenti ad hoc quali prassi di coaching/consulenza da parte delle grandi imprese.

Particolare attenzione viene posta nell'individuare quali sono le ragioni che spingono le imprese ad assumere la loro responsabilità e quali vantaggi esse possano trarne.

¹² Commissione Europea Comunicazione al Parlamento, al Consiglio e al Comitato Economico e Sociale Europeo, *Il partenariato per la crescita e l'occupazione: fare dell'Europa un polo di eccellenza in materia di responsabilità sociale delle imprese*, Bruxelles, 22 marzo 2006.

L'ipotesi di fondo è che la responsabilità sociale d'impresa possa essere elemento di crescita economica e di vantaggio competitivo per l'azienda che la pratica.

“L'impatto economico della responsabilità sociale delle imprese può essere ripartito in effetti diretti e effetti indiretti. Risultati positivi diretti possono ad esempio derivare da un migliore ambiente di lavoro che si traduce in un maggiore impegno e in una maggiore produttività dei lavoratori, ovvero possono derivare da un'efficace gestione delle risorse naturali. Inoltre, gli effetti indiretti sono il frutto della crescente attenzione dei consumatori e degli investitori, che amplierà le possibilità dell'impresa sul mercato. Inversamente, la reputazione di un'impresa può spesso soffrire per le critiche formulate nei riguardi delle sue prassi commerciali. Tale situazione può nuocere ad aspetti fondamentali per un'impresa, quali il suo marchio o la sua immagine (...). Le istituzioni finanziarie fanno ricorso sempre più spesso ad elenchi di criteri sociali ed ecologici per valutare il rischio di prestito o di investimento nei confronti delle imprese”¹³.

A fronte di tali enunciazioni la verifica del reale impatto dei comportamenti socialmente responsabili sulle prestazioni economiche delle imprese diventa un punto cruciale, evidenziato dalla Commissione già nel libro verde sulla responsabilità sociale d'impresa e poi successivamente ripreso nella *Comunicazione della commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio e al Comitato Economico e Sociale Europeo: Il partenariato per la crescita e l'occupazione: fare dell'Europa un polo di eccellenza in materia di responsabilità sociale delle imprese*. In questa sede, la commissione sottolinea la necessità di rafforzare la ricerca interdisciplinare sulla responsabilità sociale d'impresa in particolare per quanto riguarda il rapporto tra responsabilità sociale d'impresa, competitività, innovazione, e sviluppo sostenibile. Andranno, inoltre, meglio indagati gli effetti della responsabilità sociale d'impresa sul governo societario, le relazioni industriali e la catena di approvvigionamento.

2.2 La promozione della responsabilità sociale d'impresa

L'adozione di una politica di responsabilità sociale è una decisione che spetta alle stesse imprese e non può, ovviamente, essere imposta per legge.

¹³ Commissione Europea Libro Verde “*Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*”, Bruxelles, 18 luglio 2001.