

## Codici etici, responsabilità e dialogo sociale

di **Lama Luigi**, Centro Studi Nazionale CISL,  
pubblicato in Giovanni Felici (a cura di), *Dall'etica ai codici etici*, Franco Angeli, Milano, 2005,  
pagg. 90-106

### 1. la rilevanza attuale dell'etica

La fine del ventesimo secolo ci ha consegnato un tasso di frequenza del termine etica e dei suoi correlati che non ha avuto precedenti in tutto il secolo. L'etica è divenuta una presenza costante e rilevante nel dibattito attorno alle attività economiche, politiche e sociali, mentre fino a quindici anni fa era una questione che segnalava in modo pressoché esclusivo l'approccio filosofico o religioso e riguardava solo ristrette aree di pubblico.

I fattori di tanto successo sono essenzialmente due. Il primo è la crescente complessità da dirimere, frutto da un lato dei progressi scientifici e dall'altro del confronto fra sistemi diversi cui ci espone la globalizzazione attuale. Il secondo fattore è la fine dei sistemi ideologici di orientamento, che hanno assolto per oltre un secolo la funzione di riduzione della complessità permettendo a grandi masse di agire sullo scenario politico, economico e culturale con un grado di partecipazione mai raggiunto nella storia dell'umanità e, nei casi migliori, avviare un percorso che dalla semplificazione ideologica ne traesse valori di riferimento per un percorso di azione concreta nella realtà.

Sono i fattori che, pur non del tutto nuovi, plasmano il profilo della modernizzazione attuale. I rapidi cambiamenti dovuti al progresso scientifico e tecnologico sono un connotato di tutta l'epoca moderna. Oggi però al loro sviluppo accelerato si aggiunge un grado crescente di pervasività che porta nella vita quotidiana poteri e dilemmi non immaginabili in precedenza. Prendiamo ad esempio l'atomica, che dalla metà del secolo scorso mette di fronte a possibilità enormi, affascinanti e terribili, fonte di energia e strumento di distruzione senza paragoni. Tutti siamo interessati e coinvolti, ma l'uso del nucleare sia a scopi civili che per fini militari ci toccava, e ci tocca, per lo più indirettamente, attraverso la partecipazione alla vita politica. I pulsanti erano nelle mani di pochissimi, e lo restano relativamente ancora oggi. Diversamente l'uso di organismi geneticamente modificati, le nuove possibilità di dare la vita ad essere umani, di prolungare loro la vita o farla terminare utilizzando o meno determinate tecnologie portano nuovi poteri ad impattare nelle decisioni di un larghissimo numero di persone, che si trovano di fronte alla responsabilità di scelte che non hanno precedenti.

La globalizzazione attuale è un effetto dello sviluppo tecnologico, che ha ridotto enormemente costi e tempi di trasferimento di persone, merci e, soprattutto, di informazioni e dati da un angolo all'altro del pianeta. Nel contempo è essa stessa un fattore di moltiplicazione della complessità, in quanto permette, e per certi versi ci impone, di interagire con soggetti sconosciuti e distanti, connettendo su scala planetaria persone, organizzazioni, culture, religioni, sistemi politici ed economici. Le barriere fisiche e politiche che hanno rallentato e filtrato gli scambi sono crollate o si sono di gran lunga ridotte moltiplicando le possibilità di scelta ed innescando altresì il timore di veder andare in frantumi identità e modelli con tradizioni secolari.

Oggi più che mai il riferimento alla dimensione etica, fino a renderla esplicita e formalizzata in codici etici vincolanti una determinata collettività, è divenuta un problema con cui tutti i soggetti, singoli o collettivi, devono fare i conti. Le tradizioni religiose possono offrire un conforto nel districare la complessità delle scelte attuali. Vi sono poteri politici, oppure organizzazioni che ambiscono alla sua conquista, che fanno ampio uso della religione per validare le proprie scelte e raccogliere consenso. Per le singole persone la fede religiosa può essere un supporto forte alle scelte, ma resta comunque la necessità di collegare valori fondanti e problemi attuali, nuovi e dalle

molteplici sfaccettature. La convivenza civile, poi, richiede oggi di trovare formule che permettano la convivenza pacifica fra tradizioni religiose diverse.

La fine del confronto fra i sistemi ideologici che hanno connotato il ventesimo secolo ha avuto effetti vistosi in campo economico. Il crollo dei regimi comunisti a pianificazione centralizzata ha lasciato come vincitore il capitalismo, rendendo molto più visibile la sua natura multiforme, la pluralità dei capitalismi, la relazione fra sistemi economici e connotati socio-culturali del contesto in cui sono insediati. La fine del ventesimo secolo ha dato all'impresa un rinnovato prestigio ed un ruolo di protagonista che ne mette maggiormente in luce le responsabilità. Tanto i sistemi nazionali quanto le singole imprese al loro interno mostrano che perseguire il profitto non comporta omogeneità di comportamenti.

C'è modo e modo di fare profitto. Sottolineo fare profitto. Non se farlo o meno, ma come farlo, a che condizioni e in che modo. Quindi ci sono forti differenze all'interno dei soggetti economici che operano per ricavare un utile dalle loro attività. Qui non vogliamo affrontare la questione del rapporto fra Stato e mercato, sull'opportunità, ambiti, limiti e vantaggio dell'intervento pubblico nell'economia. La nostra attenzione è sulle imprese. Al di là di quanto prescritto dalle leggi porre la questione dei codici etici significa valutare le differenze che si manifestano nella capacità di condurre una attività economica, finalizzata a produrre risorse economiche e distribuirle fra i partecipanti alle sue attività, di rispondere ad altri imperativi. Ad esempio la capacità di generare sviluppo, accrescere quelle che Sen chiama *capabilities*, ovvero effettive possibilità decisioni ed azioni libere per le persone coinvolte e realizzare prodotti e processi produttivi che migliorano, o quanto meno non peggiorano, l'ambiente fisico. E valutare una attività economica non solo in base al valore monetario dei prodotti e del patrimonio comporta il riferimento a valori, impone una riflessione etica. Un rimando all'uso dei poteri discrezionali ed alla responsabilità di qualsiasi soggetto.

## 2. i codici etici

Il codice etico è assunzione formale di responsabilità verso gli altri. La responsabilità non comincia con la decisione, bensì esige la decisione. La responsabilità espressa dal codice etico non può essere autoreferente. Come ci mostra l'etimologia, il termine responsabilità deriva dal latino *respondeo* ed esprime reciprocità, ha nella relazione con l'altro la sua essenza. Stare nella società rende responsabili, carica di un fardello del cui peso talvolta ci si vorrebbe liberare, ignorarne l'esistenza. Un fardello proporzionale al potere politico, culturale o economico posseduto. Il suo esercizio impone la valutazione delle conseguenze prevedibili delle azioni che si compiono, sapendo che anche la "non azione" è una decisione, una delle scelte possibili ed altrettanto gravida di responsabilità quanto le altre.

L'agire responsabile non è quindi una opzione, un connotato aggiuntivo di cui si può adornare il potere nobilitandosi, ma "nasce invece dal dover essere dell'essere stesso" (Nicoletti, 2004). La connessione con il potere espone al rischio di una interpretazione paternalistica, che trasla dal prendersi cura degli altri al sottrarre loro la possibilità e l'impegno di prendere le loro decisioni. Il potere esercitato con responsabilità da un lato non fugge dall'esercizio delle sue possibilità, dall'altro non si sottrae all'obbligo di rendere conto e piegarsi al giudizio dell'altro. In una visione di piena reciprocità lo evoca ed in questo modo richiama anche l'altro all'esercizio del suo potere e responsabilità.

Un simile orientamento di filosofia politica, inteso in senso lato come orientamento per l'esercizio di qualsivoglia potere, da quello culturale (pensiamo ad esempio alla comunicazione o all'insegnamento) a quello politico in senso stretto (pensiamo all'attività esecutiva di governo, di produzione normativa del legislatore o di amministrazione pubblica) a quello economico su cui focalizziamo l'attenzione in questo caso, mette in luce la relazione fra il dialogo sociale e la concreta costruzione di una società in cui le virtù civiche sono fattori di solidità e benessere. Il

confronto fra soggetti collettivi come ‘adulti responsabili’ non ci dice nulla sul contenuto della scelte questi soggetti potranno compiere. Ci indica una modalità di decisione che è l’unica che assume il futuro della società come variabile che non può essere trascurata.

In questo orizzonte l’economia prende atto della sua non autosufficienza e ridefinisce i suoi scopi come scienza, la descrizione di un abito specifico delle attività umane e la valutazione dei loro obiettivi e delle modalità per raggiungerli, entro il contesto antropologico e socio ambientale nel quale opera e dal quale riceve risorse e vincoli. Una piena riflessione etica non può limitarsi alla nella dichiarazione “esplicita di giustificazione delle norme morali o le compagini sistematiche di norme e valori; ma piuttosto ogni disposizione a chiarire e dare ragione dei motivi per cui si vive” (Totaro, 2004). I codici etici sono un’occasione per spiegare e esporsi al confronto con gli altri soggetti. Sono quindi una opportunità aggiuntiva di maturazione consapevole poiché ad un soggetto, anche una organizzazione, anche di tipo economico come una azienda, per affermare i propri criteri di valutazione ed esporsi al giudizio altrui bastano i comportamenti, non sono necessarie dichiarazioni che li giustifichino.

Anche per questo motivo, oltre che per la loro sostanziale corrispondenza, utilizziamo come sinonimi codice etico, codice di condotta e codice di autoregolamentazione, riferendoli a quegli strumenti per esplicitare i propri valori, dichiarare le proprie responsabilità verso tutti gli interlocutori, esporre politiche in materia etica e norme di comportamento per tutti i dipendenti.

Il codice di condotta, nella definizione offerta dal del Libro Verde della Commissione CE sulla responsabilità sociale delle impresa, è la «dichiarazione ufficiale dei valori e delle prassi commerciali di un’impresa e, a volte, delle parti che intrattengono relazioni con essa. Esso contiene l’enunciazione di norme di comportamento e l’impegno dell’azienda ad osservarle e a farle osservare ai suoi stakeholders». È una formula di ampio successo, attraverso la quale l’impresa dichiara formalmente i valori che dovrebbero essere condivisi dal management come dai dipendenti. Il capostipite è il Credo della Johnson & Johnson, che risale al 1943, seguito da numerosi grandi gruppi multinazionali, come, Hewlett-Packard, Merck, General Electric, Microsoft e molti altri. Purtroppo, come ha mostrato Brighi (CISL, 2003), ben il 72% non riconosce il sindacato. Le verifiche di OIL (Organizzazione Internazionale del Lavoro) e TUAC (commissione sindacale consultiva presso l’OCSE) mostrano che solo una minoranza esigua di imprese dotate di codice etico ammette il sindacato e prevede diritti di associazione o di contrattazione o azione sindacale all’interno delle imprese. Una contraddizione cruciale.

Una altro esempio concreto di una diversa contraddizione e delle difficoltà di controllare i rischi di opportunismo connessi alla logica del profitto attraverso strumenti di responsabilità sociale d’impresa è dato dal recente scandalo della casa farmaceutica Glaxo, una delle prime grandi corporation a dotarsi di codice etico con lo scopo dichiarato di prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome o per conto dell’azienda attraverso una chiara ed esplicita definizioni delle responsabilità etiche e sociali dei propri dirigenti, quadri, dipendenti e fornitori. Nel 2004 le inchieste a cui è sottoposta la Glaxo per l’incentivazione deliberata da parte dell’azienda degli informatori scientifici a indurre i medici a prescrivere i farmaci della ditta mostrano come l’interesse dell’azienda ad esaltare la performance etica dell’organizzazione sia da ricondurre ad obiettivi diversi da quelli di produrre esternatilità positive per la comunità e i cittadini.

Contraddizioni che non ci devono scoraggiare. L’afferinarsi della democrazia e dell’equità può contare sul “potere civilizzatore dell’ipocrisia” (Elster 1998). L’utilizzo di argomenti gravidi di buone intenzioni rende meno “interessato” ciò che viene proposto, sostiene nei fatti lo sviluppo di una cultura in cui l’interesse è più temperato e si espone al richiamo alla coerenza qualora i comportamenti effettivi cadessero in contraddizione. Le dichiarazioni di principio come i codici etici rendono più grave essere colti in flagrante quando si commettono le colpe che ci si era impegnati solennemente di evitare. Insomma dichiarare buone intenzioni finisce per far diventare le persone e le organizzazioni migliori di quello che sono. E offre a chi vuole sostenere la pratica di comportamenti migliori la possibilità di chiedere un resoconto di ciò che è stato fatto e di renderlo verificabile da un organismo al di sopra delle parti e non influenzabile. In questo senso può operare

un supporto legislativo ai codici etici e agli strumenti di responsabilità sociale in genere. Senza togliere loro la volontarietà potrebbe essere sanzionato il mancato mantenimento degli impegni presi.

La Comunicazione della Commissione UE (2002) mette in luce che la sfida principale per le aziende che dichiarano i propri codici di condotta, esplicitando l'assunzione di vincoli aggiuntivi rispetto a leggi, regolamenti e convenzioni, consiste nell'assicurarne una corretta applicazione, il monitoraggio e un'accurata verifica. La tentazione di cercare di cogliere vantaggi di immagine al minor costo possibile con astratte affermazioni di principio ritagliate su misura può essere molto forte. Un comportamento opportunistico che può essere ostacolato dal rispetto delle indicazioni di organizzazioni internazionali riguardo ai codici di condotta, in particolare rispetto alle condizioni di lavoro nel settore informale e delle ditte di subappalto, nonché nelle zone di libero scambio di paesi affamati di investimenti esteri. In particolare il testo della Commissione a pagina 15 recita:

Secondo la Commissione, i codici di condotta dovrebbero:

- basarsi sulle convenzioni fondamentali dell'OIL e sugli orientamenti dell'OCSE per le imprese multinazionali, in quanto norme minime comuni di riferimento;
- includere meccanismi appropriati in vista della loro valutazione e del controllo della loro attuazione, nonché un sistema di conformità;
- associare alla loro elaborazione e applicazione e al loro monitoraggio le parti sociali ed altre parti interessate, anche nei paesi in via di sviluppo,
- assicurare la diffusione delle buone pratiche delle imprese europee.

*La Commissione invita il foro multilaterale europeo sulla RSI (..) a considerare efficacia e credibilità dei codici di condotta esistenti e ad analizzare le possibilità di promuovere la convergenza a livello europeo.*

Non si tratta solo di frenare la malafede e l'opportunismo. È una scelta di competitività. La strategia espressa a dall'Unione Europea a Lisbona nel 2000 indica nella maggiore trasparenza ad obiettivi, attività e risultati dell'impresa il modo per evitare decisioni sbagliate dal livello esecutivo fino a quello strategico. Coinvolgere anche gli attori esterni, compresi quelli della società civile organizzata, permette di elaborare politiche più efficaci ed efficienti grazie al contributo informativo portato dalla relazione con soggetti che sarebbe difficile e costoso raggiungere.

Per tutti la reputazione è una risorse economica rilevante. Per la piccola impresa del distretto è legata al passa parola che coinvolge concorrenti, fornitori, collaboratori, clienti e dipendenti e costruisce una immagine dell'azienda per aspetti come la qualità del prodotto, il rispetto dei tempi e, last but not least, la solvibilità. Una cattiva reputazione è un innesco di difficoltà o, più spesso, un moltiplicatore dei problemi esistenti. Per le grandi aziende la visibilità è enormemente maggiore ed ha reso la costruzione di una immagine e della sua comunicazione un elemento esiziale dell'azienda.

Nel nostro paese il fenomeno della public company è quasi inesistente, per cui le gran parte delle aziende non deve preoccuparsi del confronto con coalizioni di piccoli azionisti che chiedono conto del danno economico conseguente al deterioramento della reputazione aziendale, per i guasti all'immagine comunicata dall'impresa con comportamenti scorretti, con le contraddizioni fra dichiarazioni e azioni concrete. Restano però gli altri stakeholders, in particolare dipendenti e consumatori che possono affiancare con i loro messaggi quelli dell'azienda. La fonte dell'immagine aziendale non è esclusivamente la sua pubblicità. Come nel caso delle piccole imprese del distretto tutti i suoi stakeholder sono fonti informative e, grazie alle attuali tecnologie, possono ottenere che ne sia moltiplicato l'impatto dai media su carta, per radio e televisione e sulla rete.

Acocella (2004) evidenzia che l'azione morale è «inseparabile da valori sociali non immediatamente riconducibili al vantaggio di uno o molti: la libertà, la democrazia, l'uguaglianza,

la giustizia costituiscono obiettivi sociali che comportano benefici non immediatamente identificabili ed attribuibili se non nel momento della realizzazione stabile e duratura». Inoltre delinea i tre tipi di problemi etici più rilevanti per superare l'impostazione tradizionale secondo la quale la questione etica attiene in modo esclusivo alla figura dell'imprenditore ed alla sua moralità. In primo luogo la moralità deve andare oltre l'osservanza delle norme a tutela di lavoratori e consumatori, espressione di una volontà che supera gli obblighi imposti giuridicamente. Quindi le preoccupazioni sociale ed ambientali costituiscono un limite non superabile dalla libertà di impresa che assuma la responsabilità per le conseguenze prevedibili delle sue azioni. Infine, ma elemento chiave, vi è l'assunzione di responsabilità e relazione con le parti interessate, a partire dalla posizione verso le rappresentanze dei lavoratori e delle loro organizzazioni sindacali. Un codice etico può essere solo parole, o peggio mistificazione. Affinché si concretizzino tutte le migliori potenzialità della responsabilità sociale e «non finisca per riproporre forme di mero paternalismo sociale (...) è necessario che venga consolidato il ruolo del personale operante all'interno delle strutture produttive».

In tale modo l'impresa, attraverso il codice etico, diventa attore per l'affermarsi della giustizia come equità, secondo il modello indicato da Rawls (2001), per cui i membri della società sono soggetti morali in grado di cooperare per il mutuo vantaggio e non semplicemente orientati a soddisfare i propri obiettivi e desideri. Il confronto fra le parti su un piano di pari dignità è la condizione per la costruzione di una società giusta, il riconoscimento e l'accettazione di quelli che Rawls ha chiamato "beni primari".

### **3. responsabilità e confronto fra parti sociali**

Il confronto fra le parti, la cooperazione intesa non come attività socialmente coordinata per raggiungere certi fini ma come equità e vantaggi razionali per ogni partecipante, in altre parole un riconoscimento libero e reciproco, è effettivo se tende a permeare l'intera vita sociale, se non vi sono aree pregiudizialmente escluse dal suo manifestarsi. Una contraddizione da mettere in luce e che può essere affrontata con il dialogo sociale è quella fra assunzione di principi universali astratti del tutto scissi da una quotidianità priva di criteri di giudizio, di adattamento all'esistente ed imitazione di stili di vita eterodiretti. In questo senso il codice etico di un soggetto collettivo, l'azienda, sollecita anche gli altri soggetti collettivi con cui apre il confronto come organizzazioni di stakeholders, fino al singolo individuo, richiamandolo alla coerenza di comportamenti, la cui intelligibilità è offuscata dalla carenza di luoghi e tempi di riflessione sul senso delle scelte. Il binomio potere e responsabilità non può mai essere trascurato e mette in luce le asimmetrie informative, di effettiva capacità di influire sulle scelte di una organizzazione. Per questo ribadiamo la crucialità del rapporto fra parti sociali in azienda.

L'Europa ha una forte tradizione di dialogo sociale e sembra orientata a mantenere questo indirizzo, anche se non mancano le ombre e le incertezze. Al di là del riconoscimento del ruolo delle organizzazioni di rappresentanza delle parti sociali nel processo di produzione normativa della UE è la partecipazione dei lavoratori prevista nelle imprese che assumeranno lo statuto di "società europea" un elemento chiave per comprendere i caratteri della partecipazione dei lavoratori alla vita delle imprese. La direttiva 2001/86/CE del Consiglio dell'8 ottobre 2001 completa lo statuto della società europea per quanto riguarda il coinvolgimento dei lavoratori e conferma la proposta di partecipazione strategica per tre ragioni (Baglioni, 2003):

- radica la cultura riformista secondo cui l'intrinseca simmetria del rapporto di lavoro dipendente può essere corretta dal riconoscimento di diritti istituzionali di informazione e consultazione;
- rafforza le relazioni collaborative fra le parti cercando una formula che componga la capacità competitiva dell'impresa con il riconoscimento di interessi diversi, ma non antagonisti;
- afferma che le diverse esperienze partecipative nelle relazioni industriali costituiscono uno dei tratti più significativi dell'identità e delle caratteristiche sociali dell'Unione Europea.

Le direttive devono essere recepite dalla legislazione nazionale e, in questo caso, è data un'ampia autonomia nel recepimento da parte delle legislazioni nazionali, cosa che espone a forti possibilità di elusione delle indicazioni europee. Il legislatore italiano è in ritardo – i termini per il recepimento sono scaduti l'8 ottobre 2004 -, ma il 2 marzo 2005 le confederazioni sindacali e le associazioni datoriali hanno raggiunto un accordo su un avviso comune per la trasposizione della direttiva sulla società europea, cosa che, nel momento in cui scriviamo, fa sperare in una felice conclusione del processo di accoglimento nella legislazione italiana.

Il sindacato non può pretendere di essere più importante di altre organizzazioni di stakeholders. Resta però il fatto che i rapporti con il personale costituiscono una delle dimensioni fondamentali del comportamento di una impresa socialmente responsabile e che i dipendenti vedono e vivono direttamente le scelte concrete operate dalle aziende, non solo le loro dichiarazioni di principio. Quindi sono buoni testimoni della coerenza fra parole e fatti. Riteniamo altresì che in quanto rappresentanza autonoma di valori ed interessi la sua presenza fra gli interlocutori dell'azienda è un valido indicatore di riduzione di scelte opportunistiche, per cui è oltremodo necessaria, pur se non sufficiente di per sé. La veridicità del processo di assunzione formale di responsabilità sociale, di cui i codici etici sono uno strumento, e la sua efficacia nell'influire i comportamenti di fatto è correlata alla presenza di interlocutori forti, che non subiscono influenze dall'azienda stessa. L'organizzazione sindacale offre maggiori garanzie in questo senso rispetto ad una mera rappresentanza dei dipendenti dell'azienda, in cui il senso di appartenenza aziendale e la gerarchia possono avere un influsso pernicioso.

#### **4. i codici etici nelle imprese italiane**

La ricerca Unioncamere (2004) ci offre un quadro dettagliato ed aggiornato dell'atteggiamento delle imprese italiane verso la responsabilità sociale ed i suoi strumenti. Fra questi il più diffuso è proprio il codice etico, anche se interessa ancora un numero esiguo di imprese. Sotto questa denominazione sono compresi sia i codici di comportamento più analitici che i documenti sintetici di affermazione dei valori fondamentali o idee guida di una impresa. La media ponderata indica la loro presenza nel 3,2 % delle imprese, ma è interessante sottolineare che vi sono significative differenze fra settori e per dimensione aziendale. Si collocano al di sopra della media ponderata i macro-settori del Credito-Assicurazioni (9,1 %), dei Servizi alle persone (6,9 %), dell'ICT (6,3%) e dei Servizi alle imprese (4,8 %). Nelle imprese con oltre 250 dipendenti hanno una diffusione del 18 %, ben superiore alla media.

Nella ricerca Unioncamere sono state analizzate le ragioni della decisione di adottare uno strumento di responsabilità sociale, due riferite all'interno dell'impresa e due all'esterno, con una scala di valutazione della loro importanza che andava da "nulla", poi "poco", "abbastanza" ed infine "molto". Come mostrano le tabelle 1 e 2, l'obiettivo della cultura aziendale è sentito da tutte le classi d'impresa, ad eccezioni delle minori. Per queste ultime la coesione del personale non è un problema che richieda questo genere di interventi e il codice è in prevalenza uno strumento per l'affermazione di una immagine esterna. Nelle grandi imprese inoltre ha un particolare rilievo nella prevenzione di illeciti da parte di collaboratori. Nelle imprese con 250 dipendenti o più è al 48,6 % come motivazione molto importante e raggiunge il 83,1 % se si sommano le risposte "molto" e "abbastanza".

Tabella 1.

Le motivazioni dell'utilizzo del codice etico in società quotate, grandi imprese e totale imprese

| <b>Importanza</b>     | <b>Motivazioni</b>                  | <b>Quotate</b> | <b>&gt;249</b> | <b>Totale</b> |
|-----------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| molta                 | Sviluppo cultura aziendale          | 88,0           | 67,1           | 26,5          |
|                       | Promozione immagine aziendale       | 48,0           | 26,1           | 34,1          |
|                       | Accreditamento verso i clienti/gare | 12,0           | 20,5           | 16,0          |
|                       | Prevenzione illeciti collaboratori  | 44,0           | 48,6           | 25,4          |
|                       |                                     |                |                |               |
| abbastanza +<br>molta | Sviluppo cultura aziendale          | 100,0          | 96,6           | 77,0          |
|                       | Promozione immagine aziendale       | 96,0           | 86,0           | 70,6          |
|                       | Accreditamento verso i clienti/gare | 36,0           | 55,2           | 48,3          |
|                       | Prevenzione illeciti collaboratori  | 88,0           | 83,1           | 57,6          |

Fonte: Unioncamere - ISVI

Tabella 2.

Le motivazioni dell'utilizzo del codice etico in aziende non quotate classificate per dimensione

| <b>Importanza</b>     | <b>Motivazioni</b>                  | <b>&lt; 19</b> | <b>20-49</b> | <b>50-249</b> | <b>&gt;249</b> | <b>Totale</b> |
|-----------------------|-------------------------------------|----------------|--------------|---------------|----------------|---------------|
| molta                 | Promozione immagine aziendale       | 33,5           | 39,9         | 41,7          | 26,1           | 34,1          |
|                       | Sviluppo cultura aziendale          | 22,7           | 51,7         | 52,5          | 67,1           | 26,5          |
|                       | Prevenzione illeciti collaboratori  | 25,1           | 27,0         | 14,0          | 48,6           | 25,4          |
|                       | Accreditamento verso i clienti/gare | 15,6           | 20,5         | 12,0          | 20,5           | 16,0          |
|                       |                                     |                |              |               |                |               |
| abbastanza +<br>molta | Promozione immagine aziendale       | 70,0           | 73,0         | 77,3          | 86,0           | 70,6          |
|                       | Sviluppo cultura aziendale          | 75,0           | 88,0         | 98,8          | 96,6           | 77,0          |
|                       | Prevenzione illeciti collaboratori  | 55,3           | 75,1         | 64,0          | 83,1           | 57,6          |
|                       | Accreditamento verso i clienti/gare | 47,4           | 59,4         | 37,6          | 55,2           | 48,3          |

Fonte: Unioncamere - ISVI

## 5. codici etici e azione sindacale

Abbiamo visto che il codice etico esprime l'assunzione della responsabilità sociale all'interno della logica dell'impresa privata per orientarne il contributo che può dare alla società. Il successo per questa impresa non si riduce alla crescita di ricchezza materiale. Tale riconoscimento significa in primo luogo accettare l'impresa privata, ammettere che essa può svolgere in grado diverso una funzione sociale nel modo in cui opera sul mercato e ottiene profitto. Un approccio coerente con il modello cooperativo, che in Italia ha un peso rilevante (e qualche contraddizione), ma che è sempre stato considerato "un mondo a parte" nel sistema delle imprese.

Ciò aiuta a comprendere il ritardo con cui si è manifestata in Italia la questione della responsabilità sociale d'impresa rispetto ad altri paesi occidentali – ad esempio gli Stati Uniti – in cui la logica del mercato, la sua funzione regolatrice e di strumento per dimostrare attraverso il successo di un bene o un servizio il valore delle idee e dei soggetti che lo promuovono sono sostenuti da un ampio consenso. La ricerca di una più ampia e solida legittimazione da parte delle imprese fa emergere negli USA il concetto di Corporate Social Responsibility fin dagli anni sessanta.

In Italia, e più in generale in Europa, i rapporti fra logica dello scambio, che si esprime nel mercato, logica della redistribuzione, che si esprime attraverso lo Stato, e logica della reciprocità, che si esprime nella mutualità, sono stati più equilibrati e, anzi, hanno visto un ruolo rilevante dello Stato. Un ruolo che è apparso troppo cospicuo quando, con il crollo dell'URSS, l'unico termine di paragone sono rimasti gli USA. Una serie di fattori, la cui analisi esula dello scopo di questo scritto, ha messo fortemente in crisi il modello keynesiano di contemperazione del mercato attraverso l'intervento pubblico che si era affermato nell'arco del ventesimo secolo e messo in luce le diversità fra i "capitalismi" esistenti nelle aree più sviluppate del pianeta. Un processo che ha sostenuto l'emergere e l'affermarsi del concetto di responsabilità sociale d'impresa in Italia, correlato alla legittimazione del mercato e dell'impresa. Tale processo non è né uniforme né consolidato. Limitando la nostra osservazione agli attori delle relazioni industriali si rileva che, da un lato, ha coinvolto di variegate aree politico culturali che trovano in essa una possibilità di espressione dell'avversione al capitalismo ed al mercato attraverso un intervento tattico al suo interno, in attesa della formulazione di un modello radicalmente alternativo i cui connotati e tempi sono sempre più sfumati. Nel versante opposto si colloca una visione che afferma l'autosufficienza del mercato, espressa dalla capacità di offrire agli acquirenti una gamma di beni e servizi che sono vettori intrinseci di valori, compresi quelli di solidarietà, equità, ecologia, ecc. Questa seconda posizione è oggi molto più consistente e affermata dalla parte di imprese che sostengono che l'adesione a forme di RSI deve essere rigorosamente libera e volontaria, senza vincoli e sanzioni, positive o negative, da parte del potere pubblico. Il consumatore "vota con l'acquisto", sostenendo in questo modo i valori espressi da un determinato bene. Le imprese si configurano così come una nuova forma di soggetto intermedio per l'affermazione di identità e valori. Un prospettiva che ha limiti gravi e non superabili dall'interno. In primo luogo il mercato permette all'acquirente capacità di espressione correlate al potere d'acquisto. Tanto più esso è esiguo, tanto più sono limitate le possibilità di scelta. In secondo luogo una scelta libera necessita di piena consapevolezza e trasparenza, ovvero della fruibilità di informazioni complete e veritiere e delle loro elaborazione.

Queste considerazioni mostrano potenzialità e limiti dell'orientamento alla RSI. Un pieno sviluppo delle sue potenzialità parte dall'assunzione di questa prospettiva dai due elementi costitutivi l'impresa, capitale e lavoro, e dal loro reciproco riconoscimento.

Il codice etico, che ha fra le sue motivazioni forti proprio il rafforzamento del controllo sui dipendenti e la distinzione fra loro eventuali azioni illecite e l'impresa come soggetto, non può essere visto separatamente da quella che è la responsabilità interna delle imprese per due motivi. Il primo è che non si può essere responsabili fuori ed irresponsabili dentro, il secondo è che il risultato esterno della attività svolta dall'impresa deriva direttamente da quella che è la sua

situazione interna. Diventa quindi necessario il sindacato sia come interlocutore che rappresenta le istanze dei lavoratori all'interno dell'impresa sia come rappresentante più in generale della collettività organizzata dei lavoratori. Per il sindacato e l'impresa entra in gioco una più complessa definizione del mercato che vede al centro dell'attività economica non una pura logica economicistica tesa al profitto, ma la centralità della persona umana, affermata anche attraverso la valorizzazione degli enti intermedi nel riconoscimento come stakeholder.

Per il sindacato, che da sempre appartiene agli enti intermedi riconosciuti socialmente e costituzionalmente, si apre quindi lo spazio per definire culturalmente e nella prassi contrattuale il concetto di responsabilità sociale. Nel panorama sindacale italiano la Cisl può rivendicare in piena legittimità la coerenza fra la concezione sindacale partecipativa espressa fin dalle origini ed il ruolo di stakeholder in un processo di responsabilità sociale d'impresa. Ma sarebbe deleterio se questo processo diventasse terreno di scontro competitivo fra organizzazioni sindacali. L'integrazione che può sorgere da un serio processo di assunzione di responsabilità sociale non elimina rapporti di potere interno all'azienda e anche in questo ambito l'efficacia dell'azione sindacale deriva dalla coesione attorno ad obiettivi chiari. Oggi tutte le grandi confederazioni riconoscono piena legittimità al mercato ed al profitto, pur rappresentando interessi che, per lo meno, sono altrettanto legittimi, quelli dei lavoratori dipendenti. Soggetti che, non è banale ricordarlo, sono indispensabili al processo di creazione della ricchezza e in questo processo vogliono voce e sulle sue modalità di attuazione e su quantità e criteri di distribuzioni dei benefici che ne derivano.

Nel momento in cui si fa sempre più forte la finanziarizzazione dell'economia, l'outsourcing e flessibilizzazione del lavoro per andare incontro alle nuove spinte competitive il riconoscimento della posizione di interlocutori interessati alla sorte dell'impresa ed alla propria sorte dal punto di vista lavorativo diviene fondamentale. Di fronte alla necessità di farsi carico di questi rischi conferma l'antica domanda di democrazia economica, essere partecipi alle scelte dell'impresa in quanto lavoratori.

Il sindacato è un stakeholder indispensabile per mostrare la serietà dell'assunzione di responsabilità sociale dell'impresa. Certo non è sufficiente. Si apre oggi un nuovo terreno di rapporto tra sindacato ed altre forme associative. Queste, come ad esempio le associazioni di consumatori o ecologiste, dal punto di vista dell'immagine sui mezzi di comunicazione presentano un aspetto di grande rilevanza, l'apparire più moderne e dinamiche, ma a differenza del sindacato possono difficilmente vantare una reale rappresentanza di interessi collettivi chiaramente legittimati in singole realtà di impresa, anche e troppo spesso a dispetto di ostacoli. Il dialogo tra sindacato, imprese e queste associazioni può essere uno dei frutti positivi dei codici etici, in particolare nel controllo della coerenza fra dichiarazioni e comportamenti. Un fatto rilevante che se ben condotto può condurre ad ottimi frutti per tutta la collettività. Bisogna, infatti, riconoscere come spesso grazie al contributo di queste associazioni il sindacato è stato capace di ripensare la propria strategia tenendo conto di fattori che in precedenza gli sfuggivano.

## **6. gli accordi quadro**

La globalizzazione pone un problema di governo per la possibilità delle imprese di scegliere la legislazione più favorevole ai loro interessi installando in un determinato paese impianti oppure, più semplicemente, acquistando in subfornitura da altre beni e servizi intermedi. Il nostro paese mostra che la delocalizzazione è divenuta una prassi diffusa anche fra le piccole e piccolissime imprese che connotano il nostro sistema produttivo. Sono però le multinazionali i destinatarie delle "Linee guida sulle multinazionali" definite per la prima volta dall'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) già nel 1976, poi riviste e rilanciate nel 1998 con un nuovo testo che il 17 giugno 2000 è stato sottoscritto da tutti i paesi membri.

Quasi contemporaneamente, nel luglio 2000, è lanciato dall'ONU il progetto Global Compact. Si tratta di un'iniziativa internazionale mirata alle imprese, affinché collaborino con le

agenzie dell'ONU, i sindacati e la società civile per sostenere nove principi universali nei campi dei diritti umani, del lavoro e dell'ambiente. Come nota Annan, «ciò che è bene per la società, è bene per l'impresa» e, aggiungiamo, non è invece per nulla certo che ciò che è bene per un'impresa lo sia per la società. Agli inizi degli anni novanta l'ONU ha definitivamente abbandonato l'idea di preparare un codice di condotta sulle multinazionali che contenesse alcune norme vincolanti sul loro operato, soprattutto in materia sociale e ambientale. Il nuovo tentativo è il Global Compact, una serie di nove principi che le imprese possono decidere di autoimporsi o meno. I primi due principi insistono sul sostegno e sul rispetto dei diritti umani internazionali, anche nelle filiali, senza connivenze in abusi. Nel terzo principio si parla di sostenere la libertà di associazione e l'effettivo riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva. Vi sono poi l'abolizione di ogni forma di lavoro obbligato e forzato o infantile. Il sesto è contro ogni forma di discriminazione nel rispetto dell'occupazione, mentre gli ultimi tre si occupano dei temi ambientali, chiedendo alle imprese un approccio preventivo e maggiore responsabilità, nonché lo sviluppo e la diffusione di tecnologie ecologiche.

Oggi centinaia di aziende da tutto il mondo, sindacati internazionali e organizzazioni della società civile sono impegnati nel "Global Compact", che non è uno strumento di regolazione ma una rete che punta alla responsabilità pubblica e alla trasparenza.

Sempre a partire dal 2000 il movimento sindacale internazionale, in particolare la confederazione mondiale ICFTU, a cui sono affiliate le confederazioni italiane Cgil, Cisl e Uil ha fatto della "globalizzazione della giustizia sociale" il suo primo obiettivo, perseguito con politiche di pressione verso le istituzioni politiche ed economiche, impegnando direttamente le multinazionali attraverso accordi quadro e influenzando le agenzie dell'ONU in favore dell'equità e dei diritti umani e sociali. Oggi vi sono oltre venticinque accordi quadro sottoscritti da federazioni di settore mondiale (Global Union Federation, GUF) e imprese multinazionali. Un esempio italiano è l'accordo quadro sottoscritto nel 2002 fra il gruppo Merloni, produttore di elettrodomestici, e le federazioni dei sindacati metalmeccanici Fim, Fiom e Uilm e Fism, la federazione internazionale dei sindacati metalmeccanici, operante a livello mondiale ed a cui sono affiliate le tre federazioni italiane. Gli accordi quadro coprono una serie di questioni che vanno dai diritti di associazione e contrattazione collettiva, ai diritti di informazione e consultazione, pari opportunità, salute e sicurezza, indicazioni standard sui minimi salariali e il ripudio del lavoro minorile e del lavoro forzato. Questi accordi sono strumenti di relazioni industriali e non codici etici. A livello globale i secondi sono dichiarazioni unilaterali delle multinazionali, mentre gli altri sono risultato della contrattazione fra l'impresa e una federazione mondiale di settore. Questo permette al sindacato la verifica dell'effettiva attuazione di quanto concordato. Si parte dall'assunto che le aziende non sono perfette e che al loro interno vi possono essere una serie di problemi. Si tratta di individuare risolvere quelli delle aree coperte dall'accordo, un percorso che può contenere promesse limitate, ma che si impegna a portarle a fondo, con un risultato che in molto casi può essere assai consistente.

## CODICI DI CONDOTTA/ACCORDI QUADRO

### SOTTOSCRITTI TRA AZIENDE MULTINAZIONALI E FEDERAZIONI INTERNAZIONALI DI CATEGORIA (Global Union Federations GUF)

| AZIENDA         | PAESE        | SETTORE           | CATEGORIA | ANNO |
|-----------------|--------------|-------------------|-----------|------|
| Danone          | France       | Food Processing   | IUF       | 1988 |
| Accor           | France       | Hotels            | IUF       | 1995 |
| IKEA            | Sweden       | Furniture         | IFBWW     | 1998 |
| Statoil         | Norway       | Oil Industry      | ICEM      | 1998 |
| Faber-Castell   | Germany      | Office Material   | IFBWW     | 1999 |
| Freudenberg     | Germany      | Chemical Industry | ICEM      | 2000 |
| Hochtief        | Germany      | Construction      | IFBWW     | 2000 |
| Carrefour       | France       | Retail Industry   | UNI       | 2001 |
| Chiquita        | USA          | Agriculture       | IUF       | 2001 |
| OTE Telecom     | Greece       | Telecommunication | UNI       | 2001 |
| Skanska         | Sweden       | Construction      | IFBWW     | 2001 |
| Telefonica      | Spain        | Telecommunication | UNI       | 2001 |
| Merloni         | Italy        | Metal Industry    | IMF       | 2002 |
| Endesa          | Spain        | Power Industry    | ICEM      | 2002 |
| Ballast Nedam   | Netherlands  | Construction      | IFBWW     | 2002 |
| Fonterra        | New Zealand  | Dairy Industry    | IUF       | 2002 |
| Volkswagen      | Germany      | Auto Industry     | IMF       | 2002 |
| Norske Skog     | Norway       | Paper             | ICEM      | 2002 |
| AngloGold       | South Africa | Mining            | ICEM      | 2002 |
| DaimlerChrysler | Germany      | Auto Industry     | IMF       | 2002 |

Elencati secondo l'anno di firma dell'accordo

© Robert Steiert (IMF) / Marion Hellmann (IFBWW) – 2002

- ICEM = International Federation of Chemical, Energy, Mine and General Workers Unions  
 IFBWW = International Federation of Building and Woodworkers  
 IUF = International Union of Food, Agricultural, Hotel, Restaurant, Catering, Tobacco and Allied Workers' Associations  
 IMF = International Metalworkers' Federation  
 UNI = Union Network International

fonte: <http://online.cisl.it/dept.int/0000E8C6-80000003/010A0EFA-000F6BFF-010A0F03>

## BIBLIOGRAFIA

- Acocella, G., (2004), *Aspetti sociali dell'etica economica. Il contributo della filosofia morale al dibattito sulla responsabilità sociale dell'impresa*, in "Sociologia del Lavoro", n.° 96.
- CISL, (2003), *La responsabilità Sociale dell'impresa : il ruolo delle parti sociali*, Atti del Convegno, Roma, 3-4 Novembre 2003 (<http://www.cisl.it/SitoCisl-democrazia.nsf/f6a123fa3ebdc119c1256e62005001af/33381715741789fcc1256f48002fb596?OpenDocument>)
- Baglioni, G., (2003), *La nozione di partecipazione dei lavoratori nella direttiva sulla società europea*, in "Giornale di diritto del lavoro e relazioni industriali", n.° 98, anno XXV.
- Baglioni, G., (2004), *Fare sindacato oggi*, Edizioni Lavoro, Roma.
- Bruni, L., Zamagni, S., (2004), *Economia civile*, Il Mulino, Bologna.
- Commissione U. E., (2002), *Comunicazione della Commissione relativa alla Responsabilità sociale delle imprese: un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile*, Bruxelles, 2.7.2002, COM(2002) 347 definitivo.
- Consiglio CE (2001), *Direttiva 2001/86/CE del Consiglio*, Gazzetta ufficiale delle Comunità europee 10.11.2001
- Elster, J., (1998), *Deliberative Democracy*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Fazzi, L., (2004), *Questioni di fiducia: a cosa serve (e a cosa non serve) il bilancio sociali per le organizzazioni non profit*, in Studi Organizzativi, numero 2-3/2004.
- ICFTU, (2005), *ICFTU Trade Union Guide to Globalization*, (<http://www.icftu.org/displaydocument.asp?Index=991220864>)
- ILO, (2005), *A Fair Globalization. Report of the World Commission on the Social Dimension of Globalization*, Roma, 25 febbraio 2005, (<http://www.ilo.org/public/english/fairglobalization/index.htm>)
- Nicoletti, M., (2004), *Sul concetto di responsabilità*, in Rusconi, G., Dorigatti, M., (a cura di), *La responsabilità sociale dell'impresa*, Franco Angeli, Milano.
- Rawls, J., (2001), *Unità sociale e beni primari*, in Rawls, J., *Saggi*, Comunità, Milano.
- Rusconi, G., e Dorigatti, M., (a cura di), (2004), *La responsabilità sociale dell'impresa*, Franco Angeli, Milano.
- Sen, A., (2000), *Lo sviluppo è libertà*, Mondadori, Milano.
- Totaro, F., (2004), *Etica ed economia*, in Rusconi, Gianfranco, e Dorigatti, Michele, (a cura di), *La responsabilità sociale dell'impresa*, Franco Angeli, Milano.
- Unioncamere, (2004), *I modelli di responsabilità sociale nelle imprese italiane*, Franco Angeli, Milano.

## NOTA BIOGRAFICA

Luigi Lama, laureato in Scienze Politiche alla "Cesare Alfieri" di Firenze, dal 1996 è formatore al Centro Studi Nazionale CISL dove è responsabile della formazione per nuovi dirigenti. In precedenza era stato responsabile nazionale della formazione per la federazione metalmeccanici FIM CISL. Inoltre è professore a contratto presso la facoltà di Scienze Politiche di Firenze nel corso di laurea in "Relazioni industriali e sviluppo delle risorse umane".