

Nuova strategia europea in materia di responsabilità sociale d'impresa - Posizione delle imprese a livello UE

Confindustria

Relazioni Industriali, Sicurezza e Affari Sociali

La nuova strategia è stata elaborata nel contesto della strategia europea 2020 con un chiaro collegamento all'attuale situazione di crisi economica in cui versa l'UE.

Essa prevede un'agenda operativa molto intensa fino al 2014, e si conclude con la previsione di un processo di monitoraggio sull'attuazione delle varie iniziative in cui la stessa si articola.

Nonostante l'intensa attività di lobby a livello comunitario condotta negli ultimi anni da BE sul tema della CSR, la nuova strategia contiene una serie di azioni e iniziative che tendono ad allentare la necessaria flessibilità dei processi di CSR presso le imprese, pur continuando a riconoscerne la natura volontaria.

Nella sua posizione BE, d'intesa con le federazioni imprenditoriali nazionali, ha cercato di evidenziare la contraddizione tra il riconoscimento del carattere volontario della responsabilità sociale d'impresa e alcune specifiche previsioni inserite nella nuova strategia.

In relazione a questa, pochi ma chiari sono i **messaggi-chiave** che BE intende trasmettere alle Istituzioni comunitarie:

- La CSR deve continuare a essere un processo guidato dalle imprese. Un numero crescente di imprese europee integra, infatti, da tempo la CSR nelle proprie strategie commerciali, nella piena consapevolezza dei vantaggi che ne derivano.
- La politica europea in materia di CSR non dovrebbe interferire con le decisioni delle aziende, che vogliono continuare ad avere la possibilità di sviluppare politiche di CSR flessibili e adattabili alle diverse esigenze e circostanze.
- Sul tema specifico della divulgazione (Disclosure) di informazioni non finanziarie da parte delle imprese, si ritiene che gli attuali requisiti legislativi che regolano la materia siano sufficienti; le imprese devono pertanto essere lasciate libere di scegliere le modalità con cui comunicare ai propri interlocutori le loro performance non finanziarie, tenendo conto delle esigenze dei destinatari di tali politiche, delle proprie possibilità nonché di un'analisi sui costi-benefici di volta in volta considerati.

Gli **obiettivi** che le imprese intendono porsi a fronte della rinnovata strategia europea sono i seguenti:

- Fare in modo che l'UE continui a supportare e a promuovere il crescente impegno delle imprese nel campo della CSR.
- Concentrare il futuro sviluppo della CSR sulle azioni che consentono di migliorare le performance aziendali. Le imprese europee ritengono che sia questa la via da seguire per continuare a rispondere in modo proattivo alle esigenze dei

propri interlocutori, per innovare nel campo della CSR e incoraggiare altre imprese ad integrare la CSR nelle proprie strategie e nei processi interni.

- La politica europea sulla CSR dovrebbe continuare a seguire l'approccio flessibile adottato finora dall'UE, senza introdurre aspetti vincolanti né appesantimenti burocratici a carico delle imprese, continuando a rispettare il carattere volontario di ogni iniziativa e/o azione di responsabilità sociale.
- Le imprese europee già affrontano il tema della CSR a livello globale, adempiendo a linee guida e principi riconosciuti a livello internazionale. Proprio per tale motivo, l'UE dovrebbe dare priorità alle iniziative di livello internazionale piuttosto che sovrapporre a questo livello un quadro d'azione europeo eccessivamente articolato.

Più dettagliatamente, si ripercorrono di seguito **le osservazioni di BE** in relazione a specifici aspetti della strategia:

1. Riconoscimento dei progressi compiuti dalle imprese europee nel campo della CSR

Un numero sempre crescente di imprese europee è consapevole dell'impatto positivo che la CSR può avere sulla propria *performance* sia a breve che a lungo termine. Sono infatti sempre di più le imprese che hanno sottoscritto l'iniziativa Global Compact, così come quelle che hanno aderito alla Business Social Compliance Initiative nonché quelle che hanno sostenuto l'Alleanza Europea sulla CSR.

Nonostante la persistente crisi economica, le imprese europee non hanno infatti abbassato, né stanno abbassando, il loro livello di attenzione nei confronti di azioni/iniziative nel campo della responsabilità sociale.

Quanto al collegamento tra la nuova strategia sulla CSR e la strategia per la crescita 2020, si è rilevato che la CSR potrà essere compatibile con gli obiettivi dell'UE 2020 soltanto se verrà salvaguardato un approccio alla CSR guidato dalle imprese e non fondato su criteri regolatori/vincolanti.

Questo significa che la CSR deve rimanere uno strumento che aiuti le imprese a interagire positivamente con le sfide sociali, ambientali ed economiche che le stesse sono chiamate ad affrontare quotidianamente.

La nuova strategia sembra tuttavia presupporre una grande responsabilità del sistema delle imprese nell'attuale crisi economica e per tale motivo pone a carico delle stesse l'onere di mitigare l'impatto sociale della crisi, attraverso una serie di azioni che contrastano con il principio della volontarietà della CSR.

Viene troppo spesso ripetuto che vi è, da parte della società nel suo complesso, una mancanza di fiducia nelle imprese e che le stesse debbano porvi rimedio.

Occorre invece concentrarsi maggiormente sul ruolo positivo che le imprese svolgono nella società, nel garantire posti di lavoro e crescita economica e sociale, nonostante le gravi difficoltà del momento attuale.

Correttamente, la nuova strategia riconosce che lo sviluppo della CSR dovrebbe essere guidato dalle imprese stesse, che le stesse debbano avere la flessibilità di innovare e sviluppare un approccio alla CSR tarato sulle proprie caratteristiche, e che un approccio strategico alla CSR è sempre più importante per poter garantire la loro competitività.

Tuttavia, queste considerazioni vengono successivamente contraddette nella stessa strategia, a partire dalla **nuova definizione** che la Commissione UE ha dato alla CSR.

2. La nuova definizione della responsabilità sociale delle imprese

La nuova definizione di CSR data dalla Commissione prevede che per soddisfare pienamente la propria 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, con l'obiettivo di 1) fare tutto il possibile per creare valore condiviso tra i loro proprietari/azionisti e gli altri soggetti interessati e la società in generale, e 2) identificare, prevenire e mitigare i loro possibili effetti avversi."

Rispetto alla precedente definizione (integrazione degli aspetti sociali e ambientali nelle operazioni commerciali, su base volontaria), questa porta a disconoscere i risultati raggiunti a livello europeo attraverso l'impostazione adottata in precedenza, e sembra voler imporre nuovi obblighi verso la società a carico delle imprese. Questi due aspetti riducono la valenza volontaria della CSR e riconoscono alle imprese minore flessibilità nel definire le proprie strategie nel campo della responsabilità sociale.

Il mutamento di approccio alla CSR che si verifica con la nuova strategia non solo rischia, quindi, di sminuire l'efficacia degli sforzi fatti in passato, ma anche di incidere negativamente sull'evoluzione futura della CSR.

3. Il ruolo delle autorità pubbliche e di altri soggetti interessati

Ulteriore elemento di preoccupazione è dato dal ruolo che la nuova strategia riconosce alle autorità pubbliche nel campo della CSR.

In particolare, si prevede che le autorità pubbliche debbano svolgere un ruolo di sostegno (alle imprese) attraverso una combinazione intelligente di misure politiche volontarie e, ove necessario, di regolamentazione complementare, ad esempio per promuovere la trasparenza, creare incentivi di mercato per il comportamento responsabile delle imprese e garantire la rendicontabilità aziendale.

Un approccio del genere non è la soluzione corretta per favorire lo sviluppo della CSR; il valore aggiunto che la CSR ha per le imprese non può essere imposto o stabilito dalle autorità pubbliche.

4. Divulgazione di informazioni non finanziarie da parte delle imprese (Disclosure)

Nella nuova strategia la Commissione ha ribadito che nel corso del 2012 verrà presentata una proposta legislativa sulla trasparenza delle informazioni sociali e ambientali fornite dalle imprese in tutti i settori. E' attualmente in corso una valutazione d'impatto delle opzioni che si offrono per tale proposta.

BE, che negli ultimi mesi ha svolto un'intensa attività di lobby presso le istituzioni europee contro l'adozione di proposte legislative in materia, ha ancora una volta sostenuto che l'attuale legislazione - rif. alla direttiva sulla contabilità - è già più che sufficiente a garantire la trasparenza delle informazioni non finanziarie, e che non vi è pertanto la necessità di introdurre a livello europeo dei requisiti più vincolanti rispetto a quelli attuali.

Un approccio volontario al tema della trasparenza non significa mancanza di impegno da parte delle imprese nell'assicurare un'adeguata informazione ai propri interlocutori sugli aspetti sociali e ambientali connessi alla propria attività.

Al contrario, i grandi sforzi che le imprese costantemente compiono nel migliorare la trasparenza delle informazioni nei confronti dei propri collaboratori, dei consumatori, delle comunità locali, degli investitori e della società nel suo insieme, dimostrano quanto il valore della trasparenza e, più in generale, della CSR abbia assunto un ruolo centrale nell'attività d'impresa.

Esistono, infatti, diverse modalità attraverso cui le imprese possono comunicare, sia al proprio interno che all'esterno, le azioni di responsabilità sociale che pongono in atto; modalità che devono essere decise sulla base delle caratteristiche delle singole aziende (loro dimensione, settore di riferimento, etc.). Si è quindi ribadita l'importanza di preservare la flessibilità di scelta in questo campo da parte delle imprese europee. Ulteriori considerazioni sono state sviluppate sui seguenti aspetti:

5. Migliore allineamento degli approcci europei e globali alla CSR

Si accoglie favorevolmente la posizione della Commissione secondo cui tutte le misure politiche sulla CSR adottate a livello europeo devono tenere conto dei numerosi principi e linee guida esistenti a livello internazionale, che molte imprese peraltro già applicano.

Tuttavia, poiché si tratta comunque di strumenti di natura volontaria, l'UE non può obbligare le imprese ad adottarli.

Inoltre, non si possono porre sullo stesso piano i differenti principi, linee guida, standard internazionali. E' infatti necessario tenere chiaramente distinti i vari strumenti sviluppati da organismi pubblici e privati, e il diverso ruolo svolto dall'UE e dall'OIL. In particolare, occorre tenere presente che qualunque interpretazione degli strumenti OIL è diretta ai governi e non alle imprese.

6. Adozione di un approccio settoriale al tema della CSR

Si condivide l'utilità di facilitare lo scambio di esperienze sulla CSR tra imprese e stakeholder concentrandosi su specifici settori, per costruire relazioni costruttive ed aumentare la consapevolezza di tutti i soggetti coinvolti in questo scambio.

La strategia prevede infatti, nel 2013, la creazione di piattaforme multilaterali per la CSR in un certo numero di settori industriali, al fine di rendere gli impegni pubblici in tema di CSR pertinenti per ciascun settore e monitorare congiuntamente i progressi.

Si è tuttavia sottolineato che non si può porre a carico delle imprese e degli altri interlocutori uno specifico obbligo ad assumersi degli impegni pubblici, poiché questo non farebbe altro che portare a negoziazioni complesse e a conflitti, creando un contrasto con la natura volontaria della CSR.

7. Miglioramento dei processi di autoregolamentazione e coregolamentazione

Tra gli esempi di autoregolamentazione/coregolamentazione citati dalla Commissione, vi è l'adozione di codici di condotta a livello settoriale su questioni rilevanti per i singoli settori.

Non si può escludere che tali processi possano rappresentare uno strumento utile per le specifiche sfide di un determinato settore e per le esigenze dei rispettivi interlocutori; le imprese europee non sono tuttavia favorevoli allo sviluppo di codici di buone pratiche, che orientino all'introduzione di criteri/parametri specifici.

8. Monitoraggio periodico dei progressi compiuti

La Commissione collaborerà con gli Stati membri, le imprese e gli altri soggetti interessati per monitorare periodicamente i progressi compiuti in relazione alla nuova strategia e preparare congiuntamente una riunione di riesame entro la metà del 2014. Essa invita gli imprenditori europei a formulare, entro la metà del 2012, un impegno aperto e responsabile a promuovere, in stretta collaborazione con le autorità pubbliche e gli altri soggetti interessati, l'adozione di una deontologia responsabile da parte di un maggior numero di imprese nell'UE, con la definizione di obiettivi chiari per il 2015 e il 2010.

In relazione a tali previsioni, si ritiene opportuno che non vengano introdotti esercizi di rendicontazione su tali attività, non essendo questo l'obiettivo della Comunicazione.

E' infatti importante evitare che tale attività di monitoraggio implichi oneri amministrativi a carico degli stakeholder, fra cui le imprese.

Si è, infine, chiesto alla Commissione europea di assicurare, nel processo di attuazione della strategia, un migliore coordinamento sul tema della CSR tra le varie Direzioni generali coinvolte. E' opportuno che sia la DG Impresa a guidare l'agenda sulla CSR e a facilitare un approccio che coinvolga la pluralità degli interlocutori.

Informiamo, altresì, che **è in corso di organizzazione, su iniziativa della Commissione Cultura, una tavola rotonda (Bruxelles, marzo 2012) con la Commissione UE**, a cui saranno invitati nostri parlamentari europei, nella quale verranno illustrate le attività e i progressi compiuti dalle nostre imprese nel campo della CSR e nella quale sarà possibile trasmettere alla Commissione ulteriori messaggi del Sistema Confindustria in relazione ai contenuti della nuova Comunicazione.