

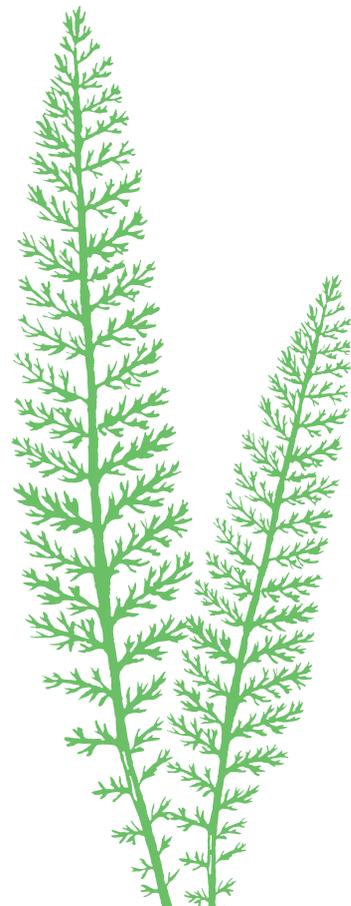


Fondazione Tarantelli
Centro Studi
Ricerca e Formazione



La Responsabilità sociale d'impresa (Rsi) nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini

Linee guida per lo sviluppo





© EBLI – Ente Bilaterale
del Sistema Industriale
Integrato di beni e Servizi Tessili
e Medici Affini

Viale Pasteur, 8 – 00144 Roma

tel. 06/5903439

info@eblinazionale.it

www.eblinazionale.it

*Il Progetto è stato realizzato
per conto dell'Ebli da:*



**Fondazione Tarantelli
Centro Studi
Ricerca e Formazione**

www.fondazionetarantelli.it

L'EBLI è titolare dei diritti di riproduzione, memorizzazione, adattamento, totali o parziali, con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm e le copie fotostatiche) del presente volume. È ammessa la riproduzione parziale per uso personale nei limiti di cui alla Legge 22 aprile 1941, n. 633 con espressa citazione della fonte.

Roma, gennaio 2020

Indice

| | |
|--|----|
| Premessa | 5 |
| 1. Cos'è la Responsabilità Sociale d'Impresa (Rsi) | 6 |
| 2. Realizzare la Responsabilità Sociale d'Impresa | 7 |
| 3. La Responsabilità Sociale d'Impresa nella dimensione europea e globale | 8 |
| 4. Tre dimensioni rilevanti per la costruzione di una politica di Responsabilità Sociale d'Impresa | 9 |
| 5. Sviluppare le specificità del settore | 11 |
| 6. Gli strumenti per la promozione della Rsi | 12 |
| 7. Le certificazioni come driver di promozione della Rsi nel settore | 13 |
| 8. Il bilancio sociale e integrato | 15 |
| 9. Il rating di legalità: valorizzare la trasparenza, contrastare il dumping | 16 |
| 10. Diffondere opportunità di miglioramento globale del settore: i Criteri Ambientali Minimi (CAM) e gli appalti pubblici verdi | 17 |
| Conclusioni | 18 |

Premessa

La Responsabilità sociale delle imprese (Rsi) ha assunto un ruolo sempre più rilevante nel panorama italiano, europeo e internazionale.

Il successo delle politiche di responsabilità sociale si collega strettamente alla concretezza di risultati che devono essere frutto di una visione strategica coerente con un nuovo modello di sviluppo.

Il presente documento rappresenta un contributo, rivolto alle imprese, per l'adozione di una strategia di diffusione di una Rsi autentica, inserita in un contesto partecipativo delle relazioni di lavoro e in rapporto alle specificità del sistema industriale integrato dei beni e servizi tessili e medici affini.



1 ■ Cos'è la Responsabilità Sociale d'Impresa (Rsi)

La Responsabilità Sociale d'Impresa rappresenta l'assunzione di **responsabilità di un'impresa, attraverso un comportamento etico e trasparente, per gli impatti delle proprie decisioni e delle proprie attività su:**

- ▶ PERSONE
- ▶ AMBIENTE
- ▶ SOCIETÀ.

La Rsi è una *politica* ispirata a un approccio sistemico: l'impresa è un'entità in continua connessione con diversi soggetti portatori di interessi (*stakeholder*): lavoratori e loro rappresentanti, soci, clienti, fornitori, collettività, etc.

Gli *stakeholder*, insieme con l'impresa, costituiscono sistemi, reti complesse in cui le azioni dei vari attori si intrecciano e si influenzano vicendevolmente.

La Rsi parte dalla consapevolezza di questa rete di relazioni e si sviluppa in una serie di azioni che l'impresa, in relazione con i portatori di interessi, mette in atto per creare benessere e valore aggiunto sui territori nei quali opera, con particolare riferimento alla **sostenibilità sociale, economica ed ambientale**.

La condivisione di una comune consapevolezza delle dinamiche e degli effetti che l'attività d'impresa produce ai vari livelli è fondamentale per la promozione di una *cultura della governance allargata*, quale strategia per la creazione di *valore condiviso*.

Elemento cardine della Rsi è l'inclusione degli *stakeholder* nei processi di definizione delle politiche e degli obiettivi dell'attività d'impresa, sulla base di un patto fiduciario e volontario che legittimi l'esplicitazione, il riconoscimento, il confronto, il conseguimento integrato delle diverse necessità ed aspettative.

2. Realizzare la Responsabilità Sociale d'Impresa

Per valorizzare la cultura e le pratiche di responsabilità sociale è necessario promuovere una Rsi autentica.

Discostandosi dalla mera filantropia d'impresa, la Rsi poggia sul principio della **dignità di dei soggetti coinvolti, direttamente e indirettamente, nell'attività aziendale** ai fini della costruzione e della realizzazione del progetto imprenditoriale.

La logica del profitto a breve termine non è condizione sufficiente a determinare il valore reale di un'attività produttiva: **la sostenibilità diventa un parametro fondamentale dell'attività dell'impresa.**

L'impresa deve essere sempre più consapevole della sua responsabilità verso la società e gli stakeholder orientando di conseguenza le proprie attività produttive.

Un ulteriore elemento per la promozione della Rsi è la **"leva reputazionale"**: comportamenti scorretti e "irresponsabili" delle imprese provocano frequentemente un pessimo ritorno di immagine mentre i costi di tali comportamenti diventano sempre più significativi, sia nel breve che nel lungo termine, incidendo negativamente in maniera importante sull'impresa stessa.



3. La Responsabilità Sociale d'Impresa nella dimensione europea e globale

L'attività imprenditoriale, anche al di fuori delle grandi imprese multinazionali, si realizza sempre più in rapporto ad una dimensione regolativa e di contesto che travalica i confini nazionali.

L'Unione Europea è, inoltre, sempre più attenta alla promozione della sostenibilità e alla responsabilità sociale.

Un esempio importante è costituito dalla **Direttiva Europea 95/14**, recepita in Italia nel con il **decreto legislativo 254/2016**, che ha stabilito l'obbligo per società quotate, banche assicurazioni, e taluni enti pubblici e privati di pubblicare la cosiddetta **informativa non finanziaria**, ovvero l'obbligo di relazionare alcune questioni tra cui:

- ▶ rispetto dell'ambiente;
- ▶ rispetto delle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), applicazione di contratti collettivi, condizioni di lavoro, dialogo sociale e diritti dei lavoratori, compreso quello ad essere informati sulle scelte dell'azienda;
- ▶ diritti umani e la lotta contro la corruzione attiva e passiva;
- ▶ uguaglianza di genere.

Le società destinatarie della Direttiva devono descrivere le politiche adottate, i risultati ottenuti, i rischi manifestatisi e quelli potenziali negli ambiti descritti.

In Italia è possibile allargare il campo di azione della Direttiva anche alle medie e piccole imprese attraverso una dichiarazione di "conformità" che può essere accordata dal Ministero dell'Economia.

La Commissione Europea ha, inoltre, stilato un **piano d'azione per finanziare una crescita sostenibile** con tre principali finalità:

- 1) ri-orientare gli investimenti verso una crescita sostenibile;
- 2) gestire il cambiamento climatico, l'esaurimento delle risorse, il degrado ambientale e le questioni sociali;
- 3) promuovere la trasparenza e la visione a lungo termine.

Si tratta di obiettivi coerenti, a livello globale, con l'**Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite**: un piano di azione basato su 17 obiettivi (Sdg's: "Sustainable Development Goals") sottoscritto, ad oggi, da oltre 160 Governi.

4. Tre dimensioni rilevanti per la costruzione di una politica di Responsabilità Sociale d'Impresa

Gli elementi fondamentali per la promozione delle pratiche aziendali di responsabilità sociale d'impresa poggiano su tre grandi aree tematiche:

- 1) valorizzazione della persona;
- 2) sostenibilità ambientale;
- 3) sostenibilità economica e sociale, non solo nel perimetro aziendale, ma anche nel territorio.

Valorizzazione della persona

Il tema della valorizzazione della persona nell'ambito della responsabilità sociale d'impresa si sviluppa attraverso una serie di azioni, tra cui:

- ▶ **monitoraggio dell'integrità ed etica aziendale** attraverso la prevenzione della corruzione;
- ▶ **attenzione al coinvolgimento attivo dei lavoratori** nella definizione di politiche di sviluppo delle competenze, di politiche di welfare, di prevenzione e protezione della salute, della sicurezza e del benessere nei luoghi di lavoro;
- ▶ **rispetto per la diversità** a qualunque livello, sostegno a politiche di non discriminazione e di promozione delle pari opportunità.
- ▶ **attenzione al rapporto con i fornitori, con i clienti, con i committenti pubblici.**

Sostenibilità ambientale

Il tema della valorizzazione della persona nell'ambito della responsabilità sociale d'impresa può svilupparsi attraverso una serie di attività, a partire dall'analisi che monitora gli impatti ambientali, diretti ed indiretti, dell'attività aziendale.

Nell'ambito della promozione di politiche ambientali di Rsi l'attenzione viene posta su:

- ▶ **impatti ambientali diretti** (ad es. utilizzo delle materie prime, consumo di energia e di acqua, emissioni, scarichi e rifiuti, trasporti, conformità ambientale dei processi produttivi);
- ▶ **impatti ambientali indiretti** (ad es. investimenti, prestiti e servizi di assicurazione, nuovi mercati, scelta e composizione dei decisioni amministrative e di programmazione, assortimento dei prodotti, bilancio e comportamenti ambientali degli appaltatori, dei subappaltatori e dei fornitori).

Sostenibilità economica e sociale

I temi della sostenibilità economica e sociale sono un tassello fondamentale di una Rsi concepita non come elemento secondario, ma centrale nell'azione imprenditoriale.



Alcuni esempi:

- ▶ creazione di valore (per il territorio, per i lavoratori, per gli azionisti);
- ▶ qualità del servizio;
- ▶ coinvolgimento delle comunità locali e valorizzazione del territorio in cui opera l'impresa attraverso il sostegno allo sviluppo sociale;
- ▶ specifiche attività di raccordo tra azienda e territorio (ad es. open day aziendali aperti alla cittadinanza, promozioni di progetti di alternanza scuola-lavoro etc.);
- ▶ politiche e pratiche di approvvigionamento (ad esempio: accordi con i fornitori);
- ▶ strategie di informazione, marketing e disseminazione delle politiche di responsabilità sociale aziendali;
- ▶ tipologia, programmazione, rendicontazione degli investimenti;
- ▶ attività rivolte ai dipendenti e alle loro famiglie (ad esempio: promozione e coordinamento di attività di volontariato per i dipendenti e i loro familiari attraverso progetti condivisi in raccordo con il tessuto sociale del territorio)

5. Sviluppare le specificità del settore

Il sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini risulta particolarmente idoneo allo sviluppo di una promozione di pratiche di RSI.

La contemporanea presenza di una significativa committenza pubblica e di vincoli ambientali e di sicurezza, oltre che di un'attenzione non episodica e potenzialmente crescente agli standard di Rsi da parte dei consumatori, appaiono **leve di promozione sistemica** della Rsi anche nelle medie e piccole aziende.

È importante affrontare anche i **fattori di criticità**, come le difficoltà connesse a un mercato molto schiacciato sui costi e permeabile ad una concorrenza spesso fondata sul dumping contrattuale e prezzi al ribasso, come elementi utili a valorizzare la scelta dell'impresa di promuovere la responsabilità sociale.

Tra gli elementi cardine, infatti, di possibili politiche di Rsi un elemento importante e specifico è costituito dall'impatto dei processi produttivi sulle risorse ambientali: si pensi, ad esempio, ad acqua, energia, gestione dei reflui e degli scarti produttivi (tessili e non solo).

I due principali ambiti produttivi del settore – **servizi integrati alla sanità e alla salute** e **servizi turistico alberghieri** – appaiono particolarmente "fecondi" per lo sviluppo di politiche di Rsi.

Nel caso delle imprese che erogano i propri servizi in contesti critici, quali ospedaliero/sanitario e socio-assistenziale, esse dovranno tenere sempre in considerazione la particolare delicatezza dei loro principali utenti che si trovano in condizioni di fragilità (pazienti, malati, anziani, etc.).

Tale processo produttivo necessita pertanto di **standard scrupolosi e verificabili, nel pieno rispetto dell'ambiente, dell'igiene e della sicurezza**.

Per quel che riguarda i servizi turistico/alberghieri essi dovranno garantire la qualità globale del servizio offerto, non solo come risultato finale, ma considerando tutto il processo aziendale da un punto di vista qualitativo e di sostenibilità complessiva sia nei confronti della committenza (pubblica e privata) che dell'utenza finale.



6. Gli strumenti per la promozione della Rsi

La Rsi poggia su alcuni strumenti fondamentali per la sua realizzazione concreta la cui conoscenza nel settore può e deve essere migliorata.

Tra essi appaiono particolarmente rilevanti:

- ▶ **Esplicitazione della visione etica d'impresa** intesa sia come sistema di valori sia come contratto sociale che lega l'impresa ai vari stakeholder;
- ▶ **Redazione di un codice etico** che in maniera puntuale combini principi e comportamenti per ogni area a rischio nelle relazioni con ogni stakeholder;
- ▶ **Formazione del management e del personale** per sviluppare la competenza di interpretazione degli eventi alla luce della loro rilevanza etica con la conseguente assunzione di impegni e di comportamenti coerenti;
- ▶ **Progettazione di sistemi organizzativi di attuazione:** comitati etici, auditing etico, pratiche di dialogo tra i membri dell'organizzazione per la condivisione di principi e regole, meccanismi di valutazione e incentivazione, ecc.;
- ▶ **Rendicontazione sociale:** bilancio sociale e altre forme di reporting atte ad illustrare la coerenza tra principi, impegni, comportamenti e risultati conseguiti in relazione a ciascuno *stakeholder* sotto il profilo sia del valore economico distribuito sia dei benefici sociali e ambientali prodotti;
- ▶ **Verifica e certificazione esterna** delle performance da parte di organismi indipendenti.

7 Le certificazioni come driver di promozione della Rsi nel settore

Tra gli strumenti importanti di verificabilità e tracciabilità della Rsi vi sono sicuramente le **certificazioni**.

Si tratta di pratiche mediante le quali soggetti esterni all'impresa, e indipendenti da essa (i certificatori), "danno conto" agli stakeholder esterni che l'impresa opera nel rispetto di uno specifico «standard» etico-sociale, ovvero ambientale o qualitativo, oggetto di specifica certificazione. In particolare per gli aspetti etico-sociali, certificabile è il rispetto, da parte dell'impresa, di un insieme di norme e principi che rappresentano, nel loro complesso, lo «standard» e che sono emanati da Enti, generalmente Organizzazioni non governative, di rilevanza spesso internazionale.

Lo strumento della certificazione è quello attualmente più diffuso tra le aziende del settore e rappresenta, pertanto, uno dei punti di partenza per la promozione sistemica della Rsi.

Le principali certificazioni in uso nel settore

- ▶ **UNI EN ISO 9001** – Sistema di gestione della **Qualità**
- ▶ **UNI EN 14065 secondo le Linee guida RABC di Assosistema** – Sistema di gestione e controllo della **biocontaminazione** in grado di offrire un livello di qualità microbiologica adeguato in base alla destinazione d'uso del tessile
- ▶ **UNI EN ISO 14001** – Requisiti **sistema di gestione ambientale** che un'organizzazione può utilizzare per sviluppare le proprie prestazioni ambientali
- ▶ **Registrazione EMAS** – Conformità di un'impresa al Regolamento 1221/2009 volto ad una gestione più razionale degli aspetti ambientali delle organizzazioni sulla base del continuo miglioramento delle proprie prestazioni ambientali, attiva partecipazione dei dipendenti e sulla trasparenza con le istituzioni e il pubblico.
- ▶ **UNI CEI EN ISO 50001** – Requisiti per creare, attuare, mantenere e migliorare un sistema di gestione dell'energia (SGE)
- ▶ **UNI EN ISO 14064-1** – Principi e requisiti per la quantificazione e la rendicontazione delle emissioni di gas ad effetto serra (GHG) e della loro rimozione
- UNI EN ISO 14046** – Principi, requisiti e linee guida relativi alla valutazione dell'impronta idrica (water footprint) dei prodotti, basandosi sulla valutazione del Ciclo di Vita (LCA).
- ▶ **UNI EN ISO 14067** – Principi, requisiti e linee guida per la quantificazione e la comunicazione dell'impronta climatica (carbon footprint) dei prodotti, conformemente alle norme internazionali sulla valutazione del Ciclo di Vita (LCA)



- ▶ **Certificazione EPD** – Dichiarazione ambientale certificata di prodotto che fornisce dati ambientali sul ciclo di vita dei prodotti in accordo con lo standard internazionale **ISO 14025**. Per creare una EPD è necessario sviluppare uno studio di LCA tenendo conto delle regole di calcolo specifiche per la categoria del prodotto indagata (PCR)
- ▶ **BS OHSAS 18001 "Sistemi di Gestione della Salute e della Sicurezza del Lavoro"**
- ▶ **SA 8000 "Responsabilità sociale d'impresa ed etica"**

8 Il bilancio sociale e integrato

Il **bilancio sociale** è lo strumento fondamentale di rendicontazione, gestione e controllo per le aziende che intendono adottare un comportamento socialmente responsabile.

Esso rende conto degli impatti generati attraverso **tre dimensioni** già richiamate: **economica, ambientale e sociale** (approccio «*triple bottom line*»).

Rispetto alle certificazioni, anche le più complesse, presuppone una strategia sistemica di Rsi fino alla possibilità di realizzare un **bilancio integrato** con l'obiettivo di rappresentare congiuntamente le performance finanziarie e di sostenibilità.

Il bilancio integrato evidenzia le connessioni esistenti tra il contesto competitivo, la strategia dell'impresa, il modello di business, la gestione integrata dei rischi e l'adozione di un sistema rigoroso e partecipato di *governance*.

La diffusione della pratica dei bilanci sociali e integrati nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini presenta grandi potenzialità di sviluppo, data l'attuale insufficiente diffusione dello strumento nel settore.

Nella promozione dei bilanci sociali ed integrati occorre tenere presente la conformazione delle imprese del settore e valorizzare le esperienze esistenti per lo sviluppo del bilancio sociale nelle piccole e medie aziende¹.

1. Si veda: Commissione Bilancio Integrato dell'ODCEC di Milano, *Linee guida specifiche per le PMI*.

9 Il rating di legalità: valorizzare la trasparenza, contrastare il dumping

Nella strategia di promozione della Rsi nel settore è importante prendere coscienza di alcuni strumenti specifici che possono rappresentare ulteriori leve di opportunità.

Considerando la persistenza di fenomeni di dumping produttivo, appaiono importanti lo sviluppo e la conoscenza diffusa di strumenti di contrasto e promozione come, ad esempio, il **rating di legalità**.

Si tratta di un indicatore sintetico del rispetto di elevati standard di legalità da parte delle imprese che ne abbiano fatto richiesta.

Tale riconoscimento, attribuito dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, prende la veste di un punteggio compreso tra un minimo di una e un massimo di tre "stellette" e valorizza anche la presenza di politiche di settore volte a promuovere la trasparenza dei processi produttivi.

È importante, per le imprese del settore, non solo per la conoscenza di questo strumento ma anche la promozione del suo utilizzo da parte delle stazioni appaltanti pubbliche.

10. Diffondere opportunità di miglioramento globale del settore: i Criteri Ambientali Minimi (CAM) e gli appalti pubblici verdi

Un ulteriore strumento di rilievo per la promozione della Rsi, in relazione alle politiche pubbliche, sono i **Criteri Ambientali Minimi (CAM) nell'ambito degli appalti**.

I Criteri Ambientali Minimi sono **requisiti ambientali** definiti per le varie fasi del processo di acquisto, volti a individuare la soluzione progettuale, il prodotto o il servizio migliori sotto il profilo ambientale lungo il relativo ciclo di vita, tenuto conto della disponibilità di mercato.

I CAM sono stati sviluppati coerentemente con la strategia **Europa 2020**, per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, assegnando agli appalti pubblici un ruolo fondamentale per migliorare il contesto generale di innovazione nelle imprese, favorendo la transizione verso un'economia efficiente sotto il profilo delle risorse.

I CAM sono volti alla promozione di un ampio ricorso agli appalti verdi che rappresentano un approccio agli acquisti volto a riconoscere l'importanza delle autorità pubbliche nel sostenere la transizione verso un'economia circolare.

In Italia la tematica dei CAM ha assunto particolare rilievo a partire dall'art. 18 della L. 221/2015 (cd. "Collegato Ambientale") e, successivamente, con l'art. 34 "Criteri di sostenibilità energetica e ambientale" del Codice degli appalti, che ne hanno reso obbligatoria l'applicazione da parte di tutte le stazioni appaltanti per quei settori individuati dalla legge: il lavanolo in ambito sanitario è uno di questi.

I Criteri Ambientali Minimi per i servizi sanitari integrati di lavanolo sono definiti con decreto del Ministero dell'Ambiente e inseriti nei bandi di gara pubblici.

Si tratta, quindi, di uno strumento fondamentale per la promozione della qualità di processo e di prodotto/servizio, particolarmente significativo nell'ambito del settore, al fine di promuovere, premiare e rendere riconoscibili modalità d'impresa virtuose fondate su politiche efficaci di responsabilità sociale.²

2. La redazione del presente documento è stata coordinata, in raccordo con Ebli, da Francesco Lauria – Fondazione Tarantelli Centro Studi Ricerca e Formazione.

Conclusioni

La promozione di politiche di responsabilità sociale d'impresa (Rsi), in raccordo con il territorio, rappresenta un'importante sfida per il settore del sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini.

Le linee guida presentate ci dimostrano che tutto il settore, nella sua pluralità, evidenzia grandi potenzialità di sviluppo in merito alla Rsi.

L'aumento di attenzione e consapevolezza delle persone, delle istituzioni e delle imprese stesse rispetto ai temi della sostenibilità sociale e ambientale fanno della responsabilità sociale un paradigma fondamentale per un nuovo modello di sviluppo e di costruzione di futuro attraverso l'attività imprenditoriale.

La comprensione dei contenuti, dei processi e delle potenzialità di una responsabilità sociale autentica, l'attuazione consapevole e coordinata di pratiche concrete, frutto di una progettazione condivisa fanno della Rsi non un ulteriore vincolo burocratico, ma uno strumento e un'occasione di un rinnovata e convinta promozione della qualità del settore.

Un'attenzione alla qualità che risulta, infine, un elemento fondamentale, anche per creare un circolo virtuoso volto a contrastare la concorrenza sleale e il dumping sociale e contrattuale.

EBLI è un'associazione fra:



Viale Pasteur, 8 – 00144 Roma
tel. 06.5903430
fax 06.25496320
assosistema@assosistema.it
www.assosistema.it



femca cisl

Via Somalia, 1 – 00199 Roma
tel. 06.86220012
fax 06.86220032
femca.nazionale@cisl.it
www.femcacisl.it



Via Piemonte, 32 – 00187 Roma
tel. 06.4620091
fax 06.4824246
nazionale@filctemcgil.it
www.filctemcgil.it



Via Po, 162 – 00198 Roma
tel. 06.88811500
fax 06.86321905
segreteria.nazionale@uiltec.it
www.uiltec.it

