

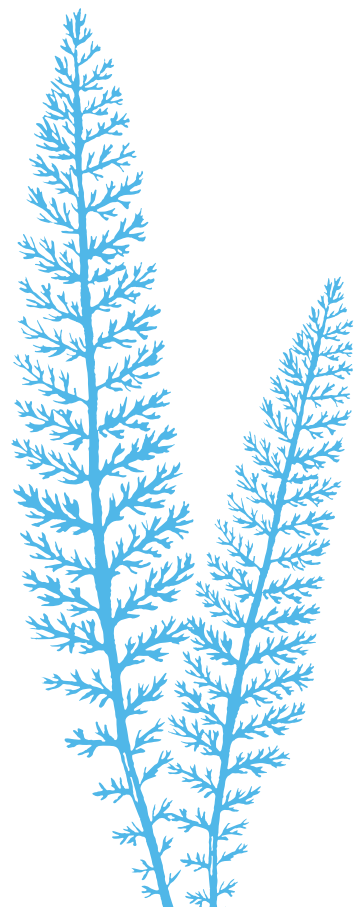


Fondazione Tarantelli
Centro Studi
Ricerca e Formazione



Responsabilità sociale e rendicontazione non finanziaria

Stato dell'arte nel sistema industriale
integrato di beni e servizi tessili
e medici affini





© 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

a cura di **Francesco Lauria e Fabio Boscherini**

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, ottobre 2019

Indice

Introduzione	5
1. La Responsabilità Sociale e il bilancio sociale: alcune considerazioni generali	6
2. La responsabilità sociale nel contesto europeo e italiano	7
3. Rendicontazione non finanziaria: la Direttiva Europea 2014/95/EU ed il suo recepimento in Italia	8
4. Responsabilità sociale nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini	11
4.1 Presenza del bilancio sociale e del codice etico in Italia prima dell'entrata in vigore del D.lgs. 254/2016	14
4.2. Lo stato dell'arte della responsabilità sociale nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini	15
4.3 Alcune riflessioni su RSI e sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini	18
5. Conclusioni	21

Introduzione

Il tema della Responsabilità sociale delle imprese (RSI) ha assunto negli ultimi due decenni un ruolo rilevante anche nel panorama italiano, europeo ed internazionale.

La riflessione italiana, complici i processi di globalizzazione ed internazionalizzazione dell'economia, si inserisce in un dibattito internazionale che affonda le proprie radici fin dagli anni Cinquanta e si caratterizza per un'estrema varietà di posizioni e pratiche in merito all'RSI. Il presente documento vuole essere un contributo ad un approccio volto alla diffusione di una RSI inserita in un contesto partecipativo delle relazioni di lavoro, con un focus sul settore delle lavanderie industriali, includendo anche la piccola e media impresa.

L'obiettivo è quello di predisporre le condizioni volte ad approfondire le caratteristiche del settore delle lavanderie industriali e di predisporre strumenti di informazione, formazione e azione condivisa dei soggetti che realizzano, in questo ambito, il dialogo sociale e la contrattazione collettiva.

La RSI è un concetto tuttora in evoluzione e trova una delle sue principali motivazioni e ragioni d'essere nella globalizzazione economico-finanziaria avvenuta nel corso degli ultimi decenni. Per tale motivo in molti aspetti viene declinata come un modello riferito soprattutto alle imprese multinazionali o transnazionali.

Scopo della ricerca è di fornire una serie di punti di riferimento/linee guida che possano aiutare il sistema delle imprese e le organizzazioni sindacali a tracciare una mappa di riferimento su cui definire un comune terreno di riflessione ed analisi anche al di là della dimensione d'impresa e della sua internazionalizzazione.

1 La Responsabilità Sociale e il bilancio sociale: ■ alcune considerazioni generali

I valori e i principi etici che sono sviluppati nella RSI risultano essere estremamente attuali e potenzialmente innovativi anche in un sistema d'impresa di carattere locale e di piccola dimensione. Nostra cura è cercare di fornire una serie di punti di riferimento o linee guida che possano aiutare il sistema delle imprese e le organizzazioni sindacali a tracciare una mappa di riferimento su cui definire un comune terreno di riflessione, a partire, ovviamente, dalle specificità del settore delle lavanderie industriali nel contesto italiano.

È appropriato considerare la Responsabilità Sociale d'Impresa come una *visione* ispirata ad un *approccio sistemico*: l'impresa è vista come entità in continua connessione con molteplici soggetti portatori di interessi, i c.d. stakeholder: lavoratori ed i loro rappresentanti, soci, clienti, fornitori, la collettività, etc. che, insieme con l'impresa, costituiscono sistemi, cioè reti complesse in cui le azioni dei vari attori si intrecciano e si influenzano vicendevolmente.

Lo sviluppo di tale concezione implica la condivisione – tra gli stakeholder – di una comune consapevolezza rispetto alle dinamiche ed agli effetti che l'attività d'impresa produce ai vari livelli sistemici, nonché la promozione di una *cultura della governance allargata*, quali elementi strategici per il perseguimento della creazione di *valore condiviso*, in un'ottica di ricerca dell'equo bilanciamento delle istanze dei differenti portatori d'interessi.

Uno degli elementi cardine della RSI risulta perciò l'inclusione degli stakeholder nei processi di definizione delle politiche e degli obiettivi dell'attività d'impresa, sulla base di un patto fiduciario che legittimi l'esplicitazione, il riconoscimento ed il confronto delle rispettive necessità ed aspettative – con particolare riguardo anche ai c.d. *assets* intangibili – al fine di ricercarne il soddisfacimento attraverso l'implementazione di percorsi di *partecipazione*.

È inoltre normale attendersi che gli interessi degli stakeholder possano essere differenti tra loro; la diversità non va ricondotta aprioristicamente ad inconciliabilità, ma può anzi diventare utile risorsa per incentivare l'attivazione di percorsi di confronto che stimolino l'attività d'impresa verso la creazione di molteplici tipologie di valore aggiunto in funzione dei diversi bisogni, e per definire scelte strategiche che possano contribuire a ridurre eventuali costi di transazione ed esternalità negative.

La RSI rappresenta quindi un cambiamento di paradigma, in quanto supera una visione d'impresa tradizionale improntata pressoché esclusivamente sulle prospettive di un'unica categoria di stakeholder, l'azionista, ed introduce elementi concettuali fortemente innovativi, orientandosi al perseguimento della creazione di valore condiviso ad integrazione della logica di ripartizione del valore aggiunto, a partire dal riconoscimento e dalla valorizzazione delle istanze di tutti i portatori d'interesse, i quali diventano fonte di apprendimento reciproco e parte attiva nei processi decisionali.

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

Mentre la logica della filantropia d'impresa è quella della concessione o della compassione, la RSI poggia sul principio della pari dignità di tutti i soggetti coinvolti nell'attività aziendale ai fini della costruzione e della realizzazione del progetto imprenditoriale. Peraltro tale impostazione definisce che la logica del profitto non è condizione sufficiente a determinare il valore reale di un'attività produttiva: la sostenibilità sociale ed ambientale diventa un parametro fondamentale della attività dell'impresa. Si può essere efficienti e si può generare valore anche se oltre al profitto c'è l'obiettivo di valorizzare altre variabili riferite a finalità di interesse collettivo. In tal senso il parametro di riferimento dell'efficienza d'impresa diventa il "benessere" diffuso.

Appare evidente che la RSI possa essere utilizzata in maniera distorta con il solo obiettivo di dotare l'impresa di una "immagine" più accattivante, cercando di realizzare una mera operazione di marketing.

È dunque opportuno tratteggiare un duplice profilo della RSI, distinguendo quella che potremmo definire la versione "strumentale" da quella "etica".

Nel primo caso la RSI diventa uno strumento che ha come fine il raggiungimento degli obiettivi aziendali e del profitto e si basa sul concetto di convenienza. Nel secondo caso, invece, viene introdotta una prospettiva di tipo etico: l'impresa diventa responsabile verso la società e gli stakeholder e tale obiettivo diventa parte essenziale delle attività dell'impresa stessa.

Non va infine sottovalutato l'aspetto "reputazionale": le ultime esperienze nazionali ed internazionali di imprese e/o istituti finanziari hanno dimostrato che comportamenti scorretti e "irresponsabili" provocano un pessimo ritorno di immagine e i costi di tali comportamenti diventano sempre più salati, sia nel breve che nel lungo termine, costi che vengono pagati dalla società nel suo complesso, ma che incidono in maniera determinante sull'impresa stessa.

2 La responsabilità sociale ■ nel contesto europeo e italiano

La tematica della responsabilità sociale delle imprese (RSI) occupa una posizione di rilievo nelle strategie dell'Unione Europea. Siamo in presenza di un percorso di grande importanza e interesse che si sviluppa attraverso il dialogo e il coinvolgimento di imprese, sindacati, istituzioni. Queste riflessioni appaiono coerenti con lo sviluppo della concezione comunitaria di Responsabilità Sociale di Impresa. Già nel 2001 la Commissione Europea pubblica il Libro Verde "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese". In esso vi è una affermazione di partenza: *"Fermo restando che la responsabilità principale delle imprese è quella di generare profitti, esse possono al tempo stesso procedere all'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con gli stakeholder"*. ➤

Ma vi è soprattutto una affermazione di arrivo: *“Nella misura in cui i temi della responsabilità sociale diventano sempre più parte integrante della pianificazione strategica delle imprese e delle loro operazioni quotidiane, si impone la necessità di fare riferimento a criteri diversi sui quali basare le decisioni aziendali. I modelli tradizionali si rivelano inadeguati”*.

Sulla base di queste impostazioni programmatiche l'Unione Europea, nel corso del decennio, porta avanti linee di sviluppo e di approfondimento intense e incisive attraverso le quali matura progressivamente una nuova visione politica e culturale in tema di responsabilità sociale.

Nell'ottobre 2010, la Commissione Europea con una comunicazione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle Regioni ha presentato una “rinnovata strategia” in materia di responsabilità sociale delle imprese proponendone una definizione più ampia, focalizzata sugli effetti che le scelte di impresa producono sulla società, a partire dalla quale si sono avuti ulteriori sviluppi, in particolare rispetto alla c.d. “rendicontazione non finanziaria”.

Per altro conto, in Italia, secondo una definizione ufficiale del Ministero dell'Interno, risalente al 2007 *«Il bilancio sociale è l'esito di un processo con cui l'amministrazione rende conto delle scelte, delle attività, dei risultati e dell'impiego di risorse in un dato periodo, in modo da consentire ai cittadini e ai diversi interlocutori di conoscere e formulare un proprio giudizio su come l'amministrazione interpreta e realizza la sua missione istituzionale e il suo mandato»*

Il bilancio sociale è, pertanto, un documento autonomo in grado di fornire informazioni qualitative e quantitative sugli effetti dell'attività aziendale. Le informazioni in esso contenute provengono da fonti certe e verificabili e rispondono a procedure ben definite per evitare di apparire come dichiarazioni d'intento sfuggendo a qualsiasi processo di verifica. Essendo un bilancio, è periodico e richiede la verifica dei risultati e la loro congruenza con le aspettative.

I destinatari del bilancio sociale sono tutti gli stakeholder che direttamente o indirettamente sono coinvolti nell'esercizio dell'attività. Il bilancio sociale si prefigge, infatti, di fornire agli stakeholder un quadro completo della performance dell'attività e diventa quindi un mezzo per descrivere analiticamente le ragioni per cui si sono sostenuti o si sostengono alcuni costi, lontani dalla gestione caratteristica ma in grado di produrre dei vantaggi per alcune categorie di interlocutori sociali.

3. Rendicontazione non finanziaria: la Direttiva Europea 2014/95/EU ed il suo recepimento in Italia

Il 22 ottobre 2014, è stata pubblicata la Direttiva Europea 2014/95/UE, che impone alle società di pubblico interesse (società quotate, banche, assicurazioni) con più di 500 dipendenti di rendere pubblici dati e notizie sulle conseguenze delle proprie azioni e decisioni sulla società e sull'ambiente, trasposta, nel dicembre 2016, nella legislazione italiana.

La disponibilità di informazioni sulle imprese di carattere non finanziario, chiare e confrontabili, è, infatti, da ritenersi estremamente importante, anche per indirizzare e promuovere investimenti che rivestano un orientamento socialmente responsabile nell'ambito di dinamiche partecipative all'interno delle imprese e nel territorio.

Inserire, pertanto, le valutazioni sulla rendicontazione non finanziaria delle imprese nell'analisi dei fattori istituzionali, culturali ed economici che permeano il contesto di vincoli ed opportunità all'interno del quale si muove oggi lo sviluppo della democrazia economica e della partecipazione nell'impresa nel nostro Paese è necessario ad una comprensione compiuta delle potenzialità di questo nuovo strumento.

Nell'ambito del vasto filone della democrazia economica rientra, a pieno titolo, il tema della Responsabilità Sociale d'Impresa. La RSI può rappresentare per l'impresa uno strumento "difensivo", finalizzato alla prevenzione di rischi o di danni legati all'immagine della condotta aziendale, ovvero uno strumento per "generare valore condiviso" (*shared value*) e vantaggi competitivi derivanti dal riconoscimento reputazionale connesso all'integrazione di standard e sensibilità di carattere sociale, ambientale e culturale.

A far pendere l'ago della bilancia nella direzione dello sviluppo reputazionale è dalla capacità di configurare la RSI in modo non autoreferenziale. La Responsabilità sociale non può che essere "volontaria", perché esula dagli obblighi giuridicamente posti dal diritto positivo ma al tempo stesso non deve essere neppure autoreferenziale, per evitare che venga usata in modo "mistificatorio", per trarre un ingiusto arricchimento, sfruttando il riconoscimento reputazionale che può derivare dal dichiarare la conformità o l'adesione dell'impresa a standard etici, sociali, ambientarli, nei confronti dei consumatori e del sistema economico.

Per uscire dalla trappola dell'autoreferenzialità e dal mito del valutatore indipendente occorre fare in modo che la valutazione, la misurabilità e la comparazione delle pratiche di responsabilità sociale divengano il risultato di "responsabilità condivise" all'interno dell'impresa "comunità" (soci, manager – lavoratori) e verso l'esterno (istituzioni pubbliche, consumatori, fornitori, istituti di credito, ecc.). Inserire la Responsabilità Sociale d'Impresa a pieno titolo nel filone dei modelli di relazioni sindacali partecipative può consentire di garantire un accettabile compromesso fra volontarietà e non autoreferenzialità.

Anche alla luce di queste considerazioni la direttiva europea sulla rendicontazione non finanziaria appare uno strumento di grandi potenzialità.

Le aziende coinvolte dalla Direttiva hanno l'obbligo, infatti, di divulgare informazioni e cifre sull'occupazione, su quanto fanno per difendere i diritti umani nelle proprie filiali situate nei Paesi in via di sviluppo, sulle iniziative di lotta alla corruzione, sulle attività di difesa dell'ambiente e sul proprio impegno a favore delle pari opportunità e del dialogo sociale, nonché sull'attuazione delle convenzioni fondamentali dell'Organizzazione internazionale del Lavoro. Saranno, inoltre, tenute a presentare dati e notizie sulle condizioni di lavoro nei propri stabili- ➤

menti e uffici, a dimostrare che rispettano i diritti di informazione e consultazione e di associazione sindacale per i propri dipendenti, a comunicare quanto fanno per migliorare la salute e la sicurezza sul lavoro e in difesa delle comunità locali. Anche i subfornitori dei grandi gruppi saranno coinvolti dall'applicazione della Direttiva, poiché le informazioni non finanziarie da divulgare non riguarderanno solo la casa madre ma tutte le sue filiali e l'intera catena del valore. La Direttiva Europea 2014/95/UE, pur con tutti i suoi limiti, è il frutto di anni di mobilitazione della società civile europea ed è uno strumento utile, da utilizzare e monitorare.

Il valore aggiunto per lavoratori e imprese è proprio quello di inserirla in un quadro di strumentazione più ampio, volto alla costruzione di un sistema compiuto di partecipazione e democrazia economica tenendo conto che il tema della responsabilità sociale delle imprese sta diventando sempre più importante nel nostro Paese, anche per effetto del recepimento della Direttiva Europea 95/2014 avvenuto in chiusura del 2016 con l'approvazione del Decreto Legislativo 254/2016.

Il Decreto sancisce, a partire dall'1 gennaio 2017¹, l'obbligo di rendicontare le informazioni di carattere non finanziario (c.d. rendicontazione non-finanziaria, in inglese *non financial information*) per le grandi imprese e/o i gruppi di grandi imprese di interesse pubblico come le imprese quotate in borsa, le banche, le assicurazioni; le imprese con più di 500 addetti; le imprese con un totale dello stato patrimoniale superiore ai 20 milioni di euro o un totale netto dei ricavi delle vendite e delle prestazioni superiore ai 40 milioni di euro.

In prospettiva, dunque, anche in Italia, il coinvolgimento dei dipendenti, l'attenzione all'ambiente, la lotta agli sprechi, l'ottimizzazione dei consumi energetici e i comportamenti "socialmente" responsabili potranno sempre più diventare da strumento accessorio a valore essenziale, integrandosi con l'organizzazione aziendale e producendo un impatto evidente sulle relazioni industriali e sulla partecipazione dei lavoratori nelle imprese.

La Direttiva Europea 95/2014/EU è stata introdotta in un contesto assai poco omogeneo, caratterizzato da forti differenze fra Paesi nella diffusione e nelle caratteristiche delle modalità di rendicontazione delle informazioni 'non finanziari'. In alcuni Paesi, come ad esempio Francia e Svezia, da anni esistono normative che impongono alle grandi imprese di redigere un rendiconto sociale, che rappresenta oggi un importante strumento per gli investitori e per i sindacati. In altri Paesi, come il nostro, le imprese non erano soggette ad alcun obbligo: la diffusione di informazioni di carattere 'non finanziario' ha avuto fino alla fine dello scorso anno il tratto della discrezionalità ed è stata in larga parte appannaggio dei grandi gruppi multinazionali.



1. In questo contesto, si ricorda che il primo obbligo di predisposizione del bilancio sociale conforme alla direttiva si è riferito all'esercizio relativo all'anno 2017, per cui il bilanci non finanziari redatti in relazione a questo esercizio sono stati quelli approvati nel 2018 entro i termini previsti dalla normativa in materia di bilanci e depositato in CCIAA. Un primo report di analisi di questi bilanci è stato pubblicato dalla Consob alla fine del 2018. Il documento completo, in lingua inglese, è raggiungibile a questo indirizzo internet: <http://www.consob.it/web/area-pubblica/sost>

4. Responsabilità sociale nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini

Sulla base delle premesse esposte, nel presente capitolo presenteremo i risultati di un'indagine realizzata presso le lavanderie industriali associate ad Assosistema ed iscritte ad EBLI e/o a FASILL, e nonché presso un gruppo allargato di ulteriori imprese dello stesso del settore, ma non appartenenti al sistema associativo rappresentato dall'associazione di categoria, dall'ente bilaterale e dal Fondo di assistenza sanitaria integrativa, sopra menzionati.

L'indagine, condotta tra gennaio e marzo 2018, si è posta i seguenti obiettivi:

in primo luogo, verificare, a livello generale, la presenza di ricerche, studi, dati relativi al bilancio sociale, alla rendicontazione non finanziaria ed alla responsabilità sociale nel settore delle lavanderie industriali;

in secondo luogo, definire "lo stato dell'arte" della rendicontazione non finanziaria e della responsabilità sociale nelle imprese del settore attraverso la verifica della presenza o meno del bilancio sociale e del codice etico² da parte delle suddette imprese. L'obiettivo principale è stato quello di stabilire un punto di partenza prima di poter osservare gli effetti (eventuali e possibili³) dell'applicazione in Italia della Direttiva Europea 2014/95/EU che è stata recepita dal Dlgs. n. 254/2016 e che prevede l'obbligatorietà della redazione del bilancio sociale per gli enti di pubblico interesse⁴;

in terzo luogo, individuare nel settore eventuali *good practices* in relazione al bilancio sociale, alla rendicontazione non finanziaria e alla responsabilità sociale d'impresa più in generale.

2. Si ritiene opportuno indagare anche sulla presenza del codice etico in quanto si ritiene che la sua adozione si possa considerare come una concreta *proxy* circa la sensibilità ed attenzione dell'impresa in relazione alle tematiche sociali ed etiche, ovvero come la premessa (non necessaria né sufficiente) per la redazione in futuro del bilancio sociale. Si riteneva, in altre parole, che esistesse una correlazione positiva tra presenza di codice etico e redazione del bilancio sociale. Come vedremo più avanti nel capitolo 4, i risultati della nostra ricerca non confermano questa supposta correlazione.
3. Soprattutto di carattere indiretto, considerando in special modo che le imprese del settore delle lavanderie industriali non rientrano nel campo di imprese obbligate per legge a redigere il bilancio sociale. Effetti indiretti nel senso che la vigenza di un obbligo di legge potrebbe rappresentare uno stimolo per le imprese del settore, settore nel quale esiste una certa sensibilità per alcune tematiche che rientrano in quelle incluse nel bilancio sociale.
4. Gli enti di interesse pubbliche, definiti ai sensi dell'art. 16, comma 1, d.lgs. n. 39/2010, sono costituite dalla seguenti imprese:
 - a) le società italiane emittenti valori mobiliari ammessi alla negoziazione su mercati regolamentati italiani e dell'Unione europea e quelle che hanno richiesto tale ammissione alla negoziazione;
 - b) le banche;
 - c) le imprese di assicurazione di cui all'articolo 1, comma 1, lettera u), del codice delle assicurazioni private;
 - d) le imprese di riassicurazione di cui all'articolo 1, comma 1, lettera cc), del codice delle assicurazioni private, con sede legale in Italia, e le sedi secondarie in Italia delle imprese di riassicurazione extracomunitarie di cui all'articolo 1, comma 1, lettera cc-ter), del codice delle assicurazioni private;
 - e) le società emittenti strumenti finanziari, che, ancorché non quotati su mercati regolamentati, sono diffusi tra il pubblico in maniera rilevante;
 - f) le società di gestione dei mercati regolamentati;
 - g) le società che gestiscono i sistemi di compensazione e di garanzia;
 - h) le società di gestione accentrata di strumenti finanziari;
 - i) le società di intermediazione mobiliare;
 - l) le società di gestione del risparmio;
 - m) le società di investimento a capitale variabile;
 - n) gli istituti di pagamento di cui alla direttiva 2009/64/CE;
 - o) gli istituti di moneta elettronica;
 - p) gli intermediari finanziari di cui all'articolo 107 del TUB". Le imprese di pubblico interesse in obbligo di rendicontazione non finanziaria sono poi quelle che hanno più di 500 occupati e che soddisfano una (o entrambe) le condizioni di avere un totale dell'attivo dello stato patrimoniale superiore a 20.000.000 di euro e/o un totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni superiore a 40.000.000 di euro.

In relazione al secondo obiettivo, si precisa che, sebbene l'ambito obbligatorio di applicazione del Dlgs. n. 254/2016 riguardi imprese di pubblico interesse, si ritiene che la particolare connotazione del settore nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini dovrebbe suscitare un interesse particolare in relazione alla rendicontazione non finanziaria: questo per cercare di andare oltre ed approfondire la comune e diffusa applicazione della certificazione relativa al Sistema di Gestione per la Qualità, al Sistema di Gestione Ambientale ma anche certificazioni più specifiche del settore come, ad esempio, il Sistema di controllo della biocontaminazione "Tessili trattati in lavanderia"⁵, quello relativo agli Indumenti ad alta visibilità per uso professionale⁶, al sistema di verifica e controllo di indumenti ad alta visibilità sottoposti a lavaggio e manutenzione⁷ ecc., come anche pratiche di sostenibilità della produzione in particolare in relazione alle problematiche del controllo dell'inquinamento.

In altre parole, la conoscenza dello stato dell'arte e/o "sensibilità" delle imprese del settore in relazione alle tematiche della rendicontazione non finanziaria ed alla responsabilità sociale può costituire un punto di partenza interessante per progettare e realizzare le attività previste dalla seconda fase del progetto, ovvero l'intervento sul campo avente l'obiettivo di definire e preparare gli strumenti per le azioni formative in azienda relative al bilancio sociale ed attivare e divulgare una cultura della responsabilità sociale nel settore stesso. Tale conoscenza, non ultimo, può servire anche a verificare, come ricordato, lo stato dell'arte dell'applicazione su base volontaristica della rendicontazione sociale ai sensi del suddetto D.lgs.n. 254/2016 da parte delle imprese del settore.

Tutto questo alla luce anche delle azioni intraprese da Assosistema – l'Associazione datoriale di rappresentanza del settore – in tema di sensibilizzazione ed azioni relativamente alla responsabilità sociale delle imprese e allo sviluppo sostenibile nel settore delle lavanderie industriali. In questa direzione, va ricordato, come sancito dalla suddetta direttiva europea 2014/95/EU,

-
5. La norma europea **UNI EN 14065 "Tessili trattati in lavanderia – Sistema di controllo della biocontaminazione"** permette alle lavanderie industriali di implementare un sistema che ha come obiettivo il controllo della qualità microbiologica dei capi trattati. Tale certificazione mira a garantire la sicurezza igienica dei tessuti trattati, soprattutto se utilizzati in settori specifici (sanitario) e garantisce un maggiore controllo dei processi ed elevati standard di qualità. La certificazione in accordo alla **UNI EN 14065** consente a qualsiasi realtà operante nel settore dei servizi di lavanderia industriale specializzata per il noleggio e il ripristino di biancheria e abiti da lavoro di differenziarsi, facendo emergere in modo tangibile e verificabile la qualità dei propri servizi e rassicura i clienti circa la conformità ai requisiti stabiliti dalla norma. Inoltre, le lavanderie industriali certificate avranno la possibilità di proporsi con maggiori titoli a gare di appalto per strutture socio-sanitarie e assistenziali.
 6. La norma **ISO EN 20471** è uno standard internazionale che stabilisce i requisiti dell'abbigliamento di sicurezza ad alta visibilità per chi lavora in ambienti con un rischio elevato. Indossare gli indumenti di sicurezza giusti è fondamentale e deve essere una priorità, anche quando solo una piccola parte della giornata di lavoro si svolge in ambienti in cui la visibilità è importante. Lo standard **ISO EN 20471** sostituisce la norma precedente **EN 471**. La norma **ISO EN 20471** si articola in tre classi, in base all'area di rischio in cui opera il lavoratore e all'indice di protezione che il prodotto fornisce all'utente. La scelta della classe dipende dai requisiti di visibilità e, di conseguenza, dalle esigenze relative all'area dei riflessi e del materiale fluorescente.
 7. La norma **UNI EN ISO 20471** specifica i requisiti di progettazione e realizzazione per gli indumenti in grado di segnalare visivamente la presenza dell'utilizzatore in situazioni pericolose, in qualunque condizione di luce diurna e alla luce dei fari dei veicoli nell'oscurità (inclusi i requisiti prestazionali relativi a colore, retroriflettente, aree minime e disposizione dei materiali, metodi di prova per testare l'efficacia dei materiali e dei dispositivi nel loro complesso); si struttura come segue:
 - requisiti di progettazione
 - requisiti per materiali di fondo e a prestazioni combinate
 - requisiti prestazionali fotometrici e fisici per il materiale retroriflettente e materiale a prestazioni combinate.
 - metodi di prova
 - etichettatura di manutenzione
 - marcatura.

che la responsabilità sociale trova la sua affermazione nella redazione del bilancio sociale o rendiconto non finanziario⁸. Per questa ragione, indagare circa la presenza o meno di bilancio sociale presso un'impresa rappresenta il necessario criterio oggettivo per stabilire lo stato dell'arte della rendicontazione non finanziaria e della responsabilità sociale, e quindi dell'attenzione prestata dalle imprese nei confronti di queste tematiche.

Si ricorda infatti, che la redazione del bilancio sociale deve seguire *standard* precisi di redazione⁹, la cui applicazione può rappresentare un impegno ed uno sforzo non indifferente per le imprese.

Fatte queste doverose premesse, i paragrafi che seguono sono organizzati in base alla seguente struttura.

Nel primo paragrafo, come premessa per definire il contesto nazionale in relazione alla RSI ed alla rendicontazione non finanziaria, si presentano i dati di una ricerca svolta nel 2017 da IAL Toscana¹⁰ in relazione alla presenza di rendicontazione non finanziaria, in particolare del bilancio sociale, in Italia precedentemente all'entrata in vigore del D.lgs 254/2016.

Nel secondo paragrafo, come anticipato in premessa, si presentano i risultati di una ricerca svolta tra gennaio e marzo 2018 presso le imprese del sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini. La platea della ricerca è costituita dalle imprese aderenti all'Associazione di categoria di riferimento (Assosistema Confindustria), dalle aziende che contribuiscono all'Ente Bilaterale della categoria (EBLI) ai sensi dell'art. 4 del CCNL, e da altre 205 realtà industriali, localizzate sul territorio italiano.

Infine, nel terzo ed ultimo paragrafo, si presentano alcune riflessioni conclusive.

8. Il bilancio sociale o report CSR (rendiconto della *Corporate Social Responsibility*) è un documento con il quale un'organizzazione, sia essa un'impresa o un ente pubblico o un'associazione, comunica periodicamente in modo volontario gli esiti della sua attività, non limitandosi ai soli aspetti finanziari e contabili. Ovvero, rende pubbliche le informazioni sulle politiche adottate e i risultati ottenuti in materia ambientale e sociale, nonché quelle attinenti al personale ed alla situazione lavorativa e sicurezza, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione, sia attiva sia passiva.

9. Tra i più usati si ricordano il GRI – *Global Reporting Initiative* (per una sua illustrazione si veda www.globalreporting.org) ed il *Global Compact* (per una sua illustrazione si veda www.globalcompactnetwork.org).

10. Boscherini F., Pusztai G. e Ricci F. (2017), *State of play of NFI reporting in Italy: survey on NFI reporting diffusion and impact on the industrial relations at company level*, IAL Toscana.

4.1 Presenza del bilancio sociale e del codice etico in Italia

prima dell'entrata in vigore del D.lgs. 254/2016

In questa sezione si illustrano brevemente i principali risultati di una ricerca effettuata dallo IAL Toscana svolta nel 2017¹¹, ovvero prima dell'entrata in vigore del D.lgs.254/2016. Sono state analizzate le imprese di interesse pubblico (definite nella nota 4), con l'obiettivo di stabilire la diffusione della rendicontazione non finanziaria, nello specifico del bilancio sociale, effettuata su base volontaristica. Questo, come già ricordato, anche per definire il contesto nazionale di riferimento nel quale inquadrare la situazione relativa al bilancio sociale nel settore delle lavanderie industriali.

Nello specifico, sono state oggetto di analisi le 320 imprese: di queste, 243 (87% del totale) sono quotate nel MTA (Mercato azionario telematico della Borsa di Milano) e 77 sono grandi imprese (13% del totale), non quotate ed appartenenti alla definizione di ente di interesse pubblico.

La metodologia di ricerca ha previsto un approccio desk basato su due tipi di azioni:

- la ricerca presso i principali motori di ricerca di materiale, studi, articoli ecc. in relazione alla rendicontazione sociale ed al bilancio sociale;
- la consultazione della pagina web istituzionale di ciascuna impresa al fine di controllare la presenza o meno di codice etico e bilancio sociale. Nel caso si fosse rilevata la loro presenza, ne è stato esaminato il suo contenuto e le modalità adottate per la sua redazione.

Come mette in evidenza la Tabella 1, le imprese che hanno redatto il bilancio sociale sono 69, il 21,6% del totale delle imprese oggetto di indagine. Di queste 69 imprese, 60 sono quotate in borsa, ovvero l'87% delle imprese che hanno bilancio sociale, il 18,8% del totale delle imprese oggetto di indagine.

Tabella 1 – Imprese con bilancio sociale (valori assoluti)

Tipologia impresa	Senza bilancio sociale		Con bilancio sociale		Totale
	VA	%	VA	%	
Imprese Quotate	183	72,9	60	87,0	243
Imprese non quotate	68	27,1	9	13,0	77
Totale	251	100	69	100	320

Fonte: Boscherini F., Pusztai G. e Ricci F. (2017)

In sintesi, si rileva una percentuale molto ridotta di imprese che hanno definito e prodotto il bilancio sociale su base volontaristica. Ricordiamo che si tratta di imprese che rientrerebbero nell'obbligo previsto dal D.lgs. 254/2016 e che ad esso dovranno adeguarsi nel 2018 in relazione al bilancio dell'esercizio chiuso al 31/12/2017.

11. Per un'illustrazione completa dei risultati della ricerca si veda Boscherini F., Pusztai G. e Ricci F. (2017), op. cit..

La situazione riguardante la presenza di Codice Etico è migliore: il 43,6% (140 imprese) delle imprese analizzate ha Codice Etico. La maggioranza delle imprese (124, 88,6%) sono imprese quotate in borsa.

Se incrociamo i dati relativi a bilancio sociale e Codice Etico, vediamo che la percentuale di imprese che presentano entrambi è molto bassa, ovvero solo l'8,1% del totale (26 imprese), non confermando quindi la supposta correlazione positiva tra presenza di Codice Etico e Bilancio sociale (cfr. nota 2).

A livello settoriale, i settori economici che mettono in evidenza maggiori percentuali di imprese con bilancio sociale sono il settore Manifatturiero (34,8% del totale delle imprese analizzate), i settori produttori e/o distributori di energia (18,8%) ed il settore finanziario (17,4%). Tali settori sono anche quelli prevalenti in relazione alla presenza del Codice Etico.

Infine, si rileva che le imprese che hanno bilancio sociale scelgono come principale e predominante canale di pubblicizzazione/comunicazione la propria pagina web.

4.2. Lo stato dell'arte della responsabilità sociale nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini

Prima di procedere all'illustrazione della ricerca, si segnala che già le indagini effettuate in rete hanno evidenziato l'assenza di studi e dati relativi alla Responsabilità Sociale d'impresa nel settore, ad eccezione del Rapporto di sostenibilità, realizzato nel 2015 con il supporto scientifico di Ambiente Italia, curato da Assosistema e finanziato da EBLI.

In seguito, ed allo scopo di valutare lo stato dell'arte del settore in relazione alle tematiche riguardanti, in senso ampio, la Responsabilità Sociale d'Impresa, finanche una sensibilità nei confronti di queste tematiche, si è proceduto ad effettuare una ricerca desk seguendo la metodologia di indagine descritta nella sezione precedente.

Per quanto riguarda le **imprese associate ad Assosistema, ad EBLI e FASIL**, l'indagine si è svolta attingendo dai relativi archivi al 31/12/2017 tale database contiene 171 imprese, delle quali 84 iscritte anche ad EBLI (il 49,1% del totale) e 38 (22,2%) a FASIL.

Come si può vedere dalla tabella seguente, delle 171 imprese iscritte, più di due terzi (il 73,1%) sono localizzati nel Centro e Nord Italia. L'11% delle imprese associate (19) appartiene ad un gruppo localizzato in altre regioni italiane.



Tabella 2 – Distribuzione imprese associate ad Assosistema e/o ad EBLI e/o FASIIL per regione

Regione	VA	% su totale
Lombardia	36	21,1
Toscana	23	13,5
Emilia-Romagna	21	12,3
Veneto	18	10,5
Lazio	11	6,4
Piemonte	11	6,4
Sardegna	8	4,7
Campania	6	3,5
Liguria	6	3,5
Marche	6	3,5
Umbria	6	3,5
Altre Regioni	19	11,1
Totale	171	100,0

Fonte: Assosistema

Durante lo svolgimento dell'indagine, si è rilevato che non tutte le imprese hanno la propria pagina web istituzionale: infatti il 29,5% delle imprese (43) ne è privo.

Tale circostanza potrebbe mettere in dubbio la metodologia di consultare la pagina web istituzionale di un'impresa per verificare se abbia pubblicato o meno il bilancio sociale. Tuttavia, come messo in evidenza nella sezione precedente, più del 90% delle imprese che redigono il bilancio sociale lo inseriscono nella propria pagina web che, quindi, è considerato il canale largamente più utilizzato al fine della sua pubblicizzazione e comunicazione agli stakeholder. Si può, quindi, dedurre che esista una relazione strettissima tra presenza di pagina web istituzionale e redazione del bilancio sociale. A riprova di questa ipotesi, sono risultate senza successo le verifiche fatte, tramite i motori di ricerca, di tracce, anche indirette, di redazione del bilancio sociale da parte delle imprese sprovviste di pagina web.

Di queste 171 imprese, **solo 4 hanno redatto il bilancio sociale**, peraltro senza definire una periodicità regolare nel corso degli anni. Si tratta, quindi, di una percentuale bassissima, ovvero il 2,3% del totale delle imprese associate. In tutti e quattro i casi si tratta di imprese appartenenti ad un gruppo. La localizzazione vede due imprese dell'Emilia-Romagna, una del Lazio e una della Puglia. In due casi il bilancio sociale è redatto ai minimi termini, senza nessun riferimento a standard di redazione. Negli altri due casi, al contrario, il bilancio sociale è stato redatto seguendo lo standard del GRI menzionato in precedenza (cfr. nota 6) e presenta una struttura sufficientemente completa.

In tutti i casi, comunque, non si identifica una continuità temporale nella redazione del bilancio sociale, essendo presente, salvo che in un caso, solo in un anno (il 2015).

Le imprese che hanno il codice etico sono invece 9, ovvero il 6,2% del totale delle imprese associate ad Assosistema e/o ad EBLI e/o a FASIIL. Tre di queste imprese sono quelle che hanno anche redatto il bilancio sociale.

In relazione alle **imprese non associate ad Assosistema e/o ad EBLI e/o a FASIIL**, i risultati sono ancora più insoddisfacenti. Sulla base di un archivio fornito da Assosistema, le imprese oggetto dell'indagine sono state 205.

Come si può vedere dalla tabella seguente, la localizzazione delle imprese non associate ad Assosistema e/o ad EBLI e/o a FASIIL è diversa da quella delle iscritte: vi è sempre una preminenza del Centro-Nord (con un peso lievemente inferiore, 62%), ma nelle prime due posizioni troviamo una regione del Centro (il Lazio) e una del Sud (la Campania). Veneto, Emilia-Romagna e Piemonte hanno lo stesso peso già registrato per le imprese iscritte, mentre Toscana e Lombardia hanno un peso minore.

Tabella 3 – Distribuzione delle imprese non associate ad Assosistema e/o ad EBLI e/o FASIIL per regione

Regione	VA	% su totale
Lazio	26	12,7
Campania	21	10,2
Veneto	21	10,2
Emilia-Romagna	20	9,8
Lombardia	15	7,3
Piemonte	14	6,8
Sicilia	13	6,3
Puglia	12	5,9
Toscana	12	5,9
Abruzzo	11	5,4
Altre regioni	40	19,5
Totale	205	100

Fonte: Assosistema

Durante lo svolgimento dell'indagine, si è rilevata una percentuale elevatissima di imprese che non hanno la propria pagina web istituzionale, ovvero il 56,1% contro il 29,5% delle imprese associate. Tale circostanza è già di per sé significativa in quanto ci fornisce un panorama di carente informatizzazione ma anche, e soprattutto, di scarso ricorso a strumenti comunicativi e di pubblicizzazione delle proprie attività, fra le quali, non ultima, quella della redazione del Codice Etico e/o del bilancio sociale.

Va considerato, tuttavia, che nessuna delle imprese non associate che hanno pagina web (il 43,9%) ha redatto il Codice Etico e/o il bilancio sociale.

In sintesi, la situazione del settore del sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini, per come appare dai dati appena illustrati, mette in evidenza una presenza ➤

praticamente nulla sia di Codice Etico che di bilancio sociale. Infatti, se sommiamo le imprese associate e quelle non associate che sono state analizzate, solo 4 imprese su 351 (l'1,1%) ha un bilancio sociale e 9 su 351 (il 2,6%) hanno un codice etico.

Vogliamo poi ricordare che, durante le nostre ricerche, abbiamo rilevato tre imprese del settore¹², non associate e non presenti nell'elenco delle non associate fornitoci da Assosistema, che hanno redatto un bilancio sociale, seppure in forma molto embrionale e senza alcun riferimento a standard di redazione.

4.3 Alcune riflessioni su RSI e sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini

Dall'illustrazione dei risultati della nostra indagine nelle pagine precedenti, risulta in maniera sufficientemente chiara che nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini è praticamente nulla la diffusione delle pratiche di rendicontazione non finanziaria, come il bilancio sociale, e del Codice di condotta Etica.

In questa direzione, il campione analizzato è sufficientemente ampio e quindi rappresentativo della realtà del settore: nello specifico è composto dalla totalità delle imprese associate ad Assosistema e da un gruppo ampio di imprese non associate che, sebbene non completo a livello di universo di imprese del settore delle lavanderie industriali, ha una consistenza numerica ed una diffusione sul territorio nazionale che ci consente di avere un panorama molto dettagliato della situazione

Le nostre indagini non hanno permesso di identificare la presenza di bilanci sociali e di Codici Etici nelle imprese del sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini che hanno una propria pagina web. Come già osservato nelle pagine precedenti e come rilevato dai risultati della ricerca dello IAL Toscana, la pagina web rappresenta la modalità di pubblicazione/comunicazione del bilancio sociale usata in maniera prevalente dalle imprese.

D'altro canto, prima dell'entrata in vigore del D.Lgs. 254/2016, l'obiettivo principale perseguito dalle imprese che curano la redazione del bilancio sociale è essenzialmente di tipo comunicativo/commerciale, ragione per cui il canale scelto utilizzato è il web¹³ e, in misura ridotta ed in contesti di grande impresa come ad esempio nel caso di imprese del settore della moda o di quello bancario, la realizzazione di eventi di presentazione ai quali invitare i principali stakeholder.

In questa direzione, non è stato possibile individuare best practices di rendicontazione non finanziaria nel settore. Infatti, solo 4 imprese hanno bilancio sociale e solo 2 nella redazione dello stesso hanno adottato standard riconosciuti, nello specifico quello del GRI anche se non

12. Coop sociale Alise (2015), coop sociale Valcamonica (2015), Acquacheta copp soc. di tipo B (2016).

13. Come verificato in precedenti indagini (cfr. Boscherini F., Pusztai G. e Ricci F. (2017), op. cit.), in realtà produttive e di servizio "aperte al pubblico", come ad esempio le banche e gli intermediari finanziari, la scelta del canale attraverso il quale comunicare/pubblicizzare il bilancio sociale, se prodotto, riguarda oltre la pagina web, la modalità di esporlo presso le proprie filiali. In attività non aperte al pubblico, come le lavanderie industriali o le imprese manifatturiere, tale modalità non è, per definizione, l'opzione migliore che le imprese possono scegliere.

in forma completa. Data l'esiguità dei bilanci individuati, non crediamo che esista lo spazio per definirli o meno best practices settoriali. Senza dubbio, riteniamo che sia interessante approfondire presso queste due imprese le ragioni che hanno indotto, in primo luogo, a redigere il bilancio sociale e, in secondo luogo, ad adottare uno standard internazionale per la sua redazione.

In relazione al vasto gruppo di imprese che non hanno pagina web (circa il 30% delle imprese associate, circa il 56% delle imprese non associate), si potrebbe argomentare che l'assenza di pagina web non permette di stabilire se l'impresa stessa ha un bilancio sociale e/o un codice etico. Ma, come abbiamo già detto nel paragrafo precedente, si ritiene che l'assenza di pagina web e di risultati con i principali motori di ricerca, possa condurci a concludere che tali imprese non abbiano bilancio sociale né codice etico. Senza dubbio, solo un'indagine diretta presso ogni impresa del settore potrebbe confermare o meno tale supposizione.

Inoltre, al margine degli obiettivi della nostra indagine, una conclusione che se ne trae risiede nel riconoscimento di un esteso ritardo nell'informatizzazione delle imprese, informatizzazione intesa soprattutto, in base agli elementi disponibili, come scarsa propensione all'uso di canali di commercializzazione/pubblicizzazione delle attività delle singole imprese basati sul web.

In sintesi, quindi, il punto di partenza del settore in relazione alle tematiche della rendicontazione non finanziaria e della responsabilità sociale è molto basso, quasi assente. Nel settore la rendicontazione non finanziaria e la responsabilità sociale non sembrano essere tematiche percepite come interessanti né considerate.

Le imprese del settore hanno, in virtù della loro specificità produttiva, "un'attenzione obbligata" nei confronti delle tematiche ambientali e dell'inquinamento (tematiche queste, si ricordi, oggetto di rendicontazione non finanziaria e quindi presenti nel bilancio sociale). Tale situazione è resa evidente dalla diffusa presenza di sistemi, spesso certificati, di gestione ambientale, qualità del ciclo produttivo, di controllo dei contenuti inquinanti degli scarichi industriali.

La suddetta attenzione, però, non si traduce poi in maniera sistematizzata in un'attenzione specifica alle tematiche della rendicontazione non finanziaria e della Responsabilità Sociale d'Impresa nel suo complesso ed ai suoi strumenti applicativi, ovvero il bilancio sociale ed i relativi standard di redazione.

In riferimento alle attività della seconda fase del progetto, ovvero l'intervento sul campo avente l'obiettivo di 1) definire e preparare gli strumenti per le azioni formative in azienda relative al bilancio sociale e 2) attivare e divulgare una cultura della responsabilità sociale nel settore stesso, crediamo che sia opportuno, in prima istanza, soffermarci sulla seconda di queste attività come strettamente necessaria ed impellente.

Nel settore è prioritario diffondere la conoscenza, precisa e specificata, di cosa si intende quando si menzionano i termini di bilancio sociale, rendicontazione sociale e responsabilità sociale, evidenziandone contemporaneamente l'utilità e gli obiettivi sia in termini di impatto sulla



performance dell'impresa ma soprattutto in termini di impatto sulle relazioni industriali e di rapporto con gli stakeholder ed il territorio nel quale le imprese operano.

In questo senso, risulta prioritario progettare e realizzare un percorso formativo/informativo che illustri le suddette tematiche, percorso preceduto da una campagna di comunicazione che informi le imprese del settore e le relative rappresentanze sindacali sia in relazione alla disponibilità di tale percorso formativo, sia in relazione alla tematica stessa della rendicontazione non finanziaria e della responsabilità sociale.

In un secondo momento si potranno definire e realizzare percorsi formativi più specifici, ovvero focalizzati sugli strumenti e le modalità da seguire per la redazione del bilancio sociale, illustrando i vari criteri e standard utilizzabili, come anche le modalità di valutazione dei contenuti degli stessi.

Appare importante cercare di mettere in evidenza, infatti, quali possono essere i benefici ottenibili dal rispetto e dal recepimento dei valori della responsabilità sociale dell'impresa. Questo non solo in termini di benefici riferibili al benessere interno ed esterno all'impresa, ma anche in termini di benefici e l'impatto sulla gestione produttiva delle imprese stesse in un settore, come quello delle lavanderie industriali, che, se appare "difficile" per lo scarso valore dato da molte aziende agli aspetti "reputazionali", presenta diverse opportunità per lo sviluppo di una culturale della responsabilità sociale: dalla questione energetica e ambientale al rapporto con gli appalti pubblici.

5 Conclusioni: opportunità e sviluppo della responsabilità sociale d'impresa nel sistema industriale integrato di beni e servizi tessili e medici affini

A conclusione delle attività progettuali appare utile approfondire alcune piste di sviluppo che si collegano alle riflessioni precedenti e si arricchiscono degli elementi appresi, in particolare, attraverso i percorsi formativi.

La presente pubblicazione ha evidenziato, nel settore preso in esame, una situazione certamente diversificata, ma che evidenzia grandi potenzialità di miglioramento rispetto allo sviluppo graduale e mirato di politiche e pratiche di responsabilità sociale.

I due principali ambiti in cui il settore si sviluppa (servizi alla sanità e alla salute e servizi turistico/alberghieri) presentano caratteristiche diversificate, ma entrambe "prossime" ai processi della responsabilità sociale d'impresa: si tratta, infatti, di due "driver" fondamentali di crescita per il Sistema Italia, come la Sanità e il Turismo.

Il contesto ospedaliero/sanitario, in particolare, prevede significativi protocolli legati alla salute e sicurezza e un'attenzione peculiare sia agli operatori del settore, sia ai fruitori "deboli" dei servizi stessi: i pazienti.

Un "core business" fortemente monitorato, oltre che legato significativamente a procedure pubbliche di appalto, appare un possibile luogo ideale di sperimentazione di prassi, premialità, azioni multistakeholder, certificazioni non solo di prodotti, ma anche di processi.

Anche l'ambito turistico/alberghiero racchiude grandi potenzialità di sviluppo di politiche di responsabilità sociale che, a partire dal rispetto e dalla tutela del lavoro, si orientino a prodotti che valorizzino concretamente sia i concetti generali della sostenibilità che quello dell'economia circolare.

La necessaria riduzione dei prodotti monouso, legata non solo all'evolversi delle normative nazionali ed europee, ma anche alla crescita di consapevolezza dei consumatori, costituisce pertanto una grande opportunità di sviluppo e di collegamento tra pratiche di responsabilità sociale e ed espansione produttiva, per un settore che privilegi un business etico, trasparente e responsabile. Gli aspetti più rilevanti di politiche di responsabilità sociale nel settore rivolte alle imprese si possono sintetizzare in cinque grandi filoni:

- ▶ gestione e certificazione degli impatti ambientali;
- ▶ qualità e trasparenza dei processi produttivi anche in rapporto a possibili indicatori di premialità da parte delle stazioni appaltanti;
- ▶ sviluppo di rapporti sociali e relazionali a partire dal miglioramento della qualità del lavoro, anche a partire dagli aspetti relativi ad una migliore conciliazione tra tempo di vita e di lavoro;
- ▶ tutela dei lavoratori e diffusione di una contrattazione collettiva di qualità, comprensiva della valorizzazione degli strumenti della bilateralità;



- promozione di percorsi partecipativi all'interno delle imprese e nei territori interessati dalla presenza delle imprese stesse.

Al di là degli specifici percorsi aziendali un grande spazio di azione si apre anche per le parti sociali del settore e per gli attori della bilateralità rappresentata da EBLI.

Sono tre i filoni che possono, a nostro parere, essere elemento privilegiato di azione concreta:

- la promozione della conoscenza e della diffusione, nel settore, degli strumenti e delle finalità della responsabilità sociale (codici etici, bilanci sociali, rating di legalità, sistema Ecolab, certificazioni maggiormente rilevanti, a partire da SA 8000 e ISO 26000, rendicontazione non finanziaria, etc.);
- il consolidamento, promosso, come sistema di categoria, del riconoscimento istituzionale di sempre più adeguati strumenti di sostenibilità di indirizzo pubblico come, ad esempio, i Criteri Ambientali Minimi (Cam) e i modelli di "gara sostenibile" in rapporto alle diverse stazioni appaltanti. A tal fine potrebbe essere molto interessante la promozione di una formazione congiunta proprio con le stesse stazioni appaltanti e i punti di riferimento istituzionali dei processi di gara;
- lo sviluppo, la conoscenza, la disseminazione di buone prassi presenti nel settore come stimolo positivo e propositivo alle aziende ancora scettiche o non impegnate nell'ambito della Rsi. Tutto ciò anche attraverso l'istituzione di un osservatorio permanente e lo sviluppo e il supporto a progetti mirati e rendicontabili.

Un aspetto non secondario e che potrebbe rivelarsi una delle leve di successo per la promozione della Rsi nel settore appare anche l'adozione da parte del sistema bilaterale di strumenti e politiche volti a promuovere una migliore conoscenza della struttura di impresa (attuata o potenziale) volta a far riconoscere e migliorare pratiche di responsabilità sociale già in atto in maniera totalmente o parzialmente inconsapevole.

La comprensione dei contenuti, dei processi e delle potenzialità di una responsabilità sociale autentica, non ulteriore vincolo burocratico, ma strumento e occasione di un nuovo paradigma "identitario" di qualità del settore, appare un elemento fondamentale, anche per creare un circolo virtuoso volto a contrastare la concorrenza sleale e il dumping sociale e contrattuale tra le aziende.

In quest'ambito, EBLI potrebbe favorire una consapevolezza diffusa della RSI: a partire dalla conoscenza di base, fino alla valorizzazione delle buone prassi esistenti, con particolare attenzione anche alle ricadute "reputazionali" sulle imprese, aspetti troppo spesso sottovalutati nell'ambito delle aziende del settore di riferimento come ampiamente dimostrato nel presente rapporto.

È infatti attraverso un'alleanza multistakeholder (impresa, lavoratori, parti sociali, istituzioni, consumatori), che la Responsabilità Sociale d'Impresa può svilupparsi in un settore, come quello preso in esame, che racchiude aziende di dimensioni e approcci imprenditoriali estremamente diversificati.

EBLI è un'associazione fra:



ASSOSISTEMA

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

