



Ministero degli Affari Esteri



ECONOMIA, NORMATIVE, OPPORTUNITÀ E OBIETTIVI ALL'ESTERO PER LE IMPRESE ITALIANE

Dossier Global Compact

Etica e sostenibilità possono diventare un fattore competitivo per l'impresa italiana

Sono circa 200 le aziende e organizzazioni italiane che hanno aderito allo strumento delle Nazioni Unite che promuove comportamenti proattivi nel campo della tutela dei diritti umani, dell'ambiente, della sicurezza sul lavoro e della lotta alla corruzione

Globalizzazione e sostenibilità possono andare assieme: è questa la scommessa sottoscritta da migliaia di imprese e organizza-

zioni che aderiscono a Global Compact, lo strumento delle Nazioni Unite per promuovere la crescita sostenibile d'impresa.

Global Compact può essere definito come un codice volontario che copre alcune aree critiche con cui si confronta oggi l'economia di mercato sotto il profilo etico: rispetto dei diritti umani, tutela dell'ambiente, diritti dei lavoratori, lotta alla corruzione. Sottostante all'iniziativa, una convinzione di fondo e cioè che "i mercati possono crescere soltanto in società sane", come sostiene il Segretario delle Nazioni Unite, **Ban Ki Moon**.

continua a pagina 2



dalla prima pagina

Rispetto ad altre normative e codici di comportamento che si propongono obiettivi analoghi (**OECD Guidelines for Multinational Enterprises; ILO Tripartite declaration of principles concerning multinational enterprises and social policy; Global Reporting Initiative; Extractive Industries Transparency Initiative; Csr Europe; Emas; Iso 9001** e altri) il sistema Global Compact si posiziona in modo particolare. Non aderiscono solo aziende università, business schools e ONG, ma coinvolge anche le istituzioni e gli enti pubblici dei diversi Paesi. Propone infatti obiettivi di sistema che non posso-

no essere raggiunti senza sinergie tra mondo imprenditoriale e istituzioni.

Inoltre i promotori sono consci del fatto che le modalità per realizzare gli obiettivi non possono essere le stesse in contesti sociali, economici e politici molto diversi: di qui la scelta di costituire network regionali e nazionali in cui le imprese possono mettere a punto metodologie di intervento e attivare iniziative di formazione. "È all'interno di questi network che la cultura della responsabilità può prendere forma" spiega **Marco Frey**, docente alla **Scuola Superiore S. Anna di Pisa**, che presiede il network italiano. Il "club" italiano conta attualmente 191 aderenti. Sono imprese di grandi, medie e piccole dimensioni, istituti di credito, ma anche studi legali, ►►

I 10 principi ispiratori di Global Compact

Il Global Compact richiede alle aziende e alle organizzazioni che vi aderiscono, di condividere, sostenere e applicare nella propria sfera di influenza un insieme di principi fondamentali, relativi a diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.

In particolare richiede, nell'ambito dei vari settori, di:

Diritti Umani

1. Promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza
2. Assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani

Lavoro

3. Sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto
4. Eliminare tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio
5. Eliminare effettivamente il lavoro minorile
6. Eliminare ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione

Ambiente

7. Sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali
8. Intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale

9. Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente

Lotta alla corruzione

10. Impegnarsi a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.

L'implementazione dei principi fa riferimento agli obiettivi contenuti in alcune dichiarazioni di portata universale con particolare riguardo a:

- *Dichiarazione Universale dei Diritti Umani*
- *Dichiarazione di Rio sull'Ambiente e lo Sviluppo*
- *Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione*
- *Dichiarazione ILO sui principi e diritti fondamentali del lavoro*
- *The Universal Declaration of Human Rights*
- *The International Labour Organization's Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work*
- *The Rio Declaration on Environment and Development*
- *The United Nations Convention Against Corruption*



aziende che operano nel settore dei trasporti, nel campo delle costruzioni, dell'energia e diverse istituzioni, come la **Regione Toscana**.

È indispensabile l'impegno del top management

L'adesione a Global Compact presuppone alcuni obblighi, tra cui la stesura di un rapporto annuale sulle iniziative adottate per implementarne gli obiettivi. La sfida è di evitare che quest'obbligo si limiti a un'operazione di facciata. Per questo, come sottolinea Frey, "è necessario che gli obiettivi dichiarati dalle aziende e basati sui principi del Global Compact, entrino a far parte del patrimonio genetico aziendale". Questo avviene solo se questa adesione etica è accompagnata da pratiche specifiche. Le due cose, insomma, vanno di pari passo. "Ad esempio, in un'azienda che inizia a introdurre un codice etico, che attiva anche un sistema di controlli interni per vigilare sull'applicazione di questi principi, diventa più difficile trasgredire", spiega Frey che aggiunge: "il successo dipende anche e soprattutto dalla effettiva adesione agli obiettivi da parte del top management. La sfida riguarda non soltanto le aziende, ma an-

che i consumatori, che hanno il compito di valutare la sostenibilità dei prodotti, anche se al momento dell'acquisto si possono tradurre in prezzi più sostenuti". Difficile in un momento di crisi? "Tutt'altro - ribatte Frey - I periodi di cambiamento possono contribuire a moderare il consumismo e risvegliare la selettività critica".

Imprese più disponibili al cambiamento

Anche sotto il profilo dei comportamenti aziendali, valgono considerazioni analoghe. Una recente indagine sponsorizzata dalla **Commissione Europea** ed effettuata dalla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa su 500 imprese della filiera moda in Italia, Spagna, Francia dimostra come le aziende che perseguono un percorso di responsabilità sociale siano anche quelle più capaci di innovare e di competere su nuovi mercati (www.cosmic.sssup.it/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=28). Il miglioramento delle performance aziendali a seguito dell'adozione di pratiche di responsabilità sociale di impresa emerge anche da una recente indagine effettuata da **Francesco Perrini**, Ordinario



Le Comunicazioni annuali

Le aziende che aderiscono al Global Compact delle Nazioni Unite si impegnano ad integrare nella loro visione strategica, così come nella cultura organizzativa e nelle operazioni quotidiane dell'impresa, i dieci principi relativi ai diritti umani e del lavoro, alla tutela dell'ambiente e alla lotta alla corruzione promossi dall'iniziativa e, più in generale, a sostenere i più ampi obiettivi di sviluppo posti dalle Nazioni Unite (Obiettivi di Sviluppo del Millennio). Le **Comunicazioni Annuali** (Communications on Progress) sono

lo strumento attraverso il quale le imprese che hanno aderito informano costantemente i loro *stakeholder* sulle attività implementate e sui risultati raggiunti in tal senso. Rappresentano non soltanto una prova dell'impegno che le imprese assumono aderendo al Global Compact ma anche uno strumento utile al fine di facilitare la formazione, stimolare il dialogo e promuovere azioni concrete permettendo la condivisione delle esperienze tra coloro che partecipano all'iniziativa.



di Economia e Gestione delle Imprese presso l'**Università Bocconi**. Dall'indagine risulta che quando le aziende si organizzano in modo coerente attorno a obiettivi di responsabilità sociale e diventano più sensibili ai cambiamenti dei contesti in cui operano, sono anche maggiormente portate a innovare, a posizionarsi in modo più competitivo e a cogliere opportunità di crescita. Inoltre acquisiscono un'immagine più positiva. Non solo, ma traggono vantaggi anche in termini di costi evitati: meno rischi, meno conflitti sul lavoro, maggiore accettazione e rapporti più costruttivi con le comunità locali, controllo più efficace della catena del valore. In sostanza, l'adozione di procedure di responsabilità sociale, come spiega Perrini, "non è un lusso, ma una strategia competitiva".

Dall'indagine della Bocconi emerge che i presupposti per estendere questa strategia anche alle PMI italiane, non mancano: "Le piccole e medie aziende, infatti, sono naturalmente portate a investire nei rapporti con le comunità locali, a praticare la trasparenza contrattuale e a curare i rapporti con i consumatori e i dipendenti", sottolinea Perrini. Il limite è che tutto questo avviene in modo poco sistematico. Il passo da compiere quindi è la definizione di procedure specifiche per implementare gli obiettivi di responsabilità sociale con la redazione di veri e propri bilanci sociali che documentino le azioni intraprese e gli impegni assunti. Infatti lo studio della Bocconi si conclude con una lunga check list di obiettivi che l'azienda può e deve controllare.

Un'opportunità anche per il "Made in Italy"

Considerazioni analoghe valgono a livello di Sistema. Spiega il Sottosegretario agli Esteri, **Enzo Scotti**. "Nel medio e lungo termine la consistenza etica di un Paese è destinata a imporsi anche come un importante fattore competitivo. Entrerà infatti a far parte dell'immagine complessiva dei prodotti e dei servizi di un Paese, della loro affidabilità e del senso di responsabilità nei confronti del consumatore. L'Italia ha tutto l'interesse a muoversi su questa strada per evitare che le nostre filiere di maggiore successo soccombano alla trappola di una competizione basata solo sui prezzi". In questo contesto l'impegno della **Farnesina** è di promuovere la più estesa adesione ai principi internazionali tenendo conto delle caratteristiche del nostro sistema produttivo, caratterizzato prevalentemente da piccole e medie imprese. "Si tratta di fare emergere la responsabilità sociale d'impresa", spiega l'Ambasciatore **Giandomenico Magliano**, Direttore Generale per la Mondializzazione e le Questioni Globali presso il **Ministero degli Affari Esteri**, "come una delle caratteristiche vincenti del made in Italy per il suo radicamento nel mondo globalizzato".

La Farnesina è quindi impegnata a promuovere l'adesione del mondo imprenditoriale italiano nelle diverse iniziative multilaterali di responsabilità sociale. In primo luogo le **Nazioni Unite**, che hanno messo a punto il sistema **Global Compact**, l'**Organizzazione Internazionale del lavoro**, l'**OCSE** che si occupa di trasparenza fiscale e lotta alla corruzione in ambito multinazionale, la **UE** che ha adottato la **Corporate Social Responsibility** come punto di riferimento per il suo sviluppo sostenibile di qui al 2020. ■



La lotta alla corruzione resta il punto più delicato

Dall'ultimo rapporto delle Nazioni Unite emerge che sono seimila le imprese aderenti in tutto il mondo al sistema Global Compact. Ambiente e diritti dei lavoratori i settori di maggior impegno

Dal rapporto delle Nazioni Unite sull'attuazione del progetto "Global Compact" relativo all'anno 2009, emerge che sono circa 6.000 le società (tra cui numerose grandi multinazionali) che hanno aderito al sistema. Provengono da oltre 135 Paesi, a cui vanno aggiunti altri 2.000 enti legati alla società civile. Anche i Governi cooperano con un sostegno finanziario al progetto: tra i contribuenti volontari, Italia, Germania, Francia, Svizzera, Svezia, Dani-

marca, Norvegia, Spagna, Gran Bretagna, Finlandia, Cina, Brasile, Colombia e Corea del Sud.

Una scelta, quella dei partecipanti, che ha portato vari risultati positivi: in taluni casi, addirittura al taglio delle spese e alla minimizzazione dei rischi, con l'individuazione di nuove opportunità collegate al concetto di sostenibilità. Un'altra prova concreta che etica e business possono andare di pari passo. Di qui l'individuazione di buone prassi, segnalate nel rapporto 2009, frutto di un'inchiesta che ha coinvolto 1.044 imprese in 97 Stati. Si tratta - precisa lo studio - di una delle più ampie ed esaustive analisi sull'attuazione dei principi di responsabilità sociale. Che mostra diversi aspetti positivi perché la crisi e il crollo dell'economia mondiale non hanno bloccato il cammino, anche se c'è ancora molto da fare. Prima di tutto nell'ambito della lotta alla corruzione e nella tutela dei diritti umani. ►►

I network di Global Compact nel mondo

A dieci anni dall'avvio dell'iniziativa Global Compact, sono 90 i network locali creati in tutto il mondo con lo scopo di favorire lo scambio delle migliori pratiche ("best practices") per implementarne gli obiettivi. In Europa continente sono il 75% le imprese affiliate a reti locali, in



Asia oltre il 70%, nei Paesi latino-americani il 65%, nel Medio Oriente il 52%, nel Nord America il 23 per cento. Ogni anno, poi, si svolge un incontro tra tutte le reti per uno scambio delle migliori esperienze e, soprattutto, per avviare iniziative che favoriscano la partecipazione delle micro-imprese.

Impegno nella formazione

Questi, comunque i dati: il 94% delle aziende ha dichiarato che l'impegno sociale non è diminuito, anche se solo il 36% ha un ufficio dedicato alle questioni etiche. Nella maggior parte dei casi le questioni della responsabilità sociale d'impresa sono affidate all'Amministratore Delegato e al Consiglio di Amministrazione. Il 74% delle società ha centrato gli obiettivi in fatto di tutela dei lavoratori; il 51% nel settore ambientale. La percentuale scende notevolmente per i diritti umani (31%) e la lotta alla corruzione (32%). In questo settore solo il 43% delle imprese ha dichiarato di utilizzare una politica di "tolleranza zero". Sono risposte oneste, che però dicono anche dove resta ancora molto da fare. Inoltre, solo il 12% delle imprese richiede che i fornitori aderiscano al programma prima di selezionarli come partner.

Per quanto riguarda le modalità applicative nell'ambito dei diritti umani, largo spazio ai codici aziendali interni, con progetti di formazione del personale. Punto centrale: migliorare la sicurezza sul lavoro, favorire l'applicazione del principio di non discriminazione, tutelare la salute dei lavoratori, il diritto alla privacy, il principio di uguali opportunità.

Coinvolte le organizzazioni sindacali

Le imprese hanno poi rafforzato gli interventi per eliminare il lavoro minorile, favorire la partecipazione a organizzazioni sindacali (+5%) e non ricorrere al lavoro forzato (+6%). In questo campo, sono le aziende di più ampie dimensioni a intervenire. In Gran Bretagna una delle più grandi imprese di sicurezza ha firmato un accordo con un sindacato per assicurare che tutti i propri dipendenti (circa 570.000), dispersi in oltre 110 Paesi, abbiano il diritto di partecipare alle riunioni sindacali. Buone prassi anche in materia di ambiente. La **Levi Strauss**, negli Stati Uniti, è stata la prima società a stabilire le linee guida per evitare la contaminazione delle acque con i rifiuti provenienti dall'azienda. Strada in salita, invece, nell'applicazione dei principi per la lotta alla corruzione, definita nel rapporto come il principale ostacolo alla crescita e allo sviluppo economico nel mondo. Sembra però che la crisi abbia rafforzato l'impegno in materia: il 63% delle aziende ha adottato codici aziendali e il 43% ha messo in campo una politica di tolleranza zero. La **Tnt** ad esempio, società con sede in Olanda, ha istituito un gruppo per monitorare l'afflusso di regali offerti o ricevuti dai dipendenti, tenuti a comunicare a un comitato i doni che superino un determinato valore. ■



Il network italiano

La Segreteria Tecnica è affidata a FONDACA che opera per diffondere la partecipazione al sistema e supportare le imprese nell'implementazione effettiva dei principi Global Compact

Il network Global Compact italiano (**GC-NI**) nasce nel 2002 su iniziativa di **Cittadinanzattiva onlus**, un movimento di partecipazione civica che opera in Italia e in Europa per la promozione e la tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori, con l'ausilio dell'Ufficio del **Global Compact di New York**, dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (**ILO**) e del Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (**UNDP**).

A tale iniziativa presero parte alcune istituzioni, imprese ed università tra cui

la **Camera di Commercio di Milano**, la **Cisl**, **FONDACA** - Fondazione per la cittadinanza attiva, la **Fondazione Eni Enrico Mattei**, il **Gruppo di Frascati per la responsabilità sociale dell'impresa e le imprese aderenti**, l'**IEFE**, l'**Università Bocconi**, la **Regione Toscana**, la **Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa**, l'**Ufficio per l'Italia dell'UNDP**, l'**UNSSC** (United Nations Staff College), il **Comune di Torino**.

Nel 2003, su iniziativa del Ministro degli Esteri **Franco Frattini**, si tenne a Villa Madama un grande evento, con la partecipazione dei Dicasteri dello **Sviluppo Economico**, dell'**Ambiente** e del **Welfare** per sottolineare l'impegno governativo italiano per il Global Compact. Fino al 2006 il coordinamento del network italiano è stato gestito dall'**ILO** nell'ambito del più ampio progetto "Sviluppo sostenibile attraverso il Global Compact" finanziato dalla **Farnesina**.

Tale progetto aveva l'obiettivo di fare della responsabilità sociale delle imprese ►►

Le modalità di partecipazione - 1

Possono partecipare al Global Compact Network Italia:

- Le aziende e/o le organizzazioni italiane che aderiscono al UN Global Compact
- Le subsidiary di aziende multinazionali aderenti al UNGC che operano in Italia
- Le micro-imprese (aziende con meno di dieci dipendenti) che hanno sede in Italia.

Per partecipare al Network le aziende e/o le organizzazioni sopra menzionate sono tenute a firmare uno 'Statement of Support for the Italian Network of the UN Global Compact'.

I partecipanti al Network inoltre si impegnano a:

- Mantenere "Attivo" il proprio status di partecipazione al UN Global Compact

- Partecipare al processo di *peer review* delle Comunicazioni Annuali nelle modalità definite dallo *Steering Committee*
- Contribuire alla sostenibilità del Network pagando una quota annuale così come definito dallo *Steering Committee*.

Attraverso la partecipazione al network si può usufruire di una serie di servizi e opportunità, tra cui:

- Partecipazione alla riunione annuale dei membri del Global Compact Network Italia (riunione istituzionale)
- Partecipazione agli eventi organizzati dal Global Compact Network Italia.



se uno strumento di **Cooperazione allo Sviluppo** in paesi quali l'Albania, il Marocco e la Tunisia. Non è stato, quindi, concepito esclusivamente come strumento di promozione del Global Compact in Italia, ma anche, come veicolo di diffusione della responsabilità sociale attraverso i principali strumenti internazionali in materia quali, oltre al Global Compact stesso, le Linee Guida OCSE e la Dichiarazione tripartita dell'ILO. Attualmente lo scopo del Network italiano è quella di far sì che il Global Compact non sia solo meglio conosciuto e riceva ulteriori adesioni, ma comporti sempre maggiore serietà e credibilità nell'impegno a favore della responsabilità sociale da parte delle imprese aderenti e dei loro partner. Offre quindi una piattaforma di informazione e garantisce un'azione di supporto e coordinamento a

favore delle aziende e organizzazioni italiane che decidono di condividere, sostenere ed applicare i principi Global Compact e più in generale quelli di un'economia sostenibile. Fondaca è poi impegnata a mantenere il collegamento con la sede di New York delle Nazioni Unite e svolge la funzione di Segreteria Tecnica.

Le attività di Global Compact Network Italia (GCNI) nel 2010

Coordinamento del Network

- Produzione e invio di una newsletter bimestrale
- Invio di comunicazioni periodiche sulle attività del Network e sulle iniziative di CSR in Italia

Le modalità di partecipazione - 2

- Accesso al patrimonio informativo e ai materiali tecnici GCNI per l'implementazione dei dieci principi messi a disposizione della Segreteria Tecnica per lo più attraverso il sito web
 - Supporto nella produzione delle Comunicazioni annuali e nell'invio delle stesse a New York
 - Dialogo con l'Ufficio del Global Compact di New York per qualsiasi comunicazione verso e dall'impresa aderente.
- Le imprese e le organizzazioni partecipanti al Network sono tuttavia invitate a contribuire alla sostenibilità di GCNI con il pagamento di un **contributo annuale volontario** che va a coprire le spese strutturali relative alla gestione del Network. Il contributo richiesto è:
- 2.500 euro per quelle di grandi dimensioni (più di 250 dipendenti)
 - 1.000 euro per le piccole e medie imprese
 - 350 euro per le altre organizzazioni
- Le imprese e le organizzazio-

ni possono, inoltre sostenere il Network offrendo risorse in natura (strutture logistiche, servizi tecnici, ecc.) o contribuendo direttamente alla copertura di alcuni costi di gestione e produzione. Alcune organizzazioni sostengono annualmente il network mettendo a disposizione risorse finanziarie e/o tecniche. Queste organizzazioni acquisiscono lo status di **partecipanti sostenitori**. Il network italiano è guidato da un Direttivo (**Steering Committee**) di 9 membri, nominati tra i partecipanti, che resta in carica per tre anni. È presieduto da una chairperson nominata dall'Assemblea e contribuisce a definire le strategie, approva la programmazione annuale, supervisiona la **Segreteria Tecnica**. Quest'ultima, nominata e/o confermata per tre anni, ha il compito di supportare i partecipanti e il **Comitato Direttivo** nel raggiungimento degli obiettivi.



- Riunione Annuale partecipanti GCNI
- Riunione sostenitori GCNI
- Creazione del sito internet del Network
- Creazione della versione in lingua inglese del sito del Network
- Approvazione del nuovo sistema di governance
- Aggiornamento periodico della mailing list dei partecipanti al GCNI

Promozione Global Compact e Network Italiano

- Partecipazione a convegni e seminari universitari sul tema della CSR in rappresentanza del Network
- Co-organizzazione di eventi con organizzazioni imprenditoriali al fine di promuovere l'iniziativa sul territorio nazionale
- Incontri ad hoc con aziende e/o organizzazioni interessate ad aderire all'iniziativa
- Outreach event (attività sul territorio)
- Pubblicazione di una raccolta di pratiche delle aziende/organizzazioni aderenti al GCNI
- Costante raccordo progettuale con la **Direzione Generale per la Mondializzazione e le Questioni Globali del Ministero degli Affari Esteri**
- Partecipazione al "Tavolo interistituzionale della Cooperazione allo Sviluppo del **Ministero degli Affari Esteri - Direzione Generale per la Cooperazione allo Sviluppo**"
- Collaborazione con il **Dipartimento della Funzione Pubblica** sul tema della lotta alla corruzione.

Assistenza ai partecipanti

- Adempimenti relativi alla partecipazione all'iniziativa (richiesta logo, trasmissione COP, ecc.)
- Produzione della Comunicazione annuale
- Dialogo con l'Ufficio del Global Compact di New York per comunicazioni verso e dalle imprese/organizzazioni aderenti
- Produzione della seconda edizione della ricognizione sulle Comunicazioni annuali (in corso)

Coordinamento con UNGC e Network locali

- Partecipazione all'incontro regionale dei Network locali dell'Europa dell'Est
- Partecipazione al UN Global Compact Leaders Summit
- Firma della Dichiarazione di Intenti dei GCLN europei

(Co-) organizzazione incontri/seminari

- Global Compact Network Italia Welcome Meeting (gennaio)
- Il Global Compact Incontra le PMI
- COP Workshop (aprile)
- Seminario Anti-corrruzione (maggio) (in collaborazione con **Siemens**)
- Seminario Obiettivi di Sviluppo del Millennio in collaborazione con **ENI**
- Seminario sulla Diversity in collaborazione con **Adecco Italia**
- Seminario su Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro in collaborazione con **Snam Rete Gas**
- Seminario sui Diritti umani in collaborazione con **Edison**.

Appuntamento europeo per i network

Su impulso del Ministero degli Affari Esteri, nel 2011 in Italia avrà luogo il **primo meeting dei network europei di Global Compact** che nell'ottobre del 2010 hanno siglato una dichiarazione di intenti con l'organizzazione centrale, UN Global Compact in cui vengono proposti una serie di obiettivi comuni. Riguardano in generale la promozione dell'interscambio di informazioni, esperienze, iniziative di ricerca, programmi pilota anche a livello settoriale tra gli stessi network europei e tra questi e la restante rete mondiale, con l'impegno a promuovere i principi di Global Com-

compact e gli Obiettivi del Millennio quali punti di riferimento per uno sviluppo sostenibile del mondo delle imprese. A questo fine è prevista l'organizzazione e la promozione di incontri, seminari, convegni incluso un meeting annuale a livello regionale tra tutti i network europei. Allo stato attuale sono costituiti i seguenti network in Europa: Armenia, Austria, Bielorussia, Bulgaria, Germania, Grecia, Georgia, Italia, Moldova, Paesi Bassi, Paesi Nordici (Svezia, Norvegia, Danimarca, Finlandia, Islanda), Portogallo, Spagna, Svizzera, Turchia, Ucraina.

Orientamento alla responsabilità sociale delle imprese italiane

Un'indagine effettuata dalla Segreteria del Global Compact network in Italia mette in luce gli strumenti di comunicazione più utilizzati e le pratiche adottate dalle aziende

La Segreteria tecnica del Global Compact Network Italia (**GCNI**) ha effettuato una ricognizione sulla *policy*, i programmi e le attività di corporate citizenship delle aziende italiane aderenti all'iniziativa attraverso una analisi dei prodotti di comunicazione utilizzati per rendere conto delle proprie politiche (sito internet istituzionale, documenti di rendicontazione sociale e/o ambientale, ecc). L'Uni-

verso di riferimento è rappresentato da 112 aziende italiane aderenti al Global Compact delle Nazioni Unite. L'indagine ha potuto essere condotta solo su 50 di queste, in quanto le altre non hanno prodotto materiale informativo e/o di comunicazione sufficiente per un'adeguata analisi della *policy*, dei programmi e delle attività di cittadinanza d'impresa. Nel 2011 il GCNI incrementerà la sua azione formativa volta a potenziare le capacità imprenditoriali italiane di rendicontazione sulla responsabilità sociale. Le informazioni prodotte sono state organizzate in due sezioni. La prima riguarda l'orientamento generale alla cittadinanza d'impresa. Nella seconda parte sono invece riportati i risultati di un'analisi delle Comunicazioni annuali relative all'anno 2007. Di seguito sono riportate alcune indicazioni emerse dall'indagine.

TABELLA 1 - Il perimetro della cittadinanza d'impresa delle aziende

Ambito di responsabilità	Dettaglio	Valore %
Risorse umane	clima aziendale, diversity management, pari opportunità, salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, sensibilizzazione delle risorse umane sui temi della cittadinanza d'impresa, stabilità della forza lavoro, sviluppo professionale e valorizzazione delle risorse umane, tutela dei diritti dei lavoratori, altro	32%
Ambiente	adeguata informazione, formazione e sensibilizzazione del personale sulle problematiche ambientali, fonti rinnovabili, innovazione tecnologica di processo in termini di sostenibilità, riduzione degli impatti ambientali, riduzione dei consumi, sostegno ad iniziative di promozione della sostenibilità ambientale, tutela della biodiversità, uso responsabile delle risorse, altro	31%
Clienti	accessibilità ai prodotti/servizi, acquisizione di consapevolezza nell'acquisto, incremento della qualità del prodotto servizio, innovazione del prodotto servizio, altro	18%
Collettività	impegno per la crescita e lo sviluppo sostenibile, sostegno a iniziative in campo culturale, musicale, sportivo e della salvaguardia del patrimonio artistico, altro	10%
Governance e sistema di procedure interne	integrazione dei principi della cittadinanza d'impresa nel sistema di procedure aziendale, sistematizzazione in progetti organici e strutturali le iniziative di cittadinanza d'impresa, sviluppo di un sistema di governance improntato sui principi della cittadinanza d'impresa	6%
Fornitori	correttezza e trasparenza nel processo di selezione, partecipazione alle positive dinamiche di crescita, promozione della sostenibilità sociale ed ambientale dei fornitori, altro	3%

Mission aziendale

Il 46% delle imprese su cui è stata realizzata la ricognizione include i temi della cittadinanza d'impresa nella mission dell'azienda (59% delle grandi imprese, 22% delle PMI);

Presidio organizzativo

Nelle 32 aziende di grandi dimensioni l'area organizzativa più frequentemente implicata nel presidio delle politiche e dei programmi di cittadinanza d'impresa è quella delle Relazioni esterne. Nelle PMI nella maggior parte dei casi (60%) la responsabilità di gestire i process legati alla cittadinanza d'impresa è affidata al Ceo o al Presidente.

TABELLA 2 – Strutture organizzative a cui è attribuita formalmente la gestione della cittadinanza d'impresa, in valore assoluto

Commerciale e marketing	3
Finanza & controllo	5
Rapporti istituzionali	3
Relazioni esterne e comunicazione	9
Risorse umane	2
Unità CSR in staff all'amministratore delegato	4
Altro	2
Non rilevabile	4
TOTALE	32

Rendicontazione

Stakeholder - Il 46% delle imprese produce una mappa degli *stakeholder*. Si tratta di uno strumento volto a identificare e a "pesare" le diverse categorie di stakeholder con cui l'azienda ha delle relazioni più o meno stabili. Non vengono considerate le imprese che sem-

plicemente identificano i loro stakeholder senza dare conto del sistema di relazioni che hanno con gli stessi. Dai dati emerge una rilevante differenza tra le grandi e le piccole e medie imprese. Sono infatti 21 le grandi imprese (65%) che producono una mappa contro due piccole e medie.

TABELLA 3 – Gli stakeholder privilegiati

Dipendenti	84%
Clienti	76%
Ambiente	74%
Fornitori e sub-fornitori	65%
Collettività /comunità locale	61%
Azionisti e finanziatori	57%
Istituzioni	57%
Associazioni della società civile, ONG	38%
Competitor	26%
Altro	19%

L'82% delle grandi aziende dichiara di utilizzare diversi strumenti di informazione per il coinvolgimento degli stakeholder che vanno dalle campagne pubblicitarie, ai siti Internet, alle newsletter e via dicendo. Il 45% attiva anche strumenti di dialogo (workshop e seminari). Il 64% utilizza strumenti di consultazione (sondaggi e indagini di verifica, comitati territoriali, audit civico ecc). Il 23% attiva iniziative di collaborazione con istituzioni diverse, associazioni e via dicendo. Il 13% crea delle vere e proprie partnership, ma meno dell'1% include gli *stakeholder* nelle proprie strutture di *governance*.

Obiettivi e performance - Mentre un buon numero di grandi imprese definisce preventivamente gli obiettivi (59%) e utilizza indicatori per dare evidenza dei risultati in termini di performance (86%) solo il 22% delle piccole e medie imprese, su cui è stata condotta l'indagine, definisce i propri obiettivi in materia di cittadinanza d'impresa preventivamente e il 28% delle stesse utilizza parametri di misurazione delle performance. Il 92% delle grandi aziende che utilizza indicatori per dare evidenza dei risultati sceglie quelli proposti da **Global Reporting Initiative** (www.globalreporting.org). Sia nelle piccole, sia nelle grandi aziende il numero dei soggetti, che oltre a indicare gli output (iniziative) rendiconta anche gli outcome (risultati), è limitato: 25% delle grandi e medie imprese e 5% di quelle piccole.

Documentazione - Un numero rilevante di grandi aziende (91%) produce un do-

cumento di rendicontazione sociale (bilancio sociale, report di sostenibilità). Molto meno numerose sono le piccole e medie imprese attive in tal senso (33%). Per elevare la percentuale, il GCNI intende nel 2011 valorizzare adeguatamente tra le PMI sue aderenti il *toolkit* di autocertificazione sulla sostenibilità aziendale definito dalla Confindustria nello scorso autunno per le imprese di taglia piccola e media. La maggior parte (90%) delle piccole e medie imprese che producono tali documenti lo fanno per rispondere all'impegno preso con l'adesione al Global Compact. Il 58% delle imprese fa riferimento all'adesione a Global Compact sul sito internet e/o nei documenti prodotti in tema di cittadinanza d'impresa. Solo il 30% delle imprese utilizza il logo del Global Compact.

Sistemi di Governance (grandi imprese) - Limitatamente alle grandi imprese l'indagine ha verificato l'adozione di meccanismi istituzionali e forme di distribuzione dei poteri nella gestione dell'azienda coerenti con i principi di corporate citizenship. In dettaglio, l'attenzione si è focalizzata su:

- Adozione del codice di autodisciplina delle società quotate
- Adozione e implementazione del modello di organizzazione ai sensi della legge italiana sulla responsabilità amministrativa (legge 231/2001)
- Esistenza di meccanismi di inclusione degli stakeholder nel sistema di *governance*
- Esistenza di altri meccanismi/strumenti utilizzati in tal senso. Delle 32 grandi aziende oggetto di indagine solo 22 forniscono informazioni in materia.

TABELLA 4 – Elementi di *corporate governance*

Codice di autodisciplina delle società quotate	54%
Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. n. 231/2001	72%
Organismi ad hoc	18%
Altro	9%

Strumenti utilizzati (grandi imprese)

Le tipologie di strumenti utilizzabili nelle *policy* di cittadinanza d'impresa, abitualmente individuati dai media, sono quantitativamente e qualitativamente piuttosto ristrette, limitandosi per lo più a codici eti-

ci, bilanci sociali e generici investimenti nella comunità. L'osservazione delle esperienze effettivamente realizzate limitatamente alle 32 grandi aziende di riferimento dell'indagine ha consentito di costruire una tipologia ben più ricca.

Si riporta di seguito l'elenco degli strumenti individuati: bilancio ambientale,

bilancio sociale, cause related marketing (marketing associato a campagne etiche), certificazioni ambientali e sociali, Codici di condotta, Codici etici, Comitati Etici, creazione di Onlus, donazioni monetarie e in natura, Fondazioni d'impresa, innovazione dei processi produttivi, labelling (etichettatura) etico-responsabile, mappa degli stakeholder, matching funds (fondi dedicati a compensazioni diverse), meccanismi di corporate governance, monitoraggi e verifiche interne, Outplacement (assistenza al ricollocamento), partnership, premi interni, prodotti innovativi responsabili, sponsorizzazioni, tavoli di dialogo, volontariato d'impresa, Whistleblowing hotlines (raccolta protetta di segnalazioni su eventuali infrazioni).

Le comunicazioni annuali

Le Comunicazioni annuali sono lo strumento attraverso il quale le imprese che hanno aderito al Global Compact informano i loro *stakeholder* delle attività e dei risultati raggiunti nell'implementazione dei dieci principi promossi dall'iniziativa. Entro due anni dall'adesione al Global Compact, e successivamente ogni anno, le aziende aderenti sono tenute a redi-

gerla, a condividerla con i propri *stakeholder* e a pubblicarla sul sito del Global Compact. Nel caso in cui ciò non avvenga, le aziende vengono inizialmente classificate come "non comunicanti". Per quanto riguarda la situazione italiana, il 76% delle aziende aderenti al Global Compact nel 2007 risultava attivo. Rientrano tuttavia nella categoria delle aziende attive anche quelle, che avendo aderito al Global Compact nei due anni precedenti (54 aziende), non avevano ancora dovuto affrontare l'impegno della produzione della Comunicazione annuale. Delle 85 aziende attive rilevate dall'indagine, solo 31 aziende (23 grandi e 8 piccole e medie) hanno prodotto una Comunicazione annuale con riferimento all'anno 2007.

Tali documenti, presenti sia sul sito del Global Compact di New York che su quello del Global Compact Network Italia (www.globalcompactnetwork.it), sono stati analizzati con l'obiettivo di verificare, da una parte la rispondenza formale ai requisiti definiti dall'Ufficio del Global Compact e dall'altra la presenza di una serie di elementi ritenuti essenziali per una rendicontazione, che dia evidenza dei progressi fatti dall'impresa nell'implementazione dei dieci principi.

Si riportano di seguito i risultati di tale verifica.

TABELLA 5: Caratteristiche delle comunicazioni annuali delle aziende italiane aderenti al Global Compact di cui sono disponibili informazioni sul sito internet.

Indicatore	Risultato
Presenza di uno statement del continuo supporto al Global Compact (lettera aperta del vertice)*	70%
Numero di principi su cui le aziende rendicontano*	TUTTI 42%
	Da 1 a 3 12%
	Da 4 a 6 14%
	Da 7 a 9 32%
Aree di rendicontazione	DIRITTI UMANI 85%
	LAVORO 79%
	AMBIENTE 78%
	LOTTA ALLA CORRUZIONE 79%
Utilizzo di altri indicatori o parametri di misurazione*	GRI 72%
	ALTRI 17%
	NESSUNO 11%
Presenza di dati comparati	46%
Presenza di informazioni sulle aree di rischio e sulle criticità	49%
Presenza della Comunicazione annuale sul sito	46%
Indicazione obiettivi futuri	35%

* Requisiti obbligatori

Best practices

Aderendo al Global Compact, le aziende si impegnano non solo ad integrare i dieci principi all'interno delle loro politiche, strategie e attività, ma anche a promuoverli ed implementarli nell'ambito della propria sfera di influenza.

Le aziende italiane che aderiscono all'iniziativa, dichiarano nelle loro Comunicazioni annuali di rendere operativo tale impegno:

- Adottando nella scelta dei fornitori criteri legati alle loro politiche di responsabilità sociale e ambientale (80%)
- Sostenendo e/o realizzando in partnership con ONG di cooperazione internazionale e associazioni di consumatori e/o ambientaliste iniziative e progetti in grado di promuovere l'im-

plementazione dei dieci principi nella propria sfera di influenza (57%)

- Contribuendo allo sviluppo della cultura della cittadinanza d'impresa tra i clienti, i dipendenti, i fornitori e la comunità locale attraverso iniziative di comunicazione/informazione/sensibilizzazione (54%)

- Privilegiando nelle loro scelte di investimento strumenti finanziari emessi da società non responsabili di gravi violazioni dei diritti umani, di gravi danni all'ambiente, di episodi di grave corruzione (47%)

- Impegnandosi al rispetto dei dieci principi in qualsiasi Paese in cui l'azienda opera (35%).

In particolare l'analisi delle Dichiarazioni ha consentito di individuare una serie di pratiche di rispondenza sostanziale agli impegni derivanti dall'adesione che sono riportate in forma sintetica.

Principio	Commitment	Action	Output/Outcome
PRINCIPIO I	L'azienda è impegnata a operare per migliorare la salute e la sicurezza dei lavoratori. (Autostrade per l'Italia S.p.A.)	L'impegno si realizza attraverso: - l'identificazione e la valutazione dei rischi di infortunio connessi alle attività lavorative e alle sedi di lavoro; - la riduzione dei fattori di rischio per la sicurezza del personale coinvolto nelle attività aziendali, attraverso l'adozione delle misure tecnico - organizzative più appropriate; - il controllo del rapporto, sotto il profilo della sicurezza, con i fornitori operanti presso le sedi della Società; - la sensibilizzazione alle problematiche della sicurezza del personale della Società e dei fornitori operanti al suo interno; - il rispetto di norme e leggi seguendo la loro evoluzione; - la definizione di obiettivi di miglioramento della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro e la verifica del loro conseguimento attraverso il monitoraggio dei rischi e delle cause di infortunio; - il coinvolgimento dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza per l'attuazione di un efficace sistema di miglioramento continuo; - la diffusione a tutte le parti interessate dei risultati raggiunti.	Il numero degli infortuni, soprattutto di quelli mortali, registrato dall'azienda nel triennio 2005-2007 è stato abbastanza contenuto: - Numero infortuni sul lavoro: 494 nel 2005, 479 nel 2006, 485 nel 2007; - Numero morti sul lavoro: 1 nel 2005, 3 nel 2006, 0 nel 2007. Non ci sono stati, nel triennio considerato, incidenti di dipendenti di ditte appaltatrici per le quali sia stata riscontrata responsabilità dell'azienda.

Principio	Commitment	Action	Output/Outcome
PRINCIPIO II	Con la globalizzazione dei mercati e delle forniture, il controllo della supply chain diventa un elemento imprescindibile della sostenibilità delle imprese. Il Gruppo sta mettendo in atto una serie di azioni presso i fornitori finalizzate alla tutela dell'ambiente e degli standard di lavoro. (Telecom Italia)	Integrazione delle verifiche sull'applicazione delle Linee-Guida per la Valutazione del Ciclo di Vita dei prodotti con altre verifiche mirate a valutare più in generale le iniziative adottate su Etica e Sostenibilità, quali il rispetto dei principi di conduzione etica dell'impresa e le procedure per assicurare la salute, la sicurezza e i diritti dei lavoratori.	Il 44% dei fornitori auditati hanno mostrato un adeguato livello di attenzione ai temi di Etica e Sostenibilità (tale percentuale nel 2006 era stata del 32%). Il 61% dei fornitori, che nel 2006 avevano preso impegni di miglioramento con il Gruppo Telecom Italia, ha messo in atto le azioni concordate.
PRINCIPIO III	Adecco, nel pieno rispetto della legislazione nazionale ed internazionale, sostiene tale principio. (Adecco Italia)	È applicato il CCNL del Terziario, Distribuzione e Servizi. Sono presenti 3 organizzazioni sindacali, 200 dipendenti iscritti (il 10% dei dipendenti). Il dialogo è aperto anche con le organizzazioni sindacali che rappresentano i lavoratori somministrati. Nella intranet aziendale è attiva una bacheca sindacale. Le organizzazioni sindacali hanno apprezzato gli sforzi da parte della Direzione di Adecco per migliorare le funzioni relative all'intero settore delle Agenzie per il Lavoro e relative agli impegni presi attraverso la garanzia del servizio. Sono stati implementati strumenti per la valutazione della prestazione lavorativa dei dipendenti, il performance management (processo di valutazione e sviluppo delle performance). Sono coinvolti tutti i riporti (fino al livello 3) del Direttore Generale.	HR5 LA3 LA4
PRINCIPIO IV	La cooperativa rifiuta il ricorso a qualsiasi forma di coercizione nei confronti del proprio personale e l'utilizzo di lavoro nero, caporalato o qualsiasi forma contrattuale che comporti la violazione o l'elusione degli obblighi di legge. La cooperativa non adotta forme di coercizione o controllo sui lavoratori (guardie o altre forme) e non richiede in nessun caso al personale assunto di lasciare depositi di qualsiasi tipo, in denaro o natura, o originali di documenti se non quelli necessari e previsti dalla legge. Tra i valori fondanti della nostra Cooperativa vi è il benessere dei soci che si concretizza nell'obiettivo di creare un buon clima di collaborazione e un ambiente sereno e stimolante nel quale operare. (Eudania - Società Italiana di Ristorazione Soc. Cop.)	EUDANIA applica per il proprio personale, soci e dipendenti, tutte le disposizioni previste dalla normativa in vigore e dal C.C.N.L. del Turismo - Pubblici Esercizi. Per monitorare il livello di soddisfazione del personale vengono periodicamente somministrati questionari specifici. Nell'ottobre 2007 è stato realizzato il questionario sul clima aziendale, finalizzato a misurare il grado di conoscenza della struttura aziendale da parte dei lavoratori ed il livello di soddisfazione ed attaccamento alla Cooperativa e alle politiche aziendali.	Indicatori applicati: - ore di assenza dal lavoro per soci e dipendenti - cause di assenza - turnover - anticipi concessi (dati riportati in tabella)

Principio	Commitment	Action	Output/Outcome
PRINCIPIO V	L'azienda, operando nel pieno rispetto della legislazione italiana, ha fissato la maggiore età quale requisito indispensabile ai fini di un rapporto di lavoro all'interno dell'azienda. A ulteriore garanzia del rispetto del requisito in esame, l'azienda si impegna a diffondere presso i fornitori il concetto che i lavoratori di età compresa tra i 15 e i 18 anni, debbano essere messi in condizione di poter accedere all'istruzione ed i giovani lavoratori non debbono essere sottoposti ad attività che risultino pericolose e nocive per la loro salute o rischiose per la loro incolumità. (Kedrion S.p.A.)	L'azienda, operando nel pieno rispetto della legislazione italiana, ha fissato la maggiore età quale requisito indispensabile ai fini di un rapporto di lavoro all'interno dell'azienda. A ulteriore garanzia del rispetto del requisito in esame, l'azienda si impegna a diffondere presso i fornitori il concetto che i lavoratori di età compresa tra i 15 e i 18 anni, debbano essere messi in condizione di poter accedere all'istruzione ed i giovani lavoratori non debbono essere sottoposti ad attività che risultino pericolose e nocive per la loro salute o rischiose per la loro incolumità. (Kedrion S.p.A.)	È stata tuttavia definita una procedura "Rimedi a tutela dei bambini lavoratori" che rappresenta uno strumento di riferimento per far fronte ad eventuali episodi di lavoro minorile nella filiera dei propri fornitori o comunque nei rapporti con le altre parti interessate. La procedura prevede che: - si fornisca un lavoro leggero e sicuro al minore; - si consenta l'attuazione del percorso di istruzione obbligatoria tramite impegno, eventualmente condiviso a più livelli, al pagamento delle tasse scolastiche, materiale didattico; - non si preveda il licenziamento del minore, a meno di non sostituirlo con un eventuale altro familiare maggiorenne.
PRINCIPIO VI	La molteplicità e diversità di culture e competenze offerte da una forza lavoro internazionale è un punto di forza e la nostra continua opera di integrazione delle varie parti dell'azienda si prefigge di sfruttare appieno questo prezioso patrimonio. Consapevoli di questo vantaggio, stiamo elaborando una nuova strategia di gestione della diversità che ci permetta da un lato, di sviluppare una visione più internazionale e dall'altro di valutare adeguatamente il potenziale non sfruttato dei dipendenti di sesso femminile. (UniCredit Group)	La molteplicità e diversità di culture e competenze offerte da una forza lavoro internazionale è un punto di forza e la nostra continua opera di integrazione delle varie parti dell'azienda si prefigge di sfruttare appieno questo prezioso patrimonio. Consapevoli di questo vantaggio, stiamo elaborando una nuova strategia di gestione della diversità che ci permetta da un lato, di sviluppare una visione più internazionale e dall'altro di valutare adeguatamente il potenziale non sfruttato dei dipendenti di sesso femminile. (UniCredit Group)	Sulla scorta di questa iniziativa è stata creata nel 2007 la Commissione per le Pari Opportunità. Composta da esponenti aziendali e rappresentanti sindacali. La commissione è incaricata di delineare piani di azione concreti nel campo delle pari opportunità. Uno dei risultati salienti di "Oltre la parità" è stata l'iniziativa "Ascolto". Promossa da UniCredit Banca tramite un sondaggio dal titolo "Women in UniCredit Banca" ("Donne in UniCredit Banca"), rappresenta un impegno concreto verso la promozione di pari opportunità all'interno dell'azienda.
PRINCIPIO VII	Consapevole delle rilevanti ricadute che le attività possono determinare nel contesto socio-ambientale di riferimento, il Gruppo imposta la propria strategia di sviluppo con attenzione al tema della sostenibilità. (Acea S.p.A.)	In tutte le attività svolte, dalle più complesse alle più semplici e consolidate, le società del Gruppo adottano un modello di gestione orientato al miglioramento continuo delle performance ambientali, intervenendo sui fattori critici delle procedure lavorative per prevenire impatti negativi e minimizzare l'uso delle risorse naturali. Il Gruppo ha applicato il modello ADVANCE per stimare il valore del capitale naturale utilizzato. Si tratta di uno strumento idoneo a quantificare il "valore sostenibile" delle imprese, trattando il capitale naturale utilizzato per la produzione come capitale economico.	Il modello applicato al Gruppo Acea su dati 2007, come già avvenuto nel 2006, ha fornito risultati positivi, posizionando Acea al di sopra della media UE: l'efficienza del capitale naturale in Acea è risultata tre volte superiore rispetto alla media UE a quindici.

Principio	Commitment	Action	Output/Outcome
PRINCIPIO VIII	Se attraverso una gestione attenta degli impatti diretti intendiamo ridurre la nostra impronta ecologica, ci impegniamo a ridurre anche quella dei clienti e dei fornitori che lavorano con noi, adottando politiche premianti nei confronti di prodotti, processi e iniziative che hanno a cuore la tutela dell'ambiente. (Intesa Sanpaolo)	Nel settore delle imprese Intesa Sanpaolo ha concesso finanziamenti a medio e lungo termine per sostenere i piani di investimento nella realizzazione di impianti efficienti di produzione di energia, nella diversificazione delle fonti energetiche e/o nella razionalizzazione dei consumi.	Nel settore delle imprese Intesa Sanpaolo ha concesso finanziamenti a medio e lungo termine per sostenere i piani di investimento nella realizzazione di impianti efficienti di produzione di energia, nella diversificazione delle fonti energetiche e/o nella razionalizzazione dei consumi.
PRINCIPIO IX	Nel suo percorso verso la sostenibilità, il Gruppo è assolutamente convinto che il rispetto dell'ambiente non è solo un valore fondamentale, ma rappresenta un fattore strategico di competitività e di sostenibilità del modello di business. Anticipando talora la stessa normativa internazionale, Indesit Company propone elettrodomestici sempre più efficienti, ecologici e riciclabili, innalzando costantemente i propri obiettivi. (Indesit Company S.p.A.)	Le potenzialità di rispetto verso l'ambiente di un prodotto nascono dalla progettazione. Già in fase progettuale Indesit Company adotta le strategie del "design for environment" mettendo a disposizione dei designer strumenti e linee guida evoluti per favorire l'utilizzo di materiali meno inquinanti e più riciclabili, riducendo lo smaltimento dei prodotti a fine vita. L'obiettivo è creare elettrodomestici con minor numero di componenti, disegnati per essere assemblati in poco tempo con poca energia. Fabbricarli richiederà minori risorse e riciclarli sarà più facile.	Nel 2007 è stata lanciata la nuova piattaforma di lavastoviglie 60 cm consentendo di aumentare il mix di lavastoviglie con classe AAA. Nel 2007 il 97% delle lavastoviglie vendute dal Gruppo appartiene alla classe energetica A (nel biennio 2005-2006 era l'88%). In particolare la classe AAA è passata dal 38% del 2005-2006 al 61% nel 2007.
PRINCIPIO X	Il Gruppo opera nel rispetto delle leggi vigenti, dell'etica professionale e dei regolamenti interni. Il perseguimento dell'interesse del Gruppo non può mai giustificare una condotta contraria ai principi di correttezza ed onestà; anche per questo viene rifiutata qualsiasi forma di beneficio o regalo, ricevuto od offerto, che possa essere inteso come strumento volto ad influire sulla indipendenza di giudizio e di condotta delle parti coinvolte. (Gruppo Generali)	Sia in Italia che all'estero sono state analizzate le principali strutture operative che per le loro specifiche funzioni sono maggiormente soggette ai rischi di riciclaggio di denaro (unità che gestiscono i flussi finanziari) e frode (unità preposte alla liquidazione dei sinistri, alla gestione degli acquisti e alla concessione degli appalti). I collaboratori impiegati in tali ambiti ricevono adeguata informazione e formazione sulle politiche e sulle procedure anticorruzione adottate.	Dalle evidenze disponibili relative al 2007 non risultano nel Gruppo episodi accertati di corruzione.

**Per iscriverti a questa newsletter
compila il modulo all'indirizzo
[www.esteri.it/MAE/IT/Ministero/Servizi/Imprese/
DiplomaziaEconomica/Newsletter/](http://www.esteri.it/MAE/IT/Ministero/Servizi/Imprese/DiplomaziaEconomica/Newsletter/)
Leggi gli aggiornamenti su
www.notiziariofarnesina.ilsole24ore.com**

Guida online

Organizzazioni

Global Compact (sito mondiale):
www.unglobalcompact.org

Global Compact Network Italia:
www.globalcompactnetwork.org

Fondaca (Fondazione per la Cittadinanza Attiva): www.fondaca.org

Social Accountability International: Associazione che promuove standard specifici per la tutela dei diritti del lavoratore:
www.sa-intl.org

Millennium Development Goals, sito delle Nazioni Unite sugli obiettivi del Millennio: www.un.org/millenniumgoals

International Labour Organization (ILO), Organizzazione delle Nazioni Unite per la tutela dei diritti del Lavoro:
www.ilo.org/global/lang-en/index.htm
(sito italiano: www.ilo.org/public/italian/region/eurpro/rome/index.htm)

United Nations Development Program (UNDP): organizzazione delle Nazioni Unite per lo sviluppo e la riduzione della povertà: www.undp.org

Agenda 21 delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile:
www.un.org/esa/dsd/agenda21/res_agenda21_00.shtml

Sito dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per la lotta al crimine (inclusa corruzione):
www.unodc.org/unodc/en/treaties/CA/index.html

Sito italiano:

www.onuitalia.it/index.php

Documenti

Dichiarazione Universale sui Diritti Umani:

www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=itn

Principi ILO sulle imprese multinazionali e la politica sociale: www.ilo.org/public/italian/region/eurpro/rome/standards/mne/index.htm

Dichiarazione ILO sui principi e diritti fondamentali sul lavoro

www.ilo.org/public/english/standards/declaration/declaration_italian.pdf

Linee guida OCSE per le imprese multinazionali: www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf

Obiettivi del Millennio: www.cooperazioneallosviluppo.esteri.it/pdgcs/italiano/Millennium/Millennium.html

Dichiarazione di Rio sull'Ambiente e lo Sviluppo:

<http://archivio.ambiente.it/impresa/monografie/problematiche/appendice2.htm>

Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione:

www.anticorruzione.it/Portals/alto-commissario/Documents/Atti%20internazionali/Convenzione%20onu%20corruzione-versione%20ITA.pdf



Direttore Responsabile:
Fabio Tamburini
Proprietario ed Editore:
Il Sole 24 ORE S.p.A.
Radiocor Agenzia d'informazione
Redazione:
Via Monte Rosa, 91
20149 Milano
Tel: 02.30221 - Fax: 02.3022.481

Pubblicazione quindicinale in formato elettronico
Registrazione Tribunale di Milano
n. 266 del 2 Maggio 2007
Sede Legale:
Via Monte Rosa, 91
20149 Milano

Progetto editoriale e grafico:
Il Sole 24 ORE S.p.A. - Radiocor
Agenzia d'informazione

Copyright 2010 - Il Sole 24 ORE S.p.A.
Radiocor Agenzia d'informazione
È vietata la riproduzione, anche parziale o ad uso interno con qualsiasi mezzo, non autorizzata.

Supplemento al numero 4/2010 della Newsletter quindicinale realizzata da Il Sole 24 Ore Radiocor in collaborazione con l'Ufficio Sostegno Imprese della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese della Farnesina:
sostegnoimprese@esteri.it
www.esteri.it/MAE/IT/Ministero/Servizi/Imprese