

SA 8000

Social Accountability



SA8000

ETICA E RESPONSABILITÀ
OLTRE I NUMERI



Una nuova logica dell'operare:
il modello aziendale come modello di Economicità e Socialità

Cercare di far crescere l'idea che
“il valore del Capitale Economico non può prescindere dal sociale”

Introdotta dall'Organizzazione non governativa globale, **Social Accountability International (SAI)**, che promuove i diritti sul lavoro, la certificazione **SA8000** promuove pratiche etiche e sostenibili all'interno delle aziende, garantendo il rispetto dei **diritti umani, delle condizioni di lavoro e dell'ambiente.**

Nel contesto della crescente consapevolezza riguardo al tema dei diritti, per affrontare le violazioni dei diritti umani e le condizioni di lavoro ingiuste presente in molte catene di approvvigionamento globali, attraverso la certificazione SA8000, le aziende dimostrano il loro impegno verso la **Responsabilità Sociale**. Ideata quindi per fornire degli strumenti chiari e universalmente riconosciuti per valutare e migliorare le pratiche sociali delle Organizzazioni, garantendo quindi il rispetto dei diritti dei lavoratori e delle lavoratrici di tutto il mondo, la sicurezza sul posto di lavoro e il rispetto dell'etica aziendale.

“Trasformare il nostro mondo.

L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile” - 17 obiettivi

programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU



LA CLASSIFICA WWF DELLA GRANDI AZIENDE DEL SETTORE CHE RISPETTANO
L'AMBIENTE

La carta «trasparente» è la più sostenibile

*Quella certificata non è una minaccia per le
foreste. Ma va gestita in modo responsabile*

MILANO - Ogni anno sono circa 400 milioni le tonnellate di carta e cartone prodotti nel mondo. La carta certificata e sostenibile non è una minaccia per le foreste: è un materiale rinnovabile, riciclabile, con un ingombro inferiore a quello di potenziali materiali sostitutivi. Ma va gestita in modo responsabile: usando materie prime sostenibili e certificate, come quelle Fsc (Forest Stewardship Council), meccanismo di garanzia sull'origine del legno o della carta. È partendo da questi dati che il Wwf ha stilato l'*Environmental Paper Company Index 2012*, la classifica di 19 grandi aziende, mondiali e italiane, del settore carta, produttori che hanno volontariamente reso pubblici i dati sul proprio impatto ambientale, a partire da quello sulle risorse forestali, consentendo così la valutazione della responsabilità ambientale e sociale

Il falegname che sconfigge la globalizzazione

Via il marchio, prezzi bassi: «Copio i cinesi. Non diventerò mai un fornitore Ikea per non farmi spremere»

La notizia, se vogliamo, è che un falegname può battere la globalizzazione. E per reggere l'urto della crisi non deve diventare per forza un fornitore Ikea. Anzi. Se il falegname ha le idee chiare non c'è ostacolo che possa impedirgli di costruire bei mobili, di venderli a un prezzo contenuto, di realizzare margini di profitto per mandare avanti un'azienda moderna/snella e dare così ogni mese lo stipendio a una trentina di dipendenti.

MODA GREEN

Dopo i jeans arrivano le scarpe fatte con la plastica degli oceani

Realizzate da Adidas in partnership con l'organizzazione Parley for the Oceans.

Obiettivo: entrare presto in produzione con una linea di calzature



Cento schiavi per ogni consumatore dietro tutti gli oggetti c'è sfruttamento

Il quadro fornito da un'indagine dell'organizzazione non profit Slavery Footprint. Attraverso un questionario è emerso che un esercito di 27 milioni di persone praticamente ridotte in schiavitù ha "contribuito a fabbricare ogni cosa che potete trovare"

Dilemma etico

Dall'Ilva una chance per l'Italia

Nel caso dell'Ilva di Taranto la scelta non è individuale e gli effetti riguardano l'intera collettività.

Meglio: la decisione tra due diritti contrapposti e dotati della medesima forza (non solo costituzionale) - salute e lavoro - spetta alla polis, alla Politica, alla cui assenza ha supplito la magistratura.

Da Il Giornale dell'Umbria di I. Codovini

La finanza si fonda su promesse: il prestito va restituito, il deposito deve poter essere ritirato a vista, la polizza assicurativa va rispettata alla scadenza. Comportamenti illegali, non corretti, minano la fiducia e la stessa stabilità del sistema finanziario.

Le vicende recenti ci ricordano come **la sfiducia** – fenomeno in gran parte collettivo – **tende a contagiare** anche soggetti che ne sembrano immuni

da Il sole 24 ore 22.9.12 “Se non c’è etica non c’è sviluppo”

RAZIONALITA'

Premio Nobel per l'economia nel 1978, **Simon** è stato il primo a mettere in discussione il modello di razionalità utilizzato dall'economia neoclassica e che è stato alla base della crisi finanziaria degli ultimi anni.

Ma che cosa si deve intendere per razionalità limitata?

Questo concetto vuole indicare una scelta razionale che tiene in considerazione i limiti conoscitivi e cognitivi umani. Una teoria, dunque che ha come scopo analizzare **le reali capacità di decisione del soggetto economico immerso in una determinata situazione.**

Questo tipo di razionalità è, infatti, un concetto importante dell'economia comportamentale e riguarda i modi in cui il processo decisionale influenza le singole scelte degli individui. Prendere decisioni razionali, stando a Simon, non è semplice a causa di alcuni limiti: non si tratta solo della complessità intrinseca dei problemi ma anche delle informazioni che si hanno disponibili (a volte sono piuttosto scarse) e della nostra stessa capacità nell'elaborare informazioni che può essere ristretta. Inoltre, ci sono dei limiti oggettivi relativi all'impossibilità umana di considerare troppe variabili relative ad una unica problematica.

LEADERSHIP ETICA

Leadership etica non è soltanto avere “valori saldi” o “un carattere forte”, ma è qualcosa di molto più complesso. La maggior parte degli imprenditori e dei manager non corrispondono allo stereotipo dell'uomo d'affari che l'opinione pubblica ci ha imposto.

Tutt'altro che avidi e competitivi, i business men vorrebbero lasciare ai loro figli un mondo migliore e creare valore per tutti coloro i cui interessi dipendono dalle loro decisioni.

Questa presa di coscienza ci guida verso la definizione del primo elemento distintivo del leader etico: propositi, visione e valori di cui beneficia l'intera organizzazione e gli altri portatori di interessi. Al contempo, l'individualità e la personalità di tutti devono sempre essere rispettate dal leader.

I propositi, la visione e i valori devono tradursi in un dialogo sincero con i collaboratori e le altre persone e in un atteggiamento di apertura verso le loro idee e opinioni

Amartya Sen (2006, p.14), **“la natura dell’economia moderna ha subito un sostanziale impoverimento a causa della distanza venutasi a creare tra l’economia e l’etica»**

SEN A., *Etica ed Economia*, Laterza, 2006 p.14
(ediz. orig.. *On Ethics and Economics*, Blackwell, 1987).

Premio Nobel per l’economia 1998



Stiglitz, Sen, Fitoussi (2005),

*Even prior to the crisis, many concerned about the degradation of the environment or the depletion of natural resources argued that national accounts gave a false impression of economic performance, as they measured the “goods” being produced, but not the “bads”. They worried that growth statistics did not include an adequate appraisal of its sustainability. If we take a broader view of sustainability and include other assets, such as **human capital and social cohesion**, information is simply missing*

Stiglitz, Premio Nobel per l’economia 2001





La certificazione SA8000 è uno standard internazionale per la gestione della responsabilità sociale delle imprese. Questo framework, che valuta e garantisce il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro etiche all'interno delle Organizzazioni, ha tra gli elementi chiave diversi pilastri fondamentali.

È vietato il lavoro infantile e il lavoro obbligato, assicurando che l'occupazione sia consentita solo a persone legalmente idonee e su base volontaria.

La salute e la sicurezza sul posto di lavoro sono rigorosamente monitorate e promosse per garantire un ambiente di lavoro sicuro e salutare per tutto il personale.

La libertà di associazione e il diritto alla contrattazione collettiva sono rispettati, consentendo al personale di unirsi a sindacati e di negoziare le proprie condizioni di lavoro in modo equo e trasparente.

La discriminazione è proibita in tutte le sue forme, mentre le pratiche disciplinari devono essere equilibrate e rispettose dei diritti umani.

Gli orari di lavoro sono limitati e vengono applicati per garantire il benessere del personale.

Le retribuzioni devono essere equamente determinate e sufficienti a soddisfare le necessità fondamentali dei dipendenti e delle loro famiglie.



Il contesto interno ed esterno al sistema azienda

- Il tema della responsabilità sociale nell'economia contemporanea
- Strumenti di socialità
- Una nuova chiave di lettura della socialità d'impresa

È un sistema aperto, in quanto riceve input dall'ambiente ed emette output verso l'ambiente stesso

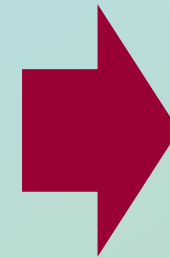
Sistema Azienda

È un sistema funzionale all'interno del quale ritroviamo un insieme di elementi che svolgono una serie di funzioni

Contesto Esterno
Collettività, Ambiente

È un sistema auto-organizzantesi ovvero capace di regolare il proprio funzionamento grazie alle relazioni ed interazioni tra le componenti stesse

Contesto Interno
Azionisti, Personale



**Benessere
Economico
e Sociale**

***Interesse alla
“sopravvivenza”***

Contesto interno

- ✓ Lavoratori
- ✓ Menager
- ✓ Azionisti

Sistema Azienda

- ✓ Clienti/Consumatori
- ✓ Fornitori
- ✓ Concorrenza
- ✓ Stato
- ✓ Ambiente
- ✓ Collettività

Contesto esterno

***Interesse a come
l'azienda “vive”***





**Sun Tzu: la strategia
è la via del paradosso
così chi è utile si
mostrerà inutile**

Incertezza, rischio, profitto: processo di fronte al quale un imprenditore si trova quotidianamente
La capacità sta nel capire quale investimento è utile e quale inutile, anche quando l'apparenza è fuorviante che investire in ricerca, formazione e ambiente sembra essere un'attività inutile e costosa

A volte l'utilità è poco evidente all'occhio inesperto del manager e serve l'intuito dell'imprenditore per capire dove investire, rischiare e vincere

Il concetto di **imprenditoria socialmente utile** non è nuovo, ma caratteristico delle PMI familiari e fortemente radicate nel territorio, ma quando i profitti sono limitati e si **compete a livello mondiale** con realtà produttive meno rispettose degli standard umani e ambientali, **apparirebbe prioritario ottimizzare i profitti a scapito della valorizzazione dei dipendenti e del contesto territoriale dell'azienda**



**Partiamo da
una
semplificazione
del calcolo dei
profitti aziendali**

$$\text{Profitto} = \text{Ricavi} - \text{Costi}$$

Nel corso dell'esercizio se i costi diminuisco a parità dei ricavi i profitti aumentano

Il grave errore di questo computo è che spesso si limita alle ENTRATE e USCITE dell'anno in esame e non tiene in considerazione **gli investimenti** i cui risultati saranno evidenti nel medio o addirittura nel lungo periodo e che va a costruire il “buon nome” di un'azienda, quel **patrimonio indispensabile che clienti, fornitori e investitori valutano**



Ambito Internazionale

GRI organizzazione internazionale senza scopo di lucro che svolge un ruolo primario nel campo della rendicontazione sulla sostenibilità

Nel 2018 scorso il GRI ha presentato le nuove linee guida del Reporting di sostenibilità le cosiddette “GRI- G4” la cui principale novità è l'introduzione del **“principio di materialità”** nel processo di rendicontazione sostenibile

Riportare le informazioni che si riferiscono **“agli argomenti e agli indicatori che riflettono gli impatti significativi economici, ambientali e sociali e che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder”**



Ambito Comunitario

Libro verde 2001 “promozione di un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese” definiva la RSI come *“l’integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”* adottando in questo modo un **approccio totalmente volontaristico**

Nuova tendenza: **interventi di tipo regolatorio**

Comunicazione n. 681 del 25 ottobre del 2011, con cui la commissione europea ha introdotto la “Rinnovata Strategia Europea sulla RSI”, un complesso documento articolato in una serie di azioni ed iniziative rivolte sia agli Stati membri che alle parti sociali, nonché agli altri interlocutori della società civile, con l’intento di **“creare condizioni per una crescita sostenibile, un comportamento responsabile delle imprese e una creazione di occupazione durevole nel medio e lungo termine”**



Italia

è presente ancora una resistenza una certa difficoltà semantica, oltre che culturale, verso il tema della responsabilità sociale d'impresa.

C'è ancora molto da fare!!!

NEWS: con la legge di stabilità 2016

Le **Società benefit** <<nell'esercizio di un'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse>>

Il bilancio deve essere accompagnato da una relazione sul perseguimento del beneficio comune

~~Coscienza **O** Profitto~~

~~Coscienza **CONTRO** Profitto~~

Coscienza **E** Profitto

Il mantenimento attivo del rapporto tra “coscienza” E profitto è opportuno per **CREARE VALORE** idoneo al conseguimento del giusto equilibrio tra le condizioni economiche di esistenza e di sopravvivenza e la funzione sociale

La missione del sistema azienda

AZIENDA

- Scelte
- Programmazione
- Sopravvivenza

Economicità

Socialità

CREARE VALORE

Il "valore" aziendale

"significa accrescere la dimensione del Capitale Economico ovvero il valore dell'impresa inteso come investimento"

VALORE



Inteso dall'azionista come misura quantitativa del ritorno dell'**investimento**

**VALORE
DI
MERCATO**



Remunerazione per gli azionisti

Misurazione del ritorno della ricchezza investita

“L’opportunità di guadagnare in funzione della pura moltiplicazione finanziaria, trascurando le prospettive di crescita sociale legate allo sviluppo dell’azienda, diventa uno strumento contingente destinato ad essiccarsi in breve tempo”

La nuova logica dell’operare

Il Modello aziendale come modello di Economicità e Socialità

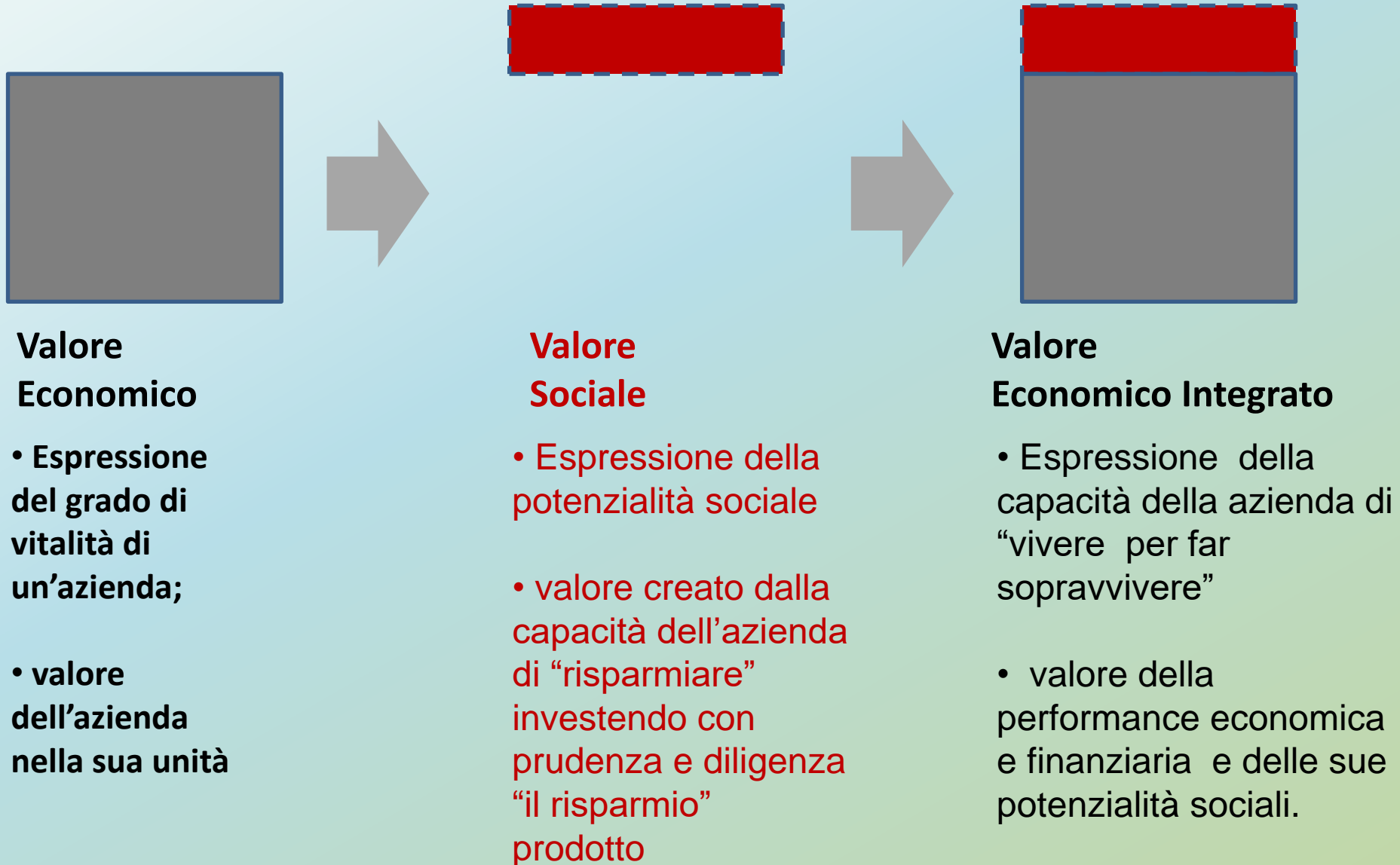
Economicità

Socialità

Conseguimento congiunto di valore economico e valore sociale

Ovvero ogni azione posta in essere dall’azienda deve essere attivata per raggiungere gli obiettivi aziendali attraverso le condizioni di minimo costo relativo e ciò conduce al perseguimento del vantaggio economico, ma è innegabile che tale obiettivo non può essere efficacemente perseguito se per un qualsiasi motivo si trovi in contrasto sia con le caratteristiche fondamentali dell’Impresa sia con gli altri “protagonisti”

La SOCIALITÀ poggia sull’ECONOMICITÀ e l’ECONOMICITÀ è intrinseca di SOCIALITÀ



- La determinazione del **Valore Economico Integrato** rappresenta una vera e propria **rivoluzione valutativa** dell'azienda
- In altri termini, l'azienda non vale più solo perché è in grado di produrre un flusso di redditi che crea valore aumentando il valore del Capitale Economico
- l'azienda in tanto vale in quanto **idonea a produrre un flusso di redditi e di potenzialità sociali**



***Solo ciò che può essere misurato
può essere migliorato***

è uno strumento di cui si dotano tutte le aziende per ***definire i diritti e i doveri morali di ogni partecipante all'organizzazione aziendale***

Codice Etico

- che garantisce la gestione equa ed efficace delle transazioni e delle relazioni umane
 - che sostiene la reputazione dell'impresa, in modo da creare fiducia verso l'esterno
 - che definisce gli standard etici di comportamento
-
- ✓ *Principio di legittimità morale*
 - ✓ *Equità ed uguaglianza*
 - ✓ *Tutela della persona*
 - ✓ *Diligenza*
 - ✓ *Trasparenza*
 - ✓ *Onestà*
 - ✓ *Riservatezza*

Strumento	Cosa misura	Contenuto
Bilancio d'Esercizio	Performance Economico Finanziaria	Dati economico-finanziari e patrimoniali
Bilancio di Sostenibilità	Performance Sociale	Manifestazione della trasparenza ambientale e sociale

Il bilancio di Sostenibilità è lo strumento che ad oggi ha integrato il bilancio ambientale e quello sociale

Come si può rendicontare ?

- usando metodologie statistico-quantitative
- usando metodologie di rilevazione qualitative
- usando indicatori

Perché rendicontare ?

- perché rende più trasparenti
- perché favorisce una maggiore identificazione dei soggetti interessati con la vision e la mission aziendale
- perché consente di comunicare
- perché favorisce feed-back autocorrettivi
- perché la rendicontazione sociale supera l'ottica prettamente economicistica

Riclassificazione del Conto Economico che consente una rilettura della tradizionale contabilità economica; questo risultato rende evidente l'effetto economico (o economicamente esprimibile) che l'attività aziendale ha prodotto verso alcune categorie di interlocutori

Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto

A. Valore della Produzione
B. Costi Intermedi della Produzione
Valore Aggiunto Caratteristico Lordo
C. Componenti Accessori e straordinari
Valore Aggiunto Globale Lordo
- Ammortamenti
Valore Aggiunto Globale netto

I dati che concorrono alla determinazione del valore aggiunto derivano da una **riclassificazione dei valori espressi dal conto economico d'esercizio**

Prospetto di riparto del Valore Aggiunto

A. Remunerazione del Personale
B. Remunerazione della P.A.
C. Remunerazione del Capitale di Credito
D. Remunerazione del Capitale di Rischio
E. Remunerazione dell'Azienda
F. Altro
Valore Aggiunto Globale netto

Il Valore Aggiunto è pertanto la quantità di:

- **"Valore"** risultante dall'**attività dell'azienda**
- **"Aggiunto"** al **valore delle risorse utilizzate** nel processo produttivo

Evidenzia l'ammontare degli investimenti “socialmente rilevanti” effettuati volontariamente con impiego di risorsa interna e senza ricorso a fonti esterne; si configura come:

- una **relazione volontaria** che pone in risalto la missione dell'impresa, il criterio di gestione, l'impegno nei confronti dei suoi interlocutori interni ed esterni;
- uno **strumento** in grado di provare che il fine dell'azienda, non è solo quello di conseguire per sé un vantaggio economico, ma anche quello della creazione di valore sociale
- un **investimento** che crea valore per l'azienda, un biglietto da visita globale che testimonia la responsabilità e l'affidabilità di un soggetto economico in sintonia con il contesto sociale

L'autofinanziamento come misura del “Risparmio” d'Azienda

Autofinanziamento è:

- ✓ la fonte interna del funzionamento
- ✓ la fonte generata dal positivo processo economico della gestione
- ✓ l'espressione della capacità economica dell'azienda
- ✓ il fenomeno che nasce e si sviluppa nell'azienda
- ✓ la manifestazione razionale degli investimenti effettuati
- ✓ la ricercata misura quantitativa del **VALORE SOCIALE**



**Considerazioni
sociali sulla
Formula
dell'Autofi-
nanziamento:**

“sacrificio” da parte dei portatori di capitale di rischio a favore di tutto il contesto interno ed esterno. Il **non massimizzare oggi il proprio interesse** consente loro di conseguire domani un maggior rendimento oltre ad assicurare vitalità all'azienda

manifestazione di un ampliamento della dimensione dell'impresa ed ecco allora che assume valenza sociale l'incremento della produzione, in sostenimento di nuovi investimenti/oneri in R&S, pubblicità, salvaguardia dell'ambiente, prevenzione degli infortuni, etc.

Autofinanziamento

Risorsa

Espressione della capacità dell'impresa di rafforzarsi, di potenziarsi e soprattutto di sopravvivere, ma è anche espressione della ragione sociale che va oltre il sociale normativo

Utilizzo

Impegno costante nella ricerca e sviluppo, sostentamento al rispetto e alla tutela dell'ambiente, valorizzazione del capitale umano attraverso lo sviluppo professionale e la tutela della sicurezza e salute dei dipendenti, miglioramento della qualità nei rapporti con i clienti/consumatori, contributo allo sviluppo sostenibile

Il correttore (α) di socialità inteso come “valore” sociale da integrare al Valore Economico

Il Capitale Economico determinato con criteri tradizionali potrebbe essere inadeguato ad esprimere il valore creato dall'azienda qualora questa si dichiara impegnata ANCHE socialmente

Obiettivo: trovare un procedimento logico che consenta di <<correggere>> tale valore in funzione del <<comportamento sociale>> dell'azienda. **Il capitale economico** va pertanto **integrato** con l'apprezzamento del ruolo sociale dell'azienda



La determinazione del **Valore Economico Integrato** vuole essere solo una possibile proposta valutativa dell'azienda, anche perché ciò che veramente conta non è la formula in sé per sé, ma il pensiero concettuale che è alla base di questa nuova interpretazione della teoria di creazione del valore e che mette in risalto una nuova logica dell'operare aziendale

Il correttore (α) di socialità inteso come “valore” sociale da integrare al Valore Economico

La correzione del Capitale Economico attraverso un **COEFFICIENTE di SOCIALITÀ (α)**, mette in luce le qualità sociali-ambientali proprie dell'azienda e soprattutto di come vengono utilizzate le risorse prodotte

Bilancio Sociale	% di investimenti nel sociale-ambientale	% copertura con autofinanziamento corretto	Valore di α
NO	\	\	-20%
SI	da 1 a 5	da 5 a 10	5%
SI	da 6 a 10	da 11 a 20	10%
SI	oltre 11	oltre 21	20%



Mettiamo in pratica il modello:

*...una
nuova
possibile
definizione*

Bilancio	% di investimenti nel sociale-ambientale	% di copertura con autof. corretto	valore di α
Terna 2008	0,8	4.173	5%
ENI 2009	17	542	5%
Italcementi 2009	2,5	3.297	5%
Cementir 2009	9,4	1.258	5%
Hera 2011	113	60	20%
Edison 2011	15	729	5%
ACEA 2011	27	308	10%
ENEL 2012	23	376	10%
ENI 2012	11	820	5%
Cementir 2012	25	357	10%
YOOX 2013	0,31	27.900	5%
Buzzi Unicem 2013	49	317	10%
Finmeccanica 2013	171	85	20%
Mondadori 2014	15	autof negativo	n.v.
Iren 2014	15	610	5%
ACEA 2015	26	276	10%
Cementir 2015	7	3.104	5%

Bilancio Sociale	% di investimenti nel sociale-ambientale	% copertura con autofinanziamento corretto	Valore di α
NO	\	\	-20%
SI	da 0 a 20	oltre 500	5%
SI	da 21 a 50	da 499 a 100	10%
SI	oltre 51	inferiore a 99	20%



Bilancio	% di investimenti nel sociale-ambientale	% di copertura con autof. corretto	valore di α
Terna 2008	0,8	4.173	5%
ENI 2009	17	542	5%
Italcementi 2009	2,5	3.297	5%
Cementir 2009	9,4	1.258	5%
Hera 2011	113	60	20%
Edison 2011	15	729	5%
ACEA 2011	27	308	10%
ENEL 2012	23	376	10%
ENI 2012	11	820	5%
Cementir 2012	25	357	10%
YOOX 2013	0,31	27.900	5%
Buzzi Unicem 2013	49	317	10%
Finmeccanica 2013	171	85	20%
Mondadori 2014	15	autof negativo	n.v.
Iren 2014	15	610	5%
Cementir 2015	7	3.104	5%
ACEA 2015	26	276	10%
ENI 2016	15	504	5%