



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RATINGS

Politeia

Sixth Annual Forum on
Business Ethics and
Corporate
Social Responsibility in
a Global Economy

Milan 2010

Monitoring the Ethical Code
enforcement in the organizations:
from values to stakeholder
satisfaction.

Federico Versace

- **Il codice etico è uno strumento centrale nel modello classico di responsabilità sociale**
- **È l'elemento base del contratto sociale tra l'impresa ed i suoi stakeholder**
- **Definiti i valori, nel codice etico si realizza l'aspetto normativo e di autoregolamentazione**
 - L'impresa dichiara i vincoli sociali ed ambientali che intende rispettare nel corso del suo agire economico
 - Completa la propria funzione obiettivo (ambientale, sociale) .
- **Il codice etico accresce la reputazione nel momento in cui sancisce in maniera formale gli impegni e permette di verificarne la loro applicazione**
- **Ma è solo nel momento in cui è in grado di essere verificato che il meccanismo si auto impone e acquista legittimazione e diventa uno strumento strategico della gestione dell'impresa perché permette di rendere conto agli stakeholder in maniera puntuale.**
- **Oltre al vincolo morale che deve portare ciascun membro di un'organizzazione ad agire nel rispetto dei principi condivisi è necessario che l'organizzazione strutturi i suoi processi in maniera da rendere possibile l'applicazione della norma del codice etico.**

— Il momento normativo - la costruzione del codice etico

- I valori diventano norme specifiche
- L'organizzazione autodefinisce i vincoli che vuole rispettare
- Ridisegna la sua funzione obiettivo

— Il momento applicativo - il trasferimento dei principi del codice nel tessuto organizzativo

- L'elemento cardine è legare i principi del codice ai processi specifici dell'organizzazione aziendale per calarli nel quotidiano
- In questo modo si può rendere conto degli impegni presi e creare reputazione
- Se ciò non avviene si generano dei rischi.

Il modello

4.



Verifica dell'efficienza del processo

Compliance

Verifica dell'organizzazione posta in essere per onorare gli impegni presi

Il sistema è coerente con gli impegni presi

Verifica dell'efficacia del processo

Il sistema serve a raggiungere l'obiettivo?

Lo stakeholder è contento?



Un esempio di impostazione

5.

Principi del codice

“garantire condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona e contro ogni forma di discriminazione”

Principi di azione

Prevenire la discriminazione basata sul genere, sulla maternità, sullo stato di famiglia, l'orientamento sessuale, sulla razza, lo stato di salute, l'età, l'origine sociale, la disabilità, e promuovere le pari opportunità .

Nell'accesso all'impiego
Nella formazione
Nello sviluppo di carriera e nella mobilità
Nelle condizioni di lavoro
Nelle remunerazioni e nei premi
Nella gestione delle ristrutturazioni

Aree interessate

Area Sviluppo risorse

- Assunzioni
- Piani di carriera

Area Gestione e organizzazione del personale.

Area formazione

.....



L'analisi su 3 livelli

6.

PER
CIASCUN
PRINCIPIO
TRE LIVELLI
DI ANALISI

VALUTAZIONE DELLE POLITICHE

Adeguatezza
delle politiche

Visibilità

Pertinenza

Responsabilità

VALUTAZIONE DEI SISTEMI DI GESTIONE

Coerenza del
sistema

Processi

Risorse

Controlli / Reporting

ANALISI DEI RISULTATI

Efficacia dei
risultati

Indicatori

Opinioni degli Stak.

Controversie

La definizione delle priorità_la ponderazione degli elementi ambientali e sociali

7.

Gli impatti sugli stakeholder...

Natura

3	Interessi fondamentali o vitali
2	Interessi essenziali
1	Interessi minori

Esposizione

3	Esposizione Forte
2	Esposizione Minore
1	Esposizione Debole

...la ripercussione degli impatti sull'impresa

Ripercussioni

3	da 5 a 6 tipi di rischio
2	da 3 a 4 tipi di rischio
1	da 1 a 2 tipi di rischio

Peso del principio

1 a 27

3 livelli di importanza

- Dichiarazioni pubbliche
- Global compact
- PRI
- Bilancio sociale_impegni
- Percezione degli stakeholder
-

La gestione del Rischi – i 6 rischi

8.



Reputazione

Immagine cause e controversie
Accettabilità sociale per i progetti di sviluppo e per le dimissioni
Attrazione di competenze

Coesione

Stabilità dei rapporti di lavoro, gestione delle relazioni industriali e della conflittualità interna
Cultura, identità e valore dell'impresa

Efficienza

Competitività dei prodotti e servizi
Efficacia dei processi e produttività
Innovazione e prevenzione dell'obsolescenza delle tecnologie e dei processi organizzativi

Legale

Processi, contenziosi e lamentele

Di mercato

Diffusione dei prodotti e dei servizi
Sicurezza e qualità degli approvvigionamenti

Trasparenza

Interpretazione e credibilità delle informazioni diffuse e dei processi di comunicazione



— Strategico gestionali

- Lista di aree critiche che devono essere tenute sotto controllo
- Individuazione delle aree di miglioramento e definizione di un piano di azione
- Impostazione di un piano di monitoraggio continuo

— Comunicazione

- Indicazioni chiare agli operativi nelle diverse aree per generare uno scambio di informazioni efficace
- Oggettività e dimostrabilità a terzi del sistema di controllo
- Supporto alla rendicontazione interna (top management) ed esterna

- **La mancata applicazione di un codice etico espone l'organizzazione a rischi operativi ma soprattutto reputazionali.**
 - Problema di compliance, il codice etico è un documento formale
 - Nel breve termine è possibile reagire in maniera tattica ma nel medio-lungo periodo i problemi emergono.

- **Il codice etico è il modello rispetto al quale l'organizzazione deve imparare a misurarsi, in aggiunta ai modelli che vengono proposti dall'esterno.**
 - Molto spesso le aziende reagiscono solamente a stimoli esterni piuttosto che autodefinire in maniera organica il proprio modo di essere.
L'armonizzazione con i processi dell'impresa diventa difficile .

- **“Alcuni grandi aziende sono andate incontro ad importanti scandali nonostante avessero un ottimo codice etico”, ma è stato veramente applicato ?**



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RATINGS

- PARIS
- BRUXELLES
- MILAN
- CASABLANCA



VIGEO ITALIA
Via F. D'Ovidio, 3
20131, Milano
T: +39 02 36518110
F: +39 02 36518117
www.vigeo.com

www.vigeo.com

Federico Versace
T: +39 02 36518114

federico.versace@vigeo.com