

L'IMPLEMENTAZIONE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA ATTRAVERSO LO STRUMENTO DELLE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI.

Anno:

2015

Autore:

MARIA FRANCESCA CIALDELLA

L'IMPLEMENTAZIONE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA ATTRAVERSO LO STRUMENTO DELLE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI.

Maria Francesca Cialdella*

Il presente contributo si propone di analizzare il concetto della responsabilità sociale di impresa (di seguito RSI) enucleandone il contenuto, gli strumenti applicativi e gli effetti che se ne traggono dalla sua attuazione, in particolare nel settore ambientale. Da questa angolazione, si focalizzerà l'attenzione sulle certificazioni ambientali al fine di evidenziare la posizione di rilievo che esse rivestono alla luce della responsabilità sociale d'impresa.

Il tema della responsabilità sociale di impresa è oggetto di numerose campagne di sensibilizzazione paneuropee volte ad elevare la *corporate social responsibility* a modello effettivo di gestione ed organizzazione dell'impresa e delle sue attività (1), coniugando la competitività imprenditoriale a lungo termine con la soddisfazione degli interessi degli *stakeholders* e delle esigenze di tutela ambientale e sociale.

La problematica si inquadra nel tema più ampio del rapporto tra etica e mercato (2) e della diffusione di forme di sviluppo sostenibile (3): l'assenza di regole nei mercati globali, la recente crisi economica e i notevoli fallimenti del mercato hanno contribuito ad ingenerare una crescente sfiducia dei portatori di interessi nei confronti degli *shareholder* ed un conseguente aumento della domanda per uno sviluppo economico su scala globale trasparente, equo e rispettoso dei diritti umani, sociali e ambientali. Per questo, sono stati effettuati studi economici volti ad individuare le modalità con cui il perseguimento di obiettivi di interesse generale potesse essere integrato nella politica di impresa e gli effetti economici derivanti dall'adozione di tale modello di gestione. Ebbene, in relazione alla prima problematica, si è sottolineato che gli obiettivi della RSI possono essere perseguiti non solo attraverso fonti autoregolamentari, ma anche con fonti statuali a carattere incentivante e promozionale poiché trattasi di strumenti tra loro complementari. Infatti, le fonti autoregolamentari (espressione della natura volontaristica della RSI) in alcuni casi applicano le

norme statuali poste a tutela dei diritti fondamentali, in altri casi integrano le disposizioni primarie tutelando gli interessi generali in una misura superiore rispetto a quella legale. In questo caso è possibile che vi siano interventi regolatori complementari (ad esempio di tipo economico o informativo) volti a promuovere l'affermazione di ulteriori valori riconducibili alla RSI o una maggior tutela degli stessi (4). Per quanto riguarda gli effetti economici, gli economisti hanno dimostrato che l'adozione del modello di imprenditoria socialmente responsabile costituisce un efficace strumento di promozione della concorrenza tra imprese poiché consente di sfruttare più facilmente le opportunità di mercato e di aumentare il bacino di utenza inglobando le fasce dei consumatori sensibili alle tematiche ambientali e sociali.

Sulla base di tali premesse, si è sviluppato il concetto di responsabilità sociale d'impresa.

La Commissione europea, con il Libro Verde del 2011 (5), si è preoccupata di fornire una nozione (6) di RSI definendola come *l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate*. Da questa definizione emerge un duplice campo di applicazione della responsabilità sociale d'impresa: uno interno e l'altro esterno. Internamente, le imprese potranno implementare le proprie politiche di *worker and customer satisfaction* attraverso la fabbricazione di prodotti sicuri ed ecocompatibili; o impegnandosi sul fronte della gestione delle risorse umane, della loro salute e sicurezza, o ancora conformando il sistema produttivo aziendale alla logica della tutela ambientale. Esternamente, l'azienda potrà adottare pratiche socialmente responsabili nei confronti delle comunità locali che la accolgono, nei confronti dei partner commerciali e più in generale nei confronti di tutti gli *stakeholders* con cui l'azienda entra in contatto.

In altri termini, la Commissione, in questo Libro verde, ha posto le basi della strategia di promozione della RSI considerando alcuni aspetti fondamentali: l'adozione di un comportamento socialmente responsabile che va oltre le prescrizioni legali e che si incentra nell'assunzione volontaria di tale impegno nel lungo periodo; l'implementazione dello sviluppo sostenibile quale *modus operandi* dell'impresa finalizzato a tener conto delle ripercussioni economiche, sociali ed ambientali; l'utilizzo della responsabilità sociale come elemento caratterizzante il tipo di gestione stessa delle imprese. Le imprese, infatti, qualora decidessero spontaneamente di aderire alla RSI, non si limiteranno a soddisfare gli obblighi giuridici, ma potranno andare oltre investendo ulteriormente nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate.

Muovendo da questa impostazione, discende quale inevitabile conseguenza il mutamento del ruolo e della concezione dell'impresa stessa: si assiste al passaggio dalla logica del profitto e dello sviluppo a discapito della società civile alla visione eticamente orientata dell'attività di impresa. Le imprese, infatti, in quanto organi dello Stato-comunità avrebbero il compito di promuovere lo sviluppo ed il benessere della comunità stessa attraverso la soddisfazione degli interessi del consumatore e del lavoratore, pena l'assunzione di responsabilità etica nei confronti della stessa collettività (7).

Giova sottolineare che il Libro Verde non costituisce una fonte normativa giuridicamente vincolante, ma uno strumento di *soft law* (8) attraverso cui l'UE aumenta la consapevolezza nelle imprese dell'importanza commerciale della responsabilità sociale, creando metodi per diffondere le buone pratiche e collaborando con enti e ONG che si interessano di responsabilità sociale (9), a cui le aziende si ispirano per apprendere le buone pratiche

La definizione di RSI sopra citata, è stata oggetto di modifiche nel 2011 da parte della stessa Commissione Europea la quale, al fine di riconoscere una portata ampia ed onnicomprensiva alla RSI, ha qualificato quest'ultima come *“la responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla*

società”(10). Appare *ictu oculi* come la nuova locuzione sia generica ed indeterminata con la conseguente difficoltà di individuare un perimetro concreto di effettività. Tuttavia, siffatta formulazione è coerente con la *ratio* sottesa alla modifica del concetto di RSI: la Commissione, infatti, nell’ottica di attribuire maggior rilievo alla RSI ha ampliato la portata della stessa creando un valore assoluto il cui rispetto permette di prevenire ogni possibile impatto sulla società derivante dall’esercizio dell’attività di impresa.

In altre parole, le imprese oltre ad integrare nelle loro politiche aziendali le questioni sociali, ambientali ed etiche dovranno fare il possibile per lavorare in armonia con tutte le parti interessate (dai fornitori ai consumatori, alla società in generale) e per contribuire al benessere della collettività, dalla quale dipende la sopravvivenza dell’impresa stessa. L’assunto muove dal presupposto secondo cui la crescita e lo sviluppo dell’azienda sono collegati al soddisfacimento degli interessi dei vari interlocutori; pertanto, gli *shareholders* sono chiamati a tutelare gli *stakeholders*, costruendo un rapporto di fiducia e credibilità duraturo nel tempo, in modo da consentire lo sviluppo imprenditoriale. Il modello di *corporate governance*, quindi, sarà orientato a garantire la stabilità del lavoratore, l’accessibilità di beni e servizi ecocompatibili, la salubrità e sicurezza dell’ambiente e, allo stesso tempo, la crescita sicura, sostenibile e a lungo termine dell’impresa.

L’Unione Europea è intervenuta anche di recente sul tema della RSI con il forum *multistakeholders* sulla responsabilità sociale di impresa (3-4 febbraio 2015) al fine di approfondire i vari temi di interesse collettivo che ruotano intorno alla CSR. In particolare, è emersa la necessità di implementare la trasparenza e la fiducia tra imprese e *stakeholders* eliminando l’idea di rendere obbligatoria la RSI poiché, altrimenti, verrebbe meno la sua caratteristica principale: la volontarietà. Pertanto, nell’ottica di una maggiore diffusione della RSI, si è sollecitato l’intervento regolatore statale in funzione incentivante (11). Inoltre, è stato ribadito che le imprese transnazionali orientate ad assumere un approccio ben definito alla RSI, saranno tenute ad osservare i principi e gli orientamenti internazionali con i quali la strategia europea è in linea (12).

In definitiva, i principi dell’UE in tema di RSI possono essere sintetizzati nella volontarietà, credibilità, trasparenza, attività sostenibile, approccio equilibrato e globale, sensibilità alle esigenze delle PMI e rispetto degli accordi e degli strumenti internazionali esistenti. Mentre, gli aspetti che la Commissione reputa necessari per sensibilizzare la collettività alla RSI sono la diffusione di informazioni sugli effetti benefici della RSI, lo scambio di esperienze e di buone pratiche sociali, lo sviluppo delle capacità di gestione, l’adozione delle misure di trasparenza e l’integrazione della RSI nelle politiche comunitarie anche attraverso “*l’EU multistakeholder forum on CSR*”.

Acclarata l’essenza della RSI è possibile, ora, passare all’esame della natura e delle funzioni peculiari che caratterizzano questo complesso fenomeno (13).

La RSI ha una natura multidimensionale, poiché involge aspetti dell’attività di impresa tra loro eterogenei; trasversale, in quanto consiste nel modo in cui l’attività d’impresa, nei vari settori oggetto di attività, deve essere svolta e soprattutto volontaria, perché presuppone la spontanea adesione dell’impresa alla *governance* socialmente responsabile. Quanto alla funzione, la RSI ha il merito di consentire il perseguimento congiunto degli obiettivi del profitto, del benessere sociale e della qualità ambientale perché mira a conciliare l’interesse lucrativo della singola impresa con gli interessi generali dell’intera società (14). Grazie a questa logica, lo sviluppo imprenditoriale e la responsabilità sociale non risultano antagoniste; al contrario, costituiscono la sintesi del principio dello sviluppo sostenibile finalizzato a conciliare le esigenze di crescita commerciale con il rispetto dell’ambiente e delle istanze sociali.

Come accennato, il contenuto della RSI si concretizza in tre elementi tipologici: l'impegno volontario di tutelare determinati interessi generali oltre il minimo legale e regolamentare; la selezione delle scelte produttive con criteri di sostenibilità sociale ed ambientale e l'adozione di politiche avanzate del lavoro e di *customer satisfaction* (15). Tuttavia, a fronte della chiarezza delle componenti essenziali della RSI, si rileva che non si ha certezza in ordine agli effetti economici-monetari che potrebbero derivare dall'adozione di tale modello di *governance*. Si è già sottolineato, infatti, che gli economisti si sono limitati ad affermare che la RSI costituisce sicuramente uno strumento pro concorrenziale, ma l'individuazione esaustiva dei possibili vantaggi o dei ritorni economici, allo stato dei fatti, non è stata possibile. Nonostante ciò, la prassi ha mostrato che l'assunzione della RSI reca con sé effetti economici diretti ed indiretti: quelli diretti sono ricollegabili ad un miglior ambiente di lavoro e ad una maggiore produttività dei lavoratori; quelli indiretti, invece, sono ricollegabili alla crescente attenzione dei consumatori e degli investitori alle tematiche ambientali e sociali, la quale contribuisce a sviluppare le potenzialità dell'impresa che presta maggiore attenzione a queste problematiche (16). Pertanto, nel caso in cui il produttore operi nel mercato offrendo beni ecocompatibili, questo, grazie alla scelta socialmente responsabile, potrà trarre vantaggi economici derivanti dall'attrazione di quella fascia di consumatori sensibili alle tematiche ambientali.

Ciò premesso, è opportuno appurare come la RSI si esplica all'interno dell'impresa e, in particolare, attraverso quali strumenti sia possibile oggettivare la responsabilità sociale.

In linea generale, può affermarsi che i codici etici e gli standard costituiscono gli strumenti volontari essenziali attraverso i quali viene promossa la RSI e si esercita l'autonomia privata collettiva in ossequio al principio di sussidiarietà orizzontale (17).

I primi codici etici videro la luce in Gran Bretagna all'inizio degli anni '70 e si diffusero poi capillarmente nel resto d'Europa e negli Stati Uniti. Per trovarne una significativa applicazione in Italia si è dovuto attendere l'inizio del terzo millennio ed in particolare l'entrata in vigore del d.lgs. 231 del 2001 che, disciplinando la responsabilità amministrativa degli enti, ha incoraggiato la nascita dei codici etici quali strumenti che consentono alle società di sottrarsi al relativo giudizio di responsabilità, se idonei a prevenire reati che l'azienda potrebbe commettere nell'esercizio della propria attività d'impresa (18).

Oggi, nel nostro Paese, la diffusione dei codici d'impresa è capillare in particolare in aziende di medio-grandi dimensioni le quali, si autoregolano dotandosi di codici di comportamento (19), di carte valori, di carte servizi (20) variamente denominate a seconda dell'ambito di applicazione e delle finalità perseguite. Volendo enucleare una definizione astratta, i codici etici possono essere definiti come "*documenti contenenti norme di organizzazione e di azione di fonte privata e ad adozione volontaria*" (21). Specificamente, i codici etici oggettivano la *mission* d'impresa volta ad individuare i comportamenti sociali e morali che gli *shareholders* devono assumere sia all'interno che all'esterno dell'impresa (22). Essi costituiscono un mezzo efficace per prevenire comportamenti illeciti, irresponsabili e amorali di tutti coloro che operano in nome e per conto dell'impresa ed il cui contenuto è dato da norme che delineano il *modus agendi* dell'impresa con i vari *stakeholders*, gli standard etici di comportamento basati sulla trasparenza, legittimità morale, uguaglianza, diligenza, tutela della persona, della salute e dell'ambiente e le sanzioni interne previste per la violazione delle norme etiche (23). L'attuazione delle regole contenute nel codice è solitamente affidata al Comitato Etico le cui funzioni si sintetizzano nella diffusione interna della conoscenza delle norme, nella vigilanza in merito all'effettiva applicazione delle regole, nella ricezione di segnalazioni in ordine ad eventuali violazioni e nell'applicazione delle sanzioni.

Il secondo strumento per mezzo del quale si oggettiva il modello di *corporate governance* secondo parametri etici, sociali e ambientali sono gli standard. Trattasi di norme finalizzate a creare dei parametri comuni ai quali gli *shareholders*, volontariamente, possono orientare l'esercizio dell'attività di impresa (24). Ne deriva che attraverso gli standard il potere statale interviene nel mercato per indirizzarlo verso scelte socialmente responsabili, sensibilizzando sia gli *shareholders* che gli *stakeholders*. I primi, saranno influenzati ad adottare modelli gestionali o produttivi maggiormente attenti alle problematiche sociali e ambientali; i secondi, invece, potranno effettuare consapevolmente le proprie scelte commerciali optando per beni o servizi rispettosi dell'ambiente e dei diritti umani.

Le tipologie di standard sono molteplici e si distinguono a seconda dell'organizzazione di riferimento e della modalità di applicazione: tra quelli più importanti si annoverano la certificazione SA8000 sulla qualità del lavoro; la linea guida UNI ISO26000 avente ad oggetto la *governance*, i diritti umani, l'ambiente e lo sviluppo della comunità; lo standard AA1000 in merito alla verifica della rendicontazione della terza parte del bilancio di sostenibilità aziendale e i marchi relativi al Commercio Equo e Solidale (Fair Trade, Max Havelaar, Transfair) attestanti l'inserimento progressivo dei paesi in via di sviluppo nell'economia mondiale e l'attenzione alle tematiche relative alla tutela dei diritti fondamentali (25).

Focalizzando l'attenzione al settore ambientale, gli standard che rilevano come strumenti di attuazione della responsabilità sociale di impresa sono lo standard ISO 14001, il certificato EMAS, le etichette ISO 14024 (etichetta ecologica di prodotto certificata che considera l'intero ciclo di vita del prodotto), ISO 14021 (autodichiarazioni ambientali non certificate), ISO 14025 (dichiarazioni ambientali di prodotto certificate e basate su parametri oggettivi e verificabili) ed il marchio ECOLABEL.

Queste certificazioni ambientali operano in funzione di correzione del mercato, nel senso che correggono la naturale tendenza dei produttori a non tener conto delle esternalità negative per l'ambiente generate dalla propria attività (26) ed hanno una funzione dichiarativa, in quanto attestano la conformità di un bene, di un sistema produttivo o di un modello organizzativo a determinati parametri. Precisamente, le certificazioni ambientali sono “*strumenti atti a produrre e a far circolare contenuti informativi qualificati al fine di realizzare obiettivi di tutela ambientale*”(27).

Le certificazioni ambientali possono essere distinte in due macrocategorie: quelle che hanno ad oggetto la dichiarazione di conformità del sistema produttivo e organizzativo alle norme ambientali e quelle che attestano la qualità ecologica del bene o servizio prodotto. Le prime, quindi, vertono sul complessivo processo gestione, le seconde, invece, riguardano l'impatto ambientale del prodotto nel suo intero ciclo di vita. La caratteristica di questi strumenti, infatti, è data proprio dal fatto che trattasi di dichiarazioni che vengono certificate da soggetti terzi indipendenti o accreditati, i quali vigilano sul rispetto effettivo da parte dell'impresa delle norme poste a tutela dell'ambiente (28). Entrambe le tipologie di certificazioni ambientali, inoltre, costituiscono meccanismi informativi diretti ad ingenerare la fiducia dei consumatori nei rapporti economici e di scambio poiché permettono al consumatore di effettuare scelte economiche sulla base di un ragionevole affidamento nelle caratteristiche certificate del bene. Da quanto detto, quindi, emerge come le certificazioni ambientali rappresentano uno strumento attraverso cui si oggettiva la RSI dal momento che l'adesione volontaria agli standard ambientali in funzione di tutela dell'ambiente rappresenta una politica di impresa socialmente responsabile.

Delineati i caratteri comuni, è d'uopo analizzare le singole tipologie di certificazioni ambientali soffermandoci, in particolare, sul certificato EMAS e sul marchio ECOLABEL.

Come accennato, le certificazioni di processo (ISO 14001 e EMAS) attestano l'adozione da parte dell'impresa di un sistema di gestione ambientale attraverso cui si concretizza l'impegno dell'impresa a ridurre l'impatto ambientale della propria attività e ad adottare un processo produttivo ed organizzativo rispettoso dell'ambiente ed in continuo miglioramento. In particolare, le norme ISO 14001 definiscono le condizioni ed i requisiti per la progettazione e la costituzione di un valido SGA e chiariscono la procedura per l'acquisizione della certificazione. Una volta che si è realizzato il SGA, questo è sottoposto alla valutazione di un ente certificatore (29) il quale, avrà il compito di effettuare le verifiche e le ispezioni per accertare il rispetto delle condizioni previste dalle norme internazionali. Compiuti gli *audit*, in seguito al parere favorevole, l'organizzazione potrà essere iscritta all'elenco degli enti certificati ISO 14001.

L'adozione di un efficace SGA è il presupposto anche per ottenere il certificato europeo EMAS, introdotto dal regolamento CEE n.1836 del 1993 e oggi disciplinato dal regolamento CE n.1221 del 2009.

Tuttavia, il certificato EMAS si differenzia dalla ISO 14001 per tre ragioni: in primo luogo le condizioni richieste per il rilascio del certificato EMAS sono più rigorose; in secondo luogo la procedura amministrativa è più complessa in quanto presuppone due tipi di controlli ed infine è previsto un periodico accertamento sull'efficacia del sistema di gestione

L'acquisizione del certificato EMAS è subordinata alla costituzione di un idoneo SGA, conforme al modello ISO 14001, attraverso cui si pianifica e si attua la politica ambientale orientata alla riduzione dell'impatto ambientale derivante dal processo produttivo di un bene o servizio e all'adozione di una dichiarazione ambientale. Quest'ultima è un documento destinato al pubblico in cui si illustra il proprio programma aziendale e i metodi utilizzati per prevenire eventuali danni all'ambiente. E' infatti uno strumento di trasparenza che permette un dialogo tra *shareholders* e *stakeholders* in merito agli obiettivi prefissati ed ai risultati raggiunti nel tempo in relazione all'efficienza energetica, all'efficienza dei materiali, alla riduzione dell'inquinamento idrico ed atmosferico ed alle procedure di riciclaggio dei rifiuti prodotti.

In *secundis* la procedura volta ad ottenere il certificato è più complessa perché prevede oltre all'istruttoria del verificatore (30), un ulteriore accertamento da parte del Comitato Ecolabel Ecoaudit- sezione Emas. Il verificatore, infatti, dopo aver accertato la conformità del SGA al regolamento europeo e la veridicità della dichiarazione ambientale, in caso di esito positivo, trasmette la dichiarazione di convalida all'organismo nazionale competente per la registrazione: il Comitato Ecolabel Ecoaudit. Quest'ultimo, attraverso l'ISPRA apre un'istruttoria al fine di appurare il rispetto della normativa ambientale e, in caso di esito positivo, permetterà l'iscrizione al Registro nazionale EMAS e rilascerà l'apposito certificato a valenza triennale.

Inoltre, il sistema EMAS comporta dei controlli periodici in ordine all'efficacia del sistema ed al miglioramento delle prestazioni ambientali per questo, la procedura è più onerosa rispetto a quella regolata dalle norme ISO 14001.

Le certificazioni di prodotto, invece, attestano la conformità di un prodotto o di un servizio di largo consumo ai criteri ecologici fissati da norme internazionali o europee valutando gli impatti ambientali del bene, in termini di tutela della biodiversità, del risparmio energetico e delle risorse naturali, del contrasto delle varie forme di inquinamento e della riutilizzabilità del prodotto.

Le norme ISO 14020 disciplinano tre diverse tipologie di etichettature ambientali: quelle del I tipo (ISO 14024) sono etichette ecologiche volontarie basate su diversi criteri che considerano l'intero ciclo di vita del prodotto; quelle del II tipo (ISO 14021) consistono in autodichiarazioni che

attestano determinate proprietà ambientali del bene e quelle del III tipo (ISO 14025-dichiarazioni ambientali di prodotto) che hanno ad oggetto gli impatti ambientali dell'intero ciclo di vita del prodotto secondo il metodo dell'LCA.

Il marchio ECOLABEL, disciplinato dal regolamento CE n.66 del 2010, rientra nel I tipo di etichette ambientali e si prefigge lo scopo di garantire ai consumatori un prodotto di elevata qualità ambientale che non solo sia rispettoso dell'ecosistema, ma sia anche più sicuro e attento alla salute. I criteri per l'assegnazione del marchio sono elaborati dal Comitato europeo per il marchio ecologico e vengono elaborati con il metodo del *life cycle assessment* (31), il quale valuta tutte le fasi del processo produttivo come correlate ed interdipendenti.

Legittimati a presentare richiesta al Comitato ECOLABEL ECOAUDIT per l'assegnazione del marchio sono i produttori, gli importatori, i prestatori di servizi, i venditori all'ingrosso o al dettaglio. Il Comitato, poi, avvia un'istruttoria finalizzata a verificare il rispetto della normativa ambientale durante l'intero ciclo di vita del prodotto e, in caso di risposta affermativa, stipula un contratto con il richiedente in cui sono definite la durata e le condizioni d'uso del marchio. L'organismo, inoltre, vigilerà sulla permanenza dei requisiti e sul corretto utilizzo del marchio (32).

In definitiva, le citate certificazioni ambientali si caratterizzano per l'inclusione degli aspetti ambientali nelle politiche aziendali e soprattutto per l'adesione volontaria ai parametri ecologici rigorosi in virtù della responsabilità sociale d'impresa.

In questo modo, potranno ridursi le asimmetrie informative tra produttore e consumatore e l'impresa potrà rafforzare la propria reputazione giovandosi di una certificazione spendibile col pubblico, la cui attendibilità è garantita da istituzioni pubbliche (33). Emerge, quindi, la funzione integrativa della RSI e quella incentivante della regolazione statale, la quale pone in essere atti non vincolanti al fine di tutelare l'ambiente attraverso il mercato esistente. Le norme statuali, infatti, spesso ricollegano al possesso dei certificati ambientali dei benefici economici, un criterio preferenziale per l'aggiudicazione di un contratto pubblico o delle procedure agevolate nei procedimenti autorizzatori. Ne consegue che gli *shareholders* saranno incentivati ad investire in tecnologie ecocompatibili non solo per assecondare le preferenze della clientela attenta alle problematiche ambientali, ma anche per conseguire i benefici prospettati.

In conclusione può affermarsi che la RSI, oggigiorno, rappresenta uno strumento di *governance* in progressiva espansione grazie al mutamento dell'opinione pubblica in merito alle esigenze di tutela degli interessi generali ed all'intervento statale in funzione incentivante: nel settore ambientale, infatti, la regolazione pubblica e l'autoregolamentazione privata si integrano reciprocamente garantendo allo stesso tempo un elevato livello di tutela dell'ambiente e l'assunzione della responsabilità sociale d'impresa. A tal proposito, si è evidenziato come le certificazioni ambientali rappresentano lo strumento più idoneo a contemperare entrambe le esigenze poiché favoriscono l'integrazione degli interessi ambientali e l'attuazione della RSI nell'esercizio ordinario dell'attività d'impresa. Ne deriva che l'implementazione della RSI da parte degli *shareholders* attraverso le certificazioni ambientali costituisce la modalità attraverso cui si estrinseca il principio dello sviluppo sostenibile.

Bibliografia

(1) L. SACCONI (a cura di), *Guida critica alla Responsabilità sociale ed al governo dell'impresa*, Roma, Bancaria Editrice, 2005, p.28

- (2) La definizione di sviluppo sostenibile è stata elaborata per la prima volta nel Rapporto Brundtland del 1987, che lo ha definito come lo *sviluppo che soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri*, ed ha acquisito una valenza sempre più spiccata sconfinando dal settore ambientale a quello politico ed economico. Trattasi di un approccio multidimensionale volto a migliorare le aspettative della qualità della vita, l'innovazione e la competitività delle imprese nel mercato internazionale. Sul punto C. VIDETTA, *Lo sviluppo sostenibile. Dal diritto internazionale al diritto interno* in R. FERRARA (a cura di) *Trattato di diritto dell'ambiente*, Giuffrè, 2014, p.221
- (3) G. CONTE, *Vincoli giuridici, principi economici e valori etici nello svolgimento dell'attività d'impresa* in *Contratto e impresa*, 2009, n.3, p.683 sottolinea il ruolo crescente che l'etica riveste nel mercato non solo in via astratta, attraverso la promozione del soddisfacimento di obiettivi di interesse generale oltre la soglia minima prevista dalla legge, ma anche in concreto con strumenti come i codici etici, comitati etici, bilanci sociali e certificazioni ambientali i quali, per le imprese, fungono da punto di riferimento per la valutazione della propria condotta.
- (4) Sui rapporti tra regolazione pubblica, autoregolamentazione e coregolamentazione N. RANGONE, *Declinazioni e implicazioni dell'autoregolazione: alla ricerca della giusta misura tra autonomia privata e pubblico potere* in *Riv. dir. alim.*, 2011, n.1, p.6
- (5) Commissione CEE, Libro Verde "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese", Bruxelles, 18 luglio 2001, Com (2001) 336C alla quale è seguita la Comunicazione relativa a "La responsabilità sociale delle imprese: un contributo per lo sviluppo sostenibile", Bruxelles, 2 luglio 2002, Com (2002) 347C
- (6) La prima teoria organica sulla CSR risale a R.E. FREEMAN, *Strategic management: a stakeholder approach*, Boston, 1984 il quale formulò una nozione di CSR di stampo soggettivistico per cui la responsabilità sociale delle imprese è correlata alla mancata tutela degli interessi degli *stakeholder*, la cui rilevanza per l'impresa stessa assume un valore etico.
- (7) La responsabilità di impresa può essere distinta in macro-aree: economica, legale, etica e filantropica. In particolare, per responsabilità etica si intende quella che risponde alle attese che la società in termini valoriali ha nei confronti dell'agire dell'impresa in termini di equità e giustizia. Al contrario, la filantropia riguarda ogni tipo di elargizione ulteriore, non oggetto di aspettative da parte della comunità. E. PFOESTL, *La responsabilità sociale di impresa, sviluppo, sostenibilità ed economia sociale di mercato*, Apes, 2012, p.61
- (8) Per un'analisi in merito agli sviluppi recenti della regolazione e alla regolazione attraverso strumenti di *soft law* M. CLARICH, *Manuale di diritto amministrativo*, Il Mulino, 2013, p.87
- (9) Sulle relazioni tra CSR, imprese sociali e ONG R. TORINO, *Unione europea e imprese sociali: recenti e futuri sviluppi*, in *Impresa e diritti fondamentali nella prospettiva transazionale*, Edizioni Scientifiche Italiane, 2012, p.129
- (10) Comunicazione sulla "Strategia rinnovata dell'UE per il periodo 2011-2014 in materia di responsabilità sociale d'impresa" Com (2011) 681, nella quale la Commissione fissa altresì l'agenda delle iniziative che essa intende porre in essere nel quadriennio 2011-2014: diffusione delle *good practices* di RSI; produzione di beni ecocompatibili; sviluppo dei processi di autoregolamentazione e coregolamentazione per garantire l'effettività della RSI; valorizzazione della RSI come fattore competitivo tra le imprese riconoscendo benefici derivanti dall'adozione di pratiche socialmente responsabili; trasparenza delle informazioni in materia sociale ed ambientale;

integrazione della RSI nei settori dell'educazione e della formazione professionale;
implementazione delle politiche nazionali di RSI.

(11) R. TORINO, *Unione europea e imprese sociali: recenti e futuri sviluppi*, op. cit., p.141 sottolinea che le pubbliche autorità debbano svolgere un ruolo di supporto combinando le autoregolamentazioni alle regolazioni pubbliche complementari.

(12) Trattasi delle OECD Guidelines for multinational enterprises, i principi dello United Nations Global Compact, ISO 26000 Guidance standards on social responsibility, ILO Tripartite declaration of principles concerning multinational enterprises and social policy e gli United Nations Guiding principles on business and human rights.

(13) Per un esame delle varie tesi dottrinali in merito al fondamento della CSR (Shareholder value approach; Stakeholder approach; Teoria del contatto sociale) si rimanda a E. PFOESTL, *La responsabilità sociale di impresa, sviluppo, sostenibilità ed economia sociale di mercato*, op. cit., p.71

(14) La logica su cui si basa la CSR è quella della *triple bottom line* che considera gli obiettivi economici, sociali ed ambientali interdipendenti tra loro, tanto da poter considerare il raggiungimento di un risultato come funzionale al perseguimento degli altri.

(15) M. LIBERTINI, *Impresa e finalità sociali. Riflessioni sulla teoria della responsabilità sociale dell'impresa* in *Riv. Soc.*, 2009, n.1, p.19

(16) G. CONTE, *Vincoli giuridici, principi economici e valori etici nello svolgimento dell'attività d'impresa*, op.cit., p. 698

(17) E. BELLISARIO, *La responsabilità sociale delle imprese fra autonomia e autorità privata in Danno e responsabilità*, 2013, n.8, p.815 secondo cui le regole di responsabilità sociale si formano "dal basso" e costituiscono la declinazione del principio di sussidiarietà orizzontale, il quale garantisce il funzionamento efficiente del sistema di *multilevel governance*.

(18) L'articolo 6, comma 3, d.lgs. 231-2001 recita che "*i modelli di organizzazione e di gestione possono essere adottati, garantendo le esigenze di cui al comma 2, sulla base di codici di comportamento redatti dalle associazioni rappresentative degli enti, comunicati al Ministero della giustizia che, di concerto con i Ministeri competenti, può formulare, entro trenta giorni, osservazioni sulla idoneità dei modelli a prevenire i reati*".

(19) Si pensi all'art. 27 bis, comma 1, d.lgs. 206-2005 "*Le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali e professionali possono adottare, in relazione a una o più pratiche commerciali o ad uno o più settori imprenditoriali specifici, appositi codici di condotta che definiscono il comportamento dei professionisti che si impegnano a rispettare tali codici con l'indicazione del soggetto responsabile o dell'organismo incaricato del controllo della loro applicazione*"

(20) La carta dei servizi è un documento che vincola il gestore del servizio pubblico all'utente in ordine alla qualità del servizio, agli standard quantitativi, alle modalità di erogazione del servizio e ai rimedi previsti a tutela dell'utente. Ha una funzione informativa e attribuisce all'utente un potere di controllo circa il rispetto delle prescrizioni poste nella carta. Sul punto C. CIANO, *Carta dei servizi pubblici e buon andamento in Interesse pubblico tra politica e amministrazione*, Editoriale Scientifica Italiana, 2010, p.307

- (21) E. BELLISARIO, *La responsabilità sociale delle imprese fra autonomia e autorità privata*, op.cit. p.812.
- (22) Distinto dai codici etici è il bilancio sociale d'impresa il quale, non prescrive delle regole comportamentali, ma opera una rendicontazione dell'aspetto di relazione con i propri *stakeholders* analizzando i rapporti che l'impresa detiene con tutti coloro che hanno un interesse nei confronti dell'impresa F. VERMIGLIO, *Il bilancio sociale*, in L. SACCONI (a cura di), *Guida critica*, op. cit., p.655
- (23) F. PERNAZZA, *Legalità e Corporate Social Responsibility nelle imprese transazionali*, in *Impresa e diritti fondamentali nella prospettiva transazionale*, Edizioni Scientifiche Italiane, 2012, p.150 ha osservato che le regole contenute nei codici etici difficilmente si prestano a costituire un parametro giuridicamente rilevante di valutazione delle condotte imprenditoriali nell'ambito civile e commerciale poiché hanno una valenza meramente integrativa delle regole di fonte statale.
- (24) F. FONDERICO, *Limiti e standard* in R. FERRARA (a cura di) *Trattato di diritto dell'ambiente*, op.cit., p.60 precisa che occorre distinguere tra standard vincolanti, espressione del potere autoritativo di *command and control*, e standard volontari, idonei ad orientare i modelli di consumo e comportamento come il certificato EMAS o il marchio ECOLABEL.
- (25) Per un approfondimento sui marchi relativi al Commercio Equo e Solidale F. PERNAZZA, *Legalità e Corporate Social Responsibility nelle imprese transazionali*, op. cit., p.167
- (26) Le certificazioni ambientali dichiarative vanno distinte dalle certificazioni ambientali intese come strumenti di mercato. Queste ultime costituiscono titoli negoziabili in mercati artificiali creati dal legislatore per incentivare l'uso di fonti di energia rinnovabili (certificati verdi) per indurre al risparmio energetico (certificati bianchi) e per quantificare economicamente la quantità di risorse naturali consumabili (quote di emissione). Sul punto M. CLARICH, *La tutela dell'ambiente attraverso il mercato* in *Dir. Pubbl.*, 2007, n.1, p.219
- (27) La definizione è di A. BENEDETTI, *Le certificazioni ambientali*, in *Diritto dell'ambiente* G. ROSSI (a cura di), Giappichelli, 2011, p.197
- (28) Sulla responsabilità dei certificatori nel caso di diffusione di informazioni false o errate E. BELLISARIO, *La responsabilità degli organismi di certificazione della qualità* in *Danno e responsabilità*, 2011, n.11, p.1017
- (29) Il certificatore è un soggetto terzo, indipendente ed accreditato presso l'organismo nazionale competente; in Italia l'unico ente pubblico di accreditamento è Accredia.
- (30) Il regolamento CE n.1221/2009 chiarisce che il compito del verificatore è quello di accertare l'attitudine del SGA a raggiungere gli obiettivi prefissati e la veridicità di quanto contenuto nella dichiarazione ambientale. In ogni caso, il verificatore dovrà essere accreditato. V. PARRINI, *Il verificatore ambientale EMAS: accreditamento e funzioni* in www.isprambiente.gov.it/files/accreditamento
- (31) Il metodo LCA valuta le interazioni del prodotto sull'ecosistema durante l'intero ciclo di vita partendo dalla fase di preproduzione (ad esempio estrazione dei materiali), produzione, distribuzione, uso, manutenzione e concludendo con la fase del riciclaggio o della dismissione finale (smaltimento). Sul punto A. BORDIN, *La life cycle assessment e l'etichettatura ambientale* in *Ambiente*, 2002, n.9, p.821

(32) Sul punto A. BENEDETTI, *Le certificazioni ambientali*, op. cit., p.201

(33) Per un approfondimento della tematica delle certificazioni ambientali M. CAFAGNO, *Gli strumenti volontari a protezione dell'ambiente*, in *Trattato di diritto dell'ambiente* R. FERRARA (a cura di), Giuffrè, 2014, p.339 ss.

* *dottoranda in diritto ed impresa – Luiss Guido Carli*

Publicato su AmbienteDiritto.it l'11 Maggio 2015