



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.



## 2 momenti

3.

### — 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](http://www.vigeo.com)

[www.vigeo.com](http://www.vigeo.com)

**Federico Versace**  
T: +39 02 36518114

[federico.versace@vigeo.com](mailto:federico.versace@vigeo.com)