



CONFINDUSTRIA

La responsabilità sociale per l'industria 4.0

MANIFESTO DI
CONFINDUSTRIA
PER LE IMPRESE CHE
CAMBIANO PER UN
PAESE PIÙ SOSTENIBILE

Scenari, trend e ripercussioni per le imprese

Lo sviluppo industriale del mondo occidentale ha generato e reso possibili obiettivi ed estesi benefici in termini di incremento del benessere sociale in molte aree del mondo. Tuttavia, la crescita economica come l'abbiamo conosciuta finora, ha anche determinato una pressione ambientale non sostenibile nel lungo termine, e prodotto risultati non soddisfacenti in termini di uguaglianza e inclusione sociale. Questi problemi costituiscono una minaccia per il mantenimento del benessere in senso generale, ma anche per la stessa sostenibilità economica dell'attività di impresa.

Sul piano ambientale, l'intensità di utilizzo delle risorse ha spesso superato la capacità naturale di rigenerazione ed è aumentata la presenza di sostanze inquinanti: un ambiente naturale degradato riduce la disponibilità di risorse e aumenta il costo dell'approvvigionamento. Sono molto cresciute le emissioni di gas a effetto serra, oggetto di misure di riduzione in Europa e, dopo la COP 21, anche nel resto del mondo. Sul piano sociale, il problema della crescita economica è stata la sua difformità. Nelle economie più avanzate (Europa occidentale, USA, Canada, Giappone, Corea del Sud, Australia, Nuova Zelanda) vive circa un miliardo di persone, il 15% del totale mondiale. All'altro estremo, una cifra che - a seconda delle definizioni e delle stime - varia tra 1 miliardo e 2,5 miliardi di persone vive in condizioni di povertà estrema, cioè in una condizione di lotta quotidiana per la sopravvivenza, e 1,3 miliardi di persone non hanno accesso all'energia elettrica. I flussi migratori di milioni di persone dall'Africa e dal Medio Oriente verso l'Europa ne sono una delle conseguenze. Ma anche all'interno dei Paesi OCSE sono aumentate molto negli ultimi anni le disuguaglianze di reddito e ricchezza, e con esse le difficoltà dei gruppi sociali più vulnerabili, è diminuita la protezione pensionistica e si sono ridotte le chance di occupazione e di mobilità sociale dei giovani. Ne possono derivare tensioni sociali, instabilità, crescita inferiore al potenziale.

Questi problemi, già gravi oggi, porranno sfide sempre più pressanti nei prossimi decenni, anche in relazione all'incremento della popolazione mondiale dagli attuali circa 7 miliardi di abitanti agli oltre 9 del 2050. Abbiamo bisogno di una crescita economica sostenuta, ma anche sostenibile e inclusiva. A questo risultato, ambizioso ma necessario per garantire pace e prosperità, e che non si può ottenere senza un impegno condiviso da parte dei Governi dei Paesi più importanti, puntano i 17 Sustainable Development Goals, gli obiettivi per lo sviluppo sostenibile - approvati in sede ONU e sottoscritti anche dall'Italia - che configurano un'Agenda mondiale comune con orizzonte 2030.

Ma un nuovo modello di crescita economica e la soluzione dei più gravi problemi **del mondo non possono concretizzarsi senza il contributo delle imprese. Sono infatti l'innovazione, e la sua**

Il degrado dell'ambiente, il cambiamento climatico, le disparità di reddito e benessere tra Paesi e al loro interno sono i grandi problemi irrisolti della crescita economica a livello globale

Con una popolazione mondiale in forte crescita, è necessaria la transizione verso un nuovo modello di crescita economica, sostenibile e inclusiva, come prospettato dall'Agenda ONU al 2030 (Sustainable Development Goals)

concreta applicazione produttiva, che rendono possibile la sostenibilità: due driver che insieme definiranno la transizione verso un'economia più circolare, più efficiente nell'uso delle risorse, a basse emissioni e più inclusiva. Questo punto di vista è ormai condiviso dalle principali istituzioni internazionali, dalla maggioranza dei Governi dei grandi Paesi e anche organizzazioni datoriali del G7.

Le imprese avranno un ruolo fondamentale, perché sono motore e moltiplicatore dell'innovazione.

La sostenibilità come fattore di competitività

La consapevolezza di questo scenario di fondo è decisiva per orientare le scelte imprenditoriali e manageriali. Non tenerne conto in modo adeguato significherebbe mettere a rischio la competitività dell'industria italiana nel medio termine. In una prospettiva non lontana diventa più probabile una maggiore severità di regole e norme, ad esempio con l'introduzione di forme di tassazione sulle emissioni di gas serra. Cresce la sensibilità dei consumatori per gli impatti ambientali e sociali – ad esempio in tema di rispetto dei diritti umani - dei prodotti e dei servizi, si modificano le preferenze. Cresce l'aspettativa, nelle comunità locali, che le imprese che operano nel loro territorio contribuiscano al benessere delle persone che ci vivono, al di là della capacità di generare reddito e occupazione. I grandi fondi di investimento guardano sempre più, nell'allocazione del risparmio, ai fattori "ESG" (Environmental, Social and Governance): le performance ambientali e sociali delle imprese sono interpretate come segnali anticipatori delle performance economiche future. Valgono per tutti, come esempio concreto di questa attenzione, le lettere inviate negli ultimi anni dai grandi fondi di investimento ai vertici delle grandi imprese mondiali nelle quali si dichiara che – a vantaggio degli azionisti - nelle decisioni di allocazione dei fondi, avranno un peso decisivo le capacità dimostrate dalle singole società di saper considerare e dare risposta alle sfide dello sviluppo sostenibile. Questi temi non risuonano peraltro come nuovi per l'imprenditoria italiana. Adriano Olivetti ha insegnato a tutto il mondo che prendersi cura dei dipendenti, delle loro famiglie, della comunità, crea al contempo valore economico per l'impresa e valore sociale. Molte piccole e medie imprese italiane si relazionano con i propri dipendenti e con la comunità locale con un'attenzione che va molto al di là degli obblighi di legge e di contratto, contribuendo a rafforzare il tessuto sociale. Alcune grandi imprese italiane sono riconosciute a livello internazionale per le loro performance di sostenibilità. E sono già numerose le imprese italiane, che grazie all'innovazione di processo e di prodotto, possono vantare posizioni di leadership nell'ambito della green economy. Rispetto alle sfide della sostenibilità, il sistema industriale italiano può dunque far leva su un patrimonio già esistente, da valorizzare.

L'attenzione agli impatti ambientali e sociali sarà un fattore chiave di competitività nei prossimi anni

In alcuni casi queste scelte di comportamento responsabile e sostenibile hanno trovato origine nella visione etica del fare impresa

propria di singoli imprenditori. Tuttavia, i grandi trend con cui l'industria italiana, da sempre fortemente integrata nell'economia internazionale, si sta confrontando e dovrà confrontarsi nei prossimi anni impongono una considerazione più sistematica, in cui l'attenzione alle problematiche sociali e ambientali diventi una leva gestionale, capace di generare al contempo benefici per l'impresa e per la società e di trasformare le sfide in opportunità.

Confindustria ritiene che la consapevolezza dei trend internazionali e delle problematiche ambientali e sociali, e la loro integrazione nelle scelte strategiche e gestionali sia una leva importante per un'impresa moderna che vuole crescere e competere sui mercati internazionali. Questa leva assume diversi nomi - responsabilità sociale d'impresa, sostenibilità d'impresa, valore condiviso - ma nel suo senso più pieno comporta sempre un approccio sostenibile a tutto tondo, che interessa la strategia, la governance, l'innovazione dei processi e dei prodotti, l'attenzione agli stakeholder.

Le imprese che sapranno interpretare al meglio, con i loro beni e servizi, i nuovi bisogni e le nuove sensibilità e che sapranno realizzare i propri prodotti con minori impatti ambientali e sociali, inclusi quelli della propria catena di fornitura, avranno maggiori vantaggi competitivi nel medio-lungo termine. L'attenzione ai temi della sostenibilità e lo sviluppo degli strumenti di una moderna responsabilità sociale d'impresa non sono dunque in antitesi con l'obiettivo di un settore industriale forte e trainante per l'economia italiana, ma sono invece intrinsecamente collegati all'innovazione e al progetto di Industria 4.0. Muoversi in questa direzione significa rafforzare le capacità competitive dell'intero sistema industriale italiano e la sua attrattività per gli investitori esteri, un compito con il quale Confindustria si identifica da sempre. Non muoversi significa invece accrescere il rischio della marginalizzazione e del declino. Questa alternativa di fondo dovrebbe essere ben chiara ad ogni imprenditore: l'importanza della sostenibilità cresce, perché cresce l'urgenza di porre rimedio ad alcuni grandi problemi che interessano l'intero pianeta. Non riconoscere l'importanza del tema mette a rischio - in prospettiva - la stessa esistenza della singola impresa e la rilevanza del sistema produttivo italiano nel contesto internazionale.

I vantaggi della sostenibilità d'impresa

Praticare una gestione sostenibile, improntata a criteri della Responsabilità sociale d'impresa, significa saper identificare e poi praticare i comportamenti responsabili e sostenibili più consoni con il proprio contesto di business - settore, tipo di mercato, posizione nella catena del valore, attività dell'impresa e suoi impatti e relazioni con il territorio e con gli stakeholder più rilevanti.

I nuovi scenari impongono un'attenzione più sistematica: la sostenibilità praticata in azienda, la responsabilità sociale d'impresa, non sono un corollario delle attività industriali, ma leve gestionali e strategiche sempre più necessarie

Nel medio-lungo termine, non c'è antitesi ma coincidenza tra sostenibilità e competitività

Un approccio efficace alla sostenibilità parte dall'identificazione dei rischi e delle opportunità per la creazione di valore specifici di ogni impresa

Proprio perché legate alle specificità delle attività di impresa, sono molte le modalità con cui un approccio gestionale ispirato alla sostenibilità può concretamente manifestarsi. Non esiste una ricetta buona per tutte le imprese: il fattore comune è che si tratta di iniziative volontarie oltre quanto imposto dalle norme di legge.

Solo a titolo di esempio, è utile ricordare in che cosa si può concretamente tradurre un approccio ispirato alla sostenibilità. Una gestione sostenibile può riguardare la riduzione degli impatti ambientali connessi con le attività produttive, il welfare aziendale, misure di rafforzamento della prevenzione degli infortuni, iniziative a supporto della comunità. Ma può anche e soprattutto portare allo sviluppo di prodotti e servizi che rispondano a bisogni sociali emergenti, inclusa la maggiore efficienza energetica nella fase di utilizzo. In questo senso, un orientamento gestionale che integri la sostenibilità è anche uno stimolo all'innovazione di processo e di prodotto e un investimento in capitale intangibile: umano, intellettuale, relazionale. Il fatto che questo comporti maggiori costi non deve alterare il giudizio sulla sua opportunità. Solo distinguendosi per le performance ambientali e sociali dei propri prodotti e sistemi di gestione sarà possibile ottenere una migliore considerazione da parte del mercato, sia questo costituito da altre imprese o da consumatori finali.

La globalizzazione ha cancellato, per le imprese italiane, la possibilità di affidare la propria competitività al solo fattore prezzo, spingendo verso l'innovazione e la qualità. Negli anni a venire, la sostenibilità dei prodotti e dei processi produttivi sarà un ingrediente sempre più rilevante della qualità.

È opportuno pertanto ricordare quali vantaggi possano conseguire dalla considerazione di aspetti di sostenibilità. I benefici per le imprese si possono riscontrare in termini di

- minori costi, ad esempio quando la scelta di modalità operative di minore impatto (si pensi all'efficienza energetica degli impianti) comporti risparmi nei costi dell'energia;
- maggiori ricavi, ad esempio quando le caratteristiche dei prodotti / servizi offerti siano in grado di incontrare il favore della domanda. Di particolare interesse, in questo senso, è il caso delle imprese che intendono vendere i propri beni o servizi alla Pubblica Amministrazione in ambiti coperti dal Green Public Procurement. Altrettanto rilevante è il caso delle forniture di PMI a grandi imprese: sempre più spesso le grandi imprese richiedono alla propria catena di fornitura prestazioni ambientali e sociali in linea con le proprie politiche di rispetto dell'ambiente e dei diritti umani, in modo da ridurre il proprio rischio reputazionale. Tali richieste rappresentano, per

Riduzione dell'impatto ambientale, welfare aziendale, supporto alla comunità....

... ma anche prodotti innovativi che rispondono a bisogni sociali emergenti

La sostenibilità come leva per diminuire i costi, incrementare la produttività, attrarre consumatori e investitori, cogliere opportunità di mercato

- converso, possibilità di sviluppare vantaggi distintivi verso la committenza da parte di PMI con produzione B2B;
- attrazione di investitori, che leggono nelle performance ESG delle imprese il segno di una loro capacità di gestire le sfide poste dal contesto esterno e di generare valore nel medio – lungo termine
 - riduzione del rischio. Quest'ultima categoria è particolarmente rilevante quando si consideri il contesto relazionale in cui si svolgono le attività di impresa e l'importanza crescente che in tale contesto ha assunto il fattore reputazionale. Rispondere alle aspettative degli stakeholder può agevolare il raggiungimento degli obiettivi di business, mentre deluderle può comportare opposizione o addirittura boicottaggio di mercato. Degli stakeholder fanno parte anche dipendenti: sono numerose le evidenze della maggiore capacità di attrarre e trattenere talenti da parte di società note per l'impegno concreto a favore dello sviluppo sostenibile.

Anche l'integrità nella gestione dell'impresa – il rispetto di valori etici, il contrasto alla corruzione – fa parte degli strumenti di responsabilità sociale, e come per gli altri aspetti svolge una funzione sia di mitigazione del rischio sia di qualificazione positiva verso clienti, dipendenti, investitori: incrementa il capitale reputazionale. Parimenti, la cultura della trasparenza ha un potenziale valore di business: parte di un approccio gestionale orientato alla pratica della RSI consiste anche nella sua valorizzazione esterna.

Contrasto alla corruzione, integrità, trasparenza: valori identitari e opportunità di crescita del capitale reputazionale

Molte imprese già hanno sviluppato sistemi di misura e di reportistica esterna; altre saranno chiamate a farlo in applicazione delle norme del D.Lgs. 254 del 2016 che introducono – per alcuni soggetti – l'obbligo di predisporre una Dichiarazione non finanziaria - un esempio delle conseguenze per le imprese italiane degli scenari delineati in questo documento. Nella misura in cui le imprese abbiano adottato o intendano sviluppare iniziative di RSI coerenti con il proprio business, questa normativa non è più portatrice di nuovi oneri ma acquista il valore di un'opportunità di concreta misurazione dell'impatto di tali iniziative e di loro valorizzazione con la comunicazione.

L'impegno di Confindustria

In coerenza con il quadro presentato, e sottolineando come l'adozione di pratiche di Responsabilità sociale d'impresa debba rimanere in ogni caso una scelta volontaria delle singole imprese, Confindustria intende promuovere la diffusione della pratica e della cultura della sostenibilità nel sistema industriale italiano.

Confindustria intende promuovere la diffusione della pratica e della cultura della sostenibilità nel sistema industriale italiano

In qualità di attore e rappresentante del sistema produttivo italiano, Confindustria non può ignorare il tema della sostenibilità. Non può e non deve, perché i rischi sono elevati e lo stesso sistema produttivo non si può permettere di correrli. In questi anni, per molte imprese il problema principale è stata la sopravvivenza alla crisi. Un problema legato alla domanda, alla crescita insufficiente, al peso del fisco, al rapporto con le banche: tutti aspetti che rimangono al centro dell'azione di Confindustria. L'attenzione per la sostenibilità non incide sulla centralità delle rimozione delle cause della minor crescita italiana nel contesto europeo, ma non è nemmeno – rispetto a questa – un argomento secondario, marginale o diverso: è nella prospettiva dello sviluppo sostenibile che va ricercata la risposta ai problemi strutturali dell'economia italiana. E poiché la struttura industriale italiana è costituita in gran parte da PMI, è nei loro confronti che occorre produrre lo sforzo maggiore.

La sostenibilità non è un lusso da considerare una volta risolti i problemi impellenti della crescita: è parte della soluzione

La sottoscrizione, insieme ad altre organizzazioni datoriali, del documento dell'ASviS (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile) "Le imprese italiane insieme per gli obiettivi di sviluppo sostenibile" costituisce un primo passo in questa direzione.

La stessa adesione di Confindustria al Patto di Milano, "Le imprese italiane insieme per gli Obiettivi di sviluppo sostenibile", insieme alle altre associazioni imprenditoriali italiane, conferma la necessità e la volontà di cambiare modello di sviluppo per una crescita più sostenibile, inclusiva ed equa.

Tenuto conto anche degli impegni sottoscritti, Confindustria intende impegnarsi in azioni rivolte in primo luogo alle imprese associate, con l'obiettivo di

1. Alimentare e supportare la sensibilità e la consapevolezza dei problemi sociali e ambientali che hanno maggiore probabilità di impatto per le imprese italiane, sia in termini di potenziali nuovi spazi di business sia in termini di prevenzione dei possibili rischi
2. Promuovere la considerazione della sostenibilità nei sistemi di governance delle imprese, quali i Consigli di Amministrazione (ad esempio con iniziative di formazione dei Consiglieri), nei sistemi di remunerazione del top management e nella redazione dei piani strategici
3. Promuovere l'innovazione dei modelli di business e lo sviluppo di strategie aziendali orientate verso i Sustainable Development Goals, anche attraverso la raccolta e la diffusione di best practice
4. Sviluppare programmi di formazione sulla sostenibilità, sulle caratteristiche dell'Agenda 2030 e dei Sustainable Development Goals e partecipare alla definizione di un piano di azione comune, anche attraverso gruppi di lavoro con altre Associazioni di imprese

Sensibilizzare e informare le imprese associate, sostenerle nella definizione di strategie e nell'adozione di politiche di sostenibilità e di innovazione nei modelli di business

5. Sostenere e promuovere l'adozione di politiche e sistemi di gestione volti ad assicurare l'integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione, che rappresenta un importante ostacolo alla competizione di mercato e allo sviluppo di un sano sistema produttivo

Inoltre, l'azione di Confindustria sarà rivolta verso le istituzioni, al fine di:

6. Proporre e ottenere strumenti di politica economica a favore delle imprese che adottano buone pratiche di RSI attraverso la leva fiscale, la valorizzazione negli appalti pubblici e nella concessione dei finanziamenti da parte del sistema bancario e creditizio

Sollecitare l'adozione di misure legislative incentivanti per le imprese attive nelle buone pratiche di RSI

7. Orientare le iniziative di sostegno alla ricerca – pubblica e privata – verso soluzioni che diano risposta ai problemi dello sviluppo sostenibile;

8. Richiedere al Governo un impegno costante per sostenere e promuovere il raggiungimento dei Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite attraverso l'implementazione della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile e misure coerenti con gli impegni sottoscritti.

Infine, l'impegno di Confindustria sarà anche rivolto alla collaborazione con altre organizzazioni, come ad esempio le Università e le organizzazioni not-for-profit. In particolare, l'obiettivo sarà di:

9. Promuovere lo sviluppo di partnership pubblico-private, e con il terzo settore, attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione verso le imprese, per favorire l'innovazione e la creazione di valore condiviso

Promuovere partnership e piani di azione comuni tra associazioni di imprese, imprese, ONG e sistema pubblico a favore dello sviluppo sostenibile

10. Incoraggiare le Business School e le Università a sviluppare una cultura della sostenibilità come modello di comportamento per le imprese