

TEMPO DI RESPONSABILITÀ

L'etica della partecipazione
nei processi decisionali

Giampietro Vecchiato

Vice Presidente di PercoRSI Responsabili

piero@prconsulting.it

Treviso, 9 marzo 2010

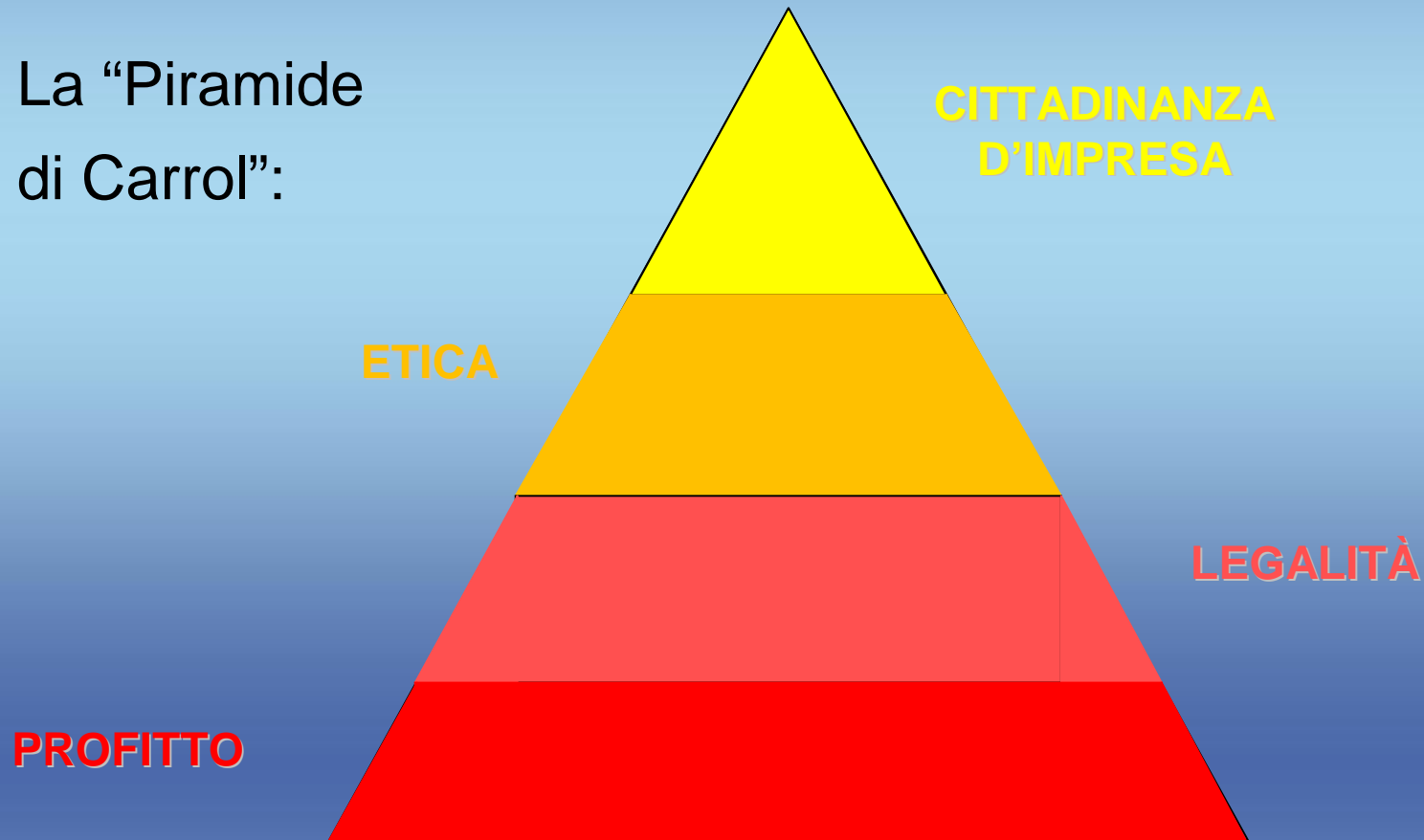
CHE COS'È LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE?

Secondo il **Libro Verde** *“Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese”* (2001), la RSI è una:

“Decisione volontaria di contribuire al progresso della società e alla tutela dell'ambiente, integrando preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle operazioni aziendali e nelle interazioni con gli stakeholder”.

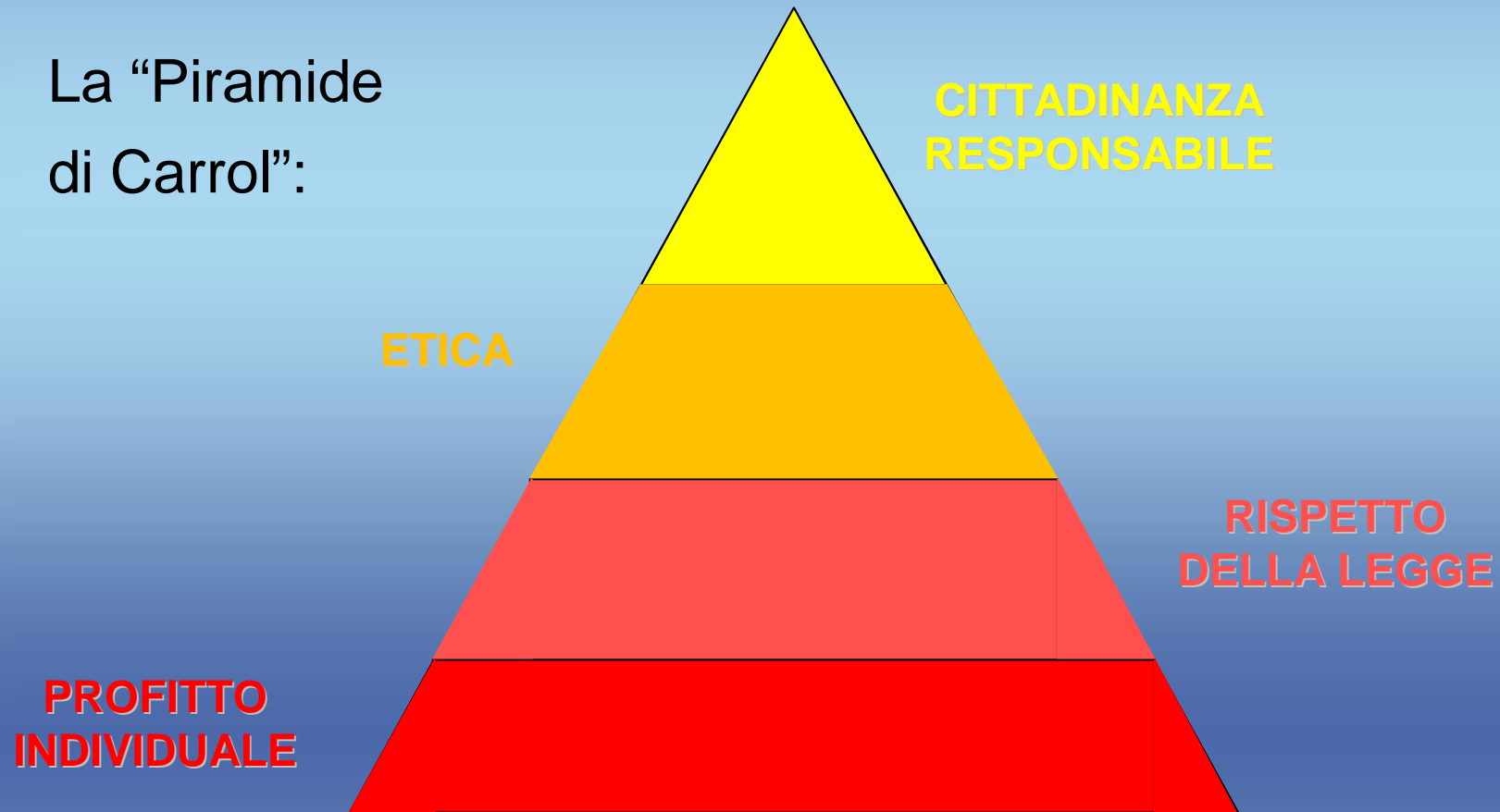
LIVELLI DI RESPONSABILITÀ DELLE IMPRESE

La “Piramide
di Carrol”:



LIVELLI DI RESPONSABILITÀ DELLE PERSONE

La “Piramide
di Carrol”:



MORALE, DIRITTO, ETICA

MORALE

Ha come contenuto i **valori personali** dettati dalla coscienza individuale: quello che ciascuno di noi reputa giusto o sbagliato.

DIRITTO

Le **norme** attraverso le quali lo Stato sanziona i comportamenti e le azioni che non rispettano la legge.

MORALE, DIRITTO, ETICA

ETICA

I diritti/doveri non sono né liberamente scelti (come nella morale), né imposti (come nel diritto).

Nell'etica i diritti/doveri sono condivisi tra i protagonisti dello "stare insieme".

Un comportamento è etico solo quando è l'esito di un incontro tra una organizzazione e i suoi stakeholder.

ETICA E RELAZIONE

Non esiste etica

senza relazione.

Non esiste relazione

senza principi etici.

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE È PERVASIVA

La **Responsabilità Sociale**
non riguarda solo le **imprese**,
ma coinvolge tutte le **organizzazioni**
(profit e non profit, pubbliche e private)
e, soprattutto, tutte le **persone**:

- **nessuna esclusa;**
- **senza “se” e senza “ma”.**

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DI TERRITORIO

Nella RST i **principi** della **Responsabilità Sociale d'Impresa** vengono progressivamente declinati in un contesto più ampio, dove:

- l'impresa da soggetto promotore diventa uno tra gli stakeholder della comunità;
- le caratteristiche della CSR vengono adattate alle esigenze della comunità stessa;



TERRITORIO SOCIALMENTE RESPONSABILE

TRE CONCETTI CHIAVE

Territorio Socialmente Responsabile

1. TERRITORIO

2. RELAZIONI

3. COMUNITÀ

Francesco Peraro,
Gianpietro Vecchiato
(a cura di)

Responsabilità sociale del territorio

Manuale operativo
di sviluppo sostenibile
e best practices

MANAGEMENT

FrancoAngeli

TOOLS

1. IL TERRITORIO

1. Definizione tradizionale:

Insieme delle risorse naturali (acqua, terra, aria) e **prodotto** delle trasformazioni umane.

2. Nuova interpretazione:

Il territorio è l'uso che se ne fa nel tempo e nello spazio, valutato in riferimento alle azioni che si compiono e agli effetti che esse producono.

2. LE RELAZIONI

Le relazioni sono formate da una fitta trama di rapporti e interazioni tra individui e funzioni appartenenti alle organizzazioni che prendono parte alla relazione.

Caratteristica fondamentale:

LA CONTINUITÀ NEL TEMPO

Attraverso la relazione si creano i collegamenti tra le singole parti del sistema e tra questo e il contesto.

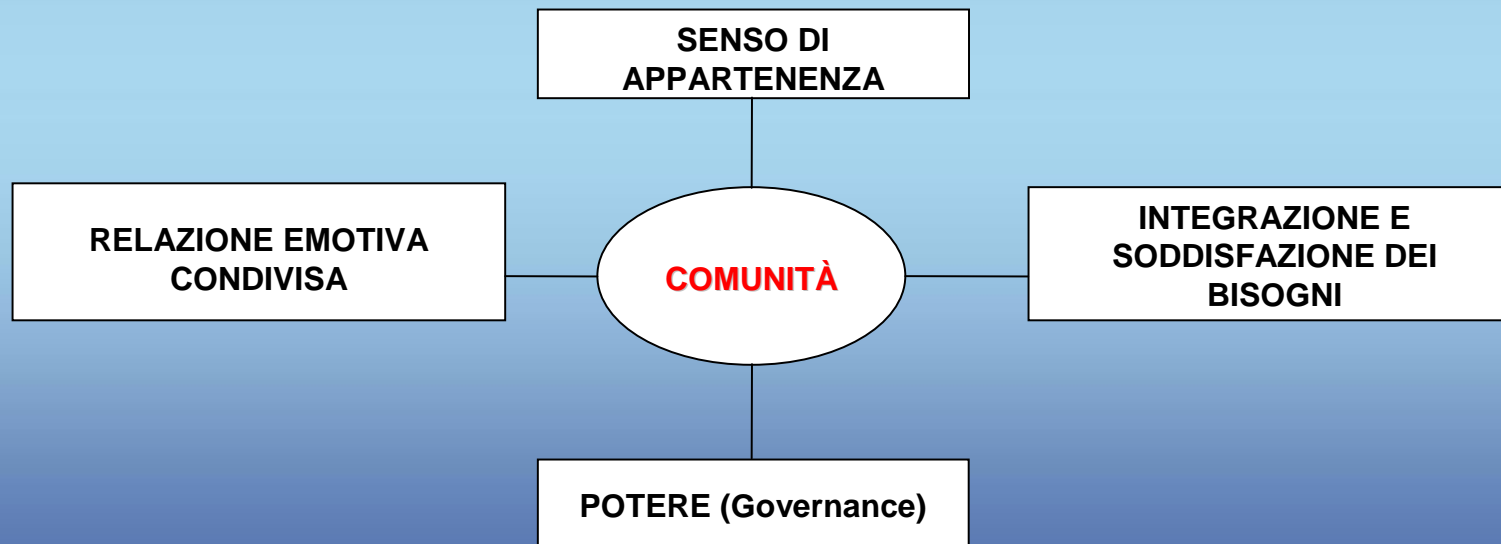
3. LA COMUNITÀ

*“Il **senso di comunità** è la certezza soggettiva che i membri hanno di appartenere e di essere importanti gli uni per gli altri e tutti per il gruppo, ed una fiducia condivisa nella possibilità di soddisfare i propri bisogni come conseguenza dello stare insieme.”*

(Mc Millian, Chavis, “Sense of community: a definition and theory”,
Journal of community psychology, n.1, 1986)

3. LA COMUNITÀ

La **comunità territoriale** si basa sulla fiducia condivisa che è fatta da:



Il presupposto per l'appartenenza ad una comunità si fonda sulla condivisione di **valori, esperienze e significati.**

3. LA COMUNITÀ E IL SENSO DI APPARTENENZA



SENSO DI APPARTENENZA:

- Reciprocità di controllo
- Complementarietà
- Fiducia reciproca
- Impegno
- Soddisfazione
- Relazione condivisa e di scambio

Come i soggetti di una comunità interagiscono all'interno di un territorio ?

ATTRAVERSO LE RELAZIONI !

L'APPROCCIO RELAZIONALE AL TERRITORIO

- **Costruire** relazioni di lungo periodo con e tra tutti i soggetti del sistema.
- **Basare** il processo sulla fiducia e sulla reputazione.
- **Sviluppare** forme di comunicazione interattiva con tutti i soggetti che fanno parte del sistema.
- **Scegliere** gli strumenti di comunicazione che favoriscono il dialogo e la partecipazione.

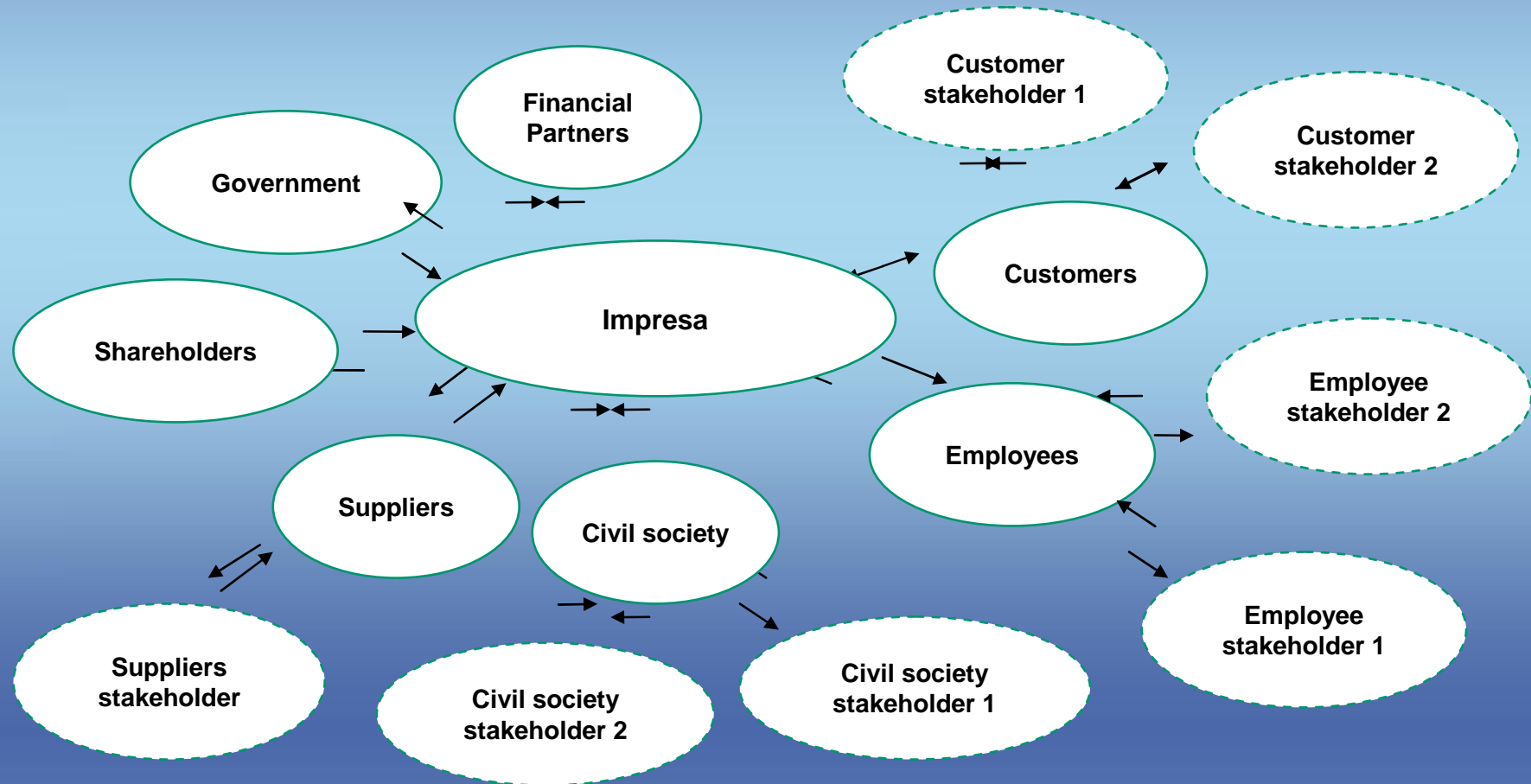
L'APPROCCIO RELAZIONALE AL TERRITORIO

Prerequisito fondamentale nella costruzione di un'arena deliberativa è quello di garantire una **procedura "aperta"** a tutti gli stakeholder, fornendo ***uguali poteri di intervento*** e richiedendo ***un'auto-assunzione di doveri e di responsabilità.***

L'APPROCCIO TRADIZIONALE AL TERRITORIO



L'APPROCCIO RELAZIONALE AL TERRITORIO



COME SI CONIUGA IL VERBO *PARTECIPARE* ?

Io partecipo

Tu partecipi

Egli partecipa

Noi partecipiamo

Voi partecipate

Essi decidono



F
R
U
S
T
R
A
Z
I
O
N
E

QUANDO L'ORGANIZZAZIONE È ETICA ?

Un'organizzazione è etica quando cerca di conciliare e includere nel progetto di crescita il progetto di vita delle singole persone attraverso una maggiore attenzione per:

1. Fiducia
2. Valori
3. Comportamenti
4. Ruolo del leader

1. FIDUCIA

La fiducia tra l'organizzazione e la singola persona si misura attraverso:

1. Dialogo e comunicazione
2. Spirito di collaborazione
3. Formazione
4. Pari opportunità
5. Sicurezza e salute
6. Conciliazione lavoro / famiglia
7. Politiche di inserimento e ristrutturazioni responsabili

2. VALORI

I nuovi valori di una organizzazione etica sono:

1. **Autonomia / Decentramento decisionale**
2. **Libertà responsabile**
3. **Auto-imprenditorialità**
4. **Cooperazione**
5. **Mutua fiducia**
6. **Flessibilità organizzativa**
7. **Cultura del merito**

3. AZIONI

Tali valori devono essere messi in pratica attraverso alcuni comportamenti:

1. **Valorizzare le risorse umane** (da dipendenti a imprenditori di sé stessi)
2. **Far partecipare alla gestione alla responsabilità** (dall'obbedienza)
3. **Responsabilizzare le persone** (dall'omologazione alla diversità)
4. **Favorire l'innovazione**
5. **Condividere le informazioni**
6. **Aprire al cambiamento organizzativo**
7. **Valutare** (riconoscere i successi e gli insuccessi)

4. RUOLO DEL LEADER

Attraverso una leadership che sia in grado di:

1. **Promuovere lo spirito di appartenenza**
(attraverso l'esempio, la considerazione e il coinvolgimento)
2. **Esigere un lavoro compiuto in autonomia** (dire sempre *che* cosa fare, dire *come* fare solo se necessario)
3. **Saper delegare** (facendo attenzione ad evitare di delegare senza controllo e non delegare per paura)
4. **Assicurare che gli obiettivi siano condivisi**
5. **Dare fiducia e stima**
6. **Essere il garante**
(dei risultati sulla base degli obiettivi stabiliti in partenza)
7. **Condividere i successi con i propri collaboratori**

IL DECALOGO PER UNA PARTECIPAZIONE EFFICACE

1. **Eguale rispetto**

(non discriminare, non emarginare, non ingannare)

1. **Principio di cooperazione**

(cooperare per capire e per farsi capire)

1. **Trasparenza**

(esplicitare gli obiettivi e le modalità che si intendono utilizzare)

1. **Rispetto della verità** (onestà, lealtà, integrità)

1. **Completezza e rilevanza delle informazioni**

IL DECALOGO PER UNA PARTECIPAZIONE EFFICACE

1. Essere tempestivi

1. Responsabilità

(essere pronti a rispondere dei propri risultati)

1. Parlare con voce umana

1. Riconoscere e includere tutti gli stakeholder

1. **Riconoscere** che in caso di conflitto tra interesse del singolo e **interesse pubblico** è quest'ultimo a **prevalere**

REGOLA AUREA

ASCOLTARE

Ascoltare prima di decidere
per inglobare le necessità e le aspettative
dei pubblici nei progetti/programmi.



**COMUNICAZIONE
SIMMETRICA & BIDIREZIONALE**

DAL “LIBRO BIANCO” SUL FUTURO DEL MODELLO SOCIALE

*“La **Partecipazione** rappresenta la soluzione più autorevole e credibile per superare ogni residua cultura antagonista nei rapporti di produzione e avviare, in un rinnovato clima di fiducia e collaborazione, una virtuosa alleanza tra capitale e lavoro sui temi della **crescita**, dello **sviluppo** e della **giustizia sociale**.”*