



FORUM

delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio
of the Adriatic and Ionian Chambers of Commerce
Gospodarskih Komora Jadransko-jonskog područja

Women's entrepreneurship
of the Adriatic and Ionian Area

CARTA DEI VALORI

IMPRESE FEMMINILI

FORUM of the Adriatic and Ionian Chambers of Commerce
c/o Ancona Chamber of Commercio Piazza XXIV Maggio, 1 - 60124 Ancona (Italy)
Phone +39 071 5898.249/266
Fax +39 071 5898.255 - segreteria@forum.an.camcom.it
www.forumaic.org

Brussels Office - c/o Unioncamere Brussels - Rue de l'Industrie, 22 - 1040 Brussels (Belgium)



FORUM

delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio
of the Adriatic and Ionian Chambers of Commerce
Gospodarskih Komora Jadransko-jonskog područja



Premessa

IMPRENDITORIA FEMMINILE e RESPONSABILITA' SOCIALE

"Responsabilità è sostantivo femminile"

Il Forum delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio riconosce nell'imprenditoria femminile uno dei valori fondamentali per lo sviluppo sociale ed economico dell'intera area.

Con la presente Carta il Tavolo dell'Imprenditoria Femminile intende riconoscere e valorizzare le potenzialità ed i valori di cui le imprese femminili sono portatrici.

Il documento vuole essere una proposta per l'elaborazione di un successivo Codice Etico che ogni impresa in forma singola od associata potrà elaborare; un punto di partenza per l'individuazione di impegni e di comportamenti garantendo al tempo stesso la crescita e la coesione sociale secondo il modello dell'Unione Europea.

Dai principi della Responsabilità Sociale¹ può venire un significativo impulso al riconoscimento del ruolo svolto dalle donne agevolando la loro partecipazione al dialogo, ai processi decisionali che garantiscono la coesistenza armoniosa delle imprese e della società .

¹ Libro Verde della Commissione Europea "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese" per Responsabilità Sociale d'impresa si intende "l'integrazione su base volontaria da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali e nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate". COM (2001) 366



FORUM

delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio
of the Adriatic and Ionian Chambers of Commerce
Gospodarskih Komora Jadransko-jonskog područja

Women's entrepreneurship
of the Adriatic and Ionian Area

Il contesto

IL QUADRO INTERNAZIONALE

1997 - Social Accountability 8000: costituisce il primo standard a livello internazionale, promosso Council on Economic Priorities Accreditation Agency (CEPAA - www.cepaa.org) in materia di Responsabilità Sociale;

2000 - Dichiarazione Tripartita di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale dell'International Labour Organization (ILO - www.ilo.org);

Global Compact delle Nazioni Unite (www.unglobalcompact.org): invita le imprese di tutto il mondo a creare un quadro economico, sociale ed ambientale atto a promuovere un'economia mondiale sana e sostenibile che garantisca a tutti l'opportunità di dividerne i benefici;

Linee Guida dell'Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD - www.oecd.org): definisce una serie di raccomandazioni per le imprese multinazionali; sono le prime norme comportamentali esaustive che sono state fornite alle imprese per orientarle verso la Corporate Social Responsibility;

2003 - Dichiarazione adottata dalla Sub Commissione delle Nazioni Unite per la Promozione e Protezione dei Diritti Umani (www.ohchr.org);

2004 - Delibera della Commissione sui Diritti Umani dell'ONU: chiarisce lo status giuridico delle "Norms on the responsibilities of transnational corporations and other business enterprises with regard to human rights" (www.ohchr.org);

2010 - ISO 26000: fornisce le linee guida sui principi e sui temi fondamentali della responsabilità sociale (www.iso.org).



FORUM

delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio
of the Adriatic and Ionian Chambers of Commerce
Gospodarskih Komora Jadransko-jonskog područja



IL QUADRO EUROPEO

2000 - Strategia di Lisbona - Consiglio dell'Unione europea dei Capi di Stato e di Governo. La Commissione dell'Unione europea ha proposto al Consiglio e al Parlamento il Programma relativo alla Strategia Quadro Comunitaria in materia di Parità tra Donne e Uomo 2001-2005. *COM (2000) 335*

2001 - Libro Verde "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese" della Commissione europea per la Responsabilità sociale delle imprese. Primo intervento della Commissione europea in materia di Corporate Social Responsibility, nell'ottica della promozione di un quadro europeo in tema di responsabilità sociale delle imprese. *COM (2001) 366*

2002 - Comunicazione della Commissione europea sulla Corporate Social Responsibility, che si inserisce nell'ambito del dibattito aperto dal Libro Verde con la quale la Commissione espone la strategia di promozione della Corporate Social Responsibility. *COM (2002) 347*

2004 - Libro verde della Commissione intitolato "Uguaglianza e non discriminazione nell'Unione europea allargata". *COM (2004) 379*

2006 - Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni - *Una tabella di marcia per la parità fra le donne e gli uomini 2006-2010*. *COM(2006) 92*

Il Consiglio UE di marzo 2006 adotta il *Patto Europeo per la Parità di Genere* per dare maggiore rilievo alla parità e sostenere gli obiettivi della tabella di marcia.

Comunicazione della Commissione europea in materia di Corporate Social Responsibility, con la quale la Commissione si propone di migliorare l'attenzione/interesse da parte delle imprese verso il tema della responsabilità sociale. *COM (2006) 136*

Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che costituisce un Istituto europeo per l'uguaglianza di genere. *CE n. 1922/2006*



FORUM

delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio
of the Adriatic and Ionian Chambers of Commerce
Gospodarskih Komora Jadransko-jonskog područja



La Carta dei Valori

✓ Che cosa è

La Carta dei valori è una dichiarazione di intenti per la diffusione di una nuova cultura aziendale ispirata ai principi della responsabilità sociale e ambientale d'impresa come modello di sviluppo sostenibile.

La Carta fornisce un quadro di riferimento valoriale per sostenere le imprese femminili nelle loro scelte e nei comportamenti che adottano nella gestione delle proprie attività e nelle relazioni con i diversi portatori di interessi interni ed esterni all'impresa.

Si tratta di uno strumento volontario a disposizione delle imprese femminili dell'area dell'Adriatico e dello Ionio che rafforza e si integra ai principi contenuti nelle norme vigenti.

La Carta dei Valori rappresenta uno **strumento di Corporate Social Responsibility** per "guidare" le imprenditrici verso un nuovo approccio nella valutazione di un'impresa ossia non solo in termini di produzione economica e di capacità di generare profitti ma anche in termini sociali e ambientali. Etica, responsabilità, qualità come fattori di competitività, di crescita, di sviluppo delle imprese.

Le imprese che agiscono secondo un comportamento socialmente responsabile godono così dei seguenti **vantaggi e benefici** di lungo periodo:

- o miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale;
- o maggiore trasparenza e miglioramento delle relazioni con il sistema bancario e delle performance finanziarie in genere;
- o riduzione dei rischi aziendali;
- o sviluppo di nuovi mercati e nuovi business anticipando bisogni emergenti;
- o maggiore soddisfazione dei collaboratori, miglioramento del clima aziendale e conseguente riduzione delle tensioni interne;
- o valorizzazione delle competenze individuali e creazione di un contesto più favorevole alla creatività e all'innovazione;
- o razionalizzazione dell'organizzazione e possibili riduzione dei costi, con particolare riferimento alla gestione ambientale.



FORUM

delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio
of the Adriatic and Ionian Chambers of Commerce
Gospodarskih Komora Jadransko-jonskog područja

Women's entrepreneurship
of the Adriatic and Ionian Area

✓ Obiettivi

Con questa Carta si intende contribuire al raggiungimento dei seguenti obiettivi condivisi:

- **Promuovere e valorizzare il plus valore del "fare impresa al femminile "**: affermare e valorizzare uno stile imprenditoriale femminile attento non solo al mercato e alla crescita economica ma anche orientato al miglioramento della qualità delle persone e all'ambiente, come risorsa importante per lo sviluppo sostenibile del sistema socio economico dell'intera area dell'Adriatico e dello Ionio e per contribuire a diffondere sempre più una cultura di inclusione sociale;
- **Riconoscere la "forza delle differenze"**: come buona pratica di integrazione e di pari opportunità ad ogni livello (assunzione, retribuzione, posti di responsabilità, formazione, salute e sicurezza) e nonché di applicazione di programmi/iniziative che facilitano la conciliazione tra vita professionale e vita privata;
- **Offrire all'imprenditoria femminile nuovi "strumenti gestionali"** che possono contribuire a coniugare le considerazioni etico sociali – equità e coesione, con le valutazioni squisitamente economiche e concorrenziali.

✓ Principi e Valori guida

Per svolgere al meglio le azioni/impegni è necessario altresì che le imprese femminili agiscano secondo i seguenti **Valori e principi** condivisi:

CENTRALITÀ DELLA PERSONA

- *Assicurare* imparzialità, equità ed integrità;
- *Garantire* parità e pari opportunità tra uomini e donne per l'accesso al lavoro alla formazione e promozione professionale;
- *Favorire* iniziative di conciliazione lavoro e famiglia;
- *Valorizzare* le risorse umane attraverso percorsi di crescita professione e di partecipazione alle scelte manageriali;
- *Mantenere* un ambiente e una organizzazione del lavoro fondati su principi di correttezza, dignità umana, uguaglianza e rispetto per le "diversità";
- *Promuovere* il benessere organizzativo, ovvero eliminare le carenze di informazione che possano favorire l'insorgere di conflitti e disagio psicologico.

ASCOLTO/COINVOLGIMENTO

- *Porre attenzione* ai bisogni e alle aspettative legittime degli interlocutori interni ed esterni (*stakeholder*) per migliorare il clima di appartenenza e il grado di soddisfazione;
- *Promuovere* con continuità il dialogo, l'ascolto e la partecipazione degli *stakeholder* alla vita d'impresa al fine di instaurare relazioni durature e per scegliere soluzioni in grado di favorire una continuità di risultati e per accrescere il valore d'impresa.

SOSTENIBILITA'

- *Considerare* la sostenibilità ambientale una strategia da sviluppare e su cui investire per contribuire alla realizzazione di un ambiente più sostenibile;
- *Integrare* nei processi di pianificazione strategica e nello svolgimento delle proprie attività quotidiane il pieno rispetto dell'ambiente;
- *Diventare* promotori di comportamenti sostenibili.

EFFICIENZA/QUALITÀ/INNOVAZIONE

- *Favorire* il massimo grado di innovazione ad ogni livello da quello tecnologico a quello manageriale con un impegno costante nella ricerca e nello sviluppo;
- *Ricerca e sviluppare* l'efficienza, l'efficacia ed economicità dei sistemi gestionali per accrescere costantemente i livelli di redditività e di competitività;
- *Creare valore nel tempo* per raggiungere la più efficace stabilità; l'impresa ha come scopo fondamentale la sua continuità nel tempo, perseguibile solo andando oltre la logica del risultato immediato.

CORRETTEZZA/TRASPARENZA/AFFIDABILITA'

- *Fornire* informazioni veritiere, chiare e verificabili sull'azienda;
- *Astenersi* da qualsiasi forma di concorrenza sleale;
- *Costruire* con gli stakeholders un rapporto di fiducia, basato sulla professionalità, sulla diligenza, sulla trasparenza, sulla legalità e correttezza.

TERRITORIO

- L'impresa è forte e competitiva se è fortemente *radicata nel territorio* sia dal punto di vista culturale che operativo;
- *Rimanere* legati al territorio e preservare il proprio patrimonio storico e culturale per trasmettere a tutti i portatori di interesse, quella fiducia necessaria alla crescita dell'impresa.

COMUNITÀ/COLLETTIVITÀ

- *Aumentare/Accrescere* le interrelazione con la collettività e con le sue componenti rappresentative per un dialogo partecipativo di scambio e di arricchimento sociale finalizzato al miglioramento della qualità della vita.

FARE SISTEMA

- *Creare una community* tra le imprese rappresenta sempre più una necessità oltre che un'opportunità poiché la competizione richiede di allungare la catena del valore creando sempre più ampi e trasversali collegamenti.



CREARE LA RETE SOSTENIBILE DELLE IMPRESE FEMMINILI