Il programma etico e sociale di Festival

Il tema dell'impresa etica presenta anche in Italia eccezionali opportunità di approfondimento e di sviluppo.
A partire dall'inizio degli anni '80 si è aperto un processo tendente alla ridefinizione del ruolo dell'impresa che la traguarda dalla massimizzazione del profitto alla creazione, in senso allargato, di ricchezza.
Gli elementi cardine di tale delicata trasformazione rischiano, tuttavia, di rimanere puri slogan in assenza di un condiviso programma di responsabilità sociale che indichi le linee guida, i comportamenti standard, gli strumenti di misurazione di tali comportamenti, cosicché l'azione conseguente alla responsabilità sociale non si limiti a singole e sporadiche attività di beneficenza o a mere compilazioni di codici etici o bilanci sociali cui non segua una ridefinizione interna dei modelli imprenditoriali di riferimento.
Il Gruppo europeo Festival, operante nel settore crocieristico, ha interpretato ed applicato i principi di responsabilità sociale elaborando un progetto etico divenuto il riferimento principale della missione aziendale.
Le nozioni di impresa etica, di bilancio sociale, di agire sostenibile, hanno così recuperato, in questa esperienza, quella concretezza che fa di loro non un gravame ma una eccezionale opportunità di trasformazione dell'impresa in un soggetto attivo nelle singole comunità estese nelle quali agisce e con cui interagisce.
Il grande impegno del Gruppo Festival riconosce e si basa su un nuovo concetto di impresa moderna; essa non può essere considerata soltanto un attore economico, ma deve essere a tutti gli effetti un attore sociale che si confronta non più e non soltanto con il suo mercato di riferimento, tradizionalmente composto da consumatori ed aziende concorrenti, ma con un forum più esteso dal gradimento del quale dipende il successo dell'impresa e la reputazione aziendale.
La nascita di nuovi interlocutori al di là degli azionisti, chiama l'impresa non ad una moralizzazione, bensì alla definizione di percorsi di organizzazione, sviluppo e crescita di una mission che faccia della sostenibilità il suo principio cardine, che sono virtuosi per la comunità estesa con cui la società è chiamata a confrontarsi, ma che sono specialmente virtuosi per l'impresa stessa.

L’etica degli affari nasce quindi come tentativo di ridefinire nei sistemi economici più progrediti la missione di impresa.
Questa scelta di adesione ai principi di responsabilità sociale comporta che l’impresa si impegni a raggiungere il proprio profitto nel rispetto di queste norme etiche alle quali volontariamente si conforma e che pertanto i rapporti con i soci, i dipendenti ed i fornitori saranno ispirati alle norme della trasparenza, correttezza, rispetto dell’ambiente, bandendo ogni forma di sfruttamento del lavoro facendo così propri i temi derivanti dal dibattito sulla globalizzazione.
I temi propri della responsabilità sociale possono diventare per l’impresa non solo il campo per una sfida quotidiana con sé stessa, ma anche l’occasione per la rivalutazione delle proprie risorse umane, attraverso un percorso formativo che deve avvenire nel nome della sostenibilità.
A ciò non potrà che conseguire un diffuso sentimento di fierezza e di appartenenza nel duplice senso di fierezza del dipendente di essere parte integrante di una compagine sociale e di fierezza dell’azienda di essere parte integrante e positiva risorsa per la comunità locale entro la quale opera. Il tema diviene particolarmente forte e sentito quando questa fierezza di appartenenza consente ad un grande Gruppo europeo di affermare se stesso nelle singole Nazioni nelle quali opera contribuendo così alla conoscenza, alla comprensione e alla crescita delle comunità rappresentate dai diversi Stati europei.
Lo spazio in cui l’etica degli affari si colloca è uno spazio intermedio tra diritto e morale e si indirizza verso uno spazio intermedio tra profitto aziendale e nuovo concetto di profitto, che deve essere inteso come motore di sviluppo armonico della società.
I vincoli morali che l’azienda si pone qualificano i comportamenti che l’azienda prediligerà non perché imposti dalla legge, ma nell’adempimento di una responsabilità morale verso tutti coloro che entrano, a differente titolo, a contatto con l’azienda e ne subiscono i comportamenti..
Questi principi generali, in riferimento all’esperienza specifica di Festival, vanno riferiti al settore del turismo; il turismo è oggi forse il primo comparto dell’economia mondiale; turismo significa spostamento di grandi masse dai paesi più sviluppati economicamente verso i paesi di più incontaminata bellezza, ma naturalmente proprio per questo, meno sviluppati economicamente. Questo spostamento di

massa determina una serie di avvenimenti estremamente importanti per il paese visitato, quali principalmente la possibilità di scambi culturali, ma soprattutto la possibilità di una crescita economica.
Ciò consente, proprio questo tipo di impresa, di sperimentare in un terreno pressoché unico il concetto di impresa etica.
Il turismo è per sua natura ricerca di differenze; Festival aderisce e supporta il concetto di turismo sostenibile, come delineato nei vari atti e soprattutto nell'ultimo incontro mondiale di Joannesburg, e si adopera quindi per la tutela dell'ambiente per la diffusione della cultura e per la riduzione della povertà che sono elementi cardine in senso riassuntivo del concetto di turismo sostenibile.
Un altro aspetto estremamente interessante è quello della multinazionalità; il turismo è per eccellenza un settore di multinazionalità, lo è, non soltanto perché gli equipaggi delle navi sono multinazionali, ma perché fornitori, clienti, comunità visitate appartengono a diverse etnie e, pertanto, questo rapporto con la multiculturalità richiede una speciale attenzione che Festival crede di aver individuato e per la quale si impegna.
Ci sono diverse accezioni di questo concetto di sostenibilità; in modo sintetico e certamente non con la pretesa di fornire una definizione si potrebbe parlare della sostenibilità come quella volontà di aumentare la diffusione del benessere e soprattutto di promuovere l'equità della diffusione del benessere stesso.
L'obiettivo di Festival Crociere è stato, nell'elaborare il progetto etico, quello di essere la prima azienda multinazionale con base italiana ad aver affrontato, con serietà di contenuto e anche di comunicazione, il tema dell'etica e il tema del turismo sostenibile.
Il programma di Responsabilità Sociale di Festival Crociere, elaborato e presentato nel 2002, si è articolato in varie fasi e costituisce un tipico esempio di work in progress che si sviluppa sia all'interno della società, sia all' esterno della stessa nei confronti di tutti i suoi stakeholders.

Tale programma ha, ad oggi, condotto alla:

- redazione di un **Codice Etico** del Gruppo, operante per tradizione nello shipping in 11 paesi europei ed avente oltre 3.500 dipendenti appartenenti a diverse nazionalità, etnie e religioni. Il Codice Etico è

una sorta di carta costituzionale della società cui si ispira tutto l'operato di Festival; è lo strumento fondamentale che definisce le norme di natura etica e sociale della compagnia attraverso il quale Festival costruisce nuove politiche d'impresa nel settore crocieristico, ispirandole ai principi di turismo sostenibile e di utilità sociale. Norme di comportamento cui la predetta carta etica si ispira sono, principalmente, la valorizzazione delle risorse umane, la centralità dell'uomo nell'universo sociale ed imprenditoriale, il riconoscimento di eque uguagliane di opportunità per tutti gli stakeholders, ma, soprattutto per i lavoratori, la trasparenza e la correttezza nelle comunicazioni dell'impresa a qualsiasi titolo e a qualsiasi persona o qualsiasi soggetto rivolte, l'affermazione di pratiche di concorrenza leale e il rifiuto di ogni genere di sfruttamento o di abuso di posizione dominante;

- compilazione della **Carta del Crocierista**: il turismo, risorsa economica sociale e culturale, può costituire una positiva occasione di sviluppo delle comunità visitate Per questo motivo Festival sostiene ed incentiva una maggiore interazione fra turisti e comunità ospitanti favorendo il rispetto delle diverse specificità culturali e incoraggiando nel turista una risposta cosciente al proprio ruolo. La compilazione della Carta del Crocierista, declinando principi quali il rispetto dell'ambiente, il rispetto delle culture visitate, il rifiuto del turismo sessuale ed il contributo allo sviluppo delle comunità locali, risponde proprio all'esigenza della Compagnia di condividere con i propri crocieristi le potenzialità e le finalità del turismo come occasione di crescita ed interscambio tra diverse culture ed etine.

- preparazione del **Bilancio Sociale ed Ambientale**: documento per rendicontare in modo efficace il contenuto delle attività sociali dell'azienda e gli elementi per i quali gli stakeholders possono riporre fiducia nell'organizzazione; essoè strumento attraverso il quale l'azienda comunica la sostenibilità ambientale del proprio operato parla di se stessa ed organizza le risorse interne chiamate a dare essenza alla mission sociale. Il Bilancio sociale diviene un'occasione per affermare il concetto di impresa come buon cittadino, cioe' un soggetto economico e sociale che perseguendo il proprio interesse prevalente contribuisce a migliorare la qualita' della vita dei membri della societa'

in cui e' inserito ed a creare valore aggiunto per ogni categoria di stakeholders e nella comunità con cui interagisce. Data la specificità del settore in cui Festival agisce, quello crocieristico, il Bilancio si fa inoltre testimone dell'impegno del Gruppo a rispettare l'ambiente, a confrontarsi con la necessità di adeguare le proprie scelte imprenditoriali alla salvaguardia dei mari, garantendo nuove costruzioni sempre più rispondenti agli sviluppi e ai progressi della tecnica;

- costituzione di un **Comitato Etico**: organismo consultivo, di garanzia e vigilanza dell'applicazione degli impegni espressi nel Codice di Responsabilità etica e sociale adottato dal Gruppo Festival.
Dall'essenza stessa del Codice Etico, strumento flessibile, modificabile ed in costante confronto con le realtà sociali, derivano i compiti del Comitato impegnato a garantire la conciliazione tra l'esigenza di efficacia ed efficienza dell'azienda con le istanze ed i valori sociali ed ambientali che costituiscono il dna dell'impresa stessa. Dal Comitato provengono costantemente importanti suggerimenti per l'individuazione e l'attuazione delle "best practices" cui conformare la missione sociale a completamento dell'impegno pubblico a favore di uno sviluppo durevole conformemente ai principi di Corporate Social Responsibility;

- avvio del procedimento di **certificazione di etica e di qualità** secondo lo standard internazionale **SA8000**: esso misura il grado etico e la responsabilità sociale di un'azienda ed implica lo sviluppo, da parte dell'impresa, di un sistema di gestione basato sul rispetto dei diritti umani, il rispetto dei diritti dei lavoratori, la tutela contro lo sfruttamento dei minori, le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro. Festival ha intrapreso questo procedimento con la finalità di conferire maggiore trasparenza alle attività dell'azienda, accrescendo la fiducia delle parti interessate; migliorare il rapporto di collaborazione, di conoscenza reciproca e correttezza lungo tutta la catena dei fornitori con conseguente ottimizzazione delle spese; aumentare della fiducia dei clienti nei confronti dei prodotti Festival.
Questo sistema di certificazione comporta un controllo diretto sull'azienda, ma comporta un controllo anche sui fornitori di cui l'azienda si serve in modo diretto ed indiretto, con la conseguenza

quindi che qualora i fornitori non siano conformati alle direttive espresse dalla certificazione etica, la certificazione sarebbe ritirata anche alla società che l'ha ottenuta

- costituzione di **Fondazione Festival:** istituzione sociale e culturale senza scopo di lucro costituita dal Gruppo Festival nel 2002 per dare attuazione alle tematiche proprie della responsabilità sociale. In attuazione di questi principi il Gruppo Festival si è impegnato destinare una somma annua fissa ed una variabile in rapporto al profitto realizzato alla Fondazione membro attivo della società civile che, pur essendo un soggetto privato, persegue finalità di interesse pubblico e di utilità sociale, allo scopo di favorire lo sviluppo civile, culturale ed economico delle comunità in cui opera e di sviluppare tutte quelle attività deputate alla creazione di valore sociale inteso come migliore possibilità di sviluppo della comunità entro la quale la Fondazione opera e con al quale interagisce.

Codice etico e Bilancio Sociale, trasparenza, correttezza, valorizzazione delle risorse umane, rispetto dell'ambiente e creazione di valore sociale divengono dunque il vero marchio di qualità dell'impresa.
La condivisione naturale dei criteri ispiratori del turismo sostenibile, come rifiuto di qualsiasi tipo di sfruttamento di risorse, come impegno alla crescita armonica delle comunità locali più svantaggiate economicamente, così come il rispetto dell'ambiente, hanno reso più facile in Festival il passaggio dalla teoria alla pratica.

A testimonianza di questa volontà vi è l'adesione di Festival **al Global Compact** proposto, nel gennaio 1999, dal Presidente delle Nazioni Unite, Kofi Annan, al sistema mondiale degli affari ed alle forze imprenditoriali e capitalistiche.
Esso in nove punti sui diritti umani, sui principi di gestione della forma lavoro e sull'ambiente, chiede un impegno alle imprese per la diffusione di una nuova cultura della responsabilità sociale. Scopo del Global Compact è aiutare le organizzazioni a ridefinire le proprie strategie e il proprio comportamento in modo che tutti possano godere dei benefici della globalizzazione. Occorre precisare però che il Global Compact non è uno strumento normativo, un codice di condotta che

permetta alle aziende di sottoscrivere un impegno senza poi esser tenute a dimostrare il raggiungimento di risultati concreti. Il Compact è, invece, una iniziativa volontaria che cerca di fornire un quadro globale per promuovere una crescita sostenibile attraverso una leadership aziendale impegnata. Festival Crociere aderendo al Global Compact ha inserito nella propria mission i principi che ne stanno alla base, condividendo, sostenendo ed applicando nella propria sfera di influenza un insieme di principi fondamentali relativi a standard lavorativi, diritti umani e tutela dell'ambiente ed impegandosi a produrre cambiamenti positivi non solo nelle aree strettamente rilevanti per il proprio business.