



CONVEGNO NAZIONALE

I CRAL,
il Tempo Libero, il Sindacato,
la Politica, la Società,
la FITeL.

Roma - Casa del Cinema - 22 giugno 2007

Sintesi dell'intervento di Luigina LIBRETTI

VICE PRESIDENTE ARCA-ENEL NAZIONALE

L'ARCA, Associazione senza scopo di lucro, ha quale finalità principale quella di rispondere ai bisogni culturali, ricreativi e sportivi dei dipendenti, pensionati e loro familiari del Gruppo Enel.

Queste risposte costituiscono le attività sociali, una soluzione collettiva alle esigenze individuali dei lavoratori: una rivendicazione e una loro conquista.

Una scelta coraggiosa e lungimirante effettuata dalle Organizzazioni Sindacali fin dalla sua nascita nel 1985, ha permesso di costituire l'Arca in conformità alle legge 300/70, inserendola all'interno del contratto collettivo di lavoro, fortemente voluta non solo come soluzione a delle necessità, ma anche quale espressione sociale, culturale e di solidarietà: una significativa realtà socio-economica di rilievo nazionale.

Il nostro impegno maggiore è stato non solo quello di tutelare questo patrimonio ma anche svilupparlo, affinché rispondesse sempre più alle esigenze e bisogni dei lavoratori aumentandone l'efficacia e l'efficienza e sostenendo una politica volta all'utilizzo dei contributi a tutela delle fasce più deboli.

La difesa e lo sviluppo delle attività sociali non sono la salvaguardia di un privilegio ma la tutela di un bene che rappresenta quella forma di salario differito per cui i lavoratori hanno lottato, scegliendo un fondo sociale comune per condividere e superare i loro bisogni.

Oggi la globalizzazione apre l'esistenza degli individui alla cultura e a tutta la sua creatività, nonché al flusso delle idee della conoscenza. Tuttavia la nuova cultura prodotta dall'espansione dei mercati globali è inquietante.

L'odierno flusso di cultura risulta orientato in una sola direzione dai Paesi ricchi a quelli poveri. Un simile assalto delle culture più presenti sui nuovi mezzi di comunicazione può mettere in pericolo le diversità e rendere gli individui timorosi di perdere la propria identità culturale.

Se la globalizzazione è un fenomeno irreversibile, lo sforzo che dobbiamo compiere deve essere proteso alla creazione di uno spazio globale condiviso, in cui tutti possano partecipare.

Ed in questo settore le attività sociali possono considerarsi a pieno titolo uno strumento di reciproca conoscenza e quindi di maggiore integrazione.

Le politiche di liberalizzazione del sistema energetico hanno portato alla privatizzazione dell'ENEL, prodotto un frazionamento in oltre 40 aziende, generato una forte riduzione del personale e diminuito il finanziamento previsto per le attività sociali.

Siamo in presenza di una strategia volta a rimettere in discussione l'impianto culturale del modello di stato sociale e il modello di stato-società civile faticosamente costruito in questi ultimi decenni.

Ed il nostro obiettivo condiviso di effettuare attività sociali all'interno delle aziende energetiche, ci ha portato ad individuare nel percorso dell'alleanza e della sinergia una strategia comune.

Nostro compito principale e punto di partenza è creare aggregazione e coesione tra i lavoratori tenendo conto delle nostre grandi potenzialità: quella del volontariato, della solidarietà, della mutualità e della cittadinanza.

Le attività sociali devono essere strumenti di creazione del legame sociale tra i vari lavoratori, fra i differenti mestieri, fra le diverse generazioni. Lo scambio, il dialogo, la democrazia, il rispetto, il diritto alla diversità, sono indispensabili per lo sviluppo.

Non possiamo lasciare che, in attesa si sviluppino consapevolezza di essere parte e processi di inclusione sociale, i beni comuni vengano distrutti.

Il consenso e la credibilità dell'Associazione in questo periodo sono sicuramente aumentati: infatti la partecipazione dei soci alle attività si è ampliata, nonostante la diminuzione dei dipendenti. Un incremento che testimonia non solo il crescente consenso ma anche un maggior bisogno di servizi associativi per i quali il mercato non è in grado di dare risposte.

Bisogna avere la capacità di stare al mondo percependolo come bene comune da valorizzare piuttosto che da impoverire, aggiungendo valore e progettando una visione sociale del futuro. La differenza tra chi privatizza e sottrae per filosofia e chi cerca ponti sociali da lasciare alle successive generazioni.

In questi anni si sono prodotti in tutti i settori della società cambiamenti profondi che riguardano, in particolare, il mondo del lavoro, l'incremento della popolazione anziana, il mutamento della struttura familiare ed il profilarsi di una società multi-etnica.

E questi cambiamenti hanno portato ad affermare una incompatibilità di fondo tra il carattere universalistico delle prestazioni di welfare e le esigenze dello sviluppo economico; orientamento che tende a tradursi in meno risorse pubbliche. Riducendo così il sistema di protezione sociale ad un pacchetto di interventi limitati alle fasce più deboli della popolazione, perdendo il suo carattere generalmente solidaristico e redistributivo.

Sicuramente il nuovo scenario a cui ispirarsi oggi è il non profit, una grande forza, composta da milioni di lavoratori e volontari che operano in forme efficacemente imprenditoriali. Un'incidenza occupazionale del 7% in Europa ed un trend in continua e fortissima crescita.

La sua vera forza non è tanto nei numeri, quanto nell'impegno peculiare per il bene comune e la qualità sociale, intesa come miglioramento delle tutele (diritti) e contrasto all'esclusione sociale.

Un non profit poco consapevole e professionale per le qualità a cui è atteso, ideativo ma spesso poco concreto che attraverso grandi battaglie sociali ed ambientaliste ha cambiato i costumi, un non profit che dà sbocco alla volontà di impegno civile e di cittadinanza attiva di milioni di persone.

La sfida culturale del non profit è proprio quella di pensarsi come attore forte e trainante di governance, fautore dell'economia civile, dell'imprenditoria sociale non solo di servizio ad altri. Puntare in particolare sul rafforzamento di risorse economiche per le situazioni di svantaggio e sulla socialità.

Vale a dire arrivare a sviluppare un'azione forte, capillare e su molti temi di consapevolezza e responsabilizzazione sociale nei confronti degli altri attori.

Con tale premessa e non solo per "business" è indispensabile integrare le attività in ambiti quali turismo sostenibile, arte, cultura, attività eco-solidali.

Uno sviluppo di qualità "sociale" implica obbligatoriamente la cooperazione e la fiducia tra lavoratori,

in un'ottica di governance al di là dei particolarismi.

Ma anche un non profit che laddove i modelli falliscano, sia capace di mobilitarsi efficacemente come ancora non accade.

In questi termini credo che il non profit possa essere un alleato potente e civile per tutti gli imprenditori ed aziende consapevoli che senza fattori competitivi intangibili quali la responsabilità e il coinvolgimento, senza la capacità di fare un "bilancio sociale" del proprio operato, l'impresa non possa avere un grande futuro, se non ricostituisce la propria anima e non solo la propria immagine.

La possibile "rinascita delle azioni sociali" implica un forte investimento. Il non profit può svolgere un ruolo significativo, facendosi garante della qualità sociale di tale investimento, dimostrando tutta la sua positività nei confronti del finanziamento delle aziende.

La responsabilità sociale delle imprese, anche comunemente definita cittadinanza sociale d'impresa, è l'integrazione volontaria delle problematiche sociali ed ecologiche. Integrazione che non viene effettuata a scapito del profitto, il quale rimane il primo degli obiettivi di una azienda, al contrario contribuisce a fare ed incrementare profitto, ma in modo corretto producendo benessere sociale e non danni alla collettività. La capacità, quindi, di un'impresa di ascoltare le necessità dell'ambiente interno ed esterno e di includerle nel proprio "core business".

La responsabilità sociale di un'impresa deve essere parte della missione, un "modo di essere e di agire" dell'azienda, qualcosa che abbia un'importanza centrale, non meno che perseguire gli obiettivi di mercato.

E' stata messa tra gli obiettivi prioritari della Unione Europea che ha elaborato una serie di strategie a promozione di questa, sottolineando il ruolo identitario che può assumere per le imprese ed evidenziando il carattere volontario di adesione.

Nel momento in cui la UE si sforza di identificare dei valori comuni adottando una carta dei diritti fondamentali, un numero sempre maggiore di imprese riconosce la propria responsabilità e la considera una delle componenti della propria identità.

Tale visione è di riflesso ciò che si aspettano i lavoratori e le parti interessate ad un cambiamento del ruolo delle imprese nella nuova società in trasformazione.

Gli indirizzi europei sulla responsabilità sociale d'impresa ci danno la possibilità di aprire un dibattito con le aziende al fine di indirizzare ed ottimizzare le risorse.

Il nostro è un settore con un ricco passato ideologico e culturale: un patrimonio da cui attingere forze e provocazioni per riprogettare il futuro.

Ma riprogettare presuppone ripensare non perdendo il senso della nostra identità sociale ma adottando i criteri del nostro agire quali promotori della cultura, della solidarietà e del volontariato.

Ed è per queste motivazioni che, oggi più che mai, è necessario difendere questo patrimonio legittimando le attività sociali, laddove non siano presenti, a salvaguardia della politica di difesa dei salari.