

Rolul social al societăților comerciale

de Daniel Luca

În lucrarea *Responsabilitatea socială corporativă și nevoia de noi principii în dreptul societar* (Editura Universul Juridic, București, 2015), Flaminia Stârc-Meclejan propune o altfel de abordare a societăților comerciale, prin evidențierea rolului acestora în societatea contemporană, atât prin conștientizarea proprie, a societăților comerciale însele, cât și a statelor ori organizațiilor supranaționale vizavi de ele. Scopul imediat al societăților comerciale este, inevitabil, profitul. Dar nu cu orice mijloace, deoarece el trebuie obținut prin respectarea colectivității și printr-o strânsă colaborare cu aceasta.

În primul capitol, *Responsabilitatea socială corporativă – reperele unei dezbateri necesare*, autoarea constată absența din legislația noastră a conceptului de „responsabilitate socială”. Acesta este, totuși, definit de instituții internaționale, O.N.G.-uri ori asociații profesionale. Chiar dacă definițiile diferă, există trei elemente comune: integrarea aspectelor economice, sociale și de protecție a mediului și legătura responsabilității sociale cu conceptul de „dezvoltare sustenabilă”; guvernanta corporativă, în noua sa versiune, integratoare a intereselor tuturor părților implicate („stakeholder theory”); etica afacerilor.

Despre responsabilitate socială s-a vorbit încă din anul 1950, când a fost publicat studiul lui Howard Bowen, intitulat *Social Responsibilities of the Businessman*, autorul înțelegând prin responsabilitate „obligațiile oamenilor de afaceri de a implementa acele politici, de a adopta acele decizii sau de a urma acele linii de acțiune ce sunt de dorit în sensul obiectivelor și valorilor societății noastre”. La început, responsabilitatea socială a fost asumată voluntar, dar mai apoi a fost și legiferată.

În cel de-al doilea capitol, *O perspectivă normativă a responsabilității sociale corporative*, autoarea urmărește două planuri: izvoarele formale ale conceptului și instrumentele prin care acest concept urmează a fi pus în practică. Sub aspect normativ, există izvoare internaționale [Global Compact, Declarația tripartită a O.I.M. privind principiile referitoare la întreprinderile multinaționale și politica socială (1997-2000), Liniile directoare O.C.D.E. pentru întreprinderile multinaționale (care nu sunt constrângătoare din punct de vedere juridic)]; europene [*Promovarea unui*

cadru european pentru responsabilitate socială a întreprinderilor (2001) – Cartea Verde; mai multe rezoluții ale Parlamentului European] și interne (în anii '70 – revenirea la autonomia individuală și la mecanismul pieței ca fundamente ale reglementării sociale, rolul statului fiind pus sub semnul întrebării; în prezent – în domeniul protecției mediului, după aderarea României la Uniunea Europeană: O.U.G. nr. 195/2005 privind protecția mediului, O.U.G. nr. 68/2007 privind răspunderea de mediu cu referire la prevenirea și repararea prejudiciului asupra mediului).

Astfel, responsabilitatea socială corporativă, raportată la izvoarele sale, este un „corpus de norme juridice internaționale, europene și interne, care pretind în principal o implicare socială corespunzătoare a companiilor în ceea ce privește poziția dominantă pe care o au în societate”, iar prin structura sa eterogenă aceasta este o responsabilitate, pe de o parte, impusă de lege, iar pe de altă parte, depășită de societățile comerciale în mod voluntar.

În cel de-al treilea capitol, *Modalități de promovare a responsabilității sociale corporative*, cercetătoarea observă faptul că „Protecția mediului și a drepturilor omului, practicile de muncă și de ocupare a forței de muncă, lupta împotriva fraudelor și a corupției reprezintă o prioritate de bază pe ordinea de zi a responsabilității sociale corporative, conform *Strategiei U.E. (2011-2014) pentru Responsabilitate socială corporativă*”.

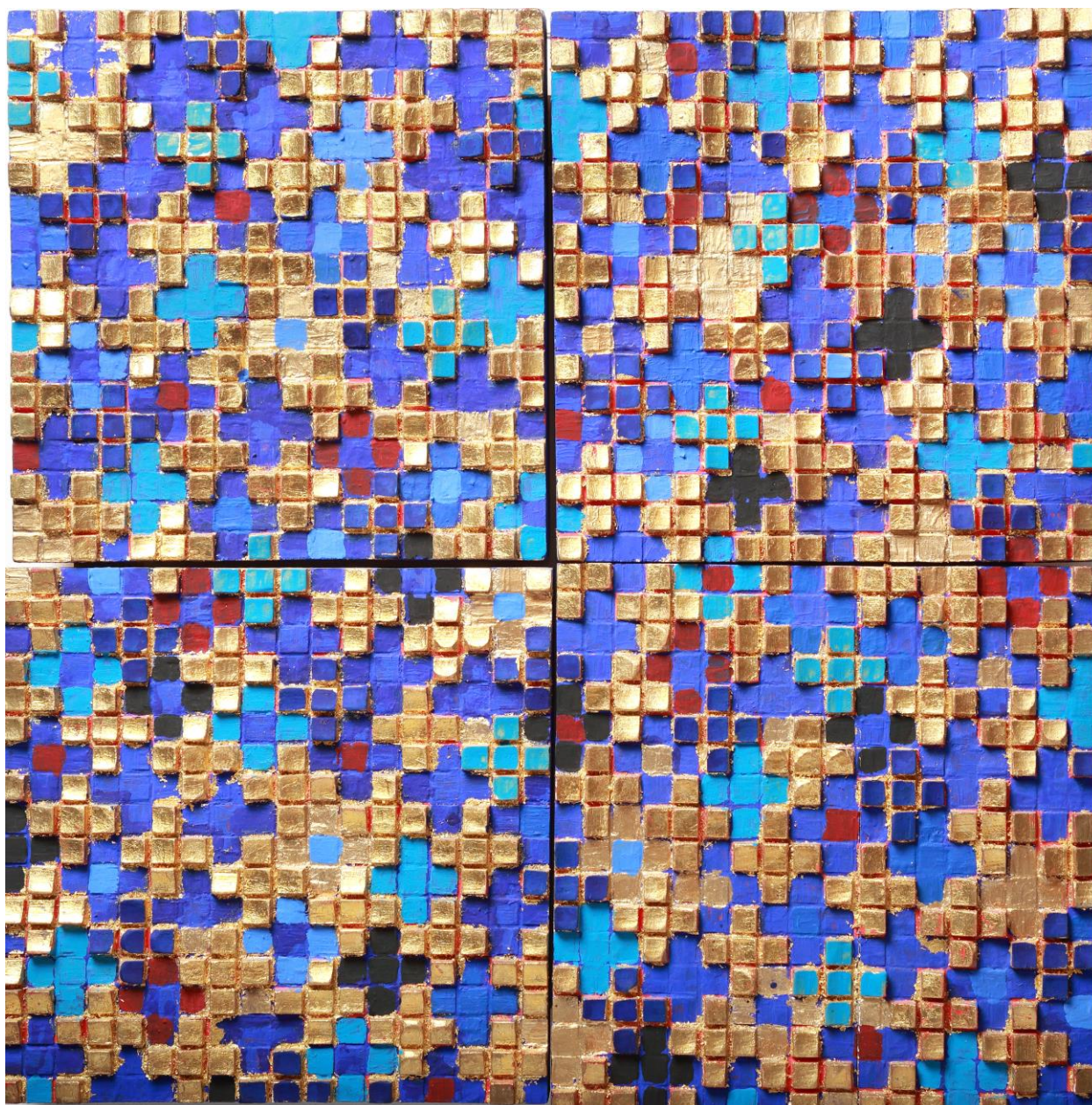
Pe cale de consecință, se nasc două principii de bază în ceea ce privește responsabilitatea socială corporativă: *principiul precauției și principiul prevenției*. *Principiul precauției* este un concept fundamental al filosofiei dezvoltării sustenabile și presupune o atitudine „dictată de luarea în considerare a unui risc care nu este cunoscut, ci mai degrabă presimțit”. În dreptul european, datorită clauzei de transversabilitate (art. 11 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, ex-art. 6 din Tratatul de instituire a Comunității Europene), acest principiu beneficiază de o generalizare în cadrul tuturor politicilor și acțiunilor Uniunii, îndeosebi în domeniul sănătății publice. În țara noastră, acest principiu se află în stadiu incipient, în domeniul protecției mediului, dar și în Codul civil [prin interpretare, art. 630 alin. (1)].



Priniciplul prevenției constă în încurajarea luării unor măsuri care pot face posibile acțiuni preventive, de anticipare, spre a se evita apariția unui risc, ori spre a se reduce un prejudiciu eventual. Acesta derivă din principiul bunei vecinătăți, aplicabile și în cazul primului principiu. Exemple de reglementare sunt: Directiva-cadru din 19 nov. 2008 privind deșeurile, O.U.G. nr. 195/2005. Printre măsurile posibile sunt menționate: interdicția, controlul activității dăunătoare, informarea (un principiu asupra căruia autoarea nu insistă prea mult), stimulentele (directe ori indirecte), substituirea („alternative rezonabile”).

In concluzie, societatea comercială nu are doar un singur scop, profitul, ci și pe acela de îndeplinire a unui rol social. Responsabilitatea socială corporativă este un concept relativ nou, iar drumul de urmat este

unul sinuos deoarece angajamentul voluntar în această direcție nu este suficient, deși este salutar, trebuind a fi suplinit prin acte normative. Este de preferat totuși ca ansamblul normativ să fie unul coerent și unitar, spre a nu exista incertitudini ori discrepante flagrante de la un act normativ la altul ori de la un stat la altul. Chiar dacă responsabilitatea socială corporativă presupune costuri, acestea se vor amortiza într-un fel sau altul pentru că există o interdependență evidentă între dezvoltarea unei societăți comerciale și societatea umană (la nivel local, național ori chiar internațional). Totodată, este necesară o concluzare continuă între organizații neguvernamentale și diferite organisme statale ori suprastatale, pentru asigurarea unui climat cât mai propice în acest domeniu al responsabilității sociale corporative.



Silviu Oravitzan: *Cer*, basorelief lemn aurit, 66x66x4