

COMUNICAZIONE

L'UOMO AL CENTRO: IL VALORE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER LE PERSONE, LE IMPRESE E IL TERRITORIO

Workshop di presentazione del progetto CSR Piemonte

Oggi, **venerdì 11 marzo**, presso il Museo Regionale di Scienze Naturali **Unioncamere Piemonte** e **Regione Piemonte** hanno presentato i primi risultati del progetto **CSR Piemonte**: un'occasione per confrontarsi su obiettivi, modelli e stimoli operativi finalizzati a valorizzare e far adottare buone pratiche di responsabilità sociale d'impresa, valutarne i vantaggi concreti in ambito economico, organizzativo e ambientale, condividere le esperienze per "fare rete".

Dopo gli interventi di apertura dell'Assessore Regionale al Lavoro **Claudia Porchietto** e del Direttore Unioncamere Piemonte **Paolo Bertolino**, la Responsabile Settore Promozione e Sviluppo dell'imprenditorialità Regione Piemonte **Silvana Pilocane** ha presentato il progetto CSR Piemonte. **Roberto Strocco**, Responsabile Ufficio Studi Unioncamere Piemonte, ha illustrato quindi il monitoraggio delle imprese responsabili in Piemonte, seguito dalle testimonianze di **Susanna Galli**, Novamont, sull'esperienza del CSR Manager Network e di **Federica Gentile**, S&T, sulla CSR in Europa. Sono stati infine presentati i casi di **buone pratiche** da parte di aziende "virtuose", con gli interventi di **Roberto Gerbo**, Gruppo Intesa Sanpaolo, **Stefania Lallai**, TNT Global Express, **Andrea Ivaldi**, Sotral e **Anna Laura Ravera**, APS Italia.

*"Riteniamo che, anche e soprattutto in un momento di crisi come quello che il Piemonte sta attraversando, l'agire responsabile possa diventare un fattore distintivo positivo, che può dare impulso alla ripresa economica, mantenendo le imprese su un mercato sempre più attento ai valori di sostenibilità e disponibile a creare su questo fette di mercato significative - ha dichiarato l'Assessore Regionale al Lavoro **Claudia Porchietto** -. Naturalmente cerchiamo di estrapolare 'modelli' comportamentali innovativi e adattabili al contesto produttivo piemontese, non avendo paura di suggerire di copiare e di riprodurre, personalizzandole, esperienze verificate in altre realtà".*

*"Obiettivo del monitoraggio oggi presentato è la realizzazione della prima mappatura in Piemonte delle aziende socialmente responsabili. Intercettando l'intero universo di riferimento, attraverso il canale diretto tra sistema camerale e imprese, si è giunti a fotografare il panorama esistente. L'indagine ha dimostrato che è possibile adottare una politica aziendale che sappia conciliare gli obiettivi economici con quelli sociali e ambientali del territorio di riferimento, in un'ottica di sostenibilità futura, senza penalizzare la competitività. La strada della CSR porta ad un determinato modo di "fare impresa" e di essere imprenditore: molto si può fare per sostenere e incoraggiare le nostre aziende" ha dichiarato **Ferruccio Dardanello**, Presidente Unioncamere Piemonte.*

Il progetto

Il progetto "La Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR) in Piemonte" è stato avviato da Unioncamere Piemonte e Regione Piemonte nel primo semestre del 2010 con l'obiettivo di **realizzare azioni di comunicazione e sostegno alla diffusione delle pratiche di CSR in Piemonte**: nonostante sia un tema di rilievo internazionale da circa un decennio, molte imprese, specialmente quelle di piccola e media dimensione, ne hanno una scarsa conoscenza e, soprattutto, non ne individuano facilmente i vantaggi, economici e non. Il progetto di promozione, ad ampio respiro, punta a un aumento delle pratiche di CSR e a una sensibilizzazione di tutto il mondo imprenditoriale.

A partire dal monitoraggio delle 7mila aziende con almeno 20 addetti aventi sede legale in Piemonte, è stato creato un **database di imprese socialmente responsabili** in termini di adozione di strumenti di **gestione, comunicazione e ascolto degli stakeholder** (Bilancio Sociale o di Sostenibilità, Codice Etico aziendale o adozione di modelli organizzativi, etc.), specifiche **policy in tema di risorse umane** (formazione, orari flessibili, agevolazioni per donne lavoratrici, integrazione dei lavoratori diversamente abili), **azioni a favore della comunità e del territorio** (sport, scuole, cultura, giovani, welfare, volontariato aziendale, tutela dell'ambiente) e **politiche di approvvigionamento** che valorizzino i fornitori virtuosi, con particolare attenzione all'**impatto ambientale** e alle **innovazioni** connesse.

Le **650 aziende** così individuate (pari a circa il 10% del totale) sono state poi invitate a compilare sul web un questionario approfondito, i cui risultati sono stati elaborati a settembre 2010, per un totale di 140 aziende rispondenti.

I risultati

Il questionario mirava a far emergere un'informazione complessiva e approfondita delle politiche di CSR svolte in azienda, approfondendo il "come" (risorse interne od esterne), il "quando" (l'anno di adozione), il "perché" (le motivazioni ex ante) e i risultati ex post. Un'ultima sezione è stata riservata al ruolo che dovrebbe avere la Pubblica Amministrazione rispetto alla CSR.

Le 140 imprese che hanno colto l'opportunità di visibilità compilando il questionario approfondito sono soprattutto del **settore industriale**, di **medio-grandi dimensioni** e, in particolare, facenti parte di un **gruppo nazionale o internazionale**.

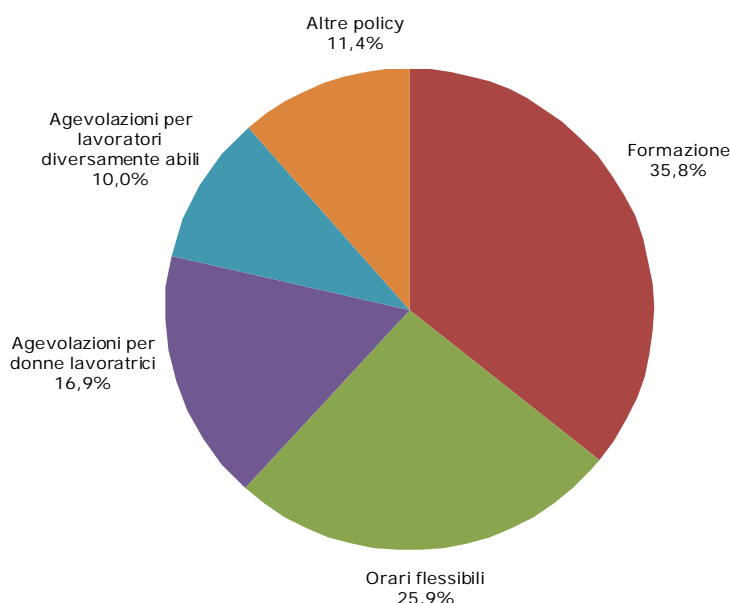
Le aziende intervistate hanno dichiarato di aver realizzato complessivamente **749 azioni di CSR**: in media, oltre **5,4 a testa**. È un risultato importante, che testimonia come le imprese che decidono di intraprendere il percorso di responsabilità sociale lo facciano in maniera convinta, capillare ed articolata.

Le imprese piemontesi si orientano prevalentemente su due grandi aree di intervento: il tema delle politiche sulle **risorse umane** e quello **ambientale**.



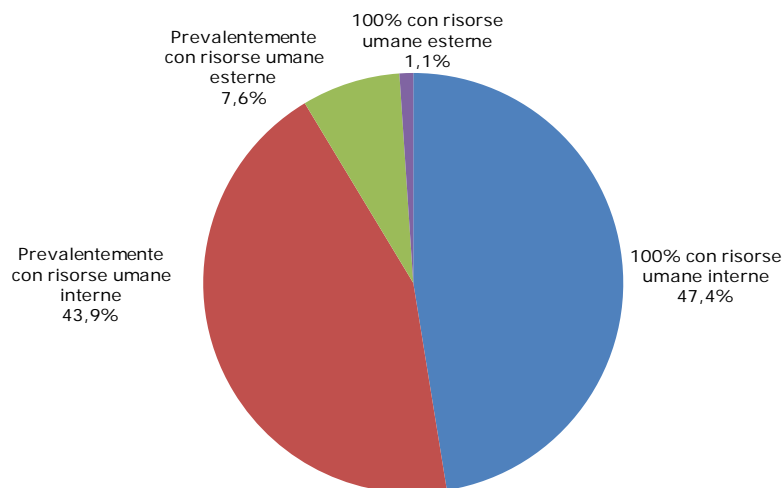
Il tema delle **risorse umane** si articola in diversi campi di impiego: orari flessibili, agevolazioni verso donne lavoratrici e dipendenti diversamente abili, formazione e altri tipi di policy. Su un totale di 749 azioni di CSR, **247** rientrano in questa categoria, all'interno della quale il peso maggiore è occupato dalla formazione. Si manifesta quindi una forte attenzione verso i dipendenti e l'impegno nella crescita delle competenze che permette di attrarre e conservare nel tempo personale più qualificato, con conseguente aumento della competitività aziendale. Un maggiore coinvolgimento dei lavoratori porta a un miglioramento del clima aziendale e delle relazioni industriali e a un aumento del senso di appartenenza all'organizzazione, con ottime ricadute sul piano produttivo.

Specifiche policy in tema di risorse umane: il dettaglio



Oltre agli interventi di policy sulle risorse umane, il **42%** delle imprese ha dichiarato di aver realizzato anche **interventi no profit a favore del territorio** (sport, scuola, cultura, giovani, welfare, ambiente, volontariato, ecc). Un segnale importante, che consolida e "avvita" l'impresa nel contesto territoriale nel quale opera.

Soggetti con i quali sono state sviluppate le azioni realizzate

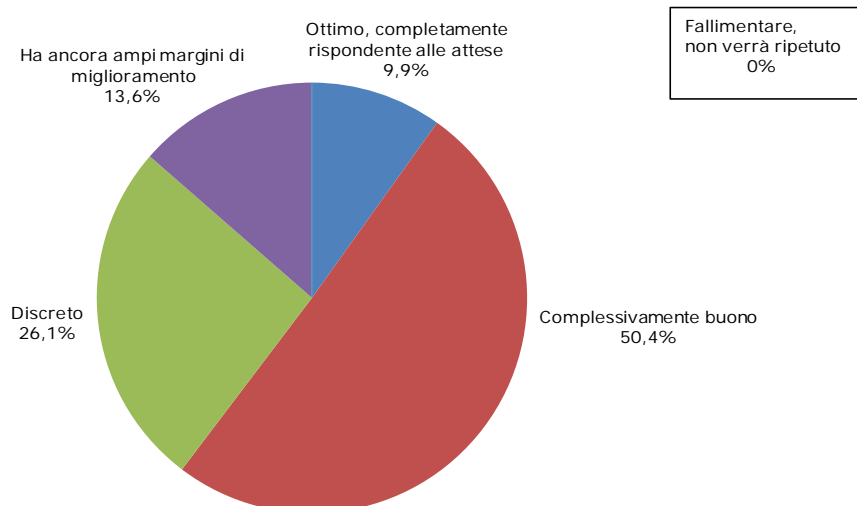


Appurato che le aziende prediligono azioni di CSR che riguardano la propria struttura interna, si può ulteriormente affermare che, a prescindere da quale sia l'azione adottata, preferiscono svilupparle con **risorse umane interne**: oltre **il 90%** delle imprese predilige, infatti, questa modalità, puntando all'integrazione di queste funzioni, piuttosto che a esternalizzarle.

Tale tendenza è sintomo che il comportamento responsabile matura e si sviluppa all'interno dell'azienda. Sempre più aziende decidono di avvalersi di un responsabile interno a cui delegare la realizzazione e la supervisione delle attività di responsabilità sociale e il trasferimento delle relative informazioni ai diversi portatori di interessi. Nel campione analizzato, **il 23,6% delle aziende dichiara la presenza di un referente aziendale in tema di CSR.**

Le opinioni di coloro che hanno intrapreso azioni di CSR sono del tutto favorevoli in merito ai risultati ottenuti sul fronte della comunicazione, del marketing, del confronto con gli stakeholder e del clima aziendale. In particolare, sul fronte del clima interno, oltre il 60% delle imprese ha dichiarato di aver avuto risultati ottimi e buoni.

Risultati delle azioni realizzate rispetto al miglioramento, alla motivazione e all'organizzazione interna aziendale



Il ruolo della **Pubblica Amministrazione** nella diffusione di una cultura di responsabilità sociale è stato oggetto di approfondimento all'interno dell'indagine. Alle imprese è stato chiesto quale ritengano possa essere lo spazio che la CSR dovrebbe assumere all'interno della programmazione politica ed economica della PA, e che cosa concretamente si attendano dalle istituzioni. Dalle risposte pervenute emergono come prioritarie alcune aspettative: riconoscimento della status di impresa responsabile, con **valutazione positiva dell'adozione di pratiche di CSR nell'affidamento di appalti pubblici** (per oltre il **24%** delle imprese); **incentivi economici e finanziari** per l'adozione di pratiche CSR (**20%**); percorsi di **formazione** di professionalità legate alla responsabilità sociale (**18,3%**).

Per ulteriori approfondimenti: www.csrpiemonte.it.

Torino, 11 marzo 2011

