

## COMUNICATO STAMPA

### LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA NEI TERRITORI TRANSFRONTALIERI DI ITALIA E FRANCIA: PRESENTATI I RISULTATI DEL PROGETTO ALPCORE

Riduzione e corretto smaltimento dei rifiuti e formazione professionale  
per i dipendenti tra le iniziative più diffuse

Oggi, giovedì 21 novembre 2013, presso il Centro Congressi Torino Incontra, **Unioncamere Piemonte** ha presentato i risultati dell'**indagine sulla diffusione della responsabilità sociale d'impresa nei territori transfrontalieri di Italia e Francia**, realizzata nell'ambito del **progetto Alcotra AlpCore** - Alpi Competitive e Responsabili (finalizzato a monitorare e sostenere le imprese nei propri piani strategici di CSR) da **Unioncamere Piemonte, Camera di commercio della Savoia e Camera di commercio dell'Alta Savoia**.

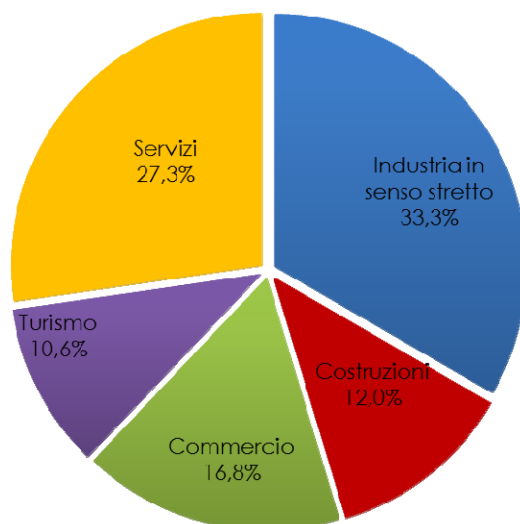
Dopo i saluti di **Roberto Stocco**, Coordinatore Area Progetti e Sviluppo del Territorio di Unioncamere Piemonte, e di **Michel Perrier**, Direttore Industrie, Développement Durable et International ed esperto di CSR della Camera di commercio della Savoia, **Sarah Bovini**, Responsabile Ufficio Studi di Unioncamere Piemonte, ha illustrato i risultati del Monitoraggio delle imprese responsabili nei territori transfrontalieri di Piemonte, Savoia e Alta Savoia, seguita da **Grace De Girolamo**, Area Progetti e Sviluppo del territorio di Unioncamere Piemonte, che ha parlato degli strumenti del progetto AlpCore a disposizione delle imprese. Infine, quattro aziende hanno portato la loro testimonianza sulla propria esperienza in tema di buone pratiche di CSR: sono intervenuti **Fabrizio Tucci** del Gruppo Iren, **Sonia Piumatti** del Gruppo Piumatti, **Andrea Ivaldi** di Sotral e **Stéphane Revolta-Blaudeau** di Revolta Blaudeau.

*"Il Sistema camerale, in quanto principale referente del sistema produttivo, è tra i soggetti più idonei a promuovere e diffondere la cultura della Responsabilità sociale d'impresa sul territorio – commenta **Ferruccio Dardanella**, Presidente di Unioncamere Piemonte -. Crediamo fermamente che molto si possa fare per sostenere e incoraggiare le nostre imprese in questa direzione, nella convinzione che operare in modo sostenibile possa fare la differenza in termini di competitività. Unioncamere Piemonte è impegnata su questo fronte ormai da anni, in stretta sinergia con la Regione Piemonte, con l'iniziativa CSR Piemonte, che ha generato nel tempo numerose collaborazioni, di cui questo nuovo progetto transfrontaliero, che coinvolge anche le Camere di commercio di Savoia e Alta Savoia, è una concreta dimostrazione".*

L'indagine è stata realizzata con l'obiettivo di monitorare i comportamenti responsabili delle imprese per poter disporre di un ampio database di imprese da valorizzare e coinvolgere in un percorso finalizzato a migliorare le loro competenze in tema di CSR, integrando la responsabilità sociale tra gli elementi competitivi del loro business. Grazie al progetto AlpCore, sono stati realizzati degli utili strumenti a disposizione di tutte le aziende del territorio: un'analisi di autovalutazione per aiutarle a impostare nuove strategie di responsabilità sociale in chiave competitiva, individuando anche indicatori quali-quantitativi spendibili nei rapporti con il sistema creditizio e nell'ambito degli appalti pubblici; un kit di 20 schede tematiche per guidarle verso la realizzazione di percorsi virtuosi in tema di strategia *CSR oriented, welfare* aziendale, rapporti con i clienti e i fornitori.

Hanno risposto al questionario **800 aziende** dei territori transfrontalieri (di cui **oltre 550 piemontesi**), aventi sede legale nelle province italiane di **Cuneo** (il **19%** circa delle imprese rispondenti) e **Torino** (il **46%**) e nei dipartimenti francesi della Savoie (il 17%) e dell'Haute-Savoie (il 18%).

#### Il campione: distribuzione per settore di attività



Sono quattro gli ambiti della responsabilità sociale d'impresa indagati: ambiente, comunità e territorio, acquisti e fornitori, clienti e portatori d'interesse, risorse umane.

#### AMBIENTE

Il dato più significativo emerso dall'indagine è che in tutti i territori analizzati la maggioranza delle imprese (l'**85,4%**) dichiara di adottare **iniziative per la riduzione e il corretto smaltimento dei rifiuti**. Tale pratica è più diffusa tra le aziende del **turismo (91,7%)**, meno tra quelle dei **servizi (78,2%)**.

Al contrario, **le certificazioni sono adottate in modo marginale**, evidenziando la difficoltà incontrata nella procedura di ottenimento delle stesse: in media, solo l'**8,6%** delle imprese rispondenti ha ottenuto una certificazione ambientale, o ha in previsione di farlo. Tra le **industrie in senso stretto** la quota sale al **13,6%**.

La difficoltà di formalizzazione si riscontra anche negli altri ambiti monitorati, ad esempio nel caso delle risorse umane e della comunicazione esterna.

#### COMUNITÀ E TERRITORIO

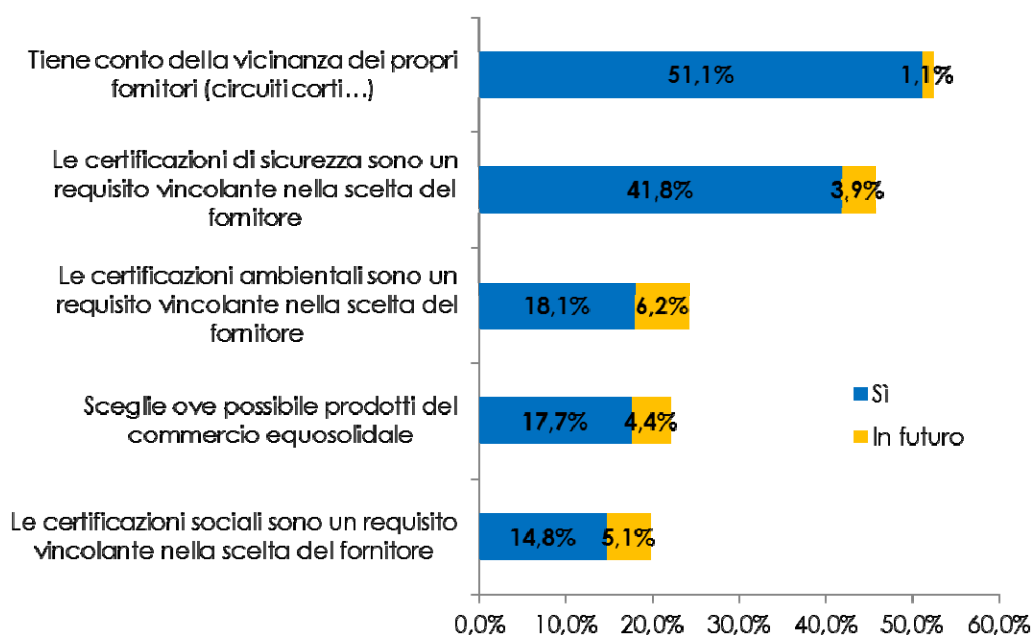
Le imprese rispondenti si dimostrano interessate a sostenere le differenti realtà del territorio (il **39,3%** realizza **iniziative per la comunità**, o ha in previsione di farlo), anche se **solo il 9,8% collabora con le Amministrazioni locali per realizzare progetti di sviluppo sostenibile**, o ha in previsione di farlo. La propensione è più elevata tra le imprese dei **servizi (15,3%)** e nel **cuneese (15,7%)**.

Tra le azioni segnalate emergono la sponsorizzazione di eventi sportivi o culturali e l'appoggio ad associazioni/Onlus locali.

#### ACQUISTI E FORNITORI

Per quanto riguarda il criterio di scelta dei fornitori, risulta preponderante la **vicinanza geografica**, nonostante si riveli una grande differenza tra l'Italia (il **67%** per **Cuneo** e il **68%** per **Torino**) e la Francia (il 23% per Haute-Savoie e Savoie). Lo stesso vale per il **possesso di certificazioni di sicurezza, ambientali e sociali**, requisito importante più per le imprese italiane che per quelle francesi. Tale risultato da parte italiana appare, però, in contrasto con la scarsa adozione di certificazioni già segnalata.

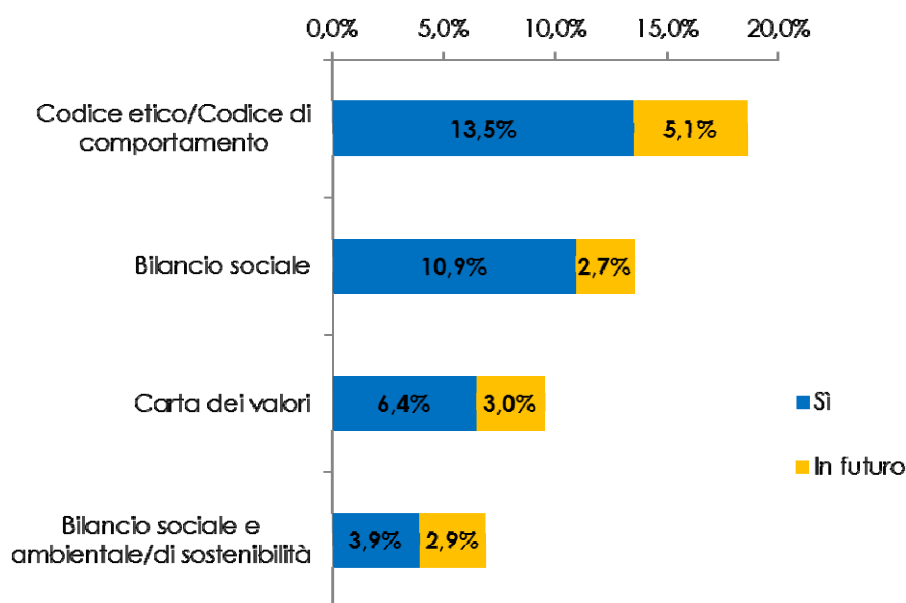
### I criteri di scelta dei fornitori



### CLIENTI E PORTATORI D'INTERESSE

Solo il **27,8%** delle imprese intervistate ha realizzato **strumenti per comunicare all'esterno le implicazioni sociali e ambientali** della propria attività, o ha in previsione di farlo. Tale tendenza può essere legata sia al grande impegno richiesto dalla realizzazione di un bilancio sociale, sia dal fatto che molte imprese adottano azioni di CSR radicate nella storia aziendale, non sentendo pertanto la necessità di formalizzarle e comunicarle all'esterno.

### L'azienda ha realizzato strumenti per comunicare i propri valori e rendicontare i risultati raggiunti?



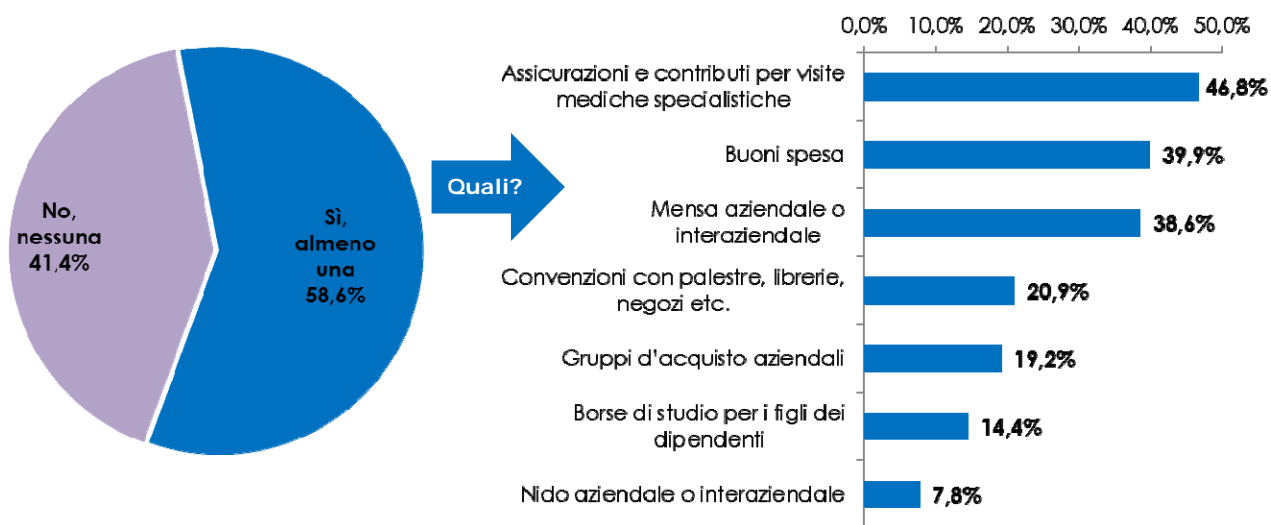
## RISORSE UMANE

L'ambito della CSR che risulta maggiormente valorizzato su tutti i territori è quello delle risorse umane. La **formazione professionale**, insieme alla flessibilità dei tempi di lavoro, è una misura largamente adottata: vi fa ricorso il **71,8%** delle imprese rispondenti. Tale pratica è maggiormente diffusa in Francia e, a livello settoriale, nel comparto dei **servizi (76,4%)**, mentre è meno in voga tra quelle **turistiche (58,3%)**.

Si rileva, invece, un minore ricorso ad iniziative per il benessere dei dipendenti, quali la stipula di assicurazioni, contributi per visite mediche specialistiche, erogazione di buoni spesa, etc.

La presenza di una mensa aziendale o interaziendale oppure l'erogazione di ticket restaurant sono tra le iniziative più diffuse sia in Francia che in Italia.

### L'azienda prevede, attualmente o in futuro, iniziative per il benessere dei collaboratori?



Torino, 21 novembre 2013



Per ulteriori informazioni:

[Annalisa D'Errico](#), [Gisella Guatieri](#) - Ufficio stampa Unioncamere Piemonte

Tel. 011.56.69.270/2 - email: [ufficio.stampa@pie.camcom.it](mailto:ufficio.stampa@pie.camcom.it) - [Twitter @Unioncamere\\_Pie](#)