

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE

Aziende alla prova sui temi del sociale

*In un periodo di tensioni e criticità
si rilancia il tema dell'impatto umano*

MASSIMILIANO SCIULLO

Le buone pratiche applicate all'interno dei propri uffici, le «coccole» verso i dipendenti, l'attenzione nei confronti di chi è in difficoltà e così via, senza tralasciare l'ambiente e l'ecosostenibilità. In un momento di estrema difficoltà economica, la differenza - all'interno delle aziende - la fanno soprattutto i numeri, le cifre e i bilanci. Ma un peso sempre maggiore ce l'hanno le cosiddette ricadute sociali. Ecco perché Unioncamere Piemonte ha lanciato nella nostra regione la campagna di comunicazione «Io aderisco», promossa nell'ambito del progetto CsrPiemonte e orientata, appunto, alla cosiddetta «Corporate social responsibility», ovvero la responsabilità sociale d'impresa.

La sfida, lanciata alle industrie che sostengono il nostro territorio dal punto di vista produttivo, è di misurare e certificare anche i propri comportamenti che hanno riflessi sul «contorno» del la-

voro. Una componente che, se trattata con le giuste attenzioni, contribuisce a migliorare il proprio business.

La base di partenza è composta da una rete di 140 imprese che già nel 2010 si erano prese l'incarico di certificare le proprie pratiche e i propri comportamenti. Le testimonianze? Dalla presenza di un asilo nido per i dipendenti all'interno delle stesse aziende all'istituzione di una banca del tempo, fino al sostegno di un volontariato di natura aziendale. «La responsabilità sociale è un fattore strategico per valorizzare la competitività delle nostre imprese - spiega l'assessore regionale a Lavoro e Formazione professionale, Claudia Porchietto - in un momento in cui il ruolo dell'imprenditore richiede di attingere a tutto il bagaglio di cultura di attenzione alle risorse umane, all'innovazione, alla sostenibilità economica ed ambientale, alla relazione pro-attiva con le comunità locali in cui le imprese sono insediate». «Mettere a fattor comune esperienze

positive e vincenti, condividendo la comunicazione e le buone prassi, costruendo reti e filiere che prevedono obiettivi comuni, scambiando know-how e mettendo in relazione tutti i rapporti di proficua collaborazione tra i soggetti istituzionali, le associazioni datoriali e sindacali e le imprese - aggiunge Porchietto - sarà un modo intelligente, nella tradizione di innovazione sociale piemontese, di trovare soluzioni alla crisi attuale».

Per gli imprenditori che vorranno mettersi alla prova, oltre all'adesione formale ai principi e al «manifesto» che anima

l'iniziativa, sarà disponibile in versione online un kit da scaricare e stampare per fare un controllo costante dei propri comportamenti. Al momento, tra chi ha già dato la propria adesione all'iniziativa si segnalano due realtà importanti e autorevoli come Tnt Express Italy, operativa nel campo delle spedizioni esposte e APS Italia, rappresentante del settore delle pavimentazioni industriali. Dopo la tappa torinese, la campagna di promozione toccherà oggi Biella, poi il 5 giugno il Verbano Cusio Ossola e il 29 giugno a Cuneo. Quindi le altre province.

