

RESPONSABILITÀ SOCIALE

Formazione personale e rifiuti: ecco i nostri fiori all'occhiello

Tra Piemonte, Savoia e Alta Savoia cresce l'attenzione sui temi sociali del fare impresa

Massimiliano Sciuolo

■ **Attenzione alla riduzione dei rifiuti prodotti con la propria attività. E, nel caso, alla loro differenziazione e smaltimento corretto. Senza trascurare le risorse umane e di conseguenza la loro adeguata formazione. Ecco i punti di forza di quelle aziende che, seppur divise geograficamente dalla presenza delle Alpi, hanno molte più cose in comune di quanto non si pensi. In particolare, si tratta delle imprese che hanno sede qui in Piemonte e delle loro «colleghe» situate in Savoia e in Alta Savoia. Sono loro l'universo esplorato dall'indagine di Unioncamere Piemonte (in collaborazione con i due enti camerali francesi) nell'ambito del progetto transfrontaliero «Alcotra AlpCore». Sotto i riflettori: la sensibilità di queste aziende e, soprattutto, la loro responsabilità sociale. Ovvero la consapevolezza delle ricadute delle proprie operazioni produttive sul territorio circostante, nel caso di conseguenze negative, l'impegno a limitarne l'impatto.**

Ne è emerso un quadro variegato, ma con alcuni fili conduttori. Due, principalmente: il primo legato alla produzione e alla successiva gestione dei rifiuti e il secondo, concentrato invece sugli addetti che prestano lavoro presso queste strutture. Temi che si scoprono di grande attualità, con risultati positivi non solo a livello ambientale e sociale, ma anche di business, se correttamente valorizzati.

Per quanto riguarda l'ambiente, si scopre che la stragrande maggioranza delle imprese attive tra Piemonte, Savoia e Alta Savoia sono impegnate in prima persona: ben l'85,4% dichiara di adottare iniziative per la riduzione e il corretto smaltimento dei rifiuti. Una pratica che trova il suo habitat naturale nelle aziende del turismo (91,7% dei casi) e un po' meno in quelle che si occupano di servizi (78,2%). Numeri comunque piuttosto elevati, soprattutto se messi a confronto con quella che invece potremmo definire come la «capacità di penetrazione» legata alle certificazioni. In questo caso emerge una netta marginalità, con appena l'8,6% delle imprese che hanno ottenuto una certificazione ambientale o che ha anche solo in progetto di farlo. La quota sale leggermente se si parla di industrie in senso stretto (13,6%).

Per quanto riguarda invece le risorse umane, la rilevazione mette in luce come questo sia forse l'argomento cui le imprese italo-francesi sono più attente e sensibili: la formazione professionale, in particolare, unita alla flessibilità dei tempi di lavoro,

è una misura che trova adozione nel 71,8% dei casi. Meglio i servizi (76,4%) e un po' meno le attività turistiche (58,3%). Una sorta di cambio di testimone, rispetto al tema-rifiuti. Più deboli, restando in quest'ambito, i ricorsi a iniziative per migliorare il benessere dei dipendenti: dalla stipula di assicurazioni ai contributi per visite mediche specialistiche, fino all'erogazione di buoni spesa. Caso a se la questione pausa pranzo: la presenza di una mensa aziendale o l'erogazione di buoni pasto sono tra le iniziative più diffuse, sui due versanti delle Alpi.

Spunti interessanti, infine, arrivano dai rapporti con il territo-



rio: è abbastanza diffusa l'abitudine di realizzare attività e iniziative per la comunità (lo fa il 39,3% delle aziende), ma la quota cala sotto la doppia cifra (9,8%) se si parla di collaborazioni con le amministrazioni locali per progetti di sviluppo sostenibili. Luci e ombre, insomma. Ma da noi la provincia di Cuneo e il settore dei servizi sono quelli più propensi (rispettivamente 15,7% e 15,3%). Più legato alla vicinanza geografica, invece, il criterio di scelta dei fornitori. Soprattutto in Italia, dove Cuneo e Torino oscillano tra il 67% e il 68%, mentre Savoia e Alta Savoia non superano il 23%. Poche, infine, le realtà che comunicano all'esterno le proprie attività e i relativi risvolti sociali e ambientali: solo il 27,8%. Attenti, ma timidi.