

UN BANDO GARANTIRA' ALLE IMPRESE VISIBILITA' E IMMAGINE: I COMPORTAMENTI POTRANNO ESSERE DI ESEMPIO PER ALTRI

Una vetrina per le aziende «responsabili» della provincia

SONO GIÀ NUMEROSE le imprese ferraresi che hanno espresso interesse per il bando "Raccolta di buone prassi di imprese impegnate in percorsi di responsabilità sociale (CSR)", varato dalla Giunta della Camera di Commercio di Ferrara le scorse settimane e che chiuderà i battenti il prossimo 31 dicembre. L'obiettivo del bando è la raccolta di buone consuetudini aziendali allo scopo di offrire alle imprese della provincia,

che sono impegnate in azioni socialmente responsabili, l'occasione per far conoscere e di valorizzare le proprie iniziative, intercettando anche quelle attuate in modo inconsapevole. Con lo scambio di esperienze e di buone prassi le imprese protagoniste potranno, da un lato, beneficiare di una condizione di visibilità (sul sito della Camera di Commercio e attraverso altre iniziative) con significative ricadute d'immagine, dall'altro presentare

esempi virtuosi stimolanti e motivanti anche per le altre realtà aziendali, contribuendo nel contempo ad una diffusa sensibilizzazione culturale sui temi della responsabilità sociale.

Ma non finisce qui. Le aziende selezionate dalla Camera di Commercio entro il 15 settembre 2007 parteciperanno alla grande Giornata nazionale del prossimo 22 ottobre organizzata da Unioncamere, che si svolgerà a Roma presso il Tempio di

Adriano. A supporto dell'iniziativa, che prevederà, tra l'altro, le testimonianze delle imprese eccellenti e uno spazio Video Box realizzato presso la Galleria Alberto Sordi a piazza Colonna, verrà realizzata e diffusa a livello nazionale una pubblicazione con la raccolta dei casi aziendali d'eccellenza. Le aziende interessate a partecipare all'iniziativa sono invitate, pertanto, ad aderire al bando della Camera di Commercio entro il prossimo 15 settembre.

IL TEMA

L'INDAGINE

Campione Unioncamere: il 93% delle imprese ha intrapreso nell'ultimo anno una iniziativa di responsabilità sociale

LE MOTIVAZIONI

Solo un'impresa su dieci vede nel profitto una motivazione per l'adozione di comportamenti socialmente responsabili

LA NOVITA'

La Camera di Commercio di Ferrara dal 2008 si doterà di uno sportello dedicato allo sviluppo di modelli di responsabilità sociale

UNO SGUARDO AL FUTURO

Responsabilità sociale e piccole imprese

Dal 2008 sarà operativo uno sportello specifico in Camera di Commercio

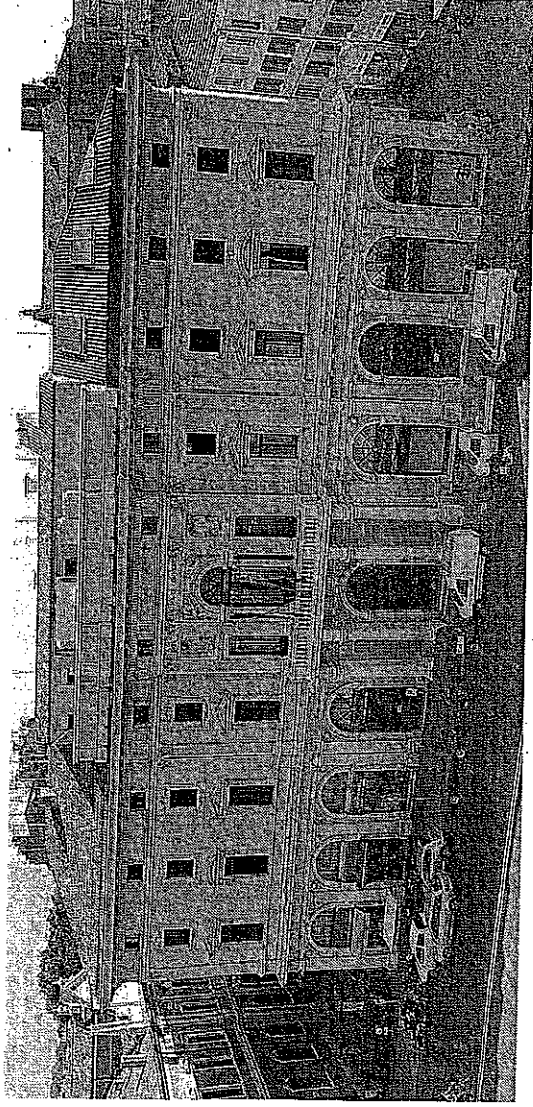
LIMPRESA ITALIANA è sempre cresciuta, anche grazie al forte rapporto con la comunità in cui è inserita e con il territorio al quale appartiene, in un continuo sforzo verso il miglioramento della qualità della vita di tutti i soggetti coinvolti nelle sue attività. La partecipazione dei lavoratori alla vita dell'impresa, ad esempio, è stata spesso un punto di forza per le aziende e i nostri imprenditori hanno sempre avvertito

forte la necessità di dover ripondere nel loro operato — quindi, di dover essere responsabili — verso le famiglie cui danno lavoro e verso i consumatori cui rivolgono i loro prodotti. Molte imprese italiane sono virtuose a volte senza saperlo. Una recente indagine curata dall'Unioncamere, in collaborazione con l'Isvi e la Doxa, mostra, infatti, che su un campione di 2000 imprese ben il 93% ha intrapreso nell'ultimo anno almeno un'iniziativa che possiamo considerare di responsabilità sociale perché realizzata al di là di quanto già rientra negli obblighi di legge: i rapporti con il personale, ad esempio, sono ben presidiati dalle piccole e medie imprese, specialmente nel Nord-Est dell'Italia. Essi si concretizzano sia nell'uso di strumenti di comunicazione, soprattutto informali (incontri periodici, intranet, giornale aziendale, questionari, cassetta delle idee), sia in servizi diretti ai dipendenti (oltre il 50% delle imprese propone orario flessibile e possibilità d'aspettativa), sia in percorsi

di formazione; quanto alle attività su salute, sicurezza e ambiente, esiste una sensibilità crescente su argomenti quali il risparmio energetico, la riduzione dei consumi di materie prime, la riciclabilità, la riduzione di emissioni inquinanti; esiste un profondo radicamento delle imprese nei loro territori, anche se esse conoscono ancora poco i nuovi strumenti (cessione gratuita di beni, volontariato d'impresa, cause related marke-

ting); infine, la certificazione sociale dei processi produttivi (tanto da parte dell'impresa verso i fornitori, quanto da parte dei clienti verso l'impresa) è richiesta dal 15-20% delle imprese del campione. Queste iniziative non sono il frutto della volontà di ricavare un immediato ritorno economico. Solo un'impresa su dieci vede, infatti, nel profitto una motivazione all'adozione di comportamenti so-

cialmente responsabili, e comunque mai come la motivazione principale: Questo conferma che la responsabilità sociale può rappresentare una modalità di gestione attraverso la quale il benessere dell'impresa riesce a coniugarsi con l'attenzione alla qualità etica, sociale e ambientale, secondo una logica di sostenibilità. Per far questo la dimensione aziendale non è certamente un fattore limitante. Se è vero che la responsabilità so-



IMPRESA & RESPONSABILITÀ. Il bando della Camera di commercio vuole incentivare i comportamenti virtuosi delle aziende ferraresi

ziale agisce in chiave di sussidiarietà, ossia con una presenza e un intervento il più vicino possibile al fabbisogno del territorio, sono proprio le piccole e medie imprese e non certo le grandi multinazionali a vantare questa vicinanza e integrazione con la comunità economica e sociale in cui sono inserite.

E non c'è dubbio che si tratti di comportamenti ampiamente riconosciuti e "premiati" dai consumatori, che nel 60% circa dei casi — conferma l'indagine — sono disposti a spendere di più per un prodotto o per un servizio se dietro di questo c'è un'impresa socialmente responsabile, specie se di piccole dimensioni.

La crescente attenzione al tema della responsabilità sociale e ai suoi possibili riflessi sulle performance di mercato delle imprese è, da tempo, alla base dell'impegno della Camera di Commercio di Ferrara che, già a partire dai primi mesi del 2008, si doterà di uno sportello "dedicato" di informazione e di assistenza per lo sviluppo di modelli di responsabilità sociale adatti alle caratteristiche e al profilo delle singole imprese.

LA SCHEDE

Ecco in pillole il bando della Camera di commercio

LA PARTECIPAZIONE al bando è aperta alle imprese di ogni dimensione e dei vari settori economici con possibilità di candidarsi, in caso di presentazione della domanda entro il 15 settembre 2007, al Premio nazionale Unioncamere, in programma a Roma il prossimo 22 ottobre. La domanda e la relativa documentazione possono essere spedite a mezzo raccomandata A/R alla Camera di Commercio di Ferrara - via Borgoleoni, 11 - 44100 Ferrara. Termine ultimo per la presentazione della domanda: 31 dicembre 2007; 15 settembre nazionale di Unioncamere.

I vantaggi per le imprese sono visibilità nazionale ed internazionale, con significative ricadute d'immagine; possibilità di candidarsi, in caso di presentazione della domanda entro il 15 settembre 2007, al Premio nazionale Unioncamere, in programma a Roma il prossimo 22 ottobre.

La domanda e la relativa documentazione possono essere spedite a mezzo raccomandata A/R alla Camera di Commercio di Ferrara - via Borgoleoni, 11 - 44100 Ferrara. Termine ultimo per la presentazione della domanda: 31 dicembre 2007; 15 settembre nazionale di Unioncamere.