

LA RESPONSABILITA' SOCIALE DELL'IMPRESA NEL

PASSAGGIO GENERAZIONALE



UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA
RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

RESPONSABILI INSIEME

CREARE **VALORE** PER L'IMPRESA:
STRATEGIA E COMPETITIVITÀ PER UNO
SVILUPPO RESPONSABILE



Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





“Influenza del rapporto familiare nelle varie fasi organizzative”

**Gestione responsabile del passaggio generazionale:
“cogliere opportunità ed evitare pericoli”**

**Passaggio generazionale come momento
d'innovazione sostenibile: “Analisi della
comunicazione responsabile interna ed esterna”**

***Iniziativa: Regione Veneto, Unioncamere Veneto,
Camera di Commercio di Rovigo***

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





MARIO GUADALUPI

BUON POMERIGGIO

**“Premio Nazionale per la Responsabilità Sociale delle
Imprese – Città di Rovigo”**

con il Patrocinio del Ministero delle Politiche Sociali in collaborazione con: CCIAA di ROVIGO, ANCI, CNA, CONFAPI, CONFCOMMERCIO, UNIONCAMERE, CONFARTIGIANATO, ABI, INAIL, CONFAGRICOLTURA, EMPACL, CIA, CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI, CONFESERCENTI, CONFARTIGIANI, COLDIRETTI, FONDACA, CONFCOOPERATIVE, e con: Presidenza del Consiglio dei Ministri, Commissione Europea Rappresentanza a Milano, Regione del Veneto, Comune di Rovigo. (vedi sito www.premiorovigocsr.it)

La RSI e' una moda?

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Il Codice di Hammurabi è una fra le più antiche raccolte di leggi conosciute nella storia dell'umanità. Venne stilato durante il regno del re babilonese Hammurabi (o Hammu-Rapi), che regnò dal 1792 al 1750 a.C. Per la prima volta nella storia del diritto, i comportamenti sanzionabili e le eventuali pene vengono resi noti a tutto il popolo (o almeno a chi fosse in grado di leggere). *(il peso di 1kg deve pesare 1kg – Striscia la notizia: I distributori di benzina ed i prezzi al litro)*

Il libro dei morti egizio - dichiarazione del defunto di fronte al dio Osiride: "io non ho ucciso", "io non ho rubato" - ed **i dieci comandamenti** di Mosé sanciscono e stabiliscono una codifica del concetto di responsabilità sociale dei comportamenti.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





NON E' UNA MODA

Il rapporto fra etica ed economia è rimasto poi invariato da **ARISTOTELE**, (384–322 a.C.), per il quale l'economia si collegava naturalmente allo studio dell'etica, ad **ADAM SMITH** (1723–1790) che riteneva indispensabile, per sprigionare le virtù del mercato, un “codice di moralità mercantile” basato sulla onestà, sulla fiducia e sulla empatia.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



L'articolo 41 della Costituzione Italiana

ravvisa uno specifico limite alla libertà di iniziativa economica privata, che “non può svilupparsi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana”, specificando inoltre che “...la legge determina i programmi ed i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali”.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





La Costituzione, dunque, individua in effetti un concetto di “responsabilità allargata” dal quale far discendere una forma di **progresso economico** che non sia **contrapposta alla crescita umana e sociale delle persone**, della “collettività” e del territorio e che con forza asseconi una **collaborazione sinergica** al fine di congiungere concretamente “valori sociali” e valore della competitività d’impresa. Una logica di sviluppo economico che prevede un attento e sistematico coinvolgimento di tutti i soggetti “portatori di bisogni e d’interessi” che appunto rappresentano la “collettività”. (dall’introduzione di Maurizio Sacconi nel libro “Il territorio oltre il confine”)

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Ovunque nel Mondo si afferma la convinzione per cui **una regolata economia di mercato** si deve **integrare** con la migliore attenzione ai criteri della **coesione sociale**.

Si affermano diffusamente i criteri della **economia sociale di mercato**, quale sola prospettiva che consente di far coesistere, all'interno del medesimo sistema, efficienza e giustizia sociale.

Per questa ragione i Ministri del Welfare dei quattordici Paesi industrializzati e delle economie emergenti, riuniti a Roma dalla Presidenza italiana della sessione G8 nel primo Social Summit dopo la tempesta finanziaria, hanno all'unisono affermato: **People first!**.
(dal Discorso di Presentazione del Libro Bianco del Ministro Maurizio Sacconi)

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





L'equilibrio degli interessi e lo "scambio" virtuoso tra i soggetti del dialogo costituiscono strumento imprescindibile per la realizzazione del bene comune perché mobilitano tutte le energie vitali della Nazione. Solo in un quadro di stabilità della finanza pubblica e di ripresa di produzione della ricchezza sarà peraltro possibile realizzare gli obiettivi qui descritti per una vita buona nella società attiva. (Conclusioni di "La vita buona nella società attiva" Libro Bianco sul futuro del modello sociale. Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali)

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





La via della Stakeholder Vision, consistente nel gestire l'azienda avendo presenti, fin dall'inizio, gli interessi di tutti gli attori - stakeholder che sono interessati, direttamente o indirettamente, dall'attività e dai risultati dell'azienda stessa, ponendo attenzione al "bene comune", in una logica di benefici reciproci e progresso di sistema

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





COS'E' LA RESPONSABILITA' SOCIALE: strumento di crescita e di potenziamento della competitività,

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





L'Italia presenta, diversamente da altre realtà del mondo industrializzato, una prevalenza di micro e medie realtà economiche. E' allora necessario, consentire e premiare iniziative che tangibilmente agevolino l'assunzione di comportamenti "virtuosi e valoriali" da parte delle medie e piccole imprese.

E' necessario facilitare e promuovere, nel fare business, l'applicazione di principi di "qualità totale" poiché la qualità totale non può essere, in alcun modo, disgiunta da comportamenti concreti e quotidiani di "responsabilità" verso i "portatori di interesse".

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Si può ben comprendere come la CSR sia innanzi tutto sinonimo e sintomo di competitività, poiché chi la attua opera in modo costruttivo e radicato in direzione di una crescita duratura e sostenibile, come emerge anche dalle istanze del Libro Verde della Commissione Europea.

L'Europa propone l'idea forte di un fare ed un produrre responsabile e consapevole che generi un progresso socio-economico "durevole".

In questi ultimi anni ai consueti rischi di impresa se n'è aggiunto uno che fino a pochi anni or sono non era neppure considerato: il rischio di "reputazione" quindi anche di credibilità.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Il rischio “reputazione” e “credibilità” si presenta oggi come la conseguenza di una necessità espressa dai cittadini, dagli stessi lavoratori e addetti e dal consumatore che è quella di saper dialogare in un contesto di economia consapevole e matura che sappia creare non solo ricchezza e benessere, ma in primis produrre e amministrare qualità e valore.

Henry Ford affermava:

“Affari che producono solo soldi sono affari poveri”.

Adriano Olivetti:

“L’utile è un vincolo non un fine dell’azienda”.

Aristide Merloni (un caso ideale di passaggio generazionale):

“In ogni iniziativa industriale non c’è valore del successo economico se non c’è anche l’impegno nel progresso sociale”.

Vittorio Merloni (il figlio) nell’annual report del 2008: “un impegno a cui abbiamo continuato e continueremo ad essere fedeli”

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Si affaccia in occidente e prevalentemente nella “agorà” europea la necessità di mettere mano ad un progetto di “azienda del futuro”, in cui possa avvenire concretamente un’integrazione del bilancio sociale e di quello finanziario, perché la legittimazione e l’identità di operatore economico è sempre di tipo “sociale”.

Un’impresa che pratici la “qualità totale” costruisce il proprio modo di essere attraverso un atteggiamento ed un comportamento “socialmente sostenibile e responsabile”.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



La qualità è atto strategico per la sopravvivenza dell'impresa nel tempo, perché da essa scaturiranno la soddisfazione e la fiducia dei clienti, dei dipendenti e dei fornitori, la relazione con la comunità locale in cui opera ed è insediata.

Questo insieme di fattori "intangibili" condizionano sempre più il mercato e generano quotidianamente ricchezza per l'azienda.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





L'impresa sta iniziando ad essere consapevole che dall'attuazione di veritieri comportamenti di responsabilità sociale non riceve solo vantaggi nel lungo periodo o, in termini tattici, di reputazione, ma anche convenienze economiche immediate, pratiche e autenticamente concrete.

Comunque, di là dai valori, dalle tensioni e dai comportamenti morali:

“l'atteggiamento etico è quello che assumerebbe una mente calcolatrice dopo aver fatto bene i propri conti” (Zygmunt Baumann).

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





La Responsabilità Sociale dell'Impresa, sarà sempre un tema di rilevanza strategica perché le performance sociali rappresentano un modo per accrescere la ricchezza economica di un'impresa, del suo Paese e soprattutto di consentire a nuove imprese consapevoli di nascere e crescere nel territorio.

Dobbiamo tutti riconoscere come fondamentale ciò che simpaticamente sosteneva Charles F. Kettering:

“Tutti dovremmo preoccuparci del futuro, perché là dobbiamo passare il resto della vita”.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



.... migliaia, milioni di individui lavorano, producono e risparmiano nonostante tutto quello che noi possiamo inventare per molestarli, incepparli, scoraggiarli. E' la vocazione naturale che li spinge; non soltanto la sete di denaro. Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare, acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste, ampliare gli impianti, abbellire le sedi, costituiscono una molla di progresso altrettanto potente che il guadagno. Se così non fosse, non si spiegherebbe come ci sono imprenditori che nella propria azienda prodigano tutte le loro energie e investono tutti i loro capitali per ritrarre spesso utili di gran lunga più modesti di quelli che potrebbero sicuramente e comodamente ottenere con altri impieghi. (Luigi Einaudi)

L'uomo ragionevole adatta se stesso al mondo; quello irragionevole persiste nel cercare di adattare il mondo a se stesso. Di conseguenza ogni progresso dipende dall'uomo irragionevole. (George Bernard Shaw)

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





“Influenza del rapporto familiare nelle varie fasi organizzative”.

Il centro reale della responsabilità sociale è proprio la famiglia da cui si genera attraverso il modello educativo. Di conseguenza, la Responsabilità Sociale dell'Impresa entra con forza e con articolate differenziazioni, pertinenti i rapporti di forza e di dialogo all'interno del nucleo familiare, nella attività imprenditoriale.

Nello specifico del rapporto familiare l'RSI ha implicazioni molto, molto più complesse rispetto al suo impatto nelle tradizionali aziende rette da imprenditore ed eventualmente anche da managers.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Ogni azienda ha diversi modelli di lettura nel nucleo familiare in ragione di:

- **diversità generazionale,**
- **livello di informazione differenziata,**
- **approccio emotivo e coinvolgimento al lavoro**
- **educazione molto distinta in ragione delle modifiche che la stessa società ha subito attraverso il benessere, a volte eccessivo, o attraverso i nuovi “media” ed anche in ragione del differente tipo di insegnamento scolastico.**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner

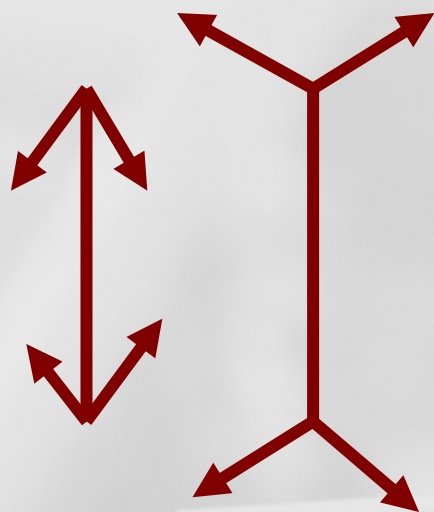


Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



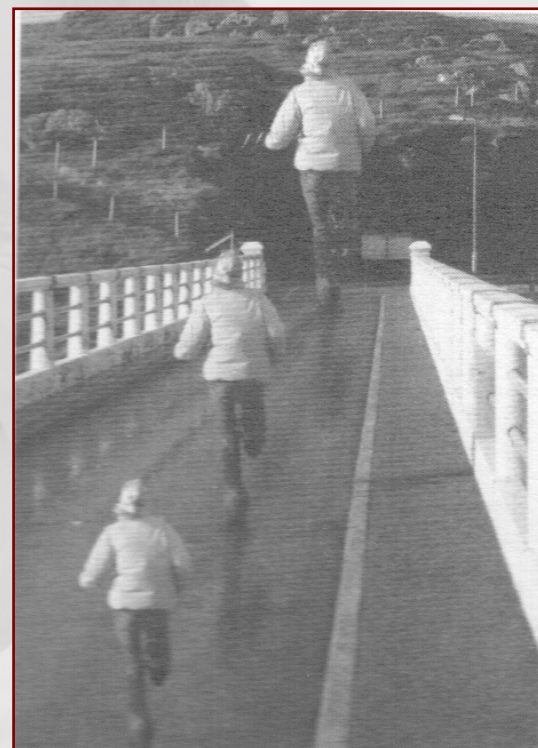
Promotori





“inganni degli occhi”

Il cervello umano usa regole relazionali molto specifiche che spesso ingannano l'interpretazione del reale in maniera che può diventare drammatica.



Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



“inganni del cervello”

Stai Partecipando ad una corsa. Superi il secondo. In che posizione sei?

Stai partecipando a una gara di corsa. Superi l'ultimo. In che posizione sei?

Un caso po' più complesso: In uno zoo con degli animali ci sono un totale di 12 teste e 24 gambe. Ci sono naturalmente vari tipi di animali e non solo a 2 gambe. Quanti animali ci sono per ogni categoria? *6-2, 3-4, 3-0*

Quando si riceve un'informazione ci si concentra soltanto sui dettagli, poi si utilizza la memoria per le informazioni mancanti, ma la memoria non è perfetta. Dunque il sistema dell'attenzione fa da filtro all'informazione che si riceve si concentra su ciò che è rilevante e trascura ciò che ritiene irrilevante. Altre volte invece:

Quante dita hai in 1 mano? Quante dita ne hai in 2 mani? Quante dita ci sono in 10 mani?

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





“inganni della psiche”

PRECONCETTI – Idee che nel tempo si sono così consolidate che sembrano realtà. - **ESEMPIO ELEFANTE - catena** – perché non si libera?

PAURE – Paura di perdere, di rischiare, di lasciare quello che si ha. - **ESEMPIO SCIMMIA** – noce di cocco, perché rimane prigioniera? –.

Questi meccanismi atavici sono presenti anche nella mente dell'uomo e nei rapporti familiari.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





E' interessante, viste queste premesse, immaginare che molto della complessità e delle problematiche del passaggio generazionale possono essere generate non da problemi reali e concreti, ma da inganni della mente o da inganni interpretativi del circostante.

Qualsiasi analisi deve tenere in debito conto che quanto premesso agisce molto più forte nell'azienda familiare che in una azienda normale in quanto le componenti emozionali/affettive ampliano fortemente le distorsioni generate dalle proprie caratteristiche umane.

Dunque molte delle problematiche che intervengono nel passaggio generazionale non possono essere risolte con tecniche di counselling (sostenere e sviluppare le potenzialità) tradizionali.

Perché tali problematiche sconfinano molto spesso in componenti psicologiche e/o psicanalitiche.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





La base del rapporto familiare è regolato da meccanismi relazionali ed irrazionali che si consolidano negli anni e che provengono molto dalla consuetudine. Comunque

Il passaggio Generazionale

investe ogni luogo: la politica, l'informazione, la cultura, qualsiasi area del vivere comune. Oggi, il passaggio generazionale incontra le più grandi problematiche nel mondo delle aziende/famiglie.

PERCHE?

Ogni caso è un caso a se stante, non possono definirsi regole comuni a tutte le imprese

**Coinvolge l'interesse fondamentale: la sopravvivenza
Impatta in componenti psicologiche archetipe quali la competizione:**

- **padre figlio,**
- **fratello fratello,**
- **collaboratori dipendenti**
- **ecc**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



ma anche molti altri problemi creano forti resistenze:

- ❖ La differenza di visione (passione/entusiasmo)
- ❖ Le capacità e le potenzialità differenti in settori differenti
- ❖ L'esperienza/fortuna
- ❖ La non distinzione nei rapporti gerarchici
- ❖ Le limitazioni che induce lo studio ed il benessere
- ❖ La capacità di rischio
- ❖ Il concetto di sacrificio/dovere (SOPPORTAZIONE DELLA FATICA)
- ❖ La volontà/determinazione
- ❖ L'età (con il tempo si diviene rigidi e iper preoccupati); i giovani sono più flessibili ed hanno il vantaggio di una leggera incoscienza (a volte indispensabile a volte dannosa)
- ❖ L'imprenditore, come il cavallo Gondrano in Orwell, che sopporta tutto in silenzio

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Ma la componente centrale che impedisce il cambiamento è

LA PAURA DI DARE AUTONOMIA/RESPONSABILITÀ

Molto simile a quella di quando il bambino fa i primi passi o si lascia la sella della bicicletta.

La prima fase fondamentale per vincere e superare la crisi è il non chiudersi nella propria convenzionale visione del mondo, ma CAPIRE ED ACCETTARE la diversità dei tempi e delle situazioni.

Otto imprese su dieci in Italia sono familiari e la metà dei loro fondatori ha superato i 60 anni. Dunque:

TINA

(slogan utilizzato da Margaret Thatcher - acronimo di There Is No Alternative)

In Europa solo il 24% delle società arriva alla seconda generazione ed il 14% alla terza – analisi McKinsey (detto popolare: il padre li fa, il figlio li mantiene, il nipote li sperpera)

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





La gioventù costituisce l'età centrale della nuova società. La gioventù si dilata fino a cancellare l'infanzia trasformandola in "pre-teen" (aborti in Inghilterra a 12/13 anni) e si allunga in alto fino a inglobare i "kidadult": i trenta/quarantenni Peter Pan.

Il passaggio generazionale sta spostandosi dai 55-65 anni agli 70-80 anni perché l'aumento dell'età media consente la continuazione dell'età lavorativa efficace oltre i termini tradizionali (vedi Trieste)

Il passaggio generazionale ruota fortemente attorno ai conflitti ed alle competitività determinate dai rapporti affettivi familiari (IL COMPLESSO DI EDIPO HA 2500 ANNI). Eppure, nonostante questo, il concetto di responsabilità sociale accompagna lo sviluppo e la crescita dell'azienda familiare.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Il Momento più difficile di una corsa a squadre è proprio il **PASSAGGIO DEL TESTIMONE**

e nella situazione specifica le difficoltà aumentano in ragione del fatto che il campo può essere diverso, le attitudini possono non coincidere, l'età non è la stessa, le pressioni psicologiche non sono omogenee. Spesso aiuta porre delle domande perché queste, sempre, sono più importanti delle risposte. Per esempio scrivete e fate scrivere su di un foglio di carta:

- Cosa penso di me
- Cosa penso della mia azienda
- Cosa pensano di me gli altri
- Cosa penso io degli altri
- Ecc.

La riflessione (una volta si chiamava esame di coscienza) è una attività rilevante proprio nel passaggio generazionale perché consente un confronto ed un chiarimento.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





“un case history particolare”

La donna al centro del rapporto familiare durante il passaggio generazionale: moglie e madre.

Continuare ad apprendere anche con umiltà, dare spazio alle capacità e sopportare pazientemente le differenze.

La complessità delle relazioni interpersonali.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



La delega controllata nella mia esperienza di pilota militare: *la mia vita dipende dalla tua – la tua vita dipende dalla mia – se io non ti difendo e non sto al tuo fianco sono un suicida o un omicida.*

di fatto do una delega controllata ai miei compagni perché debbo fare sistema fare squadriglia (ognuno indipendente ognuno interlacciato all'altro) non solo per vincere, ma anche per non morire prima del tempo.

Un'esperienza che insegna a comprendere l'opportunità dell'interdipendenza.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Quando si raggiunge questo obiettivo si genera contestualmente il senso più profondo della RSI soprattutto nell'impresa familiare.

“Lo studio di Iperion Corporate Finance evidenzia che nonostante la crisi le PMI continuano ad investire in responsabilità sociale. In particolare le iniziative si rivolgono:

- ***per il 60% a sostegno di azioni e progetti di imprese sociali o di organizzazioni non profit del territorio;***
- ***per il 20% al miglioramento delle condizioni dei lavoratori, attraverso le attività di formazione e di counselling (sostenere e sviluppare le potenzialità);***
- ***per il 10% a progetti di conciliazione lavoro e famiglia per le donne impegnate in azienda;***
- ***per il 15% ad iniziative ai sostegno ai progetti nazionali di ricerca sulle patologie gravi;***
- ***ed infine per il 5% ad assicurare maggiore trasparenza delle decisioni aziendali, e maggiore attenzione alla creatività socio competitiva dei collaboratori”.***

(quotidiano di Cremona 18 agosto 2010)

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





L'imprenditore che non ha nel suo cuore una visione strategica ed etica del suo lavoro non è un imprenditore ma uno speculatore.

Purtroppo ne abbiamo visti molti, da quelli finanziari a quelli che inquinano e truffano ma tutti questi come abbiamo potuto constatare sono destinati prima o poi a pagare il danni che fanno.

Sopravvivono tra mille difficoltà solo gli imprenditori che credono nella loro impresa e nel loro lavoro ed anche per questo fondamentale motivo oggi sono qui con noi.

Il dr **Marco Caputo** di **REvalue** nostra partner nella RSI da molti anni vi darà alcune schematiche informazioni tecniche e semplici dettagli pratici di cosa significa attuare una politica operativa di responsabilità sociale dell'impresa.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





•Strumenti di Responsabilità Sociale

•RSI, innovazione - competitività

•Bilancio sociale nelle PMI

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



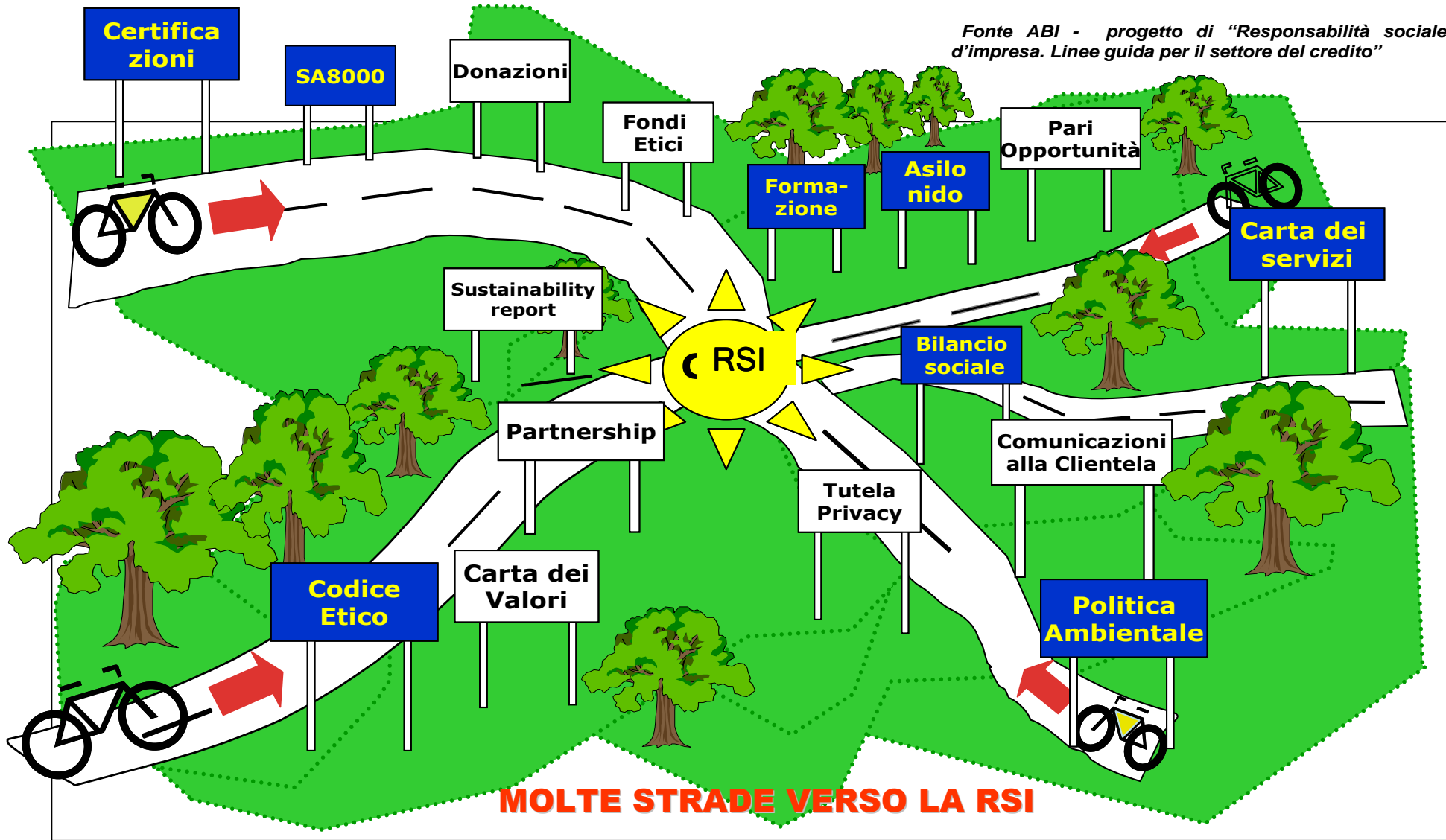
Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Fonte ABI - progetto di "Responsabilità sociale d'impresa. Linee guida per il settore del credito"



MOLTE STRADE VERSO LA RSI

Formatore

Partner

Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione

Promotori





Da...
azioni isolate

... ad **approccio integrato**
nelle strategie e politiche
dell'impresa



Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA
RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

La RSI ed il passaggio generazionale: opportunità e pericoli

Codice etico e strumenti di rendicontazione

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





- è uno dei principali **strumenti di attuazione della responsabilità etico-sociale** nel contesto di un'organizzazione imprenditoriale:
- è l'enunciazione dell'insieme dei **diritti**, dei **doveri** e della **responsabilità** nei confronti di tutti gli stakeholder
- contiene **principi** e **norme** di comportamento, mediante le quali si dà attuazione ai principi, che arricchiscono i processi decisionali aziendali e orientano i comportamenti dell'impresa
- è uno **strumento di governance** e di **gestione strategica** dell'impresa

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





FUNZIONI

- Esplicita i tratti essenziali della propria identità attuale e futura (missione, visione, ecc.)
- Chiarisce i tratti fondamentali del rapporto fra esponenti della proprietà e del management
- Previene comportamenti illeciti esponendo le norme di comportamento alle quali i lavoratori devono attenersi
- Chiarisce e proprie responsabilità e i comportamenti attesi dagli interlocutori esterni (fornitori, concorrenti, pubblica amministrazione, comunità, ecc.)

Rafforzamento della reputazione dell'impresa e creazione del meccanismo virtuoso della fiducia

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





ACCOUNTABILITY significa “render conto”, “assumersi la responsabilità di ciò che si dichiara” e riguarda l’azione e l’impegno di una organizzazione di dare conto dei vantaggi realizzati per gli interlocutori e quindi di motivare le ragioni delle azioni effettuate

Nell’ accountability sono compresi due concetti:

RENDICONTAZIONE

Nel senso di dimostrabilità e documentabilità, attraverso sistemi che permettano di dare conto, agli interlocutori di una organizzazione, delle attività svolte e dei risultati ottenuti

RESPONSABILITÀ

Da parte dell’azienda, relativamente agli impegni e priorità d’azione dichiarati, e all’utilizzo delle risorse in relazione alle proprie responsabilità

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA
RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

La RSI ed il passaggio generazionale: opportunità e pericoli

I sistemi di gestione e le certificazioni

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



42



SA8000 è uno standard internazionale di certificazione del rispetto dei diritti dei lavoratori ispirato alle convenzioni ILO, International Labour Organisation.

L'adesione prevede il rispetto, da parte dell'azienda, di requisiti che afferiscono ai seguenti campi:

- lavoro minorile
- lavoro forzato
- norme per la salute e la sicurezza
- libertà di contrattazione e associazione
- pratiche disciplinari
- discriminazione
- stipendio
- orario di lavoro

La certificazione di conformità ai requisiti viene rilasciata da parte terza, accreditata dal SAI (Social Accountability International).

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Il sistema di gestione SA8000: principali strumenti

- **Politica** di responsabilità sociale,
- **Codice di condotta** per i fornitori,
- Elezione dei **rappresentanti SA8000** interni,
- **Sistema di coinvolgimento e controllo** dei fornitori,
- **Procedure** per la gestione del sistema,
- **Formazione** dei dipendenti,
- **Database dei fornitori** sulle loro conformità ai requisiti,
- **Piano d'intervento pluriennale** per le procedure di controllo di fornitori e sub-fornitori,
- **Riesame** periodico della **Direzione**.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Lo standard ISO 14000 si inquadra all'interno del più vasto panorama delle norme ISO (International Organization for Standardization) e ne ricalca pertanto i medesimi tratti fondamentali.

È costituito da una serie di norme internazionali che “forniscono a tutte le organizzazioni (di qualsiasi tipo e dimensione) i fondamenti di un sistema efficace di gestione ambientale (SGA), che integrati con le altre esigenze di gestione, aiutino le organizzazioni a raggiungere i loro obiettivi ambientali ed economici”.

Il percorso per giungere alla certificazione prevede un'analisi ambientale iniziale con cui l'organizzazione valuta la sua posizione rispetto ai requisiti previsti dalla norma. Degli audit ambientali interni, per il controllo delle procedure messe in atto e la verifica dei risultati ottenuti da parte della direzione.

La certificazione è rilasciata da un terza parte indipendente, che successivamente assume un ruolo di sorveglianza rispetto al processo di miglioramento continuo ai fini del mantenimento dei requisiti.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore

infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner

Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione

Promotori

EMAS, *Eco-Management and Audit Scheme*, è un sistema comunitario di ecogestione e audit, al quale le organizzazioni possono aderire volontariamente. Nato nel 1995 in riferimento al settore manifatturiero, oggi è applicabile ad ogni tipo di attività. Coerente ed integrato con lo standard ISO 14000, l'adesione al quale è prerequisito per ottenere la certificazione EMAS.

È uno strumento di valutazione e gestione dell'impatto ambientale dell'organizzazione.

Prevede l'adozione di una politica ambientale, un'analisi ambientale iniziale, cui fa seguito un programma d'azione e una dichiarazione ambientale, in cui vengono descritte le caratteristiche dell'attività dell'organizzazione, gli effetti che ha sull'ambiente e la politica ambientale adottata.

Se la dichiarazione, sottoposta a validazione da parte di verificatori accreditati, viene ritenuta idonea, l'organizzazione ottiene la registrazione nel registro europeo dei siti conformi al regolamento CEE e di conseguenza il diritto ad avvalersi del logo EMAS nella proprie comunicazioni.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





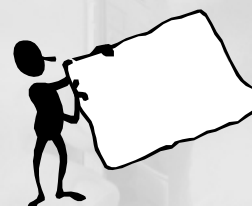
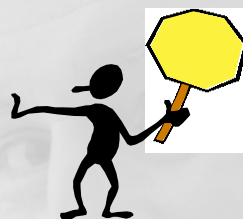
↗ **ANALISI AMBIENTALE INIZIALE OBBLIGATORIA**

↗ **CONFORMITA' GIURIDICA**

↗ **MIGLIORAMENTO CONTINUO DELLE PRESTAZIONI
AMBIENTALI NON SOLO A LIVELLO DI SISTEMA**

↗ **DICHIARAZIONE AMBIENTALE**

↗ **PARTECIPAZIONE DEI DIPENDENTI**



Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Linee Guida basate su 7 principi

1. **Responsabilità:** l'organizzazione deve assumersi la responsabilità del suo impatto sulla società e sullo sviluppo. Deve accettare eventuali controlli e ha il dovere di risponderne
2. **Trasparenza:** l'organizzazione deve essere trasparente in tutte le sue decisioni ed attività, in particolare in relazione alla sua natura, ai suoi obiettivi, ai risultati in termini di responsabilità sociale e alla provenienza delle sue risorse finanziarie
3. **Etica:** l'organizzazione deve comportarsi sempre in modo onesto, equo e integro moralmente. In questo atteggiamento deve essere compreso il rispetto per persone, ambiente, animali e il rispetto delle esigenze di tutti coloro che in qualche modo sono coinvolti nella attività dell'azienda
4. **Rispetto degli stakeholders:** l'organizzazione deve identificare tutti coloro che, direttamente o indirettamente, sono coinvolti nell'attività d'impresa e avere particolare attenzione per le loro necessità
5. **Rispetto della legge:** l'organizzazione deve accettare che il rispetto del ruolo della legge è obbligatorio e accettare che nessun individuo o ente è al di sopra di esso
6. **Rispetto degli standard di comportamento internazionali:** conseguentemente, l'organizzazione dovrà aderire ai principi stabiliti a livello internazionale, e rispettarli il più possibile nel caso in cui operino in nazioni con una legislazione che entri in conflitto con queste norme
7. **Rispetto dei diritti umani:** l'organizzazione deve riconoscere l'importanza e l'universalità di questi diritti ed evitare di trarre vantaggio da situazioni in cui tali diritti non siano rispettati.

Formatore



Partner

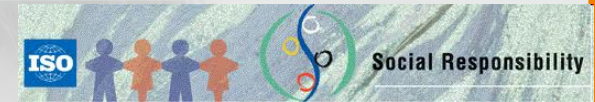


Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Governance

- Inclusività
- Condotta Etica
- Produzione di informazioni
- Rispetto della legge
- Trasparenza e rendicontazione

Ambiente

- Riduzione emissioni
- Prevenzione surriscaldamento globale
- Consumo sostenibile e riciclo
- Tutela ecosistemi
- Rispetto delle generazioni future

Consumatore

- Informazione accurata e adeguata
- Benefici sociali e ambientali di Prodotti e servizi
- Salute e sicurezza del consumatore
- Privacy

Pratiche di lavoro

- Salute e sicurezza
- Condizioni dignitose di lavoro
- Sviluppo risorse umane
- Benessere del lavoratore

Diritti umani

- Diritti civili e politici
- Diritti economico, culturali e sociali
- Diritti fondamentali del lavoro
- Diritti delle comunità

Pratiche corrette di gestione

- Promozione di attività etiche e trasparenti
- Concorrenza leale
- Gestione responsabile della catena di fornitura
- Rispetto dei diritti intellettuali e di proprietà
- Combattere la corruzione

Comunità e Sviluppo

- Impatti sullo sviluppo locale
- Coinvolgimento delle comunità
- Sviluppo della società
- Filantropia

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Gestione responsabile del passaggio generazionale: “cogliere opportunità ed evitare pericoli”

Affrontiamo ora un modo diverso di guardare il mondo, soprattutto le nuove tendenze.

Un modo che ci farà capire come il passaggio generazionale può essere un grande momento di crescita dell'azienda perché potrebbe fondere tradizione e sacrificio con innovazione ed una creatività libera dagli schemi prefissati da cui siamo ancora oggi condizionati.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Giova ricordare e ripetere

Dieci negri un giorno camminavano nel deserto in fila indiana quando il primo della fila improvvisamente inciampa in

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





**IL SACRIFICIO E LA FATICA
SI DIVIDONO
mentre
IL DOLORE SI MOLTIPLICA**

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





**DOLORE SOFFERENZA
ANGOSCIA DISPERAZIONE
O
FELICITA' IMPEGNO
SERENITA' COLLABORAZIONE
CIURMA FELICE LA NAVE VA?**

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Perché parliamo di felicità e responsabilità sociale dell'impresa?

“Ma in che cosa consiste per l'uomo la felicità?”

Si chiede Aristotele.

“Evidentemente si può rispondere a questa domanda solo se si determina qual è il compito proprio dell'uomo. Ognuno è felice in quanto fa bene l'opera sua: il suonatore quando suona bene, il costruttore quando costruisce oggetti perfetti. Ma il compito proprio dell'uomo **in quanto tale non è la vita vegetativa** che egli ha in comune anche con le piante, né la vita dei sensi che ha in comune con gli animali, ma solo la vita della ragione. L'uomo dunque sarà felice solo se vive secondo ragione; e questa vita è la virtù. L'indagine sulla felicità diventa quindi un'indagine sulla virtù.”

Purtroppo in questa epoca spesso si mescola felicità con piacere, soprattutto la pubblicità si ostina a confonderci le idee insistendo nel formulare l'equazione **piacere = felicità**

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





“La responsabilità sociale dell’impresa può presentarsi come riforma (o forse rivoluzione?) dell’economia di mercato se saprà prendere sul serio il principio di gratuità. Le motivazioni intrinseche, la reciprocità non strumentale, gli spiazzamenti, **i beni relazionali e la felicità** sono faccende di gratuità, che sono tali proprio perché in esse poco, o nulla, è contrattabile”. (L.Bruni – M.Faillo in Guida critica alla responsabilità sociale e al governo d’impresa)

“Non si può, per altro, togliere all’imprenditore il dramma delle scelte: spesso – o forse sarebbe meglio dire sempre – l’imprenditore deve essere l’uomo dell’*aut-aut*; le indicazioni etiche, viceversa, sono spesso più definibili come proposizioni *et-et*. Le due cose non si conciliano se non nel lungo periodo...” *Felicità e strategie d’impresa è un libro (già tesi di laurea) pubblicato dai Dehoniani del parroco di Ponte Ronca.*

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Nella rivendicazione dei diritti naturali con cui si apre la Dichiarazione di Indipendenza americana del 4 luglio 1776 leggiamo che a tutti gli uomini va riconosciuti il diritto

«alla vita, alla libertà e al perseguimento della felicità e di organizzarne i poteri nella forma che sembri al popolo meglio atta a procurare la sua Sicurezza e la sua Felicità.».

Il documento stabilisce così che a ciascun individuo va garantita la possibilità di **costruirsi la sua strada verso la felicità**, mentre le istituzioni pubbliche si assumono il compito di tutelare la vita, la libertà e la sicurezza.

Ognuno ha allora l'obbligo di contribuire al bene dell'umanità.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Le pmi italiane devono affrontare uno scenario che vede modificarsi profondamente le condizioni su cui per decenni il nostro sistema economico e politico-sociale si era affermato e non tutte le aziende purtroppo hanno un futuro.

I fattori sono noti: aggressività dei nuovi competitori europei e del far east sui prodotti commodity, superamento di modelli di business labour intensive e necessità di innovare tecnologie e prodotti, necessità di sviluppare costantemente la cultura organizzativa e manageriale, necessità di fare economie di scala, i vincoli derivanti da Basilea 2 per il sistema finanziario che partiranno il 1/1/07 ecc.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Secondo l'analisi di M. Porter, nel contesto competitivo esistente le imprese devono tener conto delle forze che vi influiscono direttamente (clienti, fornitori, nuovi prodotti e nuovi concorrenti) e indirettamente (legislazione e..) e devono definire strategie distintive (di nicchia o di volumi) per competere e difendere i margini.

Sono le 'Strategie Oceano Rosso', dove si combatte ogni giorno in un mercato dato.

Qualcuno vince e qualcuno perde.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Questo approccio resta assai importante e le pmi sono maestre nel cercare posizionamenti di nicchia a livello mondiale, combattendo i concorrenti omogenei con strategie “di guerriglia”.

Alcune sono riuscite a sviluppare anche strategie competitive più durature, basate su alleanze internazionali.

Tuttavia questo approccio strategico (competere sui mercati e con le regole conosciute) si scontra con alcuni fattori di cui tenere conto: i vincoli dell'euro e poi l'arrivo dei nuovi aggressivi player del fareast, che copiano ma anche imparano alla svelta e ormai hanno fatto perdere al sistema Europa molti punti di vantaggio che non sarà facile recuperare.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Un **SISTEMA/IMPRESA** interagisce (attenzione a questa parola) con il mercato che non è altro che la translitterazione del concetto di territorio.

“L’arte della guerra” Macchiavelli –
7 volumi utilizzati da consulenti di tutto il mondo
Es: esercito di popolo o esercito mercenario –
venditori dipendenti o agenti rappresentanti
Firenze, 3 maggio 1469 – Firenze, 21 giugno 1527

Stessa epoca

“Il giardino Zen di Ryoanji” a Kyoto
Giardino di pietre e sassi di un maestro Zen

Superare la guerra, la lotta, il dolore con la forza delle idee, con la creatività, con la cultura.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



W. Chan Kim (consulente UE docente INSEAD business school) e Reneée Mauborgne (Ricercatore INSEAD professore di strategia e management), attraverso uno studio condotto in oltre trenta settori, hanno elaborato un modello sistematico, replicabile da qualsiasi impresa, per raggiungere alti livelli di crescita.

Dal "Modello T" della Ford allo "iPod" di Apple, essi hanno identificato i principi e gli strumenti per neutralizzare la concorrenza e creare uno spazio di mercato incontestato, dalle possibilità illimitate come quelle di un oceano blu.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





VINCERE SENZA COMPETERE

Strategia Oceano Blu porta un messaggio carico di ispirazione: **il successo non dipende dalla concorrenza spietata né da costosi budget di marketing**, ma da mosse strategiche brillanti, adatte a un uso sistematico da parte di tutte le imprese.

Sono strategie basate sull'innovazione del valore offerto ai mercati (vecchi e nuovi) e mirano a superare i confini dell'attuale contesto competitivo: **invece di competere nelle attuali condizioni (sempre più difficili), cercare di aggirare la concorrenza.**

Intercettare una nuova domanda (oggi latente o insoddisfatta) permette di spezzare il *trade off* tra costo e valore. In definitiva le strategie Oceano Blu possono permettere di “allineare l'intero sistema delle attività dell'azienda con il doppio obiettivo della differenziazione (qualità) e del contenimento dei costi” (K&M).

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Molti ed interessanti i casi citati di Oceani Blu e aziende di successo, grandi e piccole, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata e dalle risorse di partenza:

BlackBerry, Bloomberg, Dell, eBay, Starbucks, Cirque du Soleil (intrattenimento), NetJets (l'aero come l'auto in affitto), Curves (la palestra per donne), FedEx, CNN, The Body Shop e molti molti altri casi

Le grandi idee non vengono dalla ragione ma dalla follia *Erasmus da Rotterdam*

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Dopo l'hardware, il software ora si passa al cloud - computing (iPhone) dunque il nuovo approccio è:

Brainware

“Sistema pensante”

attiene infatti alla RSI la capacità di pensare e di “ripensarsi”.



...lasce la Nuvola Italiana. Per lavorare con le imprese pubbliche e private l'innovazione digitale del Paese.

...i Nuvola Italiana è il cloud computing di Telecom Italia creato per le imprese pubbliche e private. Le aziende non dovranno più dotarsi di infrastrutture, piattaforme e applicazioni IT dedicate perché è tutto nella Nuvola. Tutto è più efficiente, semplice e flessibile perché si usa e si paga solo quello che serve. Più veloce e sicuro perché si accede ai servizi in tempo reale con qualità garantita. Con la Nuvola di Telecom Italia il Paese diventa innovativo, efficiente, competitivo e ancora più ricco di opportunità per ognuno di noi.



...i Nuvola Italiana. Il cloud computing di Telecom Italia.

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore

infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner

Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione

Promotori



L'uso delle facoltà mentali orientate al bene comune e delle capacità emotiva al superamento dei momenti conflittuali sono lo strumento principe della trasformazione (gratuità).

In questo contesto l'integrazione tra la forza e l'esperienza di una generazione passata con la conoscenza e la versatilità della nuova generazione rappresenta una grande possibilità di stabilità e successo se affrontata con armonia e comprensione da parte di chi ha più anni.

La costruzione di un'impresa che si orienti sui principi sino ad ora enunciati ridurrà fortemente i rischi di un passaggio generazionale che comunque rappresenta il momento più difficile e delicato della vita aziendale.

Ora il dr **Marco Caputo** di **REvalue** azienda nostra partner nella RSI operativamente svilupperà: RSI innovazione - competitività

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





•Strumenti di Responsabilità Sociale

•RSI, innovazione - competitività

•Bilancio sociale nelle PMI

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





La Responsabilità Sociale d'Impresa si traduce in un approccio innovativo alla gestione d'impresa



Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





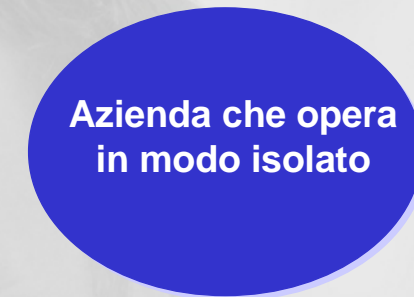
RSI, INNOVAZIONE e COMPETITIVITA'



capacità di **percepire i mutamenti**
in atto a livello sociale ed economico

capacità di rispondere in modo
efficace

**maggiore capacità di
innovazione e competitività**



**Limitata conoscenza del
contesto in cui opera**

**Difficoltà di gestione e
innovazione**

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Gestire l'impresa in ottica sostenibile significa garantire che tutti i portatori di interesse vengano ascoltati e il loro punto di vista inglobato nei processi decisionali: ciò comporta un incremento qualitativo e quantitativo dei contributi all'organizzazione

Idee e impressioni nuove, che scaturiscono dal dialogo con gli stakeholder, sono in grado di rendere l'impresa più efficiente.

La RSI porta benefici sostanziali quali un migliore processo decisionale e capacità di risoluzione dei problemi, oltre ad una maggiore creatività ed innovazione che possono portare ad un rafforzamento dello sviluppo dei prodotti e servizi e ad un processo di marketing più efficace verso diverse tipologie di clienti.

Riuscire a comprendere l'ambiente esterno e interno garantisce che l'organizzazione riflette i bisogni e le esigenze della comunità locale e della società in cui opera.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Una gestione socialmente responsabile dell'impresa consente quindi di ottenere

Innovazione all'interno dell'azienda

modalità di gestione
processi
strumenti

Innovazione all'esterno dell'azienda

competitività del territorio
sviluppo sociale
collaborazione tra diversi attori

Formatore

MTK | **metakom**
Comunicazione
infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner

REvalue

Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





internamente

- Condivisione di **valori** e morale più alto
- Spirito di squadra e maggiore **collaborazione**
- Aumento delle **professionalità**
- Attrazione dei **migliori collaboratori** del territorio
- **Fidelizzazione** del personale
- Migliore **comunicazione**
- Maggiore impegno e **produttività**
- **Diminuzione conflittualità** con il sindacato
- Miglioramento dell'immagine e della **reputazione** aziendale
- Maggiore **adattabilità e flessibilità** in un mercato in continua evoluzione
- **Riduzione dei costi** associati al turnover, all'assenteismo, alla bassa produttività
- **Nuove energie e idee**: l'aumento dell'innovazione e della creatività può migliorare la capacità di rinnovamento dell'impresa.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



esternamente

- Rafforzamento dell'immagine e della reputazione aziendale
- Aumento customer satisfaction
- Attrazione di nuovi clienti
- Migliore posizione del marchio e aumento della qualità percepita del brand aziendale
- Possibilità di rispondere alle esigenze di nuovi clienti
- Miglioramento nelle modalità e tempistiche dei pagamenti
- Maggiore fidelizzazione
- Migliore dialogo e opportunità di collaborazione
- Essere segnalata come esempio di best practice nel settore di riferimento
- Miglioramento delle relazioni verso vere e proprie partnership
- Possibilità di contributi
- Conformità legale
- Migliore dialogo e opportunità di collaborazione con la PA

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





La **RESPONSABILITA' SOCIALE:**

**Passaggio generazionale come momento
d'innovazione sostenibile:
“Analisi della comunicazione responsabile
interna ed esterna”**

**la redditività generata dalla
reputazione**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



L'assurdità è che in una società così detta della comunicazione quello che manca più di tutto è la comunicazione.

Ormai: Il mezzo è il messaggio STESSO – Mac Luhan

L'uomo di Gutenberg è oggi bombardato, invaso, afflitto da un mare di informazioni inutili; sono così tante che sono inservibili e si confonde comunicazione con dati stimoli ed eccezioni.

Di fatto la comunicazione del “villaggio” è assente, è assente la capacità di comunicare nelle famiglie, nelle aziende, nella società civile.

Scuola di palo alto California – la comunicazione non ha un contrario – quando si tace si comunica anzi si grida

Perché comunicare significa soprattutto ascoltare, farsi coinvolgere, capire e capirsi.

COMUNICARE E' COMPORTAMENTO

la qualità della comunicazione rappresenta la qualità della democrazia

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



La comunicazione è **75% non verbale**. Solo il 15% di quello che si dice è comunicazione (esempio: ti odio – ti odio – a parole uguali si contrappongono due MODI assolutamente differenti DI COMUNICARE) Tono, atteggiamento, sguardo, postura ecc. ecc. parlano un linguaggio di verità al nostro posto; meglio allora non mentire.

“Renzo Tramaglino capì che **un effetto fanno le parole nella bocca ben altro negli orecchi**” Alessandro Manzoni

Quando si parla non ci si rende conto dell'effetto che fa quello che diciamo, ma percepiamo bene l'effetto che fa su di noi quello che viene detto. Soprattutto non siamo consapevoli del messaggio che liberiamo attraverso il nostro corpo in relazione a quanto sentiamo.

Le persone capiscono, meglio, intuiscono molto di più di quello che crediamo e soprattutto spesso non ci dicono quello che hanno capito

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



(1)

Quando gli emigranti inglesi sbarcarono in Australia, notarono un animale che saltava molto in alto e distante. Domandarono agli aborigeni, usando il linguaggio dei segni, chi fosse questo strano animale. Essi risposero: "Kan Ghu Ru" da cui la parola inglese kangaroo. Quel che in realtà gli aborigeni dissero fu "Non ti capiamo" = "Kan Ghu Ru".

(2)

Nell'antica Inghilterra la gente non poteva fare sesso senza il consenso del Re. Quando volevano avere un figlio dovevano chiedere il permesso alla monarchia. Veniva quindi loro fornita una placca da appendere alla porta durante le loro relazioni sessuali.

La placca diceva:
"Fornication Under Consent of the King" = (F.U.C.K.).
Questa è l'origine della parola "fare sesso" IN INGLESE.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



**Sneocdo uno sdtiuo dlel'Untisverà di
Cadmbrige, non irmptoa cmoe snoo scrite le
plaroe, tutte le letetre posnsoo esesre al pstoo
sbgalaito, l'ipmtortane è sloo che la prmia e
l'umltia letrtea saino al ptoso gtsiuo, il rteso non
ctona. Il cerlvelo è comquune semrpe in gdrao
di decraifre ttuo qtueso coas, pcherè non lgege
ongi silngoa ltetrea, ma lgege la palroa nel suo
insmiee...vstio?**

.....(Sneodco voi, csoa covalo si funamo a Cadmbrgie?)

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Il linguaggio di fatto è una convenzione che spesso viene confuso con il comunicare che è ben altra cosa.

Abbiamo visto che il cervello è in grado di decifrare, nonostante tutto, dei testi che sono astrusi ed apparentemente illeggibili perché legge il complesso non le singolarità.

Anche la lettura della persona che ci sta davanti è retta dal sistema di interpretazione complessiva e non solo da quello che dice o dal suo tono di voce.

Simpatia, Empatia, Antipatia sono le conseguenza di un modo di leggere e di comunicarsi apparentemente non visibile ma sostanziale e determinante.

Inutile dunque cercare di nascondersi, gli altri leggeranno perfettamente cosa si occulta in noi ed il nostro reale modo di interagire.

Comunicare è vitale anche per gli animali che comunicano tra di loro in mille modi. E fanno imbrogli e trappole per ingannarsi tra specie per attrarsi o allontanarsi.

Per l'uomo, nel comunicare, c'è una componente aggiuntiva a quella della sopravvivenza:

LO STARE INSIEME

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





**NON COMUNICARE
=
DISTRUGGERE**

Dalla Sacra BIBBIA "Scendiamo e confondiamo le loro lingue, in modo che nessuno capisca più la lingua degli altri"

distruzione della torre di Babele

Per distruggere un sistema basta agire sulla comunicazione.

Lo insegna l'Onnipotente, ma anche la guerra, la medicina, la politica, l'arte ecc.

Maerten I van Valckenborch, "Der Turmbau zu Babel", 1595



Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Sempre nella Bibbia –nuovo testamento - circa 600 anni dopo Babele, l'Onnipotente volendo ricostruire un sistema agisce sempre sulla comunicazione e manda il Figlio che diffonde il “verbo” con:

- **Informazione** – la buona novella –
- **Formazione** – dodici formatori gli apostoli -
- **Comportamento** – l'AMORE – rinuncia alla vita per confermare che è coerente ha quanto ha comunicato.

Poco dopo, nella Pentecoste, i Formatori escono dal Tempio e la folla rimase sbigottita perché ciascuno li sentiva parlare la propria lingua nativa. (atti degli apostoli 2,1-11)

Per ricostruire un sistema bisogna agire sulla comunicazione.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Abbiamo analizzato l'importanza assoluta e determinante della comunicazione sotto qualsiasi aspetto del comportamento umano.

Di conseguenza la comunicazione efficiente, efficace e corretta è l'elemento centrale del passaggio generazionale.

Solo attraverso una interazione tra generazioni e tra differenti approcci alla realtà è possibile creare momenti ed esperienze per una innovazione che possa essere economicamente produttiva, ma anche sostenibile.

Senza comunicazione non c'è azienda, ma, ancora peggio, non c'è continuità aziendale poiché nella società attuale la continuità avviene attraverso la ricerca accanita di una innovazione responsabile.

E l'innovazione responsabile, per avere successo, passa attraverso una nuova visione di interazione. Il concetto:

WIN & WIN

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



La formula "Win-win". "Win-win" significa avere in mente il bene reciproco e basarsi sul mutuo rispetto. Si tratta di negoziare in maniera equa, essere aperti di mente e ragionevoli con tutte le parti. Si tratta di compromessi e di desiderio sincero di trovare un accordo a metà strada. "Win-win non significa sfruttare quando c'è stata una intesa sulla fiducia e sull'onore. Si tratta di pensare in termini di abbondanza. C'è sempre una torta in espansione, una cornucopia di opportunità, ricchezza, e risorse; non scarsità e competizione spietata.

La matrice: Lose perdere – win vincere – draw tiraggio (pareggio-uguaglianza)
 Win-Win: working together

		<u>X</u>		
		Lose	Draw	Win
<u>Y</u>	Win	Lose,Win	Draw,Win	Win,Win
	Draw	Lose,Draw	Draw,Draw	Win,Draw
	Lose	Lose,Lose	Draw,Lose	Win,Lose

		<u>X</u>		
		Lose	Draw	Win
<u>Y</u>	Win	Lose,Win	Draw,Win	Win,Win Synergy
	Draw	Lose,Draw	Draw,Draw Neutrality	Win,Draw
	Lose	Lose,Lose Adversity	Draw,Lose	Win,Lose

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA
RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

La RSI ed il passaggio generazionale: opportunità e pericoli

SENZA COMUNICAZIONE VERSO TUTTI GLI STAKEHOLDERS NON CI PUO' ESSERE RESPONSABILITA' SOCIALE DELL'IMPRESA

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



E' recente la notizia che la CONSOB ha iniziato ad applicare: **SANZIONI REPUTAZIONALI**

Riccardo Sabbatini del Sole24ore scrive: “La novità sta, piuttosto, nella scelta di indicare i nomi degli istituti oggetto dell'iniziativa. In precedenza la Consob aveva preferito invece mantenere coperta l'identità delle società oggetto delle sue reprimende (peraltro successivamente "scoperte" dalla stampa) per evitare una sorta di sanzione reputazionale. Il tema è delicato. Con la sua iniziativa l'autorità di vigilanza sottolinea il fatto che i clienti rappresentano comunque il "soggetto debole" del contratto e che il principio della Mifid (a servirli al meglio) è «prioritario».

Per superare la grave crisi attuale, l'alleanza fra marketing e RSI risulta una **LEVA FONDAMENTALE** per instaurare una nuova relazione cooperativa e non competitiva tra clienti azienda e fornitori.

Nascono le prime polizze assicurative sui rischi reputazionali.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





LA SOCIETÀ CIVILE

Dalle *condizioni di lavoro* al rispetto dei *diritti umani*, dall'*impatto ambientale* dei processi, dei prodotti e dei servizi ai rapporti con la collettività, sono numerosi gli ambiti attorno ai quali ruota la *Responsabilità Sociale* delle Imprese e delle Istituzioni.

Sono queste aree “sensibili” per la vita aziendale e sociale, che assumono una **rilevanza sempre crescente nella valutazione e nei comportamenti dei soggetti economici e sociali.**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Come conferma l'analisi elaborata dal CENSIS per Italia Lavoro:

“L'idea che il profitto non possa essere disgiunto da “risultati sociali” - si legge nello studio - e che, anzi, debba essere perseguito garantendo al contempo la sostenibilità della dimensione economica, ambientale e sociale, ha portato al progressivo affermarsi di una nuova logica manageriale e istituzionale che guarda all'Impresa come un soggetto in grado di accrescere, con la propria attività, il livello di benessere sociale della Collettività”.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





LA SOCIETÀ CIVILE

Di fatto la Società e **SOPRATTUTTO LE SUE FORZE ECONOMICHE**, nel loro stesso interesse, debbono svolgere un ruolo sempre più importante **nella creazione e nello sviluppo del Patrimonio del Paese** nella sua accezione più ampia e più rilevante, nell'ambito dell'interesse globale.

Soprattutto se non vogliamo “impoverirci”, e scendere a livello di paese sottosviluppato!

Ancora il dr **Marco Caputo** di **REvalue** azienda nostra partner nella RSI vi fornirà un quadro sintetico di cosa significa realizzare un Bilancio Sociale

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





• **Strumenti di Responsabilità Sociale**

• **RSI, innovazione - competitività**

• **Bilancio sociale nelle PMI**



Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Il bilancio sociale è un documento autonomo, redatto con periodicità preferibilmente annuale, reso pubblico, che si propone di fornire una rendicontazione attendibile e completa sull'operato di un'organizzazione, con riferimento a tutti gli *stakeholder* e alle dimensioni economica, sociale ed ambientale. La prospettiva è primariamente consuntiva, ma con esplicitazione anche di strategie, obiettivi e programmi futuri.

Le informazioni fornite dovrebbero essere in grado di soddisfare in modo chiaro e comprensibile le esigenze informative fondamentali degli *stakeholder*, mettendoli in grado di formarsi un giudizio motivato sul comportamento complessivo dell'organizzazione.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Monitoraggio

- Può essere sia consuntivo che preventivo. Misura il raggiungimento degli obiettivi

Rendicontazione

- E' uno strumento di rendicontazione degli effetti prodotti dall'organizzazione

Comunicazione

- Affianca e completa gli altri strumenti di rendicontazione e di informazione

Responsabilità

- Permettere agli stakeholder di dare valutazioni più appropriate sull'andamento della gestione

Sostenibilità

- Indaga tutte gli aspetti, sia quelli economici che sociali e ambientali (triple bottom line)

Il Bilancio sociale è lo strumento di monitoraggio, rendicontazione e comunicazione del processo di gestione responsabile e sostenibile intrapreso dall'organizzazione

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





I cambiamenti significativi che si verificano all'esterno di un'azienda richiedono un'innovazione altrettanto significativa nella comprensione dei fenomeni in atto; soltanto le organizzazioni in grado di **ascoltare, capire, comunicare e trasmettere** l'apprendimento possono garantirsi uno sviluppo realmente sostenibile e affidabile.

Numerose piccole e medie imprese non effettuano una comunicazione sulle loro attività di responsabilità sociale perché:

- **desiderano che il loro agire in favore della comunità rimanga un "fatto privato", legato più alla persona dell'imprenditore che all'azienda;**
- **ritengono che una vera e propria attività di comunicazione sia solamente un requisito specifico delle grandi aziende.**

La maggior parte delle PMI, però, considera ancora la RSI, un elemento accessorio all'attività di impresa, da non valorizzare pienamente e questa convinzione le porta a sviluppare attività di comunicazione deboli e improvvisate. Al contrario, una CSR strategica, strettamente connessa al business di riferimento della sua attività, presuppone che la PMI imponga una **comunicazione strategica**. Essa sarà uno strumento non solo di comunicazione con gli *stakeholder*, ma anche di governo delle relazioni con essi e promuoverà il cambiamento gestionale necessario per realizzare le loro aspettative.

☐ "Rapporto FERPI sulla comunicazione socialmente responsabile", pag. 16 Luglio 2006.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



- aiuta a **comunicare meglio**: soddisfa le richieste di trasparenza degli stakeholder e permette di accrescere l'immagine e la reputazione complessiva dell'impresa;
- aiuta nella **gestione interna**: stimola la conoscenza, la comprensione e la valutazione delle performance dell'impresa e consente di verificare il processo di miglioramento intrapreso;
- favorisce il **dialogo con i diversi stakeholder**, poiché sollecita la partecipazione di tutti gli interlocutori alle scelte e decisioni dell'azienda, permettendo lo sviluppo di un rapporto stabile e duraturo;
- dimostra la **vitalità dell'azienda rispetto al contesto socio-economico** in cui opera: le piccole imprese in particolare mantengono un forte legame con il territorio, il quale si impegna a sostenere lo sviluppo aziendale a fronte del soddisfacimento dei suoi bisogni e aspettative;
- permette non solo una più approfondita riflessione in merito ad alcune dimensioni legate ai **rischi ambientali e quelli legati ai rapporti interpersonali** ma in alcuni casi ne consente anche il monitoraggio;
- può aiutare le piccole imprese ad uscire dal contesto locale verso una **dimensione più internazionale**: le multinazionali richiedono sempre più spesso come qualifica dei fornitori una gestione socialmente responsabile.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Bilancio sociale per le PMI: benefici

aiuta a **comunicare meglio** e permette di accrescere l'immagine e la reputazione complessiva dell'impresa

dimostra la **vitalità dell'azienda** rispetto al contesto socio-economico in cui opera

permette una più approfondita riflessione in merito ad alcune dimensioni legate ai **rischi ambientali e quelli legati ai rapporti interpersonali** e ne consente anche il monitoraggio

favorisce il dialogo con i diversi stakeholder, poiché sollecita la partecipazione di tutti gli interlocutori, permettendo lo sviluppo di un rapporto stabile e duraturo

aiuta nella **gestione interna**: stimola la conoscenza, la comprensione e la valutazione delle performance e consente di verificare il miglioramento intrapreso

può aiutare le PMI ad uscire dal contesto locale verso una **dimensione più internazionale**: le multinazionali richiedono sempre più spesso come qualifica dei fornitori una gestione socialmente responsabile

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Bilancio sociale: principali linee guida



“Principi di redazione del bilancio sociale” (2001), Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale - **GBS**

Principi, struttura del documento, contenuti minimi
 (www.gruppobilanciosociale.org)



“Sustainability Reporting Guidelines”(2000-2002-2006), Global Reporting Iniziative - **GRI**

Principi, struttura del documento, contenuti minimi, indicatori specifici
 (www.globalreporting.org)



AccountAbility

“AccountAbility 1000 (**AA1000**)” (1999-2002-), Institute for Social & Ethical Accountability – ISEA

Principi, fasi del processo di rendicontazione
 (www.accountability.org.uk)

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Identità aziendale

Assetto istituzionale, Valori di riferimento,
Missione, Strategie, Politiche

Valore aggiunto

Produzione del valore aggiunto
Distribuzione del valore aggiunto

Relazione sociale

Impegni e politiche, Soci, Clienti, Personale,
Informazioni, Investitori, Finanziatori,
Benchmarking, ... PA, ...

**Giudizi e opinioni degli
stakeholder**

Focus group, Indagini di clima, Customer satisfaction
...

**Commenti, dichiarazioni
dell'azienda**

Valutazioni complessive
Commenti alle opinioni degli stakeholder
...

**Miglioramenti del bilancio
sociale**

Miglioramenti futuri
...

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





IDENTITÀ AZIENDALE

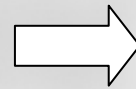
Assetto istituzionale –
governance

Valori di riferimento

Missione - ruolo

Strategie e politiche

Storia e scenario



rappresentata per “quello che è” e non solo per “quello che fa” - è espressa in una griglia capace di rendere visibile e comprensibile sia l'aspetto valoriale, sia gli elementi qualificanti della gestione.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



- Misura la ricchezza prodotta dall'azienda nell'esercizio, con riferimento agli interlocutori che partecipano alla sua distribuzione
- Il processo di calcolo riclassifica i dati del conto economico in modo da evidenziare la produzione e la successiva distribuzione del valore aggiunto agli stakeholder di riferimento
- Nel processo di distribuzione si tiene conto anche dell'effettiva attribuzione del risultato di esercizio

Prospetto di determinazione

individuazione del Valore Aggiunto attraverso la contrapposizione dei ricavi e dei costi intermedi

Prospetto di riparto

sommatoria delle remunerazioni percepite dagli interlocutori dell'impresa e delle liberalità esterne

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Prospetto di determinazione

A) Valore della produzione

- a) Ricavi di vendita
- b) Variazione delle rimanenze
- c) Altri ricavi

B) Costi intermedi della produzione

- a) Consumi materie prime, sussidiarie e di consumo
- b) Costo per servizi
- c) Accantonamento rischi
- d) ...

VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO (A-B)

C) Componenti accessori e straordinari

VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO (A-B-C)

Prospetto di riparto

- **REMUNERAZIONE DEL PERSONALE**
dipendente e non dipendente
- **REMUNERAZIONE DELLA PA**
imposte dirette/indirette
- sovvenzioni in c/esercizio
- **REMUNERAZIONE DEL CAPITALE**
di credito (oneri a breve e a lungo termine)
di rischio (dividendi)
- REMUNERAZIONE DEL SISTEMA IMPRESA**
- accantonamenti a riserve
- LIBERALITÀ ESTERNE**



Formatore

infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner

Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione

Promotori

Relazione sociale

Contiene la documentazione qualitativa e numerica relativa alle relazioni di interscambio fra l'azienda e gli *stakeholder* di riferimento;
I contenuti minimi sono previsti dai principi GBS e richiedono per ciascun interlocutore l'esplicitazione delle politiche, dei contenziosi e degli strumenti comunicazione esistenti.



Formatore

infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner

Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione

Promotori

Schema del processo di rendicontazione sociale:

1. Programmazione del lavoro - *Knowledge planning*
2. Rendicontazione delle performance - *Accounting*
3. Redazione del documento e piano di comunicazione - *Reporting & Verification*
4. Coinvolgimento e dialogo con gli stakeholder - *Stakeholder Engagement*
5. *Embedding*



Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





**La RESPONSABILITA' SOCIALE: strumento di
crescita di successo di lotta alla paura di
benessere di redditività generata dalla
reputazione**

CONCLUSIONI

**Un'idea, una proposta ed un po'
di STRATEGIA ancora**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



L'alleanza storica: **RESPONSABILI INSIEME** rappresenta la creazione di un "Sistema integrato" di vantaggi, che le grandi Imprese socialmente responsabili, anche a livello delle cosiddette filiere, offrono alle **PMI** che intraprendano un percorso di **Responsabilità Sociale dell'Impresa**.

La **grande azienda**, attraverso le forniture di prodotti e/o servizi convenienti ed agevolati, ha certamente un interesse sostanziale nel favorire la piccola azienda che opera secondo comportamenti di responsabilità sociale, poiché **tale comportamento consente la riduzione dei fattori di rischio**, (miglioramento del rating) la continuità e la stabilità della stessa piccola impresa.

Un sistema integrato di reciproci vantaggi, tra imprese socialmente responsabili può consentire la **riduzione immediata di costi** per tutto il sistema economico e produttivo nonché favorire la competitività, nel medio termine, **sui mercati internazionali**.

La PMI deve essere convinta che dall'attuazione di veritieri comportamenti di responsabilità sociale non riceve solo vantaggi nel lungo periodo o, in termini tattici, di reputazione, ma anche **convenienze economiche immediate, pratiche e autenticamente concrete**.

La strategia prevede l'avvio di un Progetto che non sia solo culturale, ma che rappresenti una **iniziativa concreta di agevolazioni** integrate tra vari operatori per poter incidere in maniera determinante sulla volontà di crescita della responsabilità sociale da parte della PMI.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Idea progettuale: Il progetto vuole stimolare le Piccole e Medie Imprese Italiane ad impegnarsi in politiche di Corporate Social Responsibility attraverso il supporto di Grandi Organizzazioni che da anni sono attive in questo campo. Verranno invitate a partecipare al progetto definitivo alcune Grandi Organizzazioni (Imprese Private, Pubbliche ed altri grandi Enti) che collaboreranno, insieme ai Partner, alla definizione di un framework di autovalutazione per le PMI. E' prevista una fase di test del modello su 100 PMI, la diffusione dell'iniziativa attraverso la rete degli Sportelli CSR delle Camere di Commercio e il supporto divulgativo di Confindustria. Sarà inoltre organizzato un grande evento mediatico che comunicherà l'impegno delle grandi organizzazioni e delle PMI partecipanti. Si porranno infine le basi perché il progetto non si esaurisca a seguito del contributo europeo ma diventi uno strumento a disposizione di Grandi Organizzazioni e delle PMI per collaborare in ottica di sostenibilità.

Obiettivi: Il progetto è estremamente innovativo e tenta di riempire quel vuoto che, ad oggi, le PMI non riescono a colmare sebbene vogliano impegnarsi in attività di Corporate Social Responsibility perché non sono adeguatamente incentivate e spesso non hanno le risorse per progetti di stimolo reputazionale.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



ISTITUZIONI E Grandi Aziende unite in una forte tensione culturale al miglioramento, rappresentano quella Italia che davvero può generare nuova ricchezza, attraverso la coscienza di ciò che realmente vale e puntare così a far crescere e sviluppare una nuova cultura imprenditoriale, i cui ingredienti sono la capacità di leggere il futuro e l'attenzione verso l'uomo e l'ambiente.

I comportamenti socialmente responsabili sono uno degli elementi strategici che possono contribuire ad aumentare la competitività del sistema economico italiano. Il contributo della Responsabilità Sociale alla competitività dell'Impresa è rappresentato dall'apporto di stabilità e di maggiori prospettive di crescita e di sviluppo duraturo dei territori e distretti Italiani, nella rincorsa alla competitività del sistema-Paese.

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Fondazione I-CSR

Fondazione per la Diffusione della Responsabilità Sociale delle Imprese

Soci Fondatori:

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali;

UNIONCAMERE - Camere di Commercio d'Italia;

INAIL - Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro;

Università Commerciale Luigi **Bocconi**

Vision

... crediamo che la **cultura della CSR** costituisca il **primo passo per creare le basi di una concorrenza leale** che **favorisca lo sviluppo di una economia innovativa**, capace di **garantire una efficiente tutela sociale**, un **positivo dialogo tra tutte le parti interessate**, un **maggiore benessere delle generazioni presenti e future**

Mission

... accresce l'attenzione alla Responsabilità Sociale promuovendo, la **ricerca**, la **formazione**, la **diffusione** e il **confronto**, **con particolare attenzione alle esigenze del tessuto economico nazionale formato in prevalenza da piccole e medie imprese.**

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





LA PROPOSTA

Al di là dell'aspetto morale e filosofico intrinseco alcuni dei evidenti vantaggi AZIENDALI potranno essere:

IMMAGINE – legare il proprio marchio ad una Fondazione di spessore e richiamo nazionale ed internazionale

REPUTAZIONE – puntare sulla reputazione come valore economico, oltre che etico (recupero di credibilità e fiducia)

VISIBILITA' – raggiungere un molteplicità di utenti aziende e consumatori, caratterizzandosi come motore di valori economici e sociali

EVIDENZIAMENTO della propria Marca in modo qualificato e coinvolgente.

CONTRIBUTO allo sviluppo ed al benessere sociale di tutta la Comunità.

STRUMENTO per comunicare tutte le iniziative realizzate nell'ambito della CSR e di guadagnare, in maniera caratterizzante e personalizzata, una propria identità valoriale nell'ambito delle strategie di crescita europee.

PARTECIPARE ad una forza di lobby migliorativa della qualità della vita con la possibilità di essere strumento di pressione sui concorrenti scorretti per il loro adeguamento.

CONDIVIDERE esperienze, conoscenze, metodologie innovative nell'ambito di un sistema socialmente sostenibile.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





LA PROPOSTA

Un elenco non esaustivo dei servizi che la fondazione eroga e progressivamente integrerà con la crescita e le adesioni:

- 1) Appartenenza alla rete di Imprenditori Responsabili**
- 2) PRESENZA** qualificata sul sito internet della fondazione, con possibilità di “linkare” il proprio sito internet.
- 3) AREA DEDICATA** una specifica area dedicata ai PARTECIPANTI con possibilità di interazione e contatti sia con la Fondazione che con le altre imprese associate.
- 4) ASSISTENZA** problematiche specifiche area CSR e FAQ dedicate.
- 5) LINEA DEDICATA** di ascolto e di orientamento alle soluzioni possibili.
- 6) CONVEGNI** privilegiati con possibilità di partecipazione per portare la propria esperienza e disponibilità di testimonianze di professionalità qualificate.
- 7) POSSIBILITA'** di personalizzare la propria carta intestata con il marchio della fondazione.
- 8) PUBBLICAZIONI** gratuite quelle della Fondazione in formato elettronico e con sconto sino al 50% sulle altre.
- 9) ACCORDO DI COLLABORAZIONE STRATEGICA** possibilità di avere assistenza nell'elaborazione degli strumenti di CSR o di Bilancio di Sostenibilità.
- 10) RIUNIONE ANNUALE** dedicata ai partecipanti con la presenza di autorità e tecnici di area

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





In successione e non esaustivamente:

- **Attestato di adesione;**
- **Costante ed aggiornata informazione sui progetti, sulla possibilità di contribuire con: materiali, conoscenze, disponibilità di tempo.**
- **Informativa periodica sulle attività associative;**
- **Informativa periodica sulle agevolazioni Nazionale ed Europee per imprese CSR;**
- **Attività formativa sulla cultura d'impresa, in particolar modo sui temi della Responsabilità sociale d'impresa, dell'etica e sui temi attinenti lo sviluppo sostenibile.**
- **Approfondimenti su tematiche indicate dagli stessi iscritti**
- **Interscambio di esperienze solidali e lavorative tra imprenditori con stessa filosofia.**
- **agevolazioni sui viaggi eco solidali –**
- **il distintivo –**
- **corsi di formazione per Imprenditori solidali –**
- **ricerca scientifica –**
- **news periodiche –**
- **il mensile dell'Imprenditore solidale**

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Secondo il filosofo-sociologo Zygmunt Baumann nel mondo-liquido moderno nessuno fa più affidamento sul futuro: può sperare al massimo in un oggi diverso, non in un futuro migliore.

Utopia ed ideali si confrontano sempre con un modo di guardare il futuro e con un comportamento che ha come obbiettivo il domani.

Non si può negare che nella maggior parte dei casi si vive solo l'esperienza dell'adesso e i "media" -televisione e stampa- hanno abolito di fatto passato e futuro concentrandosi sul "hic et nunc", così anche la politica parlando in genere di un futuro migliore.

Non così l'impresa, per quanto piccola sia, l'impresa vive di un progetto futuro e deve confrontarsi con questo per la sua stessa sopravvivenza.

Il futuro senza un approccio etico di fatto non esiste, l'atto speculativo è tattico e non consente continuità

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





LA CRISI ATTUALE

La fase di cambiamento viene definita Crisi perché ha caratteri di incertezza, di non definizione, di trasformazione, di imprevedibilità. (nascita, pubertà, matrimonio ecc.ecc.)

L'IDEOGRAMMA CINESE CHE INDICA LA PAROLA CRISI E' COMPOSTO DI DUE SEGNI:

DIFFICOLTA' E OPPORTUNITA'.

NELL'ORIGINE GRECA DELLA PAROLA IL SIGNIFICATO E'
GIUDIZIO

Oggi si parla continuamente di CRISI, di varie tipi di crisi, ma una solo di fatto è quella che ci affligge pesantemente:

La crisi morale

Da essa provengono tutte le altre crisi. In questa fase storica dell'umanità sembra che esistano più i valori e che si faccia leva solo sui diritti e non più sui doveri.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





LA STRATEGIA DI VITA

In una sua recente omelia mons. Giampaolo Crepaldi Arcivescovo di Trieste esamina con assoluta precisione le ultime interpretazioni di quello che comunemente viene definito “il reale”. L’Arcivescovo con lucida riflessione osserva che:

“La persona viene ridotta ai suoi geni o ai suoi neuroni, l'amore ridotto a chimica, la famiglia viene ridotta a un accordo, i diritti vengono ridotti a desideri, la democrazia viene ridotta a procedura, la religione viene ridotta a mito, la procreazione viene ridotta a produzione in laboratorio, il sapere viene ridotto a scienza e la scienza a esperimento, i valori vengono ridotti a scelte, le culture ad opinioni, la verità a sensazione, l'autenticità viene ridotta a coerenza con la propria autoaffermazione”.

In questo agghiacciante tritacarne che è il riduzionismo di oggi, in questa volontà di minimalismo esasperato sembra ci sia finito anche il nostro modo delirante di affrontare i problemi.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





LA STRATEGIA DI VITA

“La “città dell’uomo” non è promossa solo da rapporti di diritti e di doveri, ma ancor più e ancor prima da relazioni di gratuità, di misericordia e di comunione. ... L’uomo non si sviluppa con le sole proprie forze, né lo sviluppo gli può essere semplicemente dato dall’esterno” (LETTERA ENCICLICA CARITAS IN VERITATE DEL PONTEFICE BENEDETTO XVI).

La globalità, l’interdipendenza, la questione sociale “che si fa Globale” sono al centro della “Caritas in veritate”.

“La crisi attuale conferma la necessità di un rapporto fra etica ed economia, mostra la fragilità di un modello pronò ad eccessi che ne hanno determinato il fallimento” Mario Draghi “non esiste vero Sviluppo senza Etica”

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





LA STRATEGIA DI VITA

“Il primo tra questi valori è la centralità della persona. La Costituzione riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell’uomo, sia come singolo sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità, e richiede l’adempimento dei doveri inderogabili di solidarietà politica, economica e sociale. ... È nel lavoro che l’uomo scopre la sua dignità, sviluppa relazioni sociali ed esercita il proprio desiderio di costruire. ... La carità, componente essenziale dell’uomo, si esplicita quotidianamente nel lavoro e nella inesausta inventiva di ciascuno, impegnato a rispondere al bisogno proprio e altrui. Dalla carità nasce una capacità di costruzione sociale, la quale, secondo una pluralità di forme e direzioni, ha letteralmente dato un volto al nostro Paese.” LA VITA BUONA NELLA SOCIETÀ ATTIVA Libro Bianco sul futuro del modello sociale Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali.

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





Quello che la stampa non ha detto del discorso di Marchionne: “il successo della Fiat non è stato mio, ma della squadra che ha creduto nella possibilità di trasformarla”. Il successo dell’azienda o di un qualsiasi sistema non è basato su

capacità e professionalità

ma su

**“dilige, ut quod vis fac”
ama e fa quello che vuoi**
(Sant’Agostino)

perché se ami veramente, qualsiasi cosa farai sarà nell’interesse dell’azienda, del sistema e dei tuoi compagni e porterà successo a tutti. Di fatto in azienda la professionalità è generata dalla capacità di amare e dallo spirito di sacrificio

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



“Ciò che oggi chiamiamo responsabilità sociale delle imprese dovrebbe essere la norma per ogni azienda, grande e piccola. Quelle che possono sopravvivere e prosperare solo grazie alla violazione della legge non dovrebbero neppure stare sul mercato. Non solo mettono in pericolo e danneggiano la propria forza lavoro, ma trascinano in basso i loro concorrenti, a livello locale, nazionale e globale”. Adriano Olivetti, allorché affermava il valore economico dell’integrità morale, sosteneva che:

"una società che non crede nei valori morali non crede nemmeno nel proprio avvenire e non potrà mai avviarsi verso una meta comune e affogherà in una vita limitata, meschina e corrotta".

Formatore



Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





“La vraie morale se moque de la morale” La vera morale si fa beffe della morale. *Pascal* (premio film porno – esportazione dei capitali)

“Raccontate ai vostri figli le antiche storie sulle origini del mondo, sugli dèi o semidei – questi sì veramente ‘mitici’– che di quelle origini sarebbero stati protagonisti. Non abbiate timore di far loro perdere il contatto con la realtà. Semmai è illusorio far credere loro che oggi è il primo mattino del mondo, che il futuro non ha ‘un cuore antico’”.
Fulvio Scaparro

GRAZIE

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori





UN'INTESA STORICA PER LO SVILUPPO E LA CRESCITA DELLA
RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

La RSI ed il passaggio generazionale: opportunità e pericoli

IL PARTNER



responsible value creation

Via Garigliano, 12 – 20159 Milano

tel/fax +39 02 69018376

www.re-value.net

Marco Caputo –

project manager

Cell. +39 349 6443919

E-mail: marco.caputo@re-value.net

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori



Referente tecnico: MTK – METAKOM (www.metakom.net)

Metakom sistema esperto nella comunicazione istituzionale e finanziaria, progetta e realizza soluzioni innovative attraverso strumenti culturali evoluti, sia in aree tradizionali sia in territori inediti. Presidiare il territorio (utenza e clientela) incrementandone la qualità dell'interazione, il valore della relazione: lì dove è noto che la strategia è "un programma dove si prevede la scansione temporale ed organizzativa delle azioni" e che conduce a dei risultati se è attuato come processo sistematico e non con il "navigare a vista"

Alcuni Clienti comunicazione istituzionale e finanziaria:

- Ministero delle Finanze – Agenzia delle Entrate *Guida Fiscale Casa – tutte le agevolazioni sulla fiscalità della casa 2004* (diffusione 110.000 copie) e *Progetto Euromondo - Cd rom interattivo* (diffusione scuole italiane) 2002
- Ministero dei Beni Culturali - *La nuova legge sul mecenatismo- prefazione di Giuliano Urbani 2004* (diffusione 30.000 copie) e *Guida alle agevolazioni fiscali per che investe in arte S. De Dea e A.M. Buzzi 2003*
- Dirigenza Banca d'Italia - *Il confronto competitivo nelle banche locali - A cura di Claudio Clemente* - (diffusione 3.000 copie) 2003
- Prefettura di Milano *Progetto Euromondo - (progetto formativo interno) 2002*
- Comune di Padova - *Campagna per la Nuova patente a punti* (diffusione 200.000 copie) 2004
- Comune di Venezia e Banca d'Italia - *I giovani e l'euro -2003*
- Mariana Militare Italiana *Progetto Scilla e Cariddi - Traversata in gondola dello stretto di Messina 2003*
- Unicef - *Progetto Overland 1999*

Alcuni Clienti Banche e Assicurazioni: Unicredit Banca - Banca Generali - Assicurazioni Generali - Monte dei Paschi di Siena - Gruppo Antonveneta - Bancamarche - Mps Merchant Bank - AXA Assistance - Banca Cassa di Risparmio di Savigliano - Banca Valsabbina – Banca di Credito Cooperativo di Roma – Federazione BCC Veneto - Banca Popolare di Marostica - Catalogo Abiservizi -

Clients GDO: Autogrill SpA - Conad SpA - Carrefour Spa - Kimberly Clark (Scottex)- Gruppo De Longhi - Gruppo Selex - Gruppo A&O - Supermercati GS SpA - Supermercati Unicomm SpA (Famila) – Le Case History sono riportate nel sito www.metakom.net

- Metakom sostiene l'attività della Fondazione B.I.R.D. per lo studio e la ricerca genetica delle Malattie Rare.
- Metakom è Socio Fondatore di donazione del Progetto Microfinanza Campesina in Ecuador – Codesarollo – che ha ricevuto i seguenti riconoscimenti: 1) premio "Sodalitas" 2002 - settore finanziario 2) premio "Takunda" del Cesvi – settore finanziario 3) premio "World Business Awards 2003" – Programma di Sviluppo delle Nazioni Unite (UNPD) e dell' International Chamber of Commerce (ICC) (unica iniziativa italiana)
- Metakom è socio fondatore di ISIONLUS imprenditori solidali italiani – progetto di asset building per la creazione di ricchezza nel terzo mondo attraverso la realizzazione delle imprese scuola e della micro impresa. Metakom, inoltre, sostiene la Fondazione Baschirotto per lo studio delle Malattie Rare.

Metakom ha ideato progettato e realizzato il "Premio Nazionale per la Responsabilità Sociale dell'Impresa" 2005 – Città di Rovigo – Le informazioni dettagliate si trovano al sito www.premirovigocsr.it

Progetto ed ideazione a cura di METAKOM (c) 2004-2010

Metakom copyright 2004

Formatore



infoline 0415042642 - www.metakom.net

Partner



Camera di Commercio di Rovigo - Premiazione



Promotori

