

Rassegna delle imprese responsabili lombarde: le buone prassi fanno strada

Edizione 2011

NOME AZIENDA: PROMO NET SPA

Anno di nascita: 2005

Attività produttiva: Agenzia di viaggio

Sede principale: LEVATA DI CURTATONE (MN)

N° di addetti (al 30/06/2010): 18

Contatti:

Tel.: 335 6241445

Mail: info@bravo-net.it

Web: www.bravo-net.it

Campi di applicazione della RSI:

Qualità del lavoro e delle relazioni con il personale –
Progetti a favore della comunità e dell'ambiente –
Clienti e consumatori – Fornitori – Progetti di
Responsabilità sociale delle imprese.

<i>Breve profilo dell'azienda</i>	<p>Società per azioni fondata nel 2005 da alcune agenzie di viaggi del Nord Italia che hanno deciso di unire le loro decennali esperienze nel settore turistico. La forza del Gruppo è la "territorialità" dei punti vendita e tra i soci figura anche il già Presidente e proprietario di Alpitour. Il Gruppo rappresenta oggi il più grande Network italiano con oltre 800 agenzie di viaggi indipendenti affiliate.</p> <p>Obiiettivo principale è quello di rafforzare significativamente la redditività dell'agenzia viaggi offrendole i livelli massimi di servizio sia sul fronte commerciale, sia su quello commissionale e di marketing.</p> <p>Ogni agenzia può decidere ogni anno se continuare a lavorare insieme al Gruppo oppure comunicare la sua uscita; non sono previste penali, fee o royalty. La quota di adesione per le agenzie varia a seconda del tipo di affiliazione (Prestige, Gold o Silver). Queste classificazioni permettono alla singola agenzia di aderire alla formula più idonea alla propria realtà.</p> <p>L'azienda si pone sul mercato come Network leader sia per il rapporto qualità/prezzo sia per il contenuto del progetto che prevede una crescita costante in quantità e qualità di agenzie viaggi affiliate in tutta Italia.</p>
Alcuni esempi di RSI	<p>Le buone prassi di RSI sono state avviate in modo informale all'interno dell'azienda e riguardano, in particolare:</p> <ul style="list-style-type: none">- L' Attenzione al personale e all'ambiente lavorativo dal punto di vista della salute e sicurezza (oltre la normativa ex - 626/94) e la cura per l'ambiente di lavoro. L'ambiente di lavoro è confortevole, pulito e curato. I dipendenti sono formati e conoscono le norme di sicurezza. I livelli retributivi valorizzano competenze e incentivi alla produttività ed esistono incentivi economici per la gratificazione dei dipendenti, in base all'impegno dimostrato. Altre forme di valorizzazione delle persone consistono nella partecipazione gratuita ad educational e viaggi organizzati in collaborazione con tour operator partner. L'orario di lavoro prevede flessibilità, part-time su richiesta del lavoratore e orari flessibili. L'azienda organizza corsi di formazione per i dipendenti sia su tematiche che rispondono agli obblighi di legge sia per favorire l'acquisizione di maggiori competenze nell'ambito della propria attività lavorativa; a tali corsi può partecipare anche lo staff del network. I ruoli del personale possono variare nel tempo a seconda degli sviluppi aziendali e delle competenze di ciascuno. Ad una crescita di responsabilità e di impegni, corrisponde un livello retributivo



Camera di Commercio
Mantova



IMPRESSE RESPONSABILI
Le buone prassi fanno strada

Rassegna delle imprese responsabili lombarde: le buone prassi fanno strada

Edizione 2011

	<p>di pari valore. L'azienda investe nelle risorse umane e punta al consolidamento del rapporto di lavoro nel tempo.</p> <p>- Progetti a favore della comunità e dell'ambiente. Vengono fatte donazioni ad associazioni benefiche a sostegno dei bambini che vivono in condizioni disagiate (Tibetan Children Village in India e Kibinti Onlus per Guinea Bissau); vengono date sponsorizzazioni a livello locale per iniziative di carattere sportivo; viene offerto sostegno a iniziative di assistenza rivolte a disabili, malati, poveri, detenuti, comunità di recupero o altri soggetti in situazione di disagio.</p> <p>- Clienti e consumatori. Vengono periodicamente effettuate indagini di soddisfazione su alcune attività svolte dal Network per le agenzie affiliate, anche attraverso il supporto della forza vendita presente sul territorio. Prima di lanciare un nuovo servizio, vengono effettuate indagini e test sul livello di interesse da parte delle agenzie.</p> <p>- Fornitori. I fornitori vengono scelti a seguito di una accurata indagine di mercato e, prima di firmare un contratto, l'azienda valuta attentamente il tipo di fornitore, le condizioni contrattuali, l'organizzazione, la dislocazione geografica e la messa in pratica di comportamenti rispettosi dei diritti fondamentali dei lavoratori (assenza di lavoro minorile, di lavoro forzato o sfruttato, libertà di associazionismo, ecc.). I rapporti che si instaurano con i fornitori sono basati sulla fiducia e su rispetto reciproco, anche avendo cura di onorare i termini di pagamento. Anche nella selezione dei tour operator partner, tra i vari aspetti, si considera anche l'applicazione di comportamenti socialmente responsabili.</p> <p>Progetti di Responsabilità sociale delle imprese. Vengono coinvolte altre imprese su iniziative che impattano sul territorio e sulla comunità locale o che sviluppano soluzioni innovative a problemi socio-ambientali nel territorio. Di prossima realizzazione è il progetto annuale di co-marketing "I CINQUE SENSI", che è finalizzato a creare sinergia tra realtà mantovane, che operano principalmente nei settori arredamento, viaggi, food.</p>
<p><i>I vantaggi della RSI</i></p>	<p>I benefici maggiori derivanti da tali azioni di RSI consistono nel miglioramento delle relazioni con :</p> <ul style="list-style-type: none">- il personale e la qualità dell'ambiente di lavoro, grazie ad azioni di STIMOLO ALLA CRESCITA PROFESSIONALE E AL CONFRONTO CON REALTA' LAVORATIVE DIVERSE DALLA PROPRIA;- i Clienti/Consumatori, che hanno CONOSCENZA DELLA QUALITA' DEI SERVIZI, DELLA CONVENIENZA E DEL RAPPORTO QUALITA'/PREZZO, ESPERIENZA EMOZIONALE LEGATA ALLA PARTECIPAZIONE DELL'EVENTO;- i Fornitori/Partner commerciali, con i quali si condividono le decisioni in merito alla definizione dei costi, l'integrazione di strategie comuni, lo scambio di competenze e l'acquisizione di nuova clientela- la Comunità e le Istituzioni, attraverso ACCRESCIMENTO DEL VALORE E DELL'IMMAGINE PER LA CITTA' CHE OSPITA L'EVENTO, GRAZIE ALL'UTILIZZO DI LOCATION.



Camera di Commercio
Mantova



IMPRESSE RESPONSABILI
Le buone prassi fanno strada