



BANDO RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA (CSR)

“RACCOLTA DI BUONE PRASSI DI IMPRESE IMPEGNATE IN PERCORSI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE”

PREMESSA

La responsabilità sociale d'impresa (CSR) può essere definita come *“l'integrazione volontaria delle preoccupazioni di carattere sociale e ambientale nelle attività produttive e commerciali delle imprese e nel loro relazionarsi con le diverse classi di portatori d'interesse”* (Definizione del Libro Verde della Commissione Europea, 2001).

Agendo in modo socialmente responsabile l'impresa tiene conto del contributo che la propria attività fornisce alla qualità dell'ambiente e sul piano sociale, preoccupandosi dei rapporti con i propri collaboratori, clienti, fornitori, partner e con la comunità e le istituzioni.

La responsabilità sociale d'impresa va al di là del solo rispetto delle prescrizioni di legge e si riferisce a pratiche e comportamenti che un'impresa adotta su base volontaria, nella convinzione di ottenere dei risultati che possano arrecarle benefici e vantaggi.

Un comportamento socialmente responsabile contribuisce non solo a creare reputazione e a sostenere l'immagine, ma anche a migliorare i rapporti con i vari interlocutori sociali ed economici dell'impresa (il personale, i clienti, i partner e i fornitori la comunità locale e le istituzioni, gli investitori, ecc.): tutti fattori che concorrono a determinare condizioni favorevoli all'esercizio dell'attività d'impresa e che possono fornire presupposti per vantaggi commerciali. Ecco perché **la CSR non va considerata un semplice optional ma come fattore di crescita e di rinforzo competitivo.**

Anche sul territorio lombardo diverse imprese hanno realizzato iniziative coerenti con i criteri di CSR. Questo impegno, non infrequente, merita di essere portato maggiormente in evidenza, strutturato, comunicato e valorizzato.

OBIETTIVI DEL BANDO

L'obiettivo del presente bando è la raccolta di buone prassi delle aziende lombarde, anche PMI, per fornire alle imprese locali che sono impegnate in azioni socialmente responsabili l'occasione di far conoscere e di valorizzare le proprie iniziative, intercettando anche quelle attuate in maniera inconsapevole.

Con lo scambio di esperienze e di buone prassi le imprese protagoniste possono, da un lato, beneficiare di una condizione di visibilità con significative ricadute d'immagine, dall'altro presentare esempi virtuosi stimolanti e motivanti anche per altre realtà aziendali, contribuendo nel contempo ad una diffusa sensibilizzazione culturale sui temi della responsabilità sociale.

OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE

La partecipazione al bando offre all'impresa l'opportunità di:

- **Far conoscere le proprie iniziative e comportamenti** che, al di là degli obblighi di legge, hanno ricadute positive per i collaboratori, i partners commerciali, i clienti, i consumatori, la comunità locale, l'ambiente;
- **Qualificare l'immagine e rinforzare la reputazione;**
- **Dimostrare la propria cultura d'impresa e la capacità gestionale innovativa**, in linea con gli orientamenti UE sulle politiche di competitività responsabile (es. Agenda di Lisbona, Libro verde sulla CSR, Alleanza Europea per la CSR ecc.).

Le buone prassi raccolte saranno pubblicizzate sul sito della **Camera di Commercio di Mantova** in una rassegna appositamente dedicata e attraverso eventuali altre iniziative (stampa, eventi aperti al pubblico), previo consenso di ciascuna impresa.

MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE AL BANDO

La partecipazione al bando è aperta **alle imprese di ogni dimensione e dei vari settori economici** che abbiano sede operativa nella provincia di Mantova e che, oltre la conformità alle normative vigenti, abbiano realizzato o stiano mettendo in atto comportamenti ed iniziative attinenti ai vari campi di applicazione della CSR (almeno due campi):

1. Qualità del lavoro e relazioni con il personale (incluso il capitolo delle pari opportunità).
2. Progetti ed iniziative a favore della comunità e del territorio.
3. Progetti, iniziative, sistemi di gestione con impatti positivi sulle problematiche ambientali.
4. Qualità delle relazioni con i fornitori, partners commerciali, i clienti e i consumatori.
5. Innovazione di prodotto o di servizio di rilevanza sociale ed ambientale.

La prassi di RSI segnalata deve rappresentare un caso inedito e, pertanto, non deve essere stata precedentemente già oggetto di iniziative (premi, pubblicazione, ricerche, ecc).

L'iscrizione avviene con la compilazione della **Scheda di partecipazione** allegata, che dovrà pervenire **entro il 30 aprile 2007**, in formato elettronico, all'indirizzo e-mail : **perini@promoimpresaonline.it**

Successivamente all'iscrizione, un funzionario camerale contatterà l'impresa per raccogliere eventuali informazioni di maggior dettaglio sul caso di buona prassi di CSR segnalato.

PER INFORMAZIONI

Contattare PromoImpresa (Ref. Dott.ssa Nicoletta Perini), Largo Pradella n°1 – Mantova. Telefono: 0376.223765 - e-mail perini@promoimpresaonline.it

SCHEDA DI PARTECIPAZIONE

AVVERTENZE: affinché la richiesta di iscrizione venga accettata, **al punto C** della scheda (*Descrizione delle buone pratiche attuate dall'azienda*) devono necessariamente essere indicate azioni (minimo 1) relative ad almeno 2 delle lettere dalla "a" alla "f".

La richiesta, quindi, non è valida nel caso vengano contrassegnate anche più azioni, ma che si riferiscano ad un'unica lettera dalla "a" alla "f".

A) Dati sull'azienda

1. **Ragione Sociale** _____

2. **Forma giuridica**

- ditta individuale
- società di persone (SNC o società in nome collettivo, SAS o società in accomandita semplice...)
- società di capitale (SRL o società a responsabilità limitata, SRL a socio unico, SPA, Società in accomandita per azioni...)

- altre forme (società cooperative...)

3. **Settore di attività economica**

4. **Sede operativa** _____

5. **Altre sedi** _____

6. **Principali mercati di riferimento**

Specificare:

- Area geografica in cui l'azienda opera

- Se i prodotti/servizi sono destinati al consumatore finale NO SI

- In che misura i prodotti sono destinati all'esportazione _____%

N. di addetti: _____

di cui N. dipendenti: _____

Referente per la
partecipazione al bando
(nominativo)

Posizione in azienda Titolare Socio Dirigente o responsabile

Telefono

E-mail

Sito web aziendale

B) Breve storia dell'impresa

Anno di nascita _____

I fondatori, evoluzioni principali ed assetto proprietario attuale

C) Descrizione delle buone pratiche attuate dall'azienda

Explicitare se e da quanto tempo sono stati adottati sistemi di certificazione:

- | | |
|---|------------------|
| <input type="checkbox"/> Codice di condotta | in atto da _____ |
| <input type="checkbox"/> Bilancio sociale (o bilancio di sostenibilità) | in atto da _____ |
| <input type="checkbox"/> Norma SA8000 | in atto da _____ |
| <input type="checkbox"/> Norma ISO 9001 | in atto da _____ |
| <input type="checkbox"/> Norma ISO 14001 | in atto da _____ |
| <input type="checkbox"/> Marchi ecologici o sociali (specificare) _____ | in atto da _____ |
| <input type="checkbox"/> Altro (specificare) _____ | in atto da _____ |

Descrivere le azioni, specificando in particolare Ambito di applicazione e tipologia di azione:

a) Nei confronti dell'AMBIENTE:

- Consumi energetici (soluzioni/accorgimenti per ridurre il consumo di energia e uso fonti energetiche alternative)
- Riduzione del consumo di acqua
- Materie prime (risparmio, preferenza a materie naturali o meno inquinanti o riciclate o provenienti da fonti rinnovabili)
- Trattamento dei rifiuti (Riduzione del volume, raccolta differenziata, smaltitori autorizzati)
- Riduzione delle emissioni nocive (aria, acqua, ecc.) e/o ricorso a depurazione degli scarichi
- Riduzione degli imballaggi
- Uso di soluzioni per ridurre i consumi nel trasporto od il trasporto stesso
- Altro (esplicitare) _____

b) Nei confronti del PERSONALE:

- Livelli retributivi che valorizzino competenze e incentivi alla produttività
- Attenzione alla salute e sicurezza (oltre la normativa 626/94), cura per l'ambiente di lavoro
- Tutela della privacy (protezione dei dati sensibili) oltre gli obblighi di legge
- Orario di lavoro (flessibilità, riduzione degli straordinari, part-time su richiesta del lavoratore)
- Formazione e professionalizzazione degli addetti
- Apertura alla sindacalizzazione
- Rispetto delle pari opportunità (donne in posizione di responsabilità e livelli retributivi pari ai colleghi maschi)
- Interventi che facilitino l'integrazione dei disabili (es. percorsi formativi ad hoc)
- Interventi che facilitino l'integrazione degli immigrati (es. corsi di lingua, fornitura alloggi o supporto per trovare casa)
- Disponibilità di asilo nido
- Assistenza sanitaria integrativa
- Attenzione ai bisogni specifici dei collaboratori
- Gestione partecipativa e mirata al coinvolgimento e all'autonomia dei collaboratori
- Valorizzazione del lavoro di gruppo
- Indagini sulla soddisfazione interna e sulla valutazione del clima aziendale
- Altro (esplicitare) _____

c) Nei confronti della COMUNITA' LOCALE:

- Sostegno ad attività culturali
- Sostegno ad attività sportive e/o ad attività ricreative
- Sostegno ad attività che si occupano della difesa dei diritti umani (diritti politici, sfruttamento lavoro minorile, lotta alla prostituzione...)
- Sostegno a programmi/attività che si occupano di problematiche ambientali
- Sostegno di iniziative nell'ambito della cooperazione internaz. e/o delle adozioni a distanza
- Sostegno di iniziative di assistenza a favore dei disabili, malati, poveri, detenuti, comunità di recupero o altri soggetti in situazione di disagio
- Sostegno a programmi di ricerca (cancro, malattie particolari...)
- Istituzione di borse di studio/premi
- Sostegno di progetti a favore di studenti in collaborazione con scuole od istituti
- Sostegno (anche in forma di partnership) di programmi di formazione professionale complementare o partecipazione in iniziative di sostegno al proprio settore produttivo
- Volontariato d'impresa

Altro (esplicitare) _____

Specificare anche se si tratta di:

- sponsorizzazioni
- donazioni in denaro oppure in natura di macchinari/attrezzature/ prodotti nuovi o usati o in esubero
- messa a disposizione gratuita di locali, attrezzature o di materiale
- partecipazione diretta e personale dell'imprenditore
- partecipazione diretta dei dipendenti
- campagne di promozione di prodotti/servizi a sostegno di una causa sociale o ambientale (Cause- related marketing)

d) Nei confronti dei CLIENTI e dei CONSUMATORI:

- Certificazioni di qualità (ISO9000, certificazione prodotto)
- Marchi sulla sicurezza del prodotto
- Marchi ed etichettature ecologiche
- Etichettatura o certificazione sociale
- Informazioni circa l'uso del prodotto e la sua sicurezza
- Comunicazione sociale e ambientale
- Dialogo con le associazioni dei consumatori
- Indagini sui bisogni dei clienti
- Indagini sul livello di soddisfazione dei clienti
- Altro (esplicitare) _____

e) Nei confronti dei FORNITORI E PARTNERSHIP COMMERCIALI:

- criteri contrattuali trasparenti e collaborativi
- termini di pagamento solleciti
- *Adozione criteri di selezione che valutano:*
 - Il rispetto delle condizioni di salute dei lavoratori e di sicurezza del luogo di lavoro
 - La messa in atto di comportamenti rispettosi dell'ambiente naturale
 - La messa in atto di comportamenti rispettosi dei fondamentali diritti umani e dei lavoratori (non ricorso al lavoro infantile, al lavoro coatto, assenza di condizioni di sfruttamento, libertà associazionismi sindacale, ecc)
 - Altro (esplicitare) _____

f) Innovazione di prodotto e/o servizio di rilevanza sociale e ambientale

- Prodotti e servizi creati e forniti con vantaggi ambientali e sociali lungo il loro ciclo di vita, mediante processi produttivi e gestionali innovativi.
- Altro (esplicitare) _____

Descrivere:

- **Quando sono state avviate le prassi di responsabilità sociale** _____
- **Se si tratta di un'azione/i:** reiterata/e nel tempo episodica
- **Chi ha promosso le iniziative e le ha portate avanti** _____
- **Chi è stato coinvolto ai vari livelli dell'organizzazione** _____
- **I principali stakeholder (patri in causa) e beneficiari** _____

Explicitare le motivazioni e gli obiettivi alla base delle prassi di CSR sviluppate, specificando in particolare:

- **Motivazioni dell'impresa e motivazioni personali di chi ha promosso l'iniziativa**

- Se ci sono stati stimoli o pressioni provenienti da circostanze, contesti, categorie di stakeholder (parti in causa)

- Eventuale evoluzione delle motivazioni iniziali

Descrivere gli eventuali ostacoli e le criticità affrontati nel realizzare la/le azioni

Descrivere i risultati per l'impresa
(1 = per niente, 2 = poco, 3 = abbastanza, 4 = molto, 5 = moltissimo)

Benefici:

Acquisizione di competitività	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Immagine e reputazione	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Motivazione e senso di appartenenza del personale	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Miglioramento dei rapporti con clienti	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Miglioramento dei rapporti con fornitori	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Miglioramento dei rapporti con i partners commerciali	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Riduzione dei costi	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Miglioramento nei rapporti con le istituzioni e con la comunità locale	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Miglioramento organizzativo	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>

Costi dell'iniziativa:

Descrivere i benefici per gli stakeholder (parti in causa) coinvolti nell'iniziativa.
 (Compilare solo i campi relativi agli stakeholders effettivamente coinvolti dalla specifica/che iniziativa/e di RSI)
nome stakeholder /

- Personale (dipendenti e collaboratori) _____

Descrizione benefici _____

- Clienti/Consumatori _____

Descrizione benefici _____

- Fornitori/Partner commerciali _____

Descrizione benefici _____

- Comunità _____

Descrizione benefici _____

- Pubblica Amministrazione ed Istituzioni _____

Descrizione benefici _____

- Ambiente _____

Descrizione benefici _____

Aspetti relativi alla comunicazione - specificare se:

- Il progetto/l'azione non è oggetto di comunicazione esterna
- Il progetto/l'azione è comunicata e resa visibile all'esterno (specificare come):

- **Specificare se all'interno dell'impresa ne sono informati:**

- Tutto il personale
- Solo i responsabili/dirigenti/stretti collaboratori del titolare

Con quale modalità

- Nel corso di riunioni
- Attraverso posta elettronica interna
- Attraverso la partecipazione diretta alle iniziative (specificare) _____

- Attraverso la nomina di un rappresentante per la SA8000
- Altro (specificare) _____

Fonti per recuperare maggiori informazioni sulle iniziative di Responsabilità sociale attuate (citare documenti specifici e se scaricabili dal sito web, ad esempio)