REWIND

RELAUNCHING ENTERPRISES THROUGH WORKERS' INNOVATION AND NEW DYNAMICS

Modulo 2

REWIND PIANO FORMATIVO

Imprese socialmente responsabili

REWIND

Rilanciare le imprese attraverso l'innovazione

dei lavoratori e delle nuove dinamiche

Dicembre 2023

CEC ACTING FOR SOCIAL INCLUSION
idec
Elderberry culturepojects
Speha Fresia SOCIETÀ COOPERATIVA
Workinscop SC'OPARA Coopérative d'entrepreneurs
Co-funded by the European Union

I Piani di formazione di REWIND Erasmus+ (2022-1-KA220-VET-000088929) © 2023 sono concessi con licenza **CC BY 4.0.** Per visualizzare questa licenza, visita: http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Finanziato dall'Unione Europea. Le considerazioni e le opinioni espresse sono solo quelle dell'autore o degli autori e non riflettono quelle dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva Europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenuti responsabili per loro.

Indice

Indice 3
Introduzione al modulo 4
Risorse multimediali 4
Risultati dell'apprendimento 5
Parte teorica 6
1. Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) nell'UE 6
1.1. Cos'è la RSI? 6
1.2. Tipi di Responsabilità Sociale delle Imprese 7
1.3. RSI in pratica: l'esperienza nell'UE 9
2. Diventare un'azienda socialmente responsabile 13
2.1. Cosa significa RSI per le piccole imprese? 13
2.1.1. Perché le piccole imprese dovrebbero aderire alla RSI? 15
2.2. Come adattare la tua azienda 18
Sommario 21
Suggerimenti 21
Attività di formazione 22
Attività 1 22
Attività 2 25
Esercizi di autovalutazione 27
Riferimenti 29

Introduzione al modulo

Questo modulo mira a fornire una comprensione approfondita della creazione e della distribuzione di valore attraverso la responsabilità sociale delle imprese (RSI) nell'Unione europea (UE) e oltre attraverso strategie, leggi, casi di studio ed analisi, sui modi per far crescere ulteriormente un'azienda socialmente responsabile.

In questo modulo, ci concentreremo sulle seguenti aree che miglioreranno l'applicazione della RSI nei processi WBO.

1. Responsabilità sociale delle imprese all'interno e all'esterno dell'UE
2. Come diventare un'azienda socialmente responsabile

Risorse multimediali

La Responsabilità Sociale d'Impresa: *What is Corporate Social Responsibility* (RSI)? – YouTube Video

Risultati dell'apprendimento

Al termine del modulo, il/la partecipante acquisirà le seguenti conoscenze, abilità e attitudini:

Descrizione dell'unità dei risultati dell'apprendimento: Questo modulo mira a migliorare la comprensione dei partecipanti sul concetto di responsabilità sociale delle imprese e mostra loro degli esempi reali di PMI che la applicano per facilitare l'implementazione e il mantenimento nelle proprie organizzazioni.			
	RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO		
Azioni/Risultati	**Conoscenza**	**Abilità**	**Attitudini**
Avviare il coinvolgimento della comunità Trovare modi per operare in modo sostenibile	Descrivere il concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) Spiegare i vantaggi della RSI Identificare le strategie per creare un impatto sulla società e per l'implementazione della RSI	Analizzare gli impatti positivi creati dalle pratiche di RSI Condurre un'analisi di impatto per selezionare e implementare attività di RSI in azienda Progettare una strategia di RSI per creare un valore sociale per l'azienda	Sviluppare una consapevolezza dell'importanza della RSI per il futuro della propria organizzazione Gestire il processo di passaggio al RSI nell'azienda

Parte teorica

1. Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) nell'UE

1.1. Cos'è la RSI?

La responsabilità sociale d'impresa (RSI) può essere definita come l'impegno di un'organizzazione a comportarsi in conformità con principi etici, nonché la sua volontà di intraprendere azioni a beneficio della società al di là dei profitti. L'approccio RSI incoraggia le imprese ad avere un impatto positivo sull'ambiente e sulle parti interessate, compresi i diversi interlocutori che hanno un interesse nelle prestazioni e nella produzione dell'impresa come dipendenti, sindacati, fornitori, consumatori, governi locali, regionali e nazionali, e comunità che potrebbero essere influenzate da attività commerciali come l'edilizia, la produzione e l'inquinamento. Tuttavia, questo approccio suggerisce che l'obiettivo è che le aziende non solo evitino di causare danni, ma contribuiscano anche attivamente a creare un impatto positivo sulla società.

La RSI è stata sviluppata negli Stati Uniti come modalità per dimostrare che erano buoni "cittadini aziendali". Poiché la globalizzazione collega paesi ed economie, il concetto di responsabilità sociale delle imprese ha guadagnato grande popolarità in tutto il mondo. Le aziende non sono più viste solo come macchine a scopo di lucro, ma anche come entità che hanno una responsabilità nei confronti delle persone, della società e dell'ambiente. L'Unione Europea è stata particolarmente attiva nel promuovere programmi e strategie di RSI e richiede a tutte le aziende che operano all'interno dei suoi confini di seguire determinati standard per la RSI. Per fare ciò, l'UE e molti altri paesi hanno formulato delle pratiche e delle strategie che non sono solo positive per l'immagine dell'azienda, ma anche per il loro risultato.

1.2. Tipi di Responsabilità Sociale delle Imprese

La RSI è un aspetto importante dell'economia moderna. Le aziende oggi si stanno rendendo conto dell'importanza di contribuire al progresso della società e dell'ambiente, oltre ad essere redditizie. La RSI è generalmente suddivisa in quattro tipi principali e un'impresa può scegliere di partecipare separatamente a ciascuno di essi e la mancanza di contributi in un settore non esclude necessariamente un'azienda dall'essere socialmente responsabile.

Re

La responsabilità ambientale si riferisce all'impegno delle aziende per la sostenibilità e le operazioni rispettose dell'ambiente.

Nel corso degli anni, c'è stata una crescente tendenza verso l'incorporazione di pratiche sostenibili nel mondo degli affari. Le aziende si impegnano sempre più a considerare il loro impatto ambientale in ogni fase delle loro operazioni. Questo può comportare nella azienda la riduzione dell'impronta di carbonio o delle emissioni di gas serra, l'adozione di pratiche sostenibili come evitare la plastica monouso e mantenere le considerazioni ambientali al centro di tutti i processi.

Inoltre, assumersi la responsabilità per l'ambiente può andare oltre il semplice impegno per lo sviluppo sostenibile. Quando le aziende danno priorità alla protezione dell'ambiente dimostrano di riconoscere l'importanza di preservare il pianeta per le generazioni future. Questo è anche un potente richiamo per i clienti e i dipendenti che mostra l'organizzazione interessata sul serio alla sua responsabilità sociale e alla valorizzazione della sostenibilità come obiettivo chiave.

Responsabilità Etica

La responsabilità etica è un aspetto importante e fondamentale delle operazioni di un'azienda in quanto rappresenta il suo impegno a condurre la propria attività in modo etico e con principi che rispettano i diritti umani. È importante che le aziende seguano i principi etici che promuovono un trattamento equo per tutti i clienti indipendentemente dall'età, dall'etnia, dalla cultura, dalla parità di retribuzione e dall'uso di pratiche commerciali imparziali e solidali per migliorare queste operazioni.

Proprio come l'obbligo nei confronti dell'ambiente, ci sono vari percorsi dove le aziende possono impegnarsi per raggiungere la responsabilità etica. Un modo è quello di incoraggiare il dialogo e la collaborazione con i colleghi del settore e le autorità di regolamentazione per esplorare e stabilire pratiche commerciali etiche fattibili.

Responsabilità Filantropica

La responsabilità sociale delle imprese è un elemento fondamentale nel mondo imprenditoriale e la responsabilità filantropica ne rappresenta un pilastro importante di questo quadro. La responsabilità filantropica rappresenta una sfida significativa per le aziende, in quanto richiede di esaminare e riconsiderare le loro azioni e i contributi alla società. Si riferisce a come un'azienda utilizza le proprie risorse per migliorare il mondo. Questo può comportare una serie di attività come donare profitti a enti di beneficenza, sostenere cause in linea con i valori dell'azienda oppure impegnarsi solo con i fornitori e i venditori che si allineano con gli obiettivi filantropici dell'azienda. Abbracciare la responsabilità filantropica è una

caratteristica distintiva delle aziende socialmente responsabili e dimostra il loro impegno ad avere un impatto significativo sul mondo.

Responsabilità Economica

La responsabilità economica costituisce una componente integrante del quadro di responsabilità sociale delle imprese, collegando le tre aree chiave indicate sopra. Le aziende possono creare delle strategie per migliorare il loro impatto sociale e ambientale ma mettere in atto questi piani richiede un impegno significativo di risorse finanziarie. Questo comporta degli investimenti per la ricerca e lo sviluppo volti a creare prodotti sostenibili e rispettosi dell'ambiente, nonché ad attrarre e trattenere una forza lavoro diversificata e di talento. Le aziende che danno priorità alla responsabilità economica in genere destinano delle risorse a iniziative che coinvolgono la comunità, a donazioni filantropiche e altri programmi che riflettono il loro impegno a fornire dei risultati sociali positivi. Dando priorità alla responsabilità economica, le aziende possono costruire una base solida per i loro sforzi di RSI e garantire che il loro impatto positivo sia sostenibile a lungo termine.

1.3. RSI in pratica: l'esperienza nell'UE

L'UE ha svolto un ruolo significativo nella promozione delle pratiche e delle strategie in materia di RSI. Già nel 2001 la Commissione europea aveva proposto una definizione di RSI che è stata successivamente elaborata nella strategia dell'UE per la responsabilità sociale delle imprese del 2011. La RSI è importante per la sostenibilità, la competitività e l'innovazione delle imprese e dell'economia dell'UE. Porta vantaggi per la gestione del rischio, il risparmio sui costi, l'accesso al capitale, le relazioni con i clienti e la gestione delle risorse umane.

La Commissione europea promuove la RSI nell'UE e incoraggia le imprese a seguire le linee guida e i principi internazionali. La politica dell'UE si basa su un programma d'azione volto a:

- migliorare la visibilità del RSI e a diffondere le buone pratiche;
- migliorare e a monitorare i livelli di fiducia nelle imprese;
- migliorare i processi di autoregolamentazione e di co-regolamentazione;
- migliorare i vantaggi di mercato per la RSI;
- migliorare la divulgazione delle informazioni sociali e ambientali da parte delle imprese;
- integrare ulteriormente la RSI nell'istruzione, nella formazione e nella ricerca;
- sottolineare l'importanza delle politiche nazionali e subnazionali in materia di RSI;
- allineare meglio gli approcci europei e globali alla RSI.

Questa strategia ha sottolineato che la RSI è una parte fondamentale delle imprese che dovrebbe andare oltre ciò che la legge richiede per raggiungere gli obiettivi sociali e ambientali nelle loro attività commerciali ogni giorno.

Negli ultimi anni, la Commissione ha compiuto notevoli sforzi per sostenere la RSI o *Responsible Business Conduct* (RBC), ovvero la Conduzione Responsabile d'Impresa, e per attuare[1] i principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani (PGNU), aprendo così la strada a un lavoro più ampio a sostegno dell'attuazione dell'Agenda delle Nazioni Unite per il 2030 per lo Sviluppo Sostenibile e i suoi 17 obiettivi interconnessi (SDGs). In risposta all'Agenda 2030, nel 2017 l'UE ha adottato il nuovo consenso europeo in materia di sviluppo basato sulle "5 P" dell'Agenda 2030: Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partenariato, che promuovono l'integrazione pratica della RSI con i datori di lavoro e i lavoratori per garantire strategie e approcci responsabili, sostenibili ed efficaci.

Dal 2011, l'UE e i suoi Stati membri hanno guidato la promozione della RSI attraverso azioni sia nell'UE sia a livello mondiale. Più della metà degli Stati

[1] un termine alternativo introdotto dall'OCSE in stretta collaborazione con le imprese, i sindacati e le organizzazioni non governative.

membri hanno messo in atto piani d'azione e strategie nazionali globali per l'attuazione della RSI/RBC delle imprese e dei diritti umani come è illustrato nella tabella seguente:

Pratica	Livello della pratica	Scopo
The European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (EUROFOUND)	Europeo	L'Agenzia dell'UE per il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro si concentra su questioni in cui può attingere alle sue competenze chiave nei settori delle condizioni di lavoro, delle relazioni industriali, dell'occupazione e delle condizioni di vita per sostenere le parti interessate, fornendo delle evidenze che possano aiutare la loro azione politica.
The European Agency for Safety and Health at Work (EU-OSHA)	Europeo	L'Agenzia d'informazione dell'UE per la sicurezza e la salute sul lavoro cerca di rendere i luoghi di lavoro europei più sicuri, più sani e più produttivi, a vantaggio delle imprese, dei lavoratori e dei governi.
The European Training Foundation (ETF)	Europeo	Aiuta i paesi in transizione e in via di sviluppo a sfruttare il potenziale del loro capitale umano attraverso la riforma dei sistemi di istruzione, la formazione e il mercato del lavoro nel contesto della politica dell'UE in materia di relazioni esterne.
Grenelle Act	Francia	Rende obbligatoria la rendicontazione della sostenibilità aziendale per le aziende che superano le soglie dimensionali.
THE FOUNDATIONS OF	Italia	Principi guida su imprese e diritti

THE ITALIAN ACTION PLAN ON THE UNITED NATIONS "GUIDING PRINCIPLES ON BUSINESS AND HUMAN RIGHTS https://www.iriss.cnr.it/wp-content/uploads/2021/01/Fasciglione-I-Principi-Guida-ONU-su-imprese-e-diritti-umani-2020.pdf		umani
Spanish Strategy for Corporate Social Responsibility	Spagna	Promuove azioni per rafforzare l'impegno delle imprese a soddisfare le esigenze e le preoccupazioni della società spagnola con la creazione di imprese, il rafforzamento dei modelli di gestione sostenibile e la promozione di programmi di responsabilità aziendale.
RSI Hellas	Grecia	Mostra le conoscenze, gli strumenti e le iniziative per diffondere pratiche di RSI per lo sviluppo economico e la creazione di valore a beneficio della società in generale, considerando i bisogni delle comunità future.

Tavola 1. Esperienze di RSI nell'UE

2. Diventare un'azienda socialmente responsabile

Non tutte le aziende affrontano la RSI allo stesso modo. Il loro approccio dipende dalle loro risorse e dalla cultura aziendale. Inoltre, alcune aziende percepiscono maggiori benefici da un tipo di RSI rispetto ad un altro. Le convinzioni personali e le priorità della proprietà possono anche influenzare l'approccio dell'azienda alla responsabilità sociale.

Con la crescente preoccupazione per l'ambiente e l'equità sociale, i clienti, gli investitori e le parti interessate ora richiedono che le aziende non solo operino in modo redditizio, ma abbiano anche un impatto positivo sulle comunità che servono. Lo sviluppo di una strategia e di un approccio di RSI è un modo in cui un'organizzazione può garantire l'allineamento tra i suoi valori e l'impatto che ha sull'ambiente e sulla società.

2.1. Cosa significa RSI per le piccole imprese?

La Commissione incoraggia gli Stati membri ad adottare un approccio "strategico" alla RSI con la finalità di unire i requisiti di competitività e di responsabilità sociale. Tuttavia, in Francia, appena un quarto delle imprese con 9 dipendenti ha dichiarato di avere approcci responsabili e la RSI non è un concetto nuovo per le PMI, ma il 60,4%[2] di esse ha dichiarato di non conoscere il concetto della RSI.

Nella maggior parte delle regioni del mondo, la grande parte delle imprese è classificata come "piccola e media impresa" (PMI). Che si tratti di microimprese individuali oppure di imprese con circa 200 dipendenti, le PMI sono anche i maggiori datori di lavoro. Individualmente i loro contributi e i loro impatti sulle comunità circostanti e sull'ambiente sono piccoli al contrario collettivamente questi impatti sono invece grandi e il sostegno

[2] Tratto dall'indagine Entreprises et Développement Durable (Imprese e sviluppo sostenibile) (EDD, fine 2011, INSEE).

della comunità alle piccole imprese è di solito più importante per il loro successo di quanto non lo sia per le grandi imprese.

Qualsiasi imprenditore, in particolare di piccole e medie imprese, saprà che una delle chiavi del successo è essere in grado di adattare il business ai tempi. Proprio come le aziende devono sapersi adattare ai cambiamenti tecnologici, così devono adattare le loro strategie di RSI. È stato mostrato che il 76% dei millennial indaga se un'azienda è responsabile della propria posizione sulle questioni ambientali o sociali, questo dato ha messo in moto molte piccole imprese e società.

Per una piccola impresa nessuno si aspetta di implementare le stesse politiche, procedure, governance e lunghi rapporti di sostenibilità di una grande azienda. Tuttavia, le parti interessate e gli azionisti si aspettano di vedere prove che l'azienda sta operando in modo responsabile.

Ciò include:

- Una comprensione degli impatti e dei rischi chiave dell'azienda.

Evidenze: un breve commento sul sito web (ad esempio, una sezione sulla "sostenibilità" o sul "business responsabile") oppure in risposta a domande di gara pertinenti che delineano le attività dell'azienda e gli impatti ambientali e sociali rilevanti.

- L'impegno a gestire tali rischi e ad agire in conformità con la sostenibilità e i principi etici.

Evidenze: un impegno generale sul sito web oppure sui singoli documenti politici per gli aspetti pertinenti.

- Azioni (controlli e iniziative) per gestire gli impatti e migliorare le performance.

Evidenze: descrizione di azioni specifiche come programmi di formazione per il personale, la sostituzione delle apparecchiature con tecnologie efficienti dal punto di vista energetico oppure a basso inquinamento, sistemi di gestione come il sistema di gestione ambientale (EMS) e il sistema di gestione della salute e sicurezza (HSMS) e certificazioni (ad esempio, ISO 14001, ISO 18001 / ASNZS 4801, Fairtrade, FSC, ecc.).

- Rendicontazione sulla performance.

Evidenze: dati compilati su due o tre aree di impatto chiave come l'uso dell'energia, le emissioni di gas serra, l'uso dell'acqua, i tassi di infortunio sul lavoro, le ore di volontariato, ecc.

A seconda di chi sono le parti interessate, queste aspettative potrebbero essere più formali e più vigorose. I grandi acquirenti aziendali richiedono spesso ai fornitori di compilare dei questionari e verifiche dettagliate. Nel frattempo, altri possono semplicemente guardare attraverso il sito web aziendale o le pagine social e prendere in considerazione le raccomandazioni e le recensioni di altri.

2.1.1. Perché le piccole imprese dovrebbero aderire alla RSI?

Le aziende socialmente responsabili ottengono risultati migliori rispetto alle loro controparti, attirano i clienti e mantengono i loro dipendenti coinvolti nel lavoro. Le piccole e medie imprese possono utilizzare la RSI per affrontare cause e questioni sociali rilevanti per i loro stakeholder e per le comunità dove operano. Ecco alcuni modi in cui la RSI può essere utile alla tua PMI:

Figura 1: Fonte

Assunzione e fidelizzazione dei dipendenti

La motivazione dei dipendenti è importante da considerare per i datori di lavoro quando gestiscono i loro gruppi. Nonostante la sua importanza,

motivare le persone esclusivamente attraverso la retribuzione mensile potrebbe non essere sufficiente. La ricerca mostra che i giovani di età compresa tra 18 e 35 anni provenienti da 186 paesi considerano lo scopo e l'impatto come uno dei fattori più importanti quando si considera un'opportunità di carriera. Un significativo 55% dei dipendenti dà priorità al lavoro per aziende socialmente responsabili, indicando che lo stipendio non è l'unico aspetto preso in considerazione.

Oltre a fornire una retribuzione competitiva, le aziende devono anche coltivare una cultura che enfatizzi il coinvolgimento, il riconoscimento, lo sviluppo e il lavoro significativo dei dipendenti. In questo modo, le organizzazioni possono aumentare la produttività e la soddisfazione dei dipendenti, rafforzando al contempo l'immagine e la reputazione del marchio. I datori di lavoro che abbracciano questi principi trarranno vantaggio da una forza lavoro motivata, tassi di fidelizzazione più elevati e un team più partecipe e ispirato.

Migliora l'immagine pubblica

L'autenticità è un aspetto importante che ogni azienda dovrebbe privilegiare nelle proprie attività. Come azienda, è fondamentale garantire che il tuo approccio alla responsabilità sociale sia onesto e trasparente.

Le piccole imprese possono imparare dalla loro rete per creare iniziative di responsabilità sociale che siano autentiche e sincere. Le imprese dovrebbero assumere un ruolo attivo nell'affrontare le sfide sociali e garantire che i loro sforzi siano autentici e non solo per la pubblicità. L'autenticità è fondamentale e, se combinata con la responsabilità sociale delle imprese, promuove una reputazione positiva, migliora la fedeltà dei clienti e aumenta la redditività.

Aumenta le vendite

L'integrazione di una strategia di responsabilità sociale d'impresa (RSI) ben strutturata ed efficace ha dimostrato l'aumento significativo delle vendite per le aziende che l'hanno adottata. Sebbene questa possa essere

considerata un'influenza indiretta, è comunque un impatto degno di nota. Poiché i consumatori stanno diventando sempre più sensibili alle attività che supportano, le imprese che hanno stabilito solide strutture di RSI sono in genere favorite rispetto ai concorrenti che mancano di tali iniziative oppure hanno campagne percepite come non autentiche. Questo porta i clienti a selezionare e a interagire con il marchio che si allinea con i loro valori e priorità. La RSI nel quadro operativo di un'azienda è parte integrante del panorama imprenditoriale odierno, consentendo alle imprese non solo di massimizzare le vendite ma anche di promuovere una reputazione positiva dell'immagine aziendale verso il pubblico.

Migliora la fidelizzazione dei clienti

Nel panorama aziendale odierno, l'adozione di una strategia di responsabilità sociale d'impresa non è solo un obbligo morale ma anche una giusta decisione aziendale che può generare notevoli benefici. Abbracciando questo approccio, imprenditori e imprenditrici possono avere un marcato aumento della fedeltà dei clienti e dei dipendenti. A tal fine, è importante che i proprietari/dipendenti cerchino e valutino regolarmente le prospettive del proprio personale sulle pratiche di RSI dell'organizzazione. È altrettanto importante per gli azionisti e gli stakeholder osservare le politiche di responsabilità sociale di un'azienda e riconoscere il loro impatto positivo sulla società. In questo modo, le aziende possono migliorare la loro reputazione con il grande pubblico, dimostrando un impegno a creare un mondo migliore. Tale posizione può contribuire in modo significativo alla fidelizzazione dei clienti in quanto le persone sono motivate a rimanere fedeli alle aziende che mostrano inclinazioni filantropiche. I clienti con più probabilità rimangono fedeli alle aziende che danno priorità alla RSI rispetto ad altre che offrono prodotti o servizi simili, ma senza un tale impegno per la responsabilità sociale. Pertanto, i dirigenti devono garantire che l'attenzione alla RSI della loro organizzazione rimanga una priorità assoluta se desiderano mantenere e attrarre la fedeltà dei clienti e dei dipendenti.

Lascia una impronta verde

Prendere sul serio la RSI è fondamentale per le aziende che mostrano il loro impegno non solo verso i loro stakeholder, ma anche nei confronti dell'ambiente e delle comunità alle quali rivolgono i loro servizi/prodotti. Non è un segreto che alcune grandi imprese siano responsabili di livelli significativi di inquinamento da carbonio. La ricerca indica che cinque grandi aziende hanno contribuito al 12,5% di tutto l'inquinamento da carbonio dal 1854. Questa statistica allarmante evidenzia la necessità per le aziende, indipendentemente dalle loro dimensioni, di stare attente a ridurre al minimo le loro impronte di carbonio.

Anche le piccole e medie imprese devono prendere sul serio la RSI, in quanto costituisce un esempio positivo da seguire per i futuri imprenditori/trici. Ogni azienda, indipendentemente dalle sue dimensioni ha la responsabilità di agire per ridurre il proprio impatto sull'ambiente. Introdurre delle pratiche sostenibili nelle operazioni aziendali non solo aiuta l'ambiente, ma promuove anche un'immagine positiva del marchio e può persino portare nuove opportunità commerciali e partenariali.

Le aziende possono adottare misure semplici, ma efficaci per diventare più sostenibili, come ridurre il consumo energetico, utilizzare materiali riciclabili e collaborare con organizzazioni locali per restituire alla comunità. Adottando misure concrete di RSI, le imprese possono dimostrare il loro impegno a creare un futuro più sostenibile per tutti.

2.2. Come adattare la tua azienda

Un programma di RSI eseguito in modo efficace può generare benefici come l'aumento delle vendite, dipendenti motivati e un migliore posizionamento del marchio. È fondamentale mantenere l'autenticità

quando si rappresentano lo scopo e i valori della propria azienda nelle iniziative di RSI per ottenere benefici a lungo termine.

L'implementazione di un efficace programma di RSI comporta la considerazione di diversi fattori chiave. Ecco alcuni suggerimenti per aiutare a implementare con successo un programma di RSI in linea con i valori e gli obiettivi aziendali.

1. **Inizia in piccolo e costruisci ogni anno**

È fondamentale per le aziende iniziare con la RSI, iniziando in piccolo e costruendo gradualmente ogni anno. Il primo passo è stabilire degli obiettivi chiari e raggiungibili in linea con i valori fondamentali dell'azienda. Successivamente, si chiedono dei feedback a tutte le parti interessate, inclusi i clienti, i dipendenti e i partner. Attraverso questo processo di valutazione, le organizzazioni possono identificare la loro capacità interna di implementare efficacemente iniziative di RSI.

Una volta identificata un'idea primaria, è necessario formulare un piano di attuazione, tenendo conto di potenziali sfide e barriere. Si raccomanda di concentrarsi inizialmente su un programma ed eseguirlo con eccellenza, assicurandosi che sia in linea con i valori e la missione fondamentale dell'azienda. Valutare l'efficacia di questo programma iniziale è fondamentale e questo può essere messo in pratica misurando l'impatto sociale, il coinvolgimento dei dipendenti, il ritorno sull'investimento (ROI) e altre metriche. I progressi di ogni anno possono espandere la RSI mantenendo l'autenticità e costruendo una forte credibilità tra tutte le parti interessate.

2. **Creare una posizione per la RSI**

Al fine di mostrare l'impegno della tua organizzazione verso pratiche commerciali sostenibili e d'impatto sociale, è consigliabile nominare un nuovo dipendente o promuovere un dipendente attuale come coordinatore della RSI. Questa persona è responsabile dello sviluppo di strategie ben ponderate e inclusive orientate a coltivare le relazioni tra la tua azienda e la

società, evidenziando al contempo la dedizione della tua organizzazione verso pratiche commerciali sostenibili e il contributo sociale.

3. **Dare priorità a Diversità, Equità, Inclusione (DEI)**

L'integrazione di diversità, equità e inclusione (DEI) è un aspetto fondamentale di qualsiasi programma di RSI. Incorporare questi elementi nelle iniziative di RSI può rafforzare un'immagine positiva del marchio e promuovere il coinvolgimento delle comunità che si allineano con i tuoi valori fondamentali. Oltre a questo, DEI svolge anche un ruolo fondamentale nel migliorare la morale dei dipendenti, rafforzando il loro senso di appartenenza sul posto di lavoro. Di conseguenza, le aziende che danno priorità alla DEI dimostrano un impegno a creare un ambiente di lavoro inclusivo che promuove la diversità e porta a risultati equi per tutte le persone coinvolte. Si raccomanda alle aziende di dare priorità alla DEI nei loro programmi di RSI per far progredire i loro obiettivi di responsabilità sociale e per creare un impatto positivo sulla società.

4. **Lavorare con la comunità locale**

Sviluppare delle partnership con le comunità locali e sostenere le organizzazioni no-profit sono un altro ottimo modo per adattare la tua attività a un approccio socialmente responsabile. Puoi iniziare con i referenti della comunità per creare una relazione forte e per sentirsi maggiormente coinvolti. Questo non solo aumenta il profilo della tua azienda, ma aiuta anche i residenti a notare che stai avendo un impatto positivo sulla loro comunità locale.

Potresti anche iscriverti ad accordi di sponsorizzazione e raccolte fondi, che si tratti della fiera cittadina locale o della recita scolastica. Ad esempio, l'azienda potrebbe donare una piccola percentuale delle vendite a un progetto di raccolta fondi in favore di un'organizzazione locale.

Sommario

In conclusione, il concetto di RSI è diventato parte integrante del fare impresa nell'UE. Con un numero crescente di aziende che riconoscono l'importanza della responsabilità sociale delle imprese.

Ci sono molti modi in cui le aziende possono impegnarsi nella RSI, dalla donazione di denaro a enti di beneficenza all'implementazione di pratiche sostenibili per l'ambiente. Indipendentemente dall'approccio adottato, l'obiettivo dovrebbe sempre essere quello di creare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Andando avanti è importante che le aziende continuino ad abbracciare il concetto di RSI e cerchino modi per rendere le loro operazioni più socialmente e ambientalmente responsabili.

Col passare degli anni l'UE ha dimostrato che con l'adozione della RSI le imprese possono raggiungere una crescita e un successo integrando pratiche commerciali etiche e socialmente responsabili. Assumendosi la responsabilità dell'impatto delle loro azioni, le imprese dell'UE hanno dimostrato un impegno non solo nei confronti dei loro profitti, ma anche delle comunità in cui operano e del mondo in generale. Il concetto di RSI è centrale e i proprietari di piccole imprese hanno un ruolo importante da svolgere nella sua attuazione. Aderendo alle pratiche di RSI, le piccole imprese possono anche contribuire al bene della società, ottenendo anche numerosi benefici per se stesse. Come società, abbiamo bisogno che più aziende abbraccino la RSI per creare un mondo migliore per noi stessi e per le generazioni future.

Suggerimenti

1. Rimani sul locale: l'adozione locale/regionale della RSI invece che seguire gli esempi delle multinazionali faciliterà l'autenticità del concetto e la sua attuazione.
2. Aiuta i partecipanti a sviluppare una visione delle pratiche regionali / nazionali.
3. Inizia con piccoli passi: non c'è fretta di imparare tutto in una volta.

Attività di formazione

Attività 1

Durata: 30 minuti

1. Guarda questo video oppure ascolta il podcast di Benevity sui tipi di RSI.

2. Dopo aver visto il video, leggi i due casi studio qui sotto e analizza le azioni intraprese dalle aziende dal punto di vista della RSI e scopri quale tipo di RSI è stato adattato.

Caso Studio 1

Reynaldi SRL: azienda familiare italiana nel settore cosmetico punta alla sostenibilità a 360°.

Reynaldi SRL è un'azienda di medie dimensioni con sede a Torino che offre servizi di formulazione, produzione e confezionamento di cosmetici naturali.

Reynaldi SRL offre una gamma di servizi di produzione per conto di terzi per noti marchi internazionali di cosmetici, nonché etichette locali e biologiche. Il modello di business dell'azienda non si limita alla produzione basata su formule pre specificate: cerca di rimanere un passo avanti e offre i propri servizi di formulazione per lo sviluppo di nuove linee di vari prodotti per la cura della pelle, fragranze e altri preparati cosmetici. Nel corso degli anni, la sostenibilità e la responsabilità sociale sono entrate a far parte del modello di business aziendale con le seguenti azioni:

1. **Sviluppo di una piccola impresa femminile in Burkina Faso**. La regione era molto popolata da alberi di karitè ma la gente del posto era solita solo raccogliere e vendere il frutto invece di trasformarlo in burro di karitè con più alto valore aggiunto. Quest'ultimo è ampiamente utilizzato in cosmetica così il dottor Reynaldi aveva deciso di sostenere le donne aiutandole a sviluppare un'attività legata all'estrazione del burro di karitè.

2. **Offrire opportunità di lavoro ai giovani emarginati.** Dal 2019 Reynaldi acquista ingredienti naturali coltivati dai membri della comunità di recupero di San Patrignano, e cerca di aiutare i giovani che soffrono di tossicodipendenza ed emarginazione.

3. **Installazione di un impianto di recupero delle acque**. Nel 2016 l'azienda ha installato un impianto di recupero dell'acqua che consente di ridurre il suo consumo nel processo produttivo. L'innovativo sistema a circuito chiuso consente di risparmiare in media 350 tonnellate di acqua all'anno, questo è anche un vantaggio economico di risparmio di circa 1.500 euro.

1. **Cura dei dipendenti e partecipazione agli utili.** Dal 2020 è stata introdotta una politica di distribuzione degli utili: un terzo degli utili è dedicato agli azionisti, un altro terzo viene reinvestito nell'azienda (ad esempio per migliorare le strutture) e l'ultimo terzo viene distribuito ai dipendenti sotto forma di bonus aziendale.

Caso Studio 2

Clio Muse Tours: una piattaforma digitale greca che collega le industrie del turismo e della cultura e potenzia i professionisti

Clio Muse Tours è un'azienda pluripremiata che crea e distribuisce tour digitali auto guidati ed esperienze di tour virtuali. Fondata nel 2014, ha prodotto oltre 350 tour digitali in 15 paesi promuovendo pratiche sostenibili nel turismo. I tour abbracciano una vasta gamma di temi come la storia, l'arte, l'architettura e il "turismo dell'orrore". Alcuni di essi sono utilizzati per scopi educativi e sono distribuiti gratuitamente. Ciò che distingue questa azienda dalle sue controparti è che il contenuto dei tour si basa su una metodologia pluripremiata che, tra l'altro, mitiga l'eccesso di turismo. Infine, l'elemento fondamentale del modello di business di Clio Muse Tours è che ha anche sviluppato strumenti tecnologici all'avanguardia che consentono

a creatori di parti terze, come istituzioni culturali ed esperti del settore turistico, di diventare creatori di contenuti e digitalizzare le proprie attività.

1. **Consentire ai professionisti e ai nuovi entranti nel settore del turismo di diventare creatori di contenuti turistici.** Clio Muse Tours consente ai lavoratori dei settori della cultura e del turismo di creare tour autoguidati tramite lo strumento di authoring dell'azienda CREATE. L'azienda vende questi tour sull'app e sul sito web di Clio Muse Tours e li distribuisce tramite le principali agenzie turistiche online (OTAs). I partner terzi creano i loro tour sulla base della metodologia di Clio Muse Tours e possono arricchirli con i contenuti visivi e scritti. Questa soluzione tecnologica consente ai professionisti, che ad esempio hanno perso il lavoro durante la pandemia, di guadagnare un reddito aggiuntivo dando commissioni del 30% del prezzo del tour ai contributori.

2. **Migliorare costantemente i servizi per le persone con disabilità.** Il gruppo di Clio Muse Tours ritiene che le menomazioni fisiche non dovrebbero essere un ostacolo a un'esperienza turistica di qualità. Pertanto, l'azienda migliora costantemente i propri servizi per adattarsi alle esigenze delle persone con disabilità. Ad esempio, hanno aggiornato la piattaforma Clio Muse Tours per browser Tour Experience in modo da consentire alle persone con disabilità visive di regolare il contrasto, il modo in cui il testo e le immagini vengono visualizzati e di evidenziare alcune parti del testo.

3. **Ridurre al minimo gli effetti negativi del turismo nelle destinazioni popolari.** Clio Muse Tours pianifica i percorsi dei tour in modo tale da incoraggiare gli utenti a visitare sia i luoghi storici sia i luoghi meno conosciuti, oltre ad uscire dai soliti itinerari. L'azienda collabora spesso con musei meno conosciuti, nonché con comuni e aziende di pubblica utilità.

Note per la differenziazione nella formazione/implementazione:

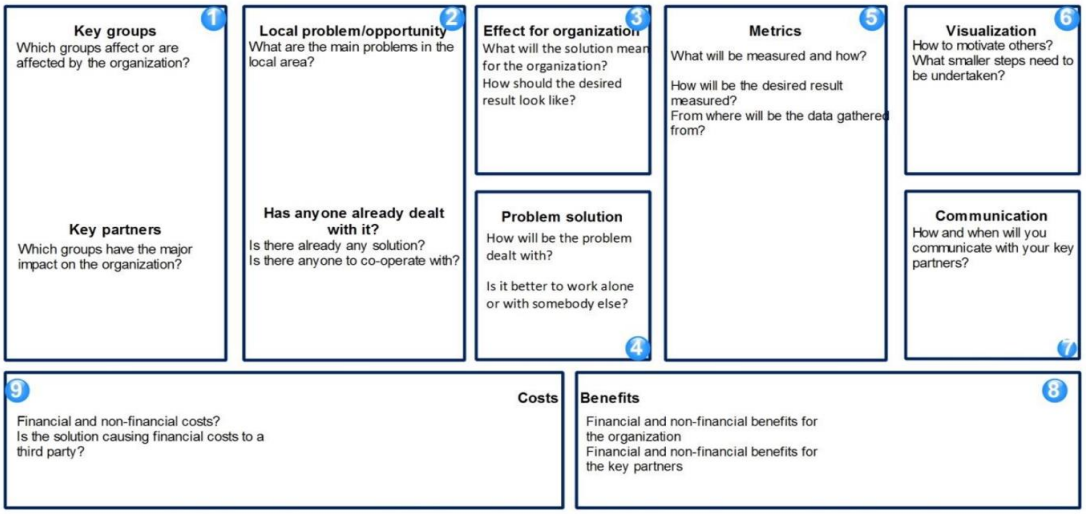
- Puoi sostituire questi casi studio in base al tuo obiettivo, ad esempio casi di studio internazionali.
- Puoi trovare altri casi studio qui: file:///Users/arge/Desktop/E+/SCOP/Rewind/WPs/WP2/uptake%20of%20corporate%20social%20responsibility%20RSI%20by%20european-EA0921514ENN.pdf
- Come verifica agli studenti può essere chiesto di cercare un'impresa nella loro regione che integri la RSI nelle loro attività commerciali e di presentarla per familiarizzare con l'esperienza locale / regionale.

Attività 2

Durata: 60 – 90 minuti

Utilizzare un approccio di RSI per un'azienda, indipendentemente dalle sue dimensioni, è il modo migliore per ridurre l'impatto ambientale e creare dei modelli di business più efficaci. Tuttavia, non esiste un metodo adatto a tutti per un approccio alla RSI, poiché ogni azienda ha valori unici. Prima di prendere qualsiasi decisione rispetto alla RSI della propria impresa, una corretta valutazione può aiutare a identificare le lacune e le opportunità così da migliorare il processo decisionale aziendale.

Fig. 1 CSR Canvas



Fonte

1. Stampa o riscrivi il modello su carta o crealo in formato elettronico (es. Excel).
2. È possibile utilizzare un pezzo di carta autoadesivo. È facile per lavorare e ti costringe ad essere conciso.
3. Inizia a compilare le caselle nell'ordine da 1 a 9. Quello che non sai ora, puoi saltarlo e poi tornarci. La parte importante è l'identificazione dei partner chiave, i loro problemi e la ricerca di modi per risolvere o alleviare gli effetti prodotti. Bisogna dare a questi campi la massima attenzione. Affinché queste attività siano efficaci, devono essere mirate in modo molto preciso.
4. Ricerca di continuità e di relazioni tra i diversi campi.
5. È importante scrivere l'idea in modo che quando la leggi ad alta voce, abbia senso. I campi sono piccoli di proposito, costringendoti a scrivere in modo chiaro e conciso.
6. Dopo il primo tentativo, cerca di concentrarti sulle aree che si sono rivelate problematiche.
7. Crea un modello separato per ogni gruppo per il quale è stato individuato il problema o l'opportunità in dettaglio.

8. Valuta ciò che pensi sia l'opzione migliore e inizia con l'implementazione.

Esercizi di autovalutazione

1. **In che termini le imprese possono avere un impatto attraverso la RSI?**
    a. Economico
    b. Filantropico
    c. Comunità
    d. Etico
    e. Ambientale
2. **Quale può essere un esempio di Responsabilità Etica?**
    a. Ridurre la plastica monouso
    b. Fare donazioni
    c. Attirare una forza lavoro diversificata
    d. Parità di retribuzione
    e. Supporto ai fornitori locali
3. **Quale non è un vantaggio della RSI per le piccole imprese?**
    a. Motivazione dei dipendenti
    b. Fidelizzazione
    c. Dati finanziari migliorati
    d. Coinvolgimento della comunità
    e. Impronta ecologica

Risposte corrette: 1 (C), 2 (D), 3 (D)

Riferimenti

Benevity (2022) How to Develop a Corporate Social Responsibility Program Disponibile: How to Develop a Corporate Social Responsibility Program (ultimo accesso: 04 giugno 2023).

admin (n.d.). *RSI - Sustainability and RSI*. [online] www.bmas.de. Disponibile su: https://www.RSI-in-deutschland.de/EN/RSI/Background/Sustainability-and-RSI/sustainability-and-RSI-article.html. (Ultimo accesso: 04 June 2023).

Greenly.earth. (n.d.). *How to implement a RSI approach in your company*. [online] Disponibile a: https://greenly.earth/en-us/blog/company-guide/how-to-implement-a-RSI-approach-in-your-company#anchor-1 (Ultimo accesso: 04 June 2023).

Hohnen, P. and Potts, J. (2007). *Corporate Social Responsibility An Implementation Guide for Business*. [online] Disponibile a: https://www.iisd.org/system/files?file=publications/RSI_guide.pdf. (Ultimo accesso: 04 June 2023).

Segal, E. (n.d.). *How Small Businesses Are Implementing Corporate Social Responsibility Missions: Survey*. [online] Forbes. Disponibile a: https://www.forbes.com/sites/edwardsegal/2022/04/21/how-small-businesses-are-implementing-corporate-social-responsibility-missions-survey/?sh=619fa2364d05 [(Ultimo accesso 4 Sep. 2023).