

3

terzo report
sul monitoraggio
delle imprese
responsabili
in Piemonte

monitoraggio
delle
imprese
responsabili
in Piemonte

2017 - Terzo report
sulla CSR in Piemonte

Corporate Social Responsibility
Responsabilità sociale d'impresa



Redazione

Ufficio Studi e Statistica UNIONCAMERE PIEMONTE
Sarah Bovini

La pubblicazione è stata realizzata con il coordinamento di:

REGIONE PIEMONTE
Marzia Baracchino, Riccardo Lombardo

UNIONCAMERE PIEMONTE
Paolo Bertolino, Grace De Girolamo

INDICE

3	Il progetto CSRPiemonte
5	Il campione oggetto di indagine
5	La distribuzione del campione per provincia
6	La distribuzione del campione per settore di attività
6	La distribuzione del campione per classe di addetti
7	La distribuzione del campione per classe di fatturato
8	Le imprese responsabili
8	Imprese che hanno investito in azioni di CSR
10	In che cosa hanno investito
11	Imprese che investiranno nel prossimo biennio
12	In che cosa hanno in programma di investire
13	Le motivazioni della imprese responsabili
15	Grado di soddisfazione, ricadute positive ed elementi di freno
15	Grado di soddisfazione
16	Le ricadute
17	Gli elementi di freno
18	La gestione aziendale della CSR
19	Standard e le linee guida conosciute e adottate
21	Le imprese responsabili e le reti
22	Aziende inserite in reti collaborative
23	Le imprese responsabili e l'innovazione
23	Imprese che hanno effettuato negli ultimi tre anni investimenti in innovazione
25	Il ricambio generazionale nelle imprese responsabili
25	Ricambio generazione nella proprietà
25	Ricambio generazionale nel management
26	Il rapporto con la comunità locale
27	Gli attori della CSR e il ruolo della PA
30	Conclusioni

Il progetto CSRPiemonte

Il progetto CSR Piemonte nasce nel 2009 da un accordo strategico tra Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte, finalizzato, tra l'altro, a promuovere la tematica della responsabilità sociale d'impresa quale fattore di competitività.

L'obiettivo principale del progetto è quello di rendere consapevoli gli imprenditori delle azioni di responsabilità sociale e dei relativi vantaggi, attraverso la valorizzazione e la diffusione delle cosiddette buone pratiche, secondo una logica di trasferimento dei migliori casi e dei modelli più efficaci.

Il sistema camerale e l'ente di governo del territorio hanno condiviso fin dal principio di diffondere la cultura d'impresa responsabile per innovare il sistema produttivo, in particolare delle Pmi, in un'ottica di sostenibilità, sia ambientale sia sociale. Il primo passo è la conoscenza del cosiddetto "stato dell'arte".

Risale quindi al 2010 il primo monitoraggio delle imprese responsabili in Piemonte, con cui ai tempi eravamo riusciti ad intercettare ed interessare 140 imprese. Punto di partenza del progetto nel 2010 era stata l'analisi capillare dell'universo delle 7.000 imprese con sede legale in Piemonte e almeno 20 addetti, per monitorare l'adozione delle pratiche di CSR, anche quelle realizzate inconsapevolmente e non formalizzate.

Nel 2013, a tre anni dal primo monitoraggio, l'indagine è stata estesa alle circa 35.000 imprese piemontesi con almeno 5 addetti, operanti nel settore manifatturiero, delle costruzioni, del commercio, del turismo e dei servizi, riuscendo in questo modo a raggiungere anche le realtà minori per dimensione, ma fondamentali nel tessuto della nostra regione. Il target di riferimento era più ampio, e le imprese rispondenti erano state oltre 550.

A distanza di 3 anni, a fine 2016, andando ad insistere sullo stesso campione, ossia le circa 35.000 imprese piemontesi con almeno 5 addetti, le risposte al questionario, di cui segue una sintesi dei risultati, sono state ben 2646.

Il fatto che in questo lasso temporale l'interesse delle imprese verso la responsabilità sociale si sia quasi quintuplicato ci sembra un risultato

notevole, considerando anche che questo tipo di indagine non è obbligatoria, e pertanto manifesta chiaramente la volontà di dedicare tempo e attenzione ai nostri temi, che nel frattempo sono maturati e sono in alcuni casi confluiti in nuovi importanti ambiti, come per esempio l'innovazione sociale.

Il risultato, davvero notevole, e per il quale dobbiamo ringraziare proprio le imprese del nostro territorio, ci conferma che la linea strategica che ci eravamo dati ormai 8 anni fa è ancora valida, perché parte proprio dall'ascolto del nostro tessuto imprenditoriale. Il monitoraggio è anche un modo di riprendere o avviare un dialogo con le imprese, perché sono loro che possono indicarci la via per supportarle al meglio.

Dal punto di vista strategico, il progetto CSR Piemonte si articola su tre fronti:

1. Monitorare – per decidere (e per promuovere) occorre conoscere. Solo disponendo degli elementi necessari (dati, casi, metodi, modelli) si può programmare una azione efficace di "sistema".
2. Promuovere – dall'analisi dello scenario piemontese e mutuando modelli efficaci da altre realtà all'avanguardia abbiamo elaborato i contenuti di un "modello Piemonte", sia in termini di indirizzi, sia di case history.
3. Divulgare – condividere e dare visibilità alle buone prassi, attraverso la produzione di strumenti di comunicazione, la costruzione di un'area web "Vetrina" dedicata alle imprese responsabili, ma anche con l'organizzazione di seminari e incontri e la partecipazione a saloni.

Negli anni le linee strategiche sono state attuate attraverso molti strumenti, in alcuni casi vere e proprie sperimentazioni che ci hanno poi reindirizzati ed orientati: tra tutti, citiamo i volumi della Collana Imprese responsabili, i web games sulla sostenibilità, i Laboratori territoriali sulla CSR per gruppi di imprese, la campagna di comunicazione Io aderisco alla CSR in Piemonte, la vetrina delle imprese responsabili, i convegni e i seminari di formazione.

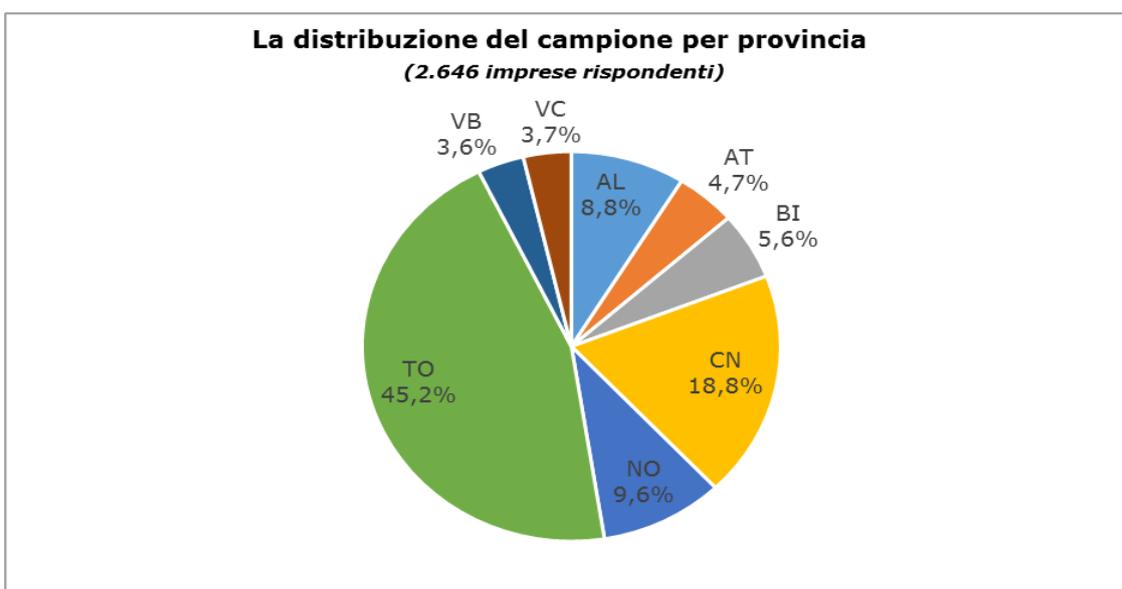
Riprendiamo ora la strada alla luce dei risultati dell'ultima indagine, convinti che il primo passo per la realizzazione di azioni utili sia l'ascolto e la conoscenza.

1. Il campione oggetto di indagine

L'indagine è stata condotta nel mese di novembre 2016 su un campione di circa 30mila imprese piemontesi ed ha visto la partecipazione di 2.646 aziende aventi più di 5 addetti con sede legale nella regione. La consistente risposta del tessuto imprenditoriale regionale evidenzia già di per sé un forte interesse da parte delle imprese piemontesi nei confronti delle tematiche della responsabilità sociale d'impresa.

La distribuzione del campione per provincia

La distribuzione territoriale rivela come il 45,2% delle intervistate abbia sede in provincia di Torino, seguono le realtà di Cuneo, Novara e Alessandria, con quote rispettivamente pari al 18,8%, 9,6% e 8,8%. Minori del 6% le quote detenute dalle altre realtà territoriali. In particolare pesano il 5,6% le imprese biellesi, il 4,7% quelle astigiane, mentre si attestano al 3,7% e 3,6% le aziende intervistate di Vercelli e Verbania.



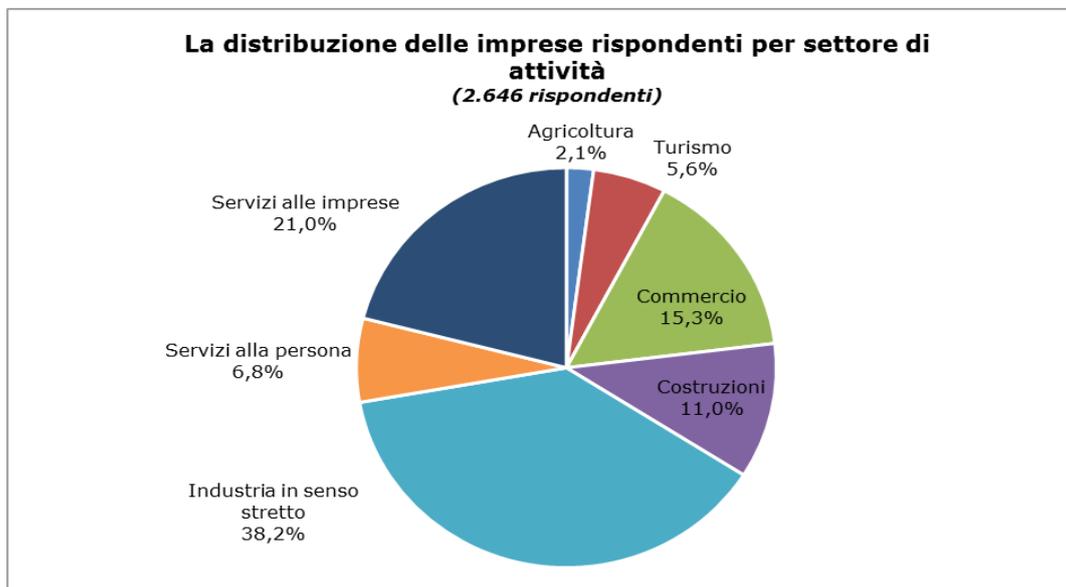
Fonte: Unioncamere Piemonte

La distribuzione del campione per settore di attività

A livello settoriale l'indagine ha preso in considerazione tutti i comparti di attività del tessuto imprenditoriale regionale.

La fetta maggiore delle imprese appartiene al comparto industriale (38,2%), seguito dal collegato comparto dei servizi alle imprese (21%).

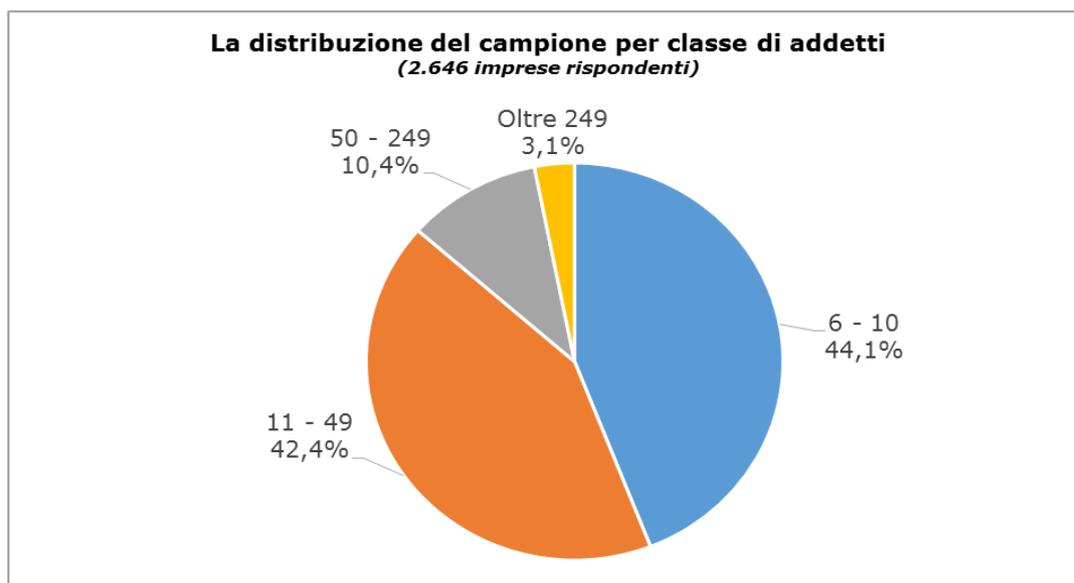
Il 15,3% delle aziende coinvolte è commerciale, mentre l'11,0% è attiva nel comparto edile. Il settore dei servizi alle persone pesa poco meno del 7%, mentre si attestano al 5,6% il turismo e al 2,1% l'agricoltura.



Fonte: Unioncamere Piemonte

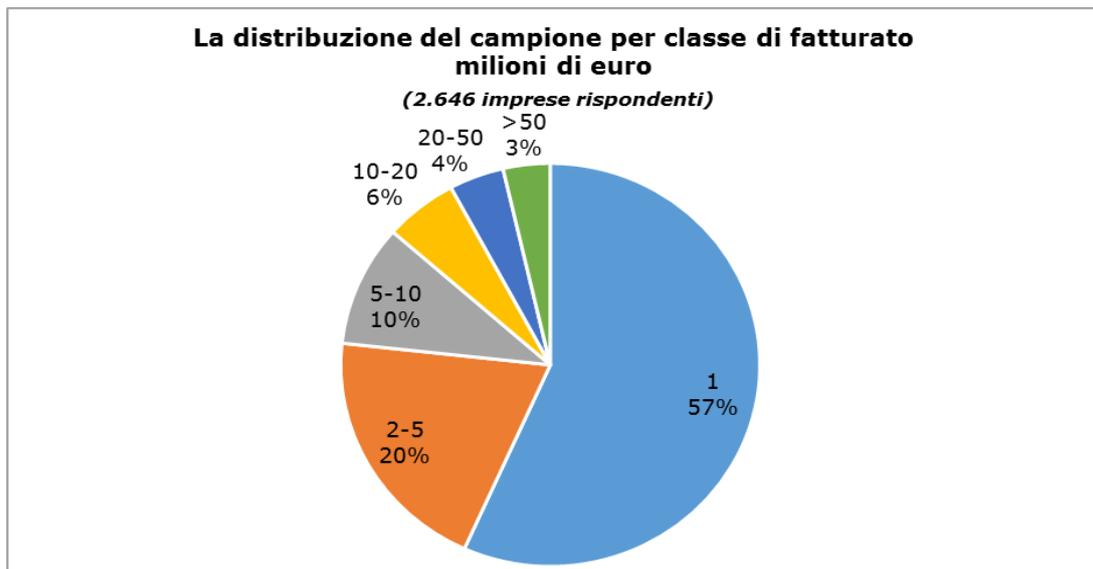
La distribuzione del campione per classe di addetti

Ricordando che l'indagine ha coinvolto esclusivamente le imprese con più di 5 addetti, va evidenziato come la quasi totalità delle imprese partecipanti sia, comunque, di piccola dimensione (l'86,5% ha, infatti, meno di 50 addetti), mentre solo una impresa su 10 è media e il 3,1% è grande.



Fonte: Unioncamere Piemonte

La distribuzione del campione per classe di fatturato



Fonte: Unioncamere Piemonte

Coerentemente con quanto evidenziato relativamente alle classi dimensionali di addetti, emerge come, analizzando il campione in base alla classe di fatturato, più di una impresa su due abbia al massimo un milione di euro di fatturato, scende ad una su cinque la quota di imprese con un fatturato pari a 2-5 milioni di euro. Una impresa su dieci rientra nella classe 5-10 milioni di fatturato, mentre quote inferiori corrispondono a classi di fatturato più elevate.

2. Le imprese responsabili

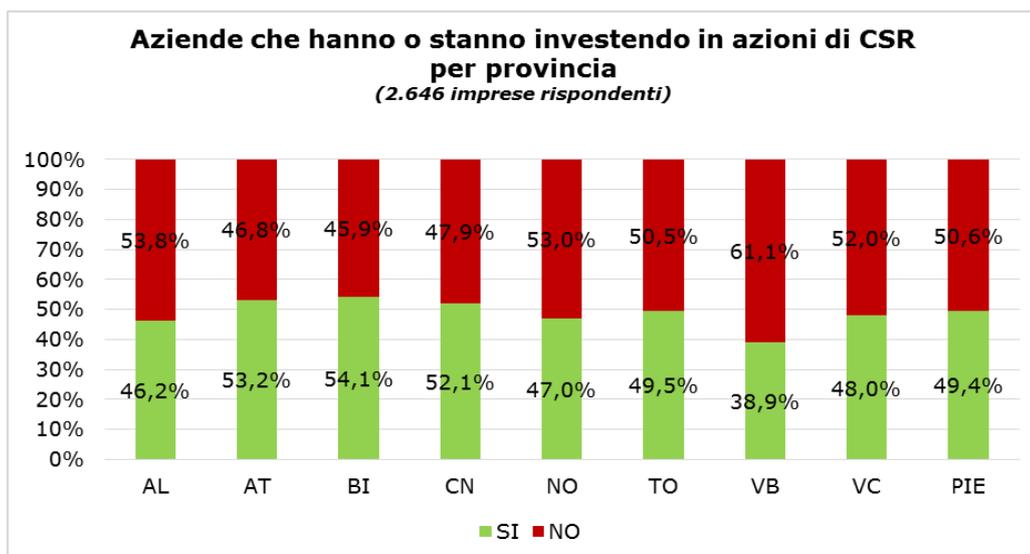
Imprese che hanno investito in azioni di CSR



Fonte: Unioncamere Piemonte

La prima importante informazione che emerge dall'elaborazione dei risultati dell'indagine è che all'incirca una impresa su due delle 2.646 rispondenti ha investito o investe attualmente in azioni di CSR. Si tratta di un risultato importante che conferma il forte interesse sul tema presso il tessuto imprenditoriale della nostra regione.

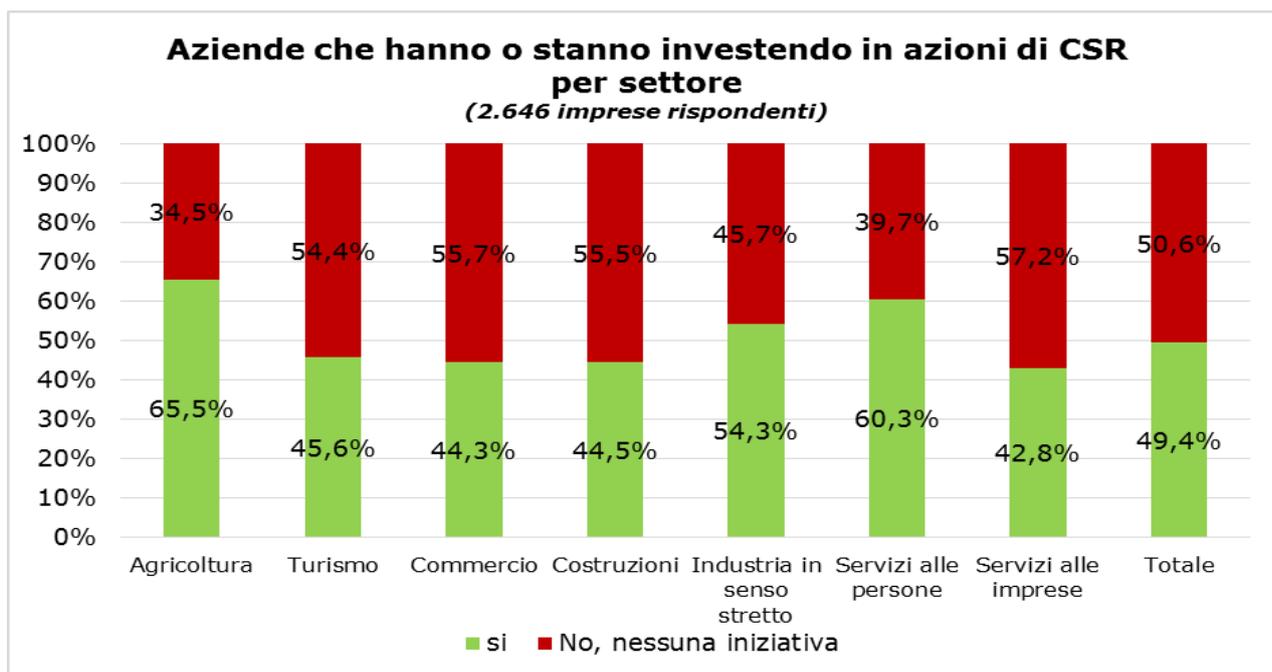
A livello territoriale si distingue positivamente il biellese, realtà in cui il 54% delle aziende intervistate ha dichiarato di essere stato o di essere attivo nel campo della CSR. Superiori alla media regionale risultano anche due delle province del Piemonte meridionale, Asti (54,1%) e Cuneo (52,1%).



Fonte: Unioncamere Piemonte

In linea con il dato piemontese si colloca il capoluogo regionale (49,5%), mentre tutti gli altri territori evidenziano risultati leggermente inferiori alla media piemontese.

Tra i settori si riscontra la maggior diffusione delle pratiche di responsabilità sociale di impresa proporzionalmente nelle imprese dei servizi alla persona e in agricoltura.

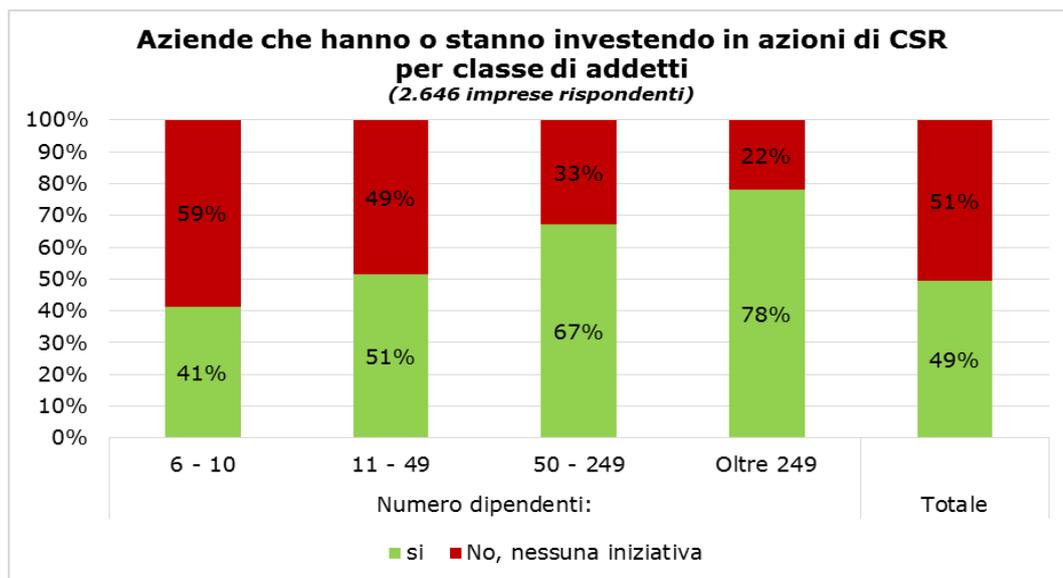


Fonte: Unioncamere Piemonte

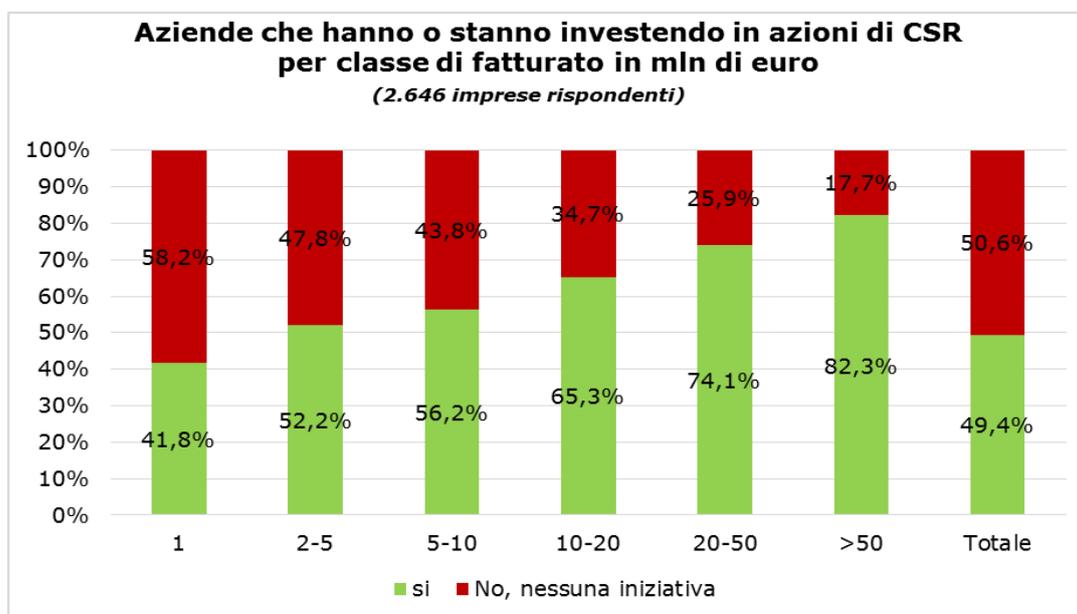
Superiore alla media regionale anche la quota di imprese che investono in azioni di CSR nell'industria in senso stretto.

Una partecipazione meno vasta caratterizza, invece, gli altri comparti regionali. La partecipazione più bassa riguarda i servizi alle imprese (42,8%) e il commercio (44,3%). Le imprese di dimensioni maggiori, sia in termini di addetti che di fatturato, hanno una più elevata attitudine alla CSR rispetto alle realtà di dimensioni minori.

Si passa da una quota di imprese che investono in CSR del 78% per le imprese con più 249 addetti ad una quota del 41% per le micro imprese (6-10 addetti).



Fonte: Unioncamere Piemonte



Fonte: Unioncamere Piemonte

Ancora più evidente appare la disparità tra le diverse realtà imprenditoriali analizzando le classi di fatturato. L'82,3% delle aziende con una fatturato superiore a 50 milioni di euro investe in CSR, lo fa, invece, solo il 41,8% delle imprese con un fatturato inferiore o pari ad 1 milione di euro.

In che cosa hanno investito

Tra le attività di CSR prescelte dalle imprese le più diffuse risultano quelle indirizzate ad incrementare il livello di benessere dei dipendenti e a migliorare le condizioni lavorative (63,4%).

L'interesse per la sostenibilità e la sicurezza ambientale si colloca in seconda posizione (57,3%), mentre la solidarietà e il sostegno umanitario, anche in partnership con le organizzazioni non profit, trova l'interesse del 27,8% delle imprese attive nel campo.

Circa un'impresa su cinque è operativa nello sviluppo di prodotti e processi sostenibili e/o nel sostegno alle comunità locali.



Fonte: Unioncamere Piemonte

Imprese che investiranno in azioni di CSR nel prossimo biennio (2017-2018)

Alle aziende intervistate è stato inoltre chiesto se avessero in previsione di investire in azioni di CSR nel prossimo biennio (2017-2018). Poco meno di una impresa su due (48,8%) ha dichiarato di avere intenzione di investire in questo campo, confermando anche per il futuro di breve periodo la volontà di proseguire o sviluppare attività di responsabilità sociale d'impresa.



Fonte: Unioncamere Piemonte

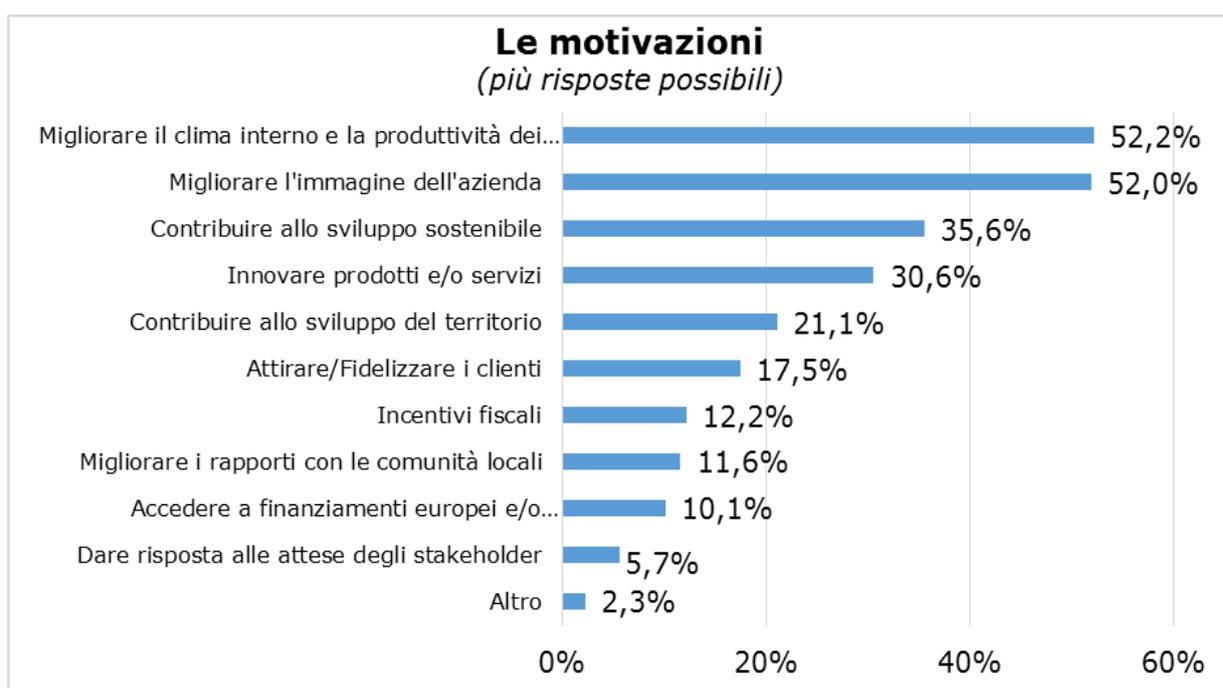
In che cosa hanno in programma di investire

Tra i filoni di maggior interesse per il futuro ritroviamo nuovamente il **benessere dei dipendenti** (62,8% delle imprese che saranno attive nella CSR nel prossimo biennio), seguito dalla **sostenibilità ambientale** (60,6%).

Una su quattro investirà nello **sviluppo di prodotti e processi sostenibili**, il 23,3% in **iniziative di solidarietà e sostegno umanitario**. Poco meno del 20%, infine, si concentrerà anche sul sostegno allo **sviluppo delle comunità locali**.

3. Le motivazioni delle imprese responsabili

Le realtà che si sono già occupate di CSR o che investiranno nel prossimo biennio in attività di responsabilità sociale d'impresa hanno deciso di farlo principalmente per migliorare il clima interno, incrementare la produttività dei lavoratori e migliorare l'immagine aziendale (circa 1 impresa su 2).



Fonte: Unioncamere Piemonte

Il 35,6% delle imprese ha deciso di sviluppare il filone della CSR per contribuire operativamente allo sviluppo sostenibile. Tre imprese su dieci trovano la motivazione nella volontà di innovare prodotti e/o servizi, mentre poco più di una su cinque viene spinta dal desiderio di contribuire allo sviluppo del territorio.

Attirare e fidelizzare clienti è la finalità ricercata dal 17,5% delle imprese intervistate attive nel campo della responsabilità sociale d'impresa, mentre il 12,2% spera che investire in azioni di CSR aiuti ad ottenere incentivi fiscali, oppure lo fa per utilizzare quelli previsti attualmente: la Legge di Stabilità 2016 ha disposto la detassazione sugli importi erogati ai dipendenti come premi di risultato nel settore privato, sotto forma di bonus e servizi.

Dal punto di vista del lavoratore, invece, queste misure di welfare non concorrono a formare reddito di lavoro per il dipendente.

La volontà di migliorare i rapporti con le comunità locali sostiene l'attività di responsabilità sociale del 11,6% delle imprese, mentre una azienda su dieci lo fa per agevolare l'accesso ai finanziamenti europei e nazionali.

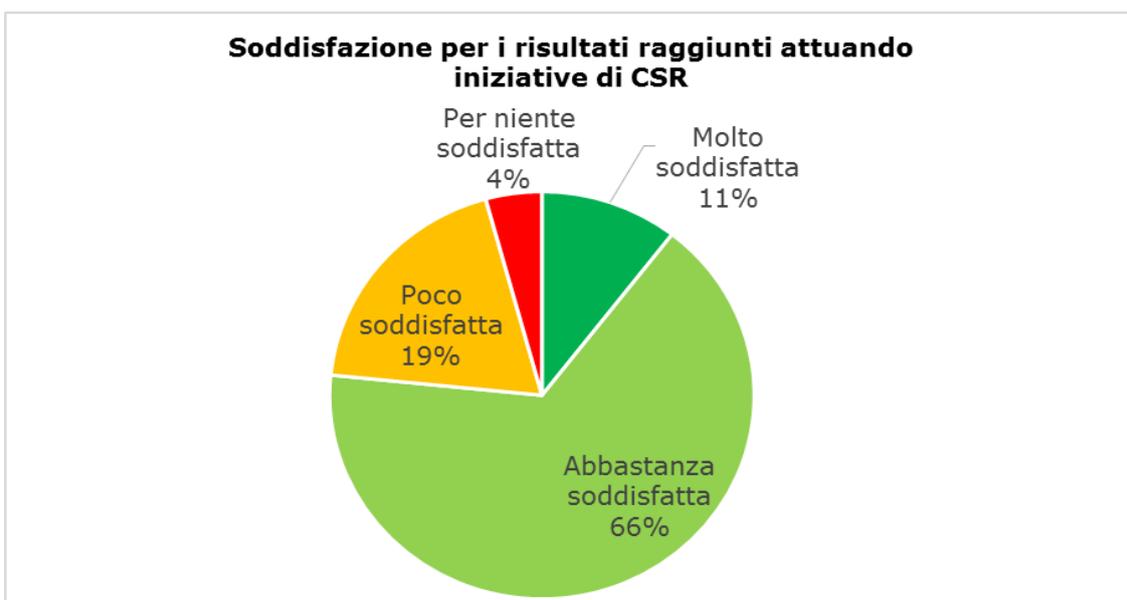
4. Grado di soddisfazione, ricadute positive ed elementi di freno

Grado di soddisfazione

Le imprese che negli anni hanno sviluppato il filone della responsabilità sociale d'impresa sono, nella maggioranza dei casi, rimaste soddisfatte dei risultati raggiunti.

Il 77% delle aziende, infatti, si è dichiarata o molto o abbastanza soddisfatta, contro un 23% che si è dichiarata o poco o per nulla soddisfatta.

A livello territoriale il maggior grado di soddisfazione caratterizza il capoluogo regionale (dove il 79% delle imprese è molto o abbastanza soddisfatto), il grado minore viene invece registrato nel Vercellese (69,8%).



Fonte: Unioncamere Piemonte

Analizzando i risultati in base al settore di attività delle imprese si rileva come il grado di soddisfazione risulti complessivamente più elevato nelle aziende agricole e in quelle dei servizi alla persona, mentre appaia più ridotto nel comparto edile.

Mediamente appaiono infine caratterizzate da un grado di soddisfazione maggiore le imprese più grandi rispetto a quelle medie o piccole.

Le Ricadute

La maggioranza delle aziende ha riscontrato ricadute positive in seguito alle attività di CSR sviluppate.

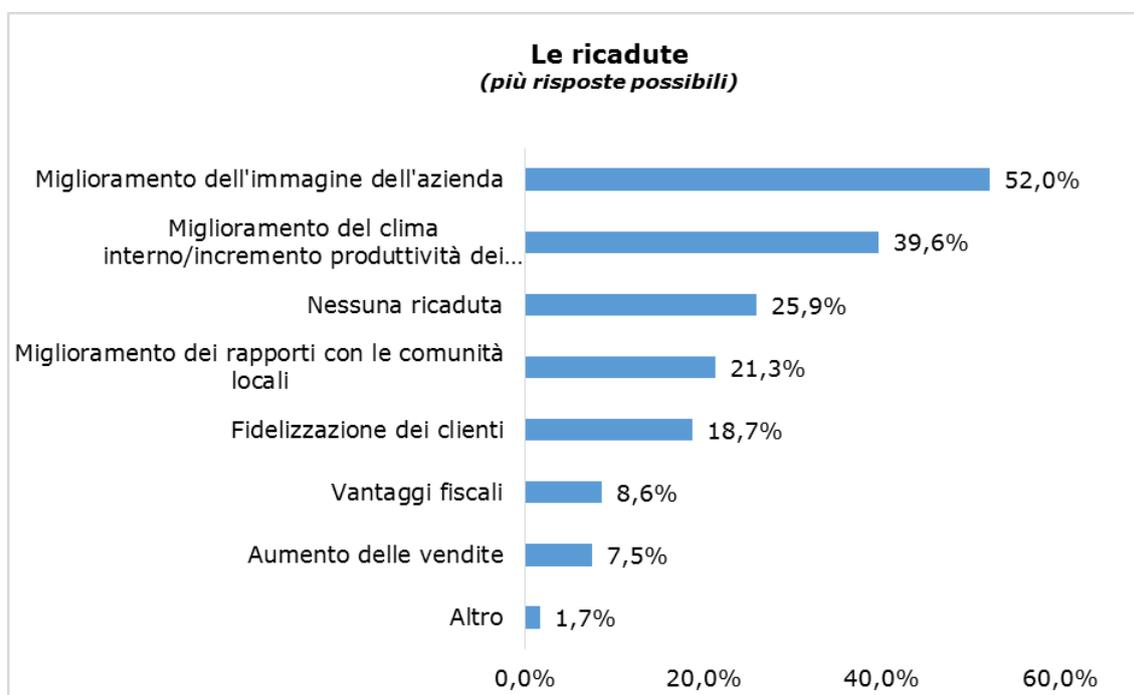
Più di una impresa su due dichiara di aver rilevato, in seguito allo sviluppo delle attività di CSR, un miglioramento dell'immagine aziendale.

Il 39,6% ha ottenuto, invece, un miglioramento del clima interno e un incremento della produttività.

Risulta ancora numericamente importante, tuttavia, la quota di imprese che non ha rilevato alcuna ricaduta, circa una impresa su quattro.

Il 21,3% delle aziende rispondenti ha notato un miglioramento dei rapporti con la comunità locale, mentre il 18,7% ha evidenziato una maggior fidelizzazione della clientela.

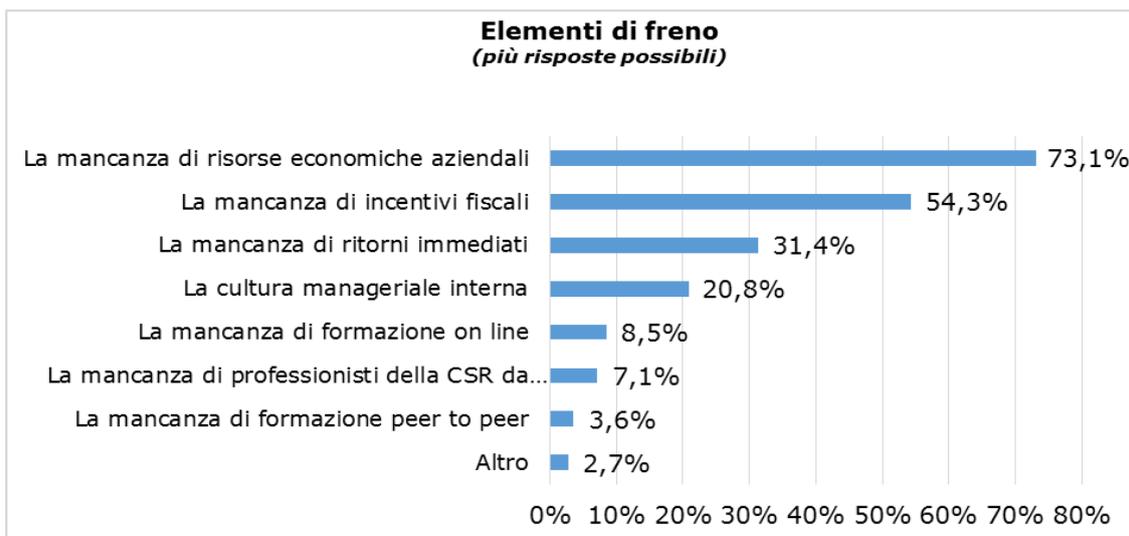
I vantaggi fiscali sono stati individuati come ricaduta solo dall' 8,6% delle imprese, l'aumento delle vendite ha riguardato, invece, il 7,5% delle realtà intervistate.



Fonte: Unioncamere Piemonte

Gli elementi di freno

Al fine di sviluppare ulteriormente il filone della CSR sul territorio regionale, appare particolarmente importante analizzare, oltre alle ricadute positive che possono incentivare altre imprese ad intraprendere le attività di responsabilità sociale d'impresa, anche quelli che sono emersi come elementi di freno al suo sviluppo.



Fonte: Unioncamere Piemonte

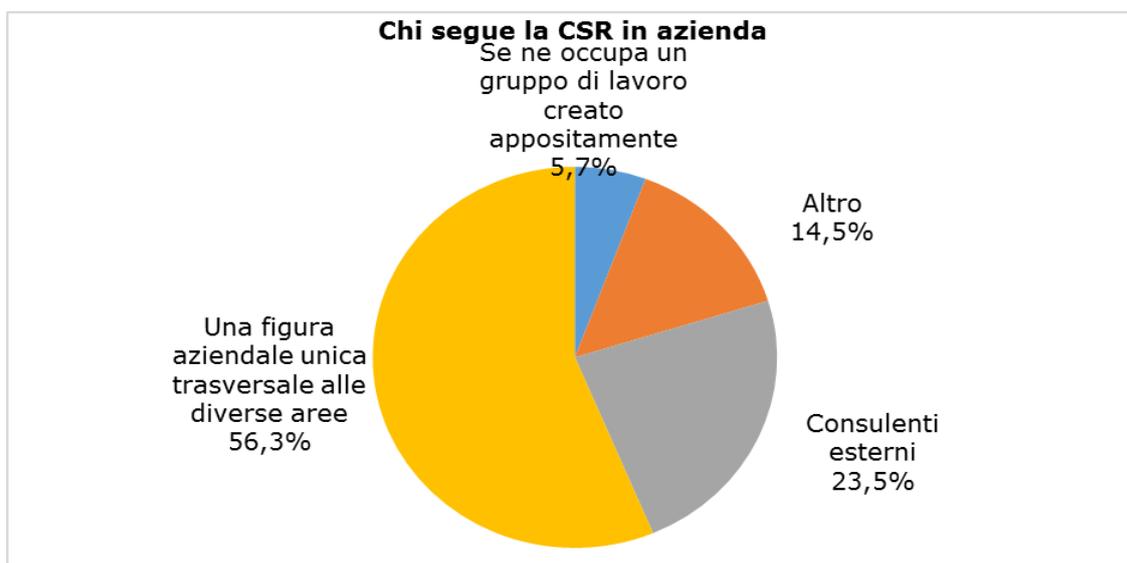
La mancanza di risorse economiche aziendali risulta l'ostacolo principale, seguito dalla mancanza di incentivi fiscali. Poco meno di una impresa su tre viene frenata dalla mancanza di ritorni immediati, mentre il 20,8% lamenta l'assenza di una cultura manageriale interna adeguata. Quest'ultimo è un dato importante, perché evidenzia che la CSR va condivisa e ispirata dai vertici, essendo da intendersi come elemento di strategia aziendale.

5. La Gestione aziendale della CSR in azienda

Come è emerso dalla descrizione del campione oggetto dell'indagine, la maggior parte delle imprese rispondenti, rispecchiando la distribuzione reale delle imprese piemontesi per classe dimensionale, risulta di piccole dimensioni. Questo fattore sicuramente influenza le modalità interne di gestione della CSR.

Nel 56,3% delle imprese segue la CSR una figura aziendale unica trasversale alle diverse aree. Si tratta cioè in molti casi di una professionalità che opera anche in altri ambiti aziendali, non specificamente dedicata alla sola CSR, e comunque in grado di dialogare con l'intera azienda.

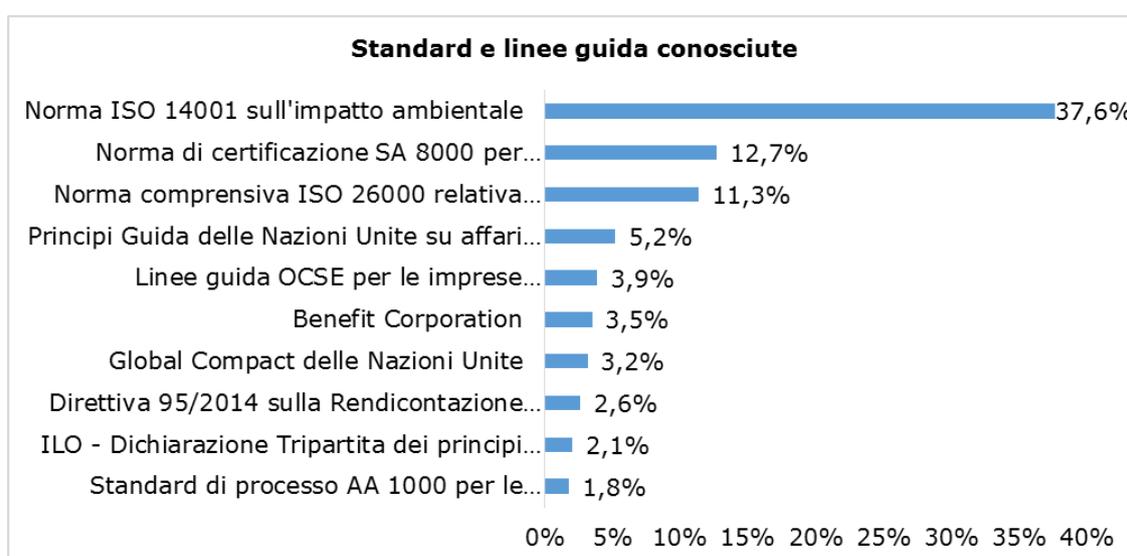
Il 23,5% delle realtà si affida per la gestione di questo tema a consulenti esterni, mentre solo nel 5,7% dei casi se ne occupa un gruppo di lavoro creato appositamente.



Fonte: Unioncamere Piemonte

6. Standard e linee guida conosciute e/o adottate

Il 58,4% delle imprese intervistate non conosce le principali linee guida in tema di CSR. Tra quelle note, la principale è la Norma ISO 14001 sull'impatto ambientale, seguita dalla Norma di certificazione SA 8000 per l'impegno etico e sociale di un'impresa e dalla Norma comprensiva ISO 26000, relativa all'impatto delle attività dell'impresa sulla società e sull'ambiente. Tutte le altre sono note a meno del 5% delle realtà intervistate.



Fonte: Unioncamere Piemonte

Un riferimento a parte meritano le Benefit Corporation: lo scorso aprile sono approdate in Italia le Società Benefit, ossia aziende for-profit i cui prodotti o servizi contribuiscono a risolvere sfide sociali o ambientali di oggi. Tutte le aziende hanno la possibilità di diventare Società Benefit se dimostrano di essere davvero intenzionate ad operare per il bene comune, modificando il proprio statuto inserendovi precise intenzioni di finalità sociale da rendicontare annualmente. Le aziende coinvolte coprono svariati settori di attività. Tutte hanno comunque un punto in comune: hanno un obiettivo sociale, oltre che di business.

L'Italia è il primo Paese al di fuori degli Stati Uniti (dove ha preso forma a partire dal 2006) ad aver adottato la forma legale di Benefit Corporation con il nome italiano di "Società Benefit" e, da aprile 2016, sono circa 250 le

imprese che hanno avviato il percorso per certificarsi come B-Corp, nonostante non sia necessario. Accanto alla certificazione B-Corp è stata istituita anche una forma legale di impresa (la Società Benefit), che viaggia su un binario indipendente dalla certificazione.

Considerando che si parla di B-Corp e Società Benefit un po' diffusamente dalla primavera scorsa, il fatto che il 3,5% delle imprese rispondenti abbia dichiarato di conoscere il tema è già significativo.

CSR Piemonte ha pubblicato un volume monografico sulle B-Corp già nel 2015, a testimonianza dell'impegno a diffondere e talvolta anticipare per quanto possibile novità rilevanti in chiave di responsabilità sociale d'impresa.

A livello territoriale gli standard /linee guida sono meno conosciuti a Asti e Vercelli, più note a Novara e Torino. Tra i settori il più interessato è il comparto industriale, mentre a livello dimensionale il livello di conoscenza cresce significativamente all'aumentare della dimensione aziendale.

Tra le norme adottate l'unica con una diffusione significativa risulta la Norma ISO 14001 sull'impatto ambientale (30% delle imprese). L'adozione di tale norma risulta più alta nell'industria in senso stretto (35,4%) e nelle costruzioni (32,5%), mentre appare più ridotta nel comparto agricolo (11,1%) e nel commercio (14,3%).

Anche in questo caso sono maggiormente interessate le imprese di medie e grandi dimensioni.

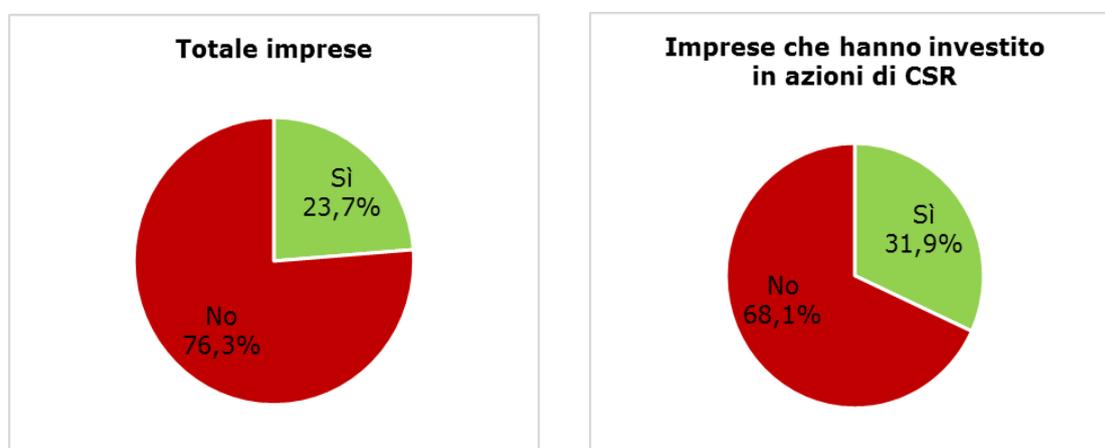
7. Le imprese responsabili e le reti

In una realtà imprenditoriale come quella piemontese, costituita per lo più da imprese di piccole e media dimensione, la possibilità di collaborare in vari modi appare un utile strumento per sostenere sfide, quali quelle dei mercati internazionali e dell'innovazione, che da sole le imprese poco strutturate difficilmente riuscirebbero ad affrontare con facilità.

Delle 2.646 imprese rispondenti al questionario circa una su quattro ha dichiarato di essere inserita in reti collaborative.

Per lo più si tratta di reti informali (8,9%) e di reti d'impresa (8,8%), cui seguono le reti di partnership e le reti di collaborazione territoriale a livello di forniture e servizi (entrambe con una quota del 6,7%); una minore diffusione hanno, invece, le reti di filiera (prodotto o processo).

Se, al posto di prendere in considerazione tutte le imprese rispondenti al questionario, si seleziona il sottoinsieme delle imprese che hanno investito nella CSR, emerge come la percentuale inserita in reti collaborative aumenti significativamente, passando dal 24% al 32%.

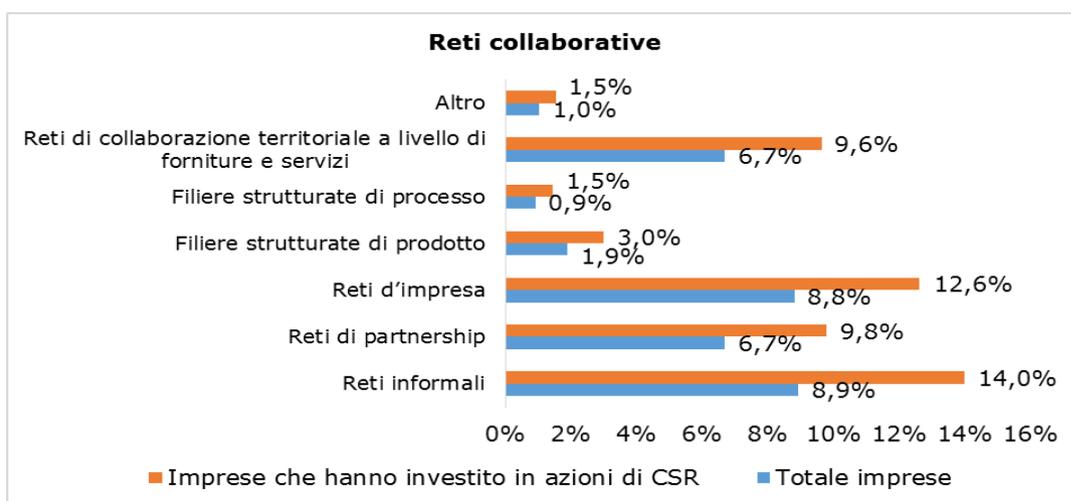


Fonte: Unioncamere Piemonte

Anche le imprese responsabili prediligono le reti informali (14,0%), le reti d'impresa (12,6%) e quelle di partnership (9,8%).

Aziende inserite in reti collaborative

Le imprese rispondenti all'indagine hanno inoltre evidenziato come, se dovessero avviare una forma di collaborazione con un'azienda virtuosa in termini di CSR, la loro priorità sarebbe quella di condividere vantaggi economici e di processo. Di interesse risulterebbe anche la condivisione di una buona pratica in termini organizzativi e il lavoro congiunto su specifici progetti.



Fonte: Unioncamere Piemonte

8. Le imprese responsabili e l'innovazione

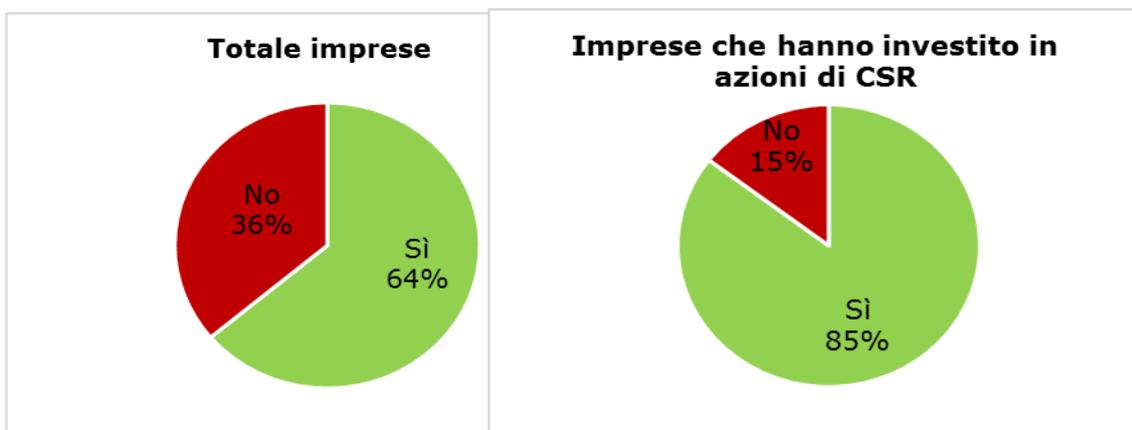
Sostenere l'innovazione è notoriamente un'opportunità per supportare e incrementare lo sviluppo delle imprese.

Tra le realtà intervistate il 64% delle imprese ha dichiarato di aver effettuato investimenti in innovazione nel periodo 2014-2016, contro il 36% che non ha investito in questo campo.

Tra i principali investimenti effettuati troviamo quelli nel campo del risparmio energetico per ridurre i consumi, seguiti dalle nuove tecnologie per limitare l'inquinamento e migliorare lo smaltimento dei rifiuti.

Di grande interesse anche l'innovazione di prodotto o di processo, nonché gli investimenti nella valorizzazione del capitale umano.

Imprese che hanno effettuato negli ultimi tre anni investimenti in innovazione



Fonte: Unioncamere Piemonte

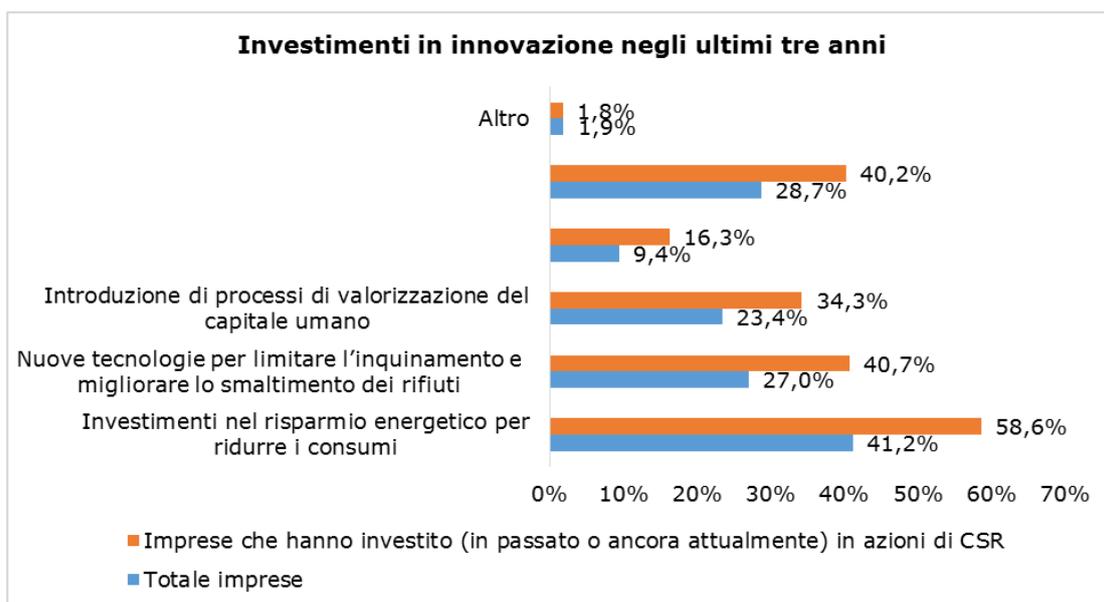
Se si analizzano le sole imprese responsabili la percentuale di coloro che hanno investito in innovazione negli ultimi tre anni aumenta, passando dal 64% all'85%.

Un incremento significativo che evidenzia come l'interesse delle imprese responsabili nei confronti degli investimenti in innovazione appaia di gran lunga superiore.

In particolar modo il 58,6% delle imprese che hanno investito in CSR hanno anche investito nel risparmio energetico.

Il 40,7% è attento alle nuove tecnologie per ridurre inquinamento e migliorare lo smaltimento dei rifiuti.

Circa 4 imprese su 10 si sono occupate di innovazione di prodotto e/o processo e più di una su quattro ha introdotto processi di valorizzazione del capitale umano.



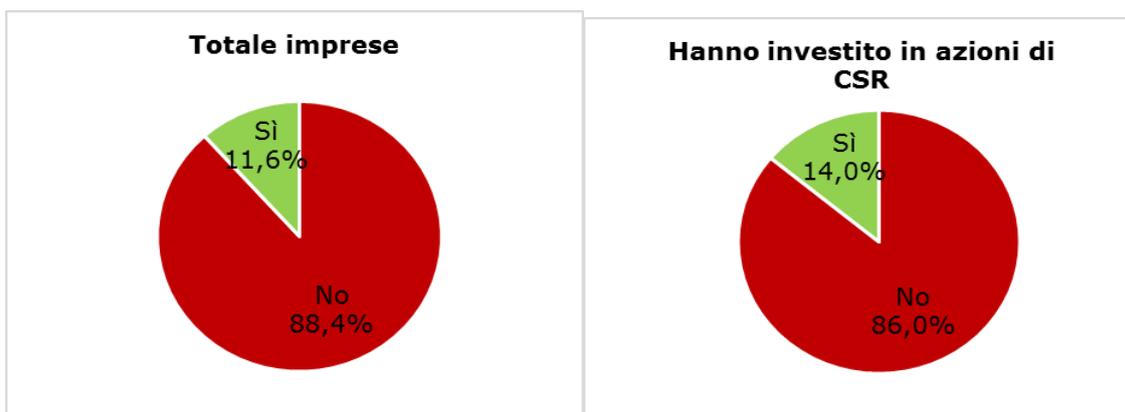
Fonte: Unioncamere Piemonte

9. Il ricambio generazionale nelle imprese responsabili

Anche per quanto riguarda il cambio generazionale le imprese responsabili si sono dimostrate significativamente più attive rispetto alle imprese complessivamente considerate.

Il 12% delle imprese intervistate ha vissuto un ricambio generazionale nella proprietà negli ultimi tre anni (2014-2016), il dato sale al 14% nel caso delle imprese che hanno investito in CSR.

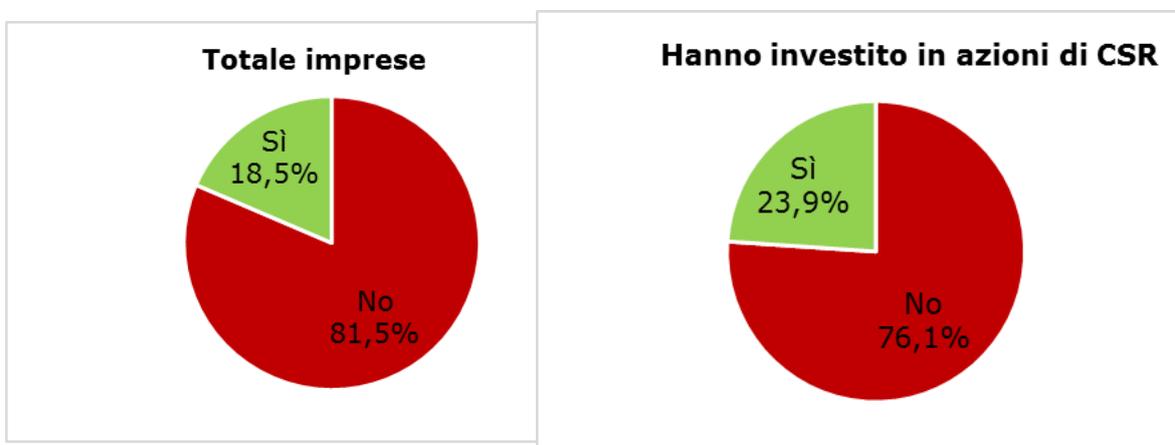
Ricambio generale nella proprietà



Fonte: Unioncamere Piemonte

Analogamente a quanto avvenuto per il ricambio generazionale nella proprietà, anche per quanto concerne il ricambio generazionale nel management le imprese responsabili registrano un dato più elevato, 24% contro il 19% evidenziato dalle imprese complessivamente considerate.

Ricambio generazionale nel management



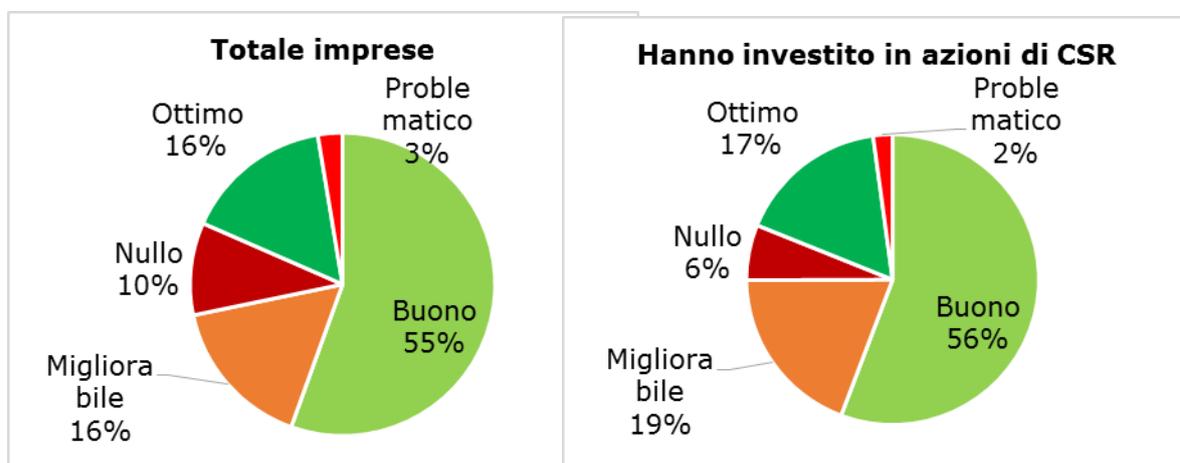
Fonte: Unioncamere Piemonte

10. Il rapporto con le comunità locali

Per le aziende appartenenti ad un tessuto produttivo locale appare fondamentale avere un buon rapporto con le comunità del territorio. Sviluppare azioni di CSR mirate appare una carta vincente per andare nella giusta direzione.

Complessivamente le imprese piemontesi intervistate hanno dichiarato nel 16% dei casi di avere un ottimo rapporto con le comunità locali. Il rapporto è buono per il 55% del campione, migliorabile per il 16%, problematico per il 23% ed addirittura nullo per il 10%.

Per le aziende responsabili si alza lievemente la percentuale di imprese che dichiara di avere una rapporto ottimo o buono con le comunità locali, per una fetta maggiore di imprese il rapporto è migliorabile e si sta procedendo in tal senso, mentre si riduce in misura significativa la quota di imprese responsabile con rapporto problematico o scarso rispetto a quanto registrato per le aziende complessivamente considerate.



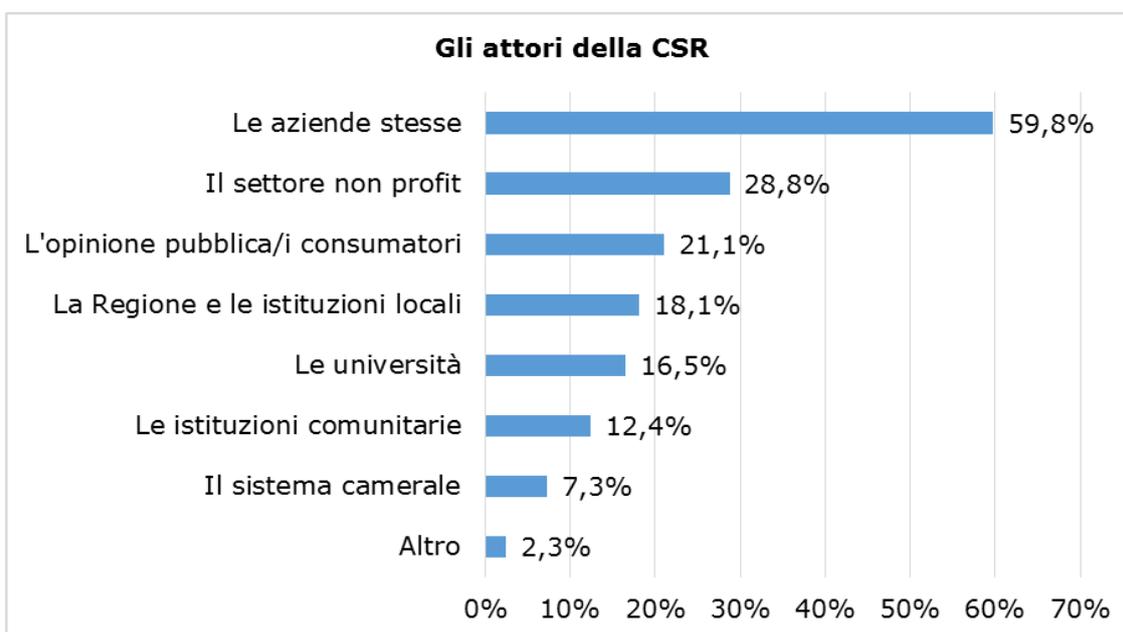
Fonte: Unioncamere Piemonte

11. Gli attori della CSR e il ruolo della PA

Sei aziende su 10 ritengono che siano le imprese stesse ad essere i soggetti più attivi per l'affermazione dei comportamenti socialmente responsabili delle aziende. Questo risultato è in linea con una visione strategica della CSR, che la integra tra gli *asset* principali e pertanto le attribuisce un alto grado di coinvolgimento (*commitment*).

Per il 28,8% assume un ruolo di primo piano nella diffusione della CSR anche il settore non profit, seguito dal ruolo importante (21,1%) esercitato dall'opinione pubblica/consumatori.

La Regione è la prima tra le istituzioni a sostenere la diffusione dei comportamenti socialmente responsabili delle aziende del territorio (18,1% delle imprese), seguita dall'università (16,5%), dalle istituzioni comunitarie (12,4%) e dal sistema camerale (7,3%).



Fonte: Unioncamere Piemonte

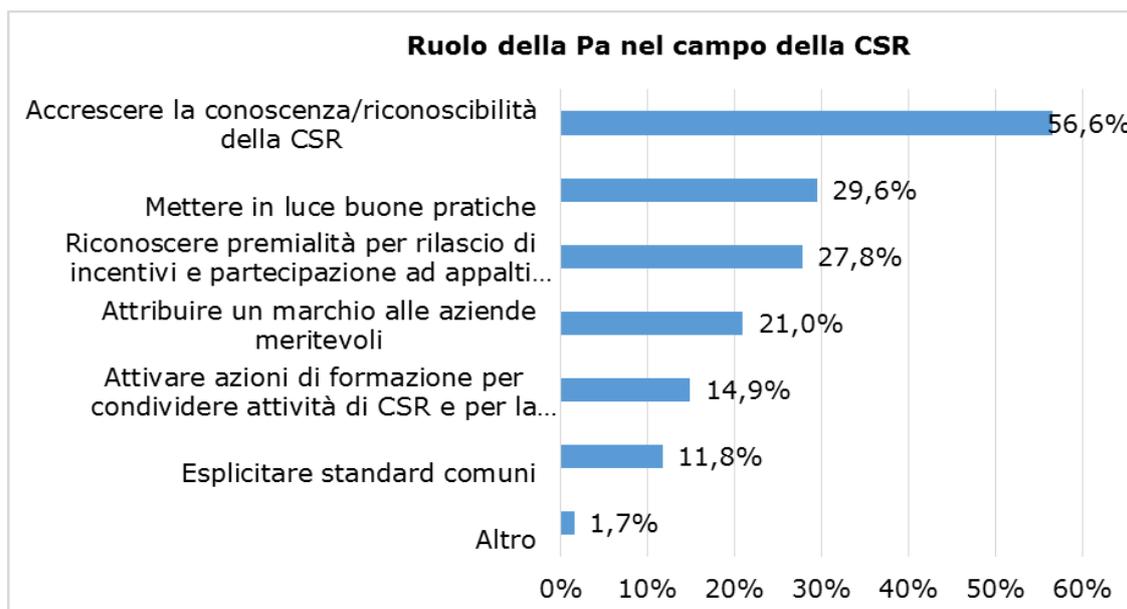
Secondo le imprese intervistate il compito principale della pubblica amministrazione nel campo della responsabilità sociale di impresa è quello di accrescerne la conoscenza e la riconoscibilità (più di una impresa su due).

Questo aspetto appare ancora più importante per le imprese agricole e commerciali.

Poco meno del 30% ritiene che la PA debba occuparsi di mettere in luce le buone pratiche, in modo da fornire al tessuto imprenditoriale regionale esempi di applicazione nel campo della responsabilità sociale d'impresa, che possano essere d'esempio per quelle imprese che vogliono diventare responsabili o che vogliono ampliare la gamma di attività responsabili già avviate.

Se si sommano le due percentuali si arriva ad un 86,2% che dalla PA si aspetta azioni di valorizzazione e informazione: si tratta di una indicazione molto netta.

Questo aspetto risulta particolarmente importante per le aziende di grandi dimensioni (34,1%).



Fonte: Unioncamere Piemonte

Il 27,8% delle aziende rispondenti individua come compito principale della PA il riconoscimento di premialità per rilascio di incentivi e la partecipazione ad appalti pubblici per le imprese che adottano comportamenti orientati alla CSR. Tra i settori danno più importanza a questo compito il comparto edile (36,6%) e i servizi alla persona (31,3%)

Un'impresa su cinque vorrebbe, come risposta alle attività responsabili avviate, l'attribuzione di un marchio che attesti che l'azienda è responsabile (azione ritenuta particolarmente utile da parte delle PMI). Il 15% delle imprese, invece, pensa che la P.A. debba attivare azioni di formazione per condividere attività di CSR e per la costruzione di professionisti della CSR, mentre solo l'11,8% cerca nella P.A. l'esplicitazione di standard comuni.

12. Conclusioni

Dopo un decennio di promozione e valorizzazione della CSR, sembra soffrire nuova rispetto ai temi della responsabilità sociale d'impresa. Per fare un esempio concreto, la Legge di Stabilità 2016 ha disposto la detassazione sugli importi erogati ai dipendenti come premi di risultato nel settore privato, sotto forma di bonus e servizi. Dal punto di vista del lavoratore, invece, queste misure di welfare non concorrono a formare reddito di lavoro per il dipendente.

Un riferimento a parte meritano le Benefit Corporation: l'Italia è il primo Paese al di fuori degli Stati Uniti (dove ha preso forma a partire dal 2006) ad aver adottato da aprile 2016 la forma legale di Benefit Corporation con il nome italiano di "Società Benefit". Le aziende coinvolte coprono svariati settori di attività. Tutte hanno comunque un punto in comune: hanno un obiettivo sociale, oltre che di business. L'Italia è il primo Paese al di fuori degli Stati Uniti (dove ha preso forma a partire dal 2006) ad aver adottato la forma legale di Benefit Corporation con il nome italiano di "Società Benefit" e, da aprile 2016, sono circa 250 le imprese che hanno avviato il percorso per certificarsi come B-Corp, nonostante non sia necessario. Accanto alla certificazione B-Corp è stata istituita anche una forma legale di impresa (la Società Benefit), che viaggia su un binario indipendente dalla certificazione. CSR Piemonte aveva pubblicato un volume monografico sulle B-Corp già nel 2015, a testimonianza dell'impegno a diffondere e talvolta anticipare per quanto possibile novità rilevanti in chiave di responsabilità sociale d'impresa.

Da gennaio 2017, inoltre, vi è l'obbligo per le grandi imprese di comunicare dati ambientali e sociali attinenti a personale, rispetto dei diritti umani, lotta contro la corruzione, ossia di redigere il cosiddetto report integrato di sostenibilità.

Tornando a questa pubblicazione, la risposta delle 2646 aziende piemontesi al monitoraggio di novembre 2016 è veramente notevole, e testimonia un'attenzione rinnovata verso un modo diverso, per alcuni nuovo, di fare

impresa in un'ottica non solo di business, bensì di sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Ricordando che l'indagine ha coinvolto esclusivamente le imprese con più di 5 addetti, va evidenziato come la quasi totalità delle imprese partecipanti sia, comunque, di piccola dimensione (l'86,5% ha, infatti, meno di 50 addetti), mentre solo una impresa su 10 è media e il 3,1% è grande.

Una impresa su 2 ha investito o investe in azioni di CSR, e il 48,8% ha in previsione di farlo in futuro. Le realtà che si sono già occupate di CSR o che investiranno nel prossimo biennio in attività di responsabilità sociale d'impresa hanno deciso di farlo principalmente per migliorare il clima interno, incrementare la produttività dei lavoratori e migliorare l'immagine aziendale.

Tra i filoni di maggior interesse per sviluppare azioni future di CSR ritroviamo nuovamente il benessere dei dipendenti (62,8% delle imprese che saranno attive nella CSR nel prossimo biennio), seguito dalla sostenibilità ambientale (60,6%).

Le imprese che negli anni hanno sviluppato il filone della responsabilità sociale d'impresa sono, nella maggioranza dei casi, rimaste soddisfatte dei risultati raggiunti. Il 77% delle aziende, infatti, si è dichiarata o molto o abbastanza soddisfatta. Ciò dimostra, quindi, che un approccio sostenibile paga nel tempo, soprattutto in tema di welfare aziendale e di attenzione al benessere dei lavoratori: la maggioranza delle aziende ha riscontrato ricadute positive in seguito alle attività di CSR sviluppate. Più di una impresa su due dichiara di aver rilevato, in seguito allo sviluppo delle attività di CSR, un miglioramento dell'immagine aziendale. Il 39,6% ha ottenuto un miglioramento del clima interno e un incremento della produttività del lavoro. Vale a dire che il dipendente motivato è anche più produttivo, e si tratta di un dato dimostrabile.

I dati confermano, inoltre, che le aziende orientate alla CSR sono anche quelle più propense ad investire in innovazione e a collaborare con altre imprese in una logica di rete, preferibilmente reti informali o reti d'impresa. Sono, in sintesi, realtà aziendali più aperte e collaborative.

Sei aziende su 10 ritengono che siano le imprese stesse ad essere i soggetti più attivi per l'affermazione dei comportamenti socialmente responsabili delle aziende: questo risultato è in linea con una visione strategica della CSR, che la integra tra gli asset principali e pertanto le attribuisce un alto grado di coinvolgimento (commitment). Le aziende ci dicono che devono essere stesse le prime a credere nella CSR e ad orientare le azioni corrispondenti: non si tratta di un ambito che possa essere totalmente delegato all'esterno, essendo strettamente legato ai valori aziendali.

Secondo le imprese intervistate il compito principale della pubblica amministrazione nel campo della responsabilità sociale di impresa è quello di accrescerne la conoscenza e la riconoscibilità (più di una impresa su due). Poco meno del 30% ritiene che la PA debba occuparsi di mettere in luce le buone pratiche, in modo da fornire al tessuto imprenditoriale regionale esempi di applicazione nel campo della responsabilità sociale d'impresa, che possano essere d'esempio per quelle imprese che vogliono diventare responsabili o che vogliono ampliare la gamma di attività responsabili già avviate.

Se si sommano le due percentuali si arriva ad un 86,2% che dalla PA si aspetta azioni di valorizzazione e informazione: si tratta di una indicazione molto netta. Il riconoscimento da parte della PA di premialità e incentivi, pur graditi, si attesta sul 27,8%.

Anche questo risultato è confortante rispetto alla linea di azione di CSR Piemonte, che da sempre ha indirizzato le proprie energie proprio nelle direzioni confermate dalle aziende, anche attraverso iniziative di comunicazione abbinate alla creazione ed al riconoscimento di un network di imprese responsabili, come Io Aderisco alla CSR in Piemonte.

monitoraggio
delle
imprese
responsabili
in Piemonte



www.csrpiemonte.it