



CApire **P**rogettare e **I**mplementare la **R**esponsabilità **S**ociale d'**I**mpresa

Perché e come premiare la RSI

Focus group

Obiettivi

- sviluppare ulteriori progettualità per la diffusione e la promozione della RSI
- rappresentare nuove mete per RSI
- identificare sistemi e strumenti di premialità della RSI



Metodo di lavoro

- Discussione su temi proposti con la tecnica del focus group, cioè con l'uso esplicito della interazione del gruppo come strumento per generare e rilevare degli orientamenti



Risultati delle fasi precedenti

- rilevato esperienze e comportamenti “socialmente responsabili” intenzionali e non intenzionali, formali e informali, presenti in 16 imprese del territorio
- stimolato la conoscenza dei temi e delle implicazioni della RSI nelle imprese, nelle istituzioni e negli altri soggetti coinvolti
- reso esplicito il ruolo sociale delle imprese alla comunità attraverso il “Repertorio”
- ottenuto spunti per tracciare modelli di sviluppo locale basati sulla sostenibilità



La azioni rilevate

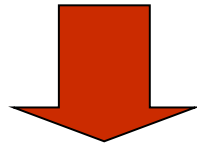
- 8 Rapporti con il territorio**
- 4 Qualità del lavoro e relazioni con i dipendenti**
- 4 Ambiente e generazioni future**
- 1 Rendicontazione sociale**
- 1 Rapporti con i fornitori**
- 3 Corporate governance**
- 3 Marketing sociale e finanza responsabile**



La azioni rilevate

16 imprese

50% delle imprese ha 2 azioni



Quando si comincia ad avere attenzione alla RSI inevitabilmente questa si estende a tutti gli impatti economici, sociali ed ambientali che l'attività può generare



RSI e competitività del territorio

La RSI diventa un fattore di competitività in quanto contribuisce a:

- **ridurre i costi relazionali**
- **avere una visione della comunità come bene comune durevole**
- **mettere in trasparenza gli elementi del territorio e il suo patrimonio di valori sociali, umani, relazionali**
- **attrarre e valorizzare i talenti**
- **ridurre i costi ambientali**



RSI e competitività del territorio/2

Gli effetti sono:

- **Rafforzamento del tessuto economico esistente**
- **Attrazione di utenti potenziali**
- **Diffusione di competenze e innovazione**
- **Sviluppo di nuova imprenditorialità**
- **Marketing territoriale**



Quali ostacoli alla diffusione della RSI?

- timore di costi economici troppo elevati
- impegno eccessivo in termini di tempo
- limiti culturali
- insufficiente informazione
- mancanza di competenze interne
- scarso interesse del mercato
- separazione tra RSI e business
- benefici non quantificabili
-
-



Perché premiare la RSI ?

- E' giusto "premiare" la RSI?
- Non dovrebbe essere un fatto volontario?
- E poi si dice che la RSI crea vantaggi per l'impresa (reputazione, efficienza, innovazione ...) quindi non c'è bisogno di premiare.....



Come premiare la RSI?

A quali criteri deve rispondere la RSI perché sia “premiabile”?



Con quali strumenti premiare la RSI?

- incentivi economici, diretti e indiretti
- riconoscimenti
- esempi di riferimento
- coinvolgimento su progetti territoriali
- sostegno a attività di formazione
- azioni mirate su clienti e consumatori
-
-



Non perdiamoci di vista..

APPORTI:

- Qualitas: presentato il progetto CERTI
- Firenzelecolline: spazio RSI sul portale
- Servono fondi per pubblicare il Repetorio da diffondere a Terra Futura e da distribuire tra i partecipanti
- Stiamo cercando di essere ospitati gratis a Terra Futura



Grazie della partecipazione