

2

secondo report
sul monitoraggio
delle imprese
responsabili
in Piemonte

monitoraggio
delle
imprese
responsabili
in Piemonte

Secondo report sulla CSR in Piemonte

Corporate Social Responsibility
Responsabilità sociale d'impresa



INDICE

Il progetto CSRPIEMONTE	2
L'indagine campionaria: premessa metodologica, campione oggetto d'indagine	2
Le sezioni tematiche	5
Ambiente	5
Comunità e territorio	17
Acquisti e fornitori	26
Clienti e portatori d'interesse	32
Risorse umane	38
Conclusioni	47

Redazione

Ufficio Studi e Statistica UNIONCAMERE PIEMONTE

Sarah Bovini, Annarita Catarinella, Elena Porta, Chiara Schintu

La pubblicazione è stata realizzata con il coordinamento di:

REGIONE PIEMONTE

Silvana Pilocane, Riccardo Lombardo

UNIONCAMERE PIEMONTE

Paolo Bertolino, Grace De Girolamo

Il progetto CSRPIEMONTE

Unioncamere Piemonte e Regione Piemonte condividono dal 2010 un progetto innovativo sul territorio regionale: diffondere la cultura d'impresa responsabile con la finalità di migliorare la competitività del sistema produttivo, in particolare delle Pmi, e di sviluppare i concetti di benessere organizzativo e di sostenibilità.

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.

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, abbiamo esteso l'indagine 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.

Nonostante la CSR sia una tematica praticata a livello comunitario da oltre un decennio, molte imprese, soprattutto quelle di piccola e media dimensione, ne hanno scarsa conoscenza e non ne individuano facilmente i vantaggi, economici e non.

Per questo motivo, il progetto CSRPIEMONTE punta dal principio a un aumento delle pratiche di responsabilità e a una sensibilizzazione diffusa delle azioni significative da intraprendere.

Dal punto di vista strategico, si è scelto di muoversi su tre fronti:

1. Monitorare: per decidere (e per promuovere) occorre conoscere. Solo disponendo degli elementi necessari (dati, casi, metodi, modelli) si può programmare un'azione efficace di "sistema".
2. Promuovere: dall'analisi dello scenario piemontese, integrato con modelli efficaci da altre realtà all'avanguardia, si procede alla modellizzazione e valorizzazione delle best practice.
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.
4. Formare: estrapolare modelli, azioni e strategie da trasferire in maniera organica agli imprenditori attraverso vademecum, incontri e laboratori territoriali.

L'indagine campionaria

Premessa metodologica

L'indagine qualitativa sulla Responsabilità Sociale d'Impresa delle imprese piemontesi del settore manifatturiero, delle costruzioni, del commercio, del turismo e degli altri servizi è stata realizzata nei mesi di aprile e maggio 2013, con metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) a partire da un campione di imprese aventi sede legale nelle province piemontesi, individuato dall'universo costituito dalle imprese con un numero di addetti superiore a 5 unità registrate presso i Registri Imprese delle rispettive Camere di commercio. Si specifica che la rilevazione ha incluso, tuttavia, anche le aziende aventi sede legale in Piemonte con meno di cinque addetti, a causa dei mutamenti intervenuti nel numero di addetti tra il momento di estrazione del campione e la fase di compilazione del questionario da parte delle imprese.

Al fine di analizzare il grado di diffusione della Responsabilità sociale in Piemonte, in particolare i comportamenti responsabili e il grado di maturità nei confronti della CSR, e poterne valorizzare le buone pratiche è stato somministrato alle imprese un questionario strutturato in cinque sezioni riconducibili alle dimensioni che costituiscono la Responsabilità Sociale d'Impresa, vale a dire quella interna (ambito nel quale sono compresi gli aspetti concernenti la gestione delle risorse umane, i diritti dei lavoratori, la salute e

la sicurezza sul lavoro) e quella esterna (ambito nel quale sono comprese le relazioni dell'impresa con la comunità e il territorio, con i suoi clienti e fornitori e tutte le azioni che le imprese compiono rispetto alle istanze ambientali).

Il campione oggetto d'indagine

L'indagine ha coinvolto un campione di 819 imprese aventi sede legale in Piemonte, operanti nel settore manifatturiero, delle costruzioni, del commercio, del turismo e dei servizi.

La distribuzione territoriale evidenzia come oltre quattro imprese su dieci abbiano sede legale nella provincia di Torino (362 unità), mentre poco meno di due su dieci in quella di Cuneo (153 aziende). Seguono, a distanza, le altre realtà territoriali: 86 imprese hanno sede legale in provincia di Novara, 72 in quella di Alessandria, 42 in quella del Verbano Cusio Ossola, 35 in quella di Vercelli e di Asti e 34 in quella di Biella.

Dall'analisi per composizione settoriale del campione si osserva come il comparto di attività economica dell'industria in senso stretto convogli il 43% delle imprese (per un valore pari a 355 unità) rispondenti il questionario, seguito dai servizi (il 24%, pari a 199 unità), dal commercio (il 14%, pari a 113 imprese), dalle costruzioni (l'11%, corrispondente a 94 imprese) e dal turismo (il 7%, pari a 58 aziende). Da un'analisi più dettagliata, si rileva una maggiore concentrazione di aziende operanti nel settore manifatturiero nelle province di Alessandria e Novara, una maggiore incidenza di imprese che svolgono la loro attività nelle costruzioni nelle province di Vercelli e Asti, una più elevata numerosità di aziende del commercio e del turismo, rispettivamente, nelle province del Verbano Cusio Ossola e di Biella e in quelle del Verbano Cusio Ossola e di Cuneo. Si riscontra, infine, una quota prevalente di imprese che svolgono la loro attività nei servizi nel Biellese e nella provincia di Torino.

¹ Sono ricompresi nell'industria in senso stretto le attività manifatturiere (sezione C della classificazione delle attività economiche ATECO 2007), quelle relative all'estrazione di minerali da cave e miniere (sezione B) e alla fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata e alla fornitura di acqua, reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento (rispettivamente sezione D ed E).

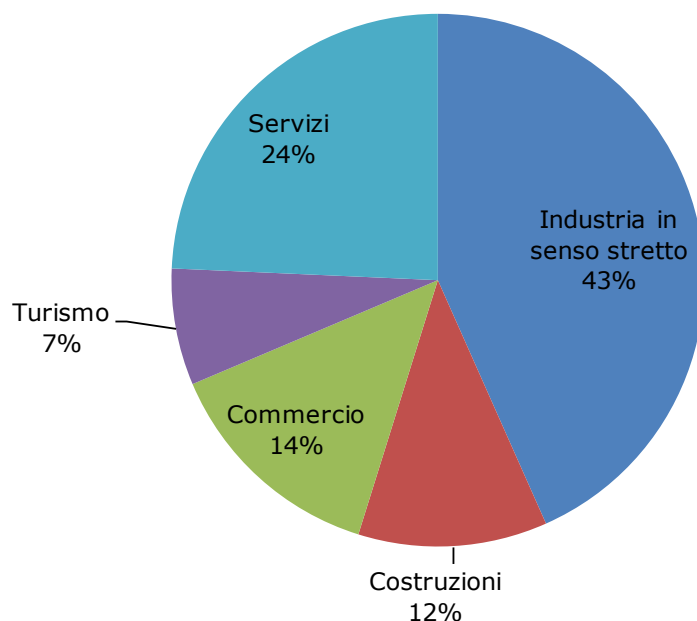
² Nei servizi si annoverano le attività economiche relative al trasporto e magazzinaggio (sezione H dell'ATECO 2007 e della NAF rév. 2), ai servizi di informazione e di comunicazione (sezione J), alle attività finanziarie e assicurative (sezione K), alle attività immobiliari (sezione L), alle attività professionali, scientifiche e tecniche (sezione M), al noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese (N), all'istruzione (sezione P), alla sanità e assistenza sociale (sezione Q), alle attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento (sezione Q), e alle altre attività di servizi (sezione S).

³ Sezione G della classificazione delle attività economiche ATECO 2007.

⁴ Sezione F della classificazione delle attività economiche ATECO 2007.

⁵ Sezione I della classificazione delle attività economiche ATECO 2007 e NAF rév. 2

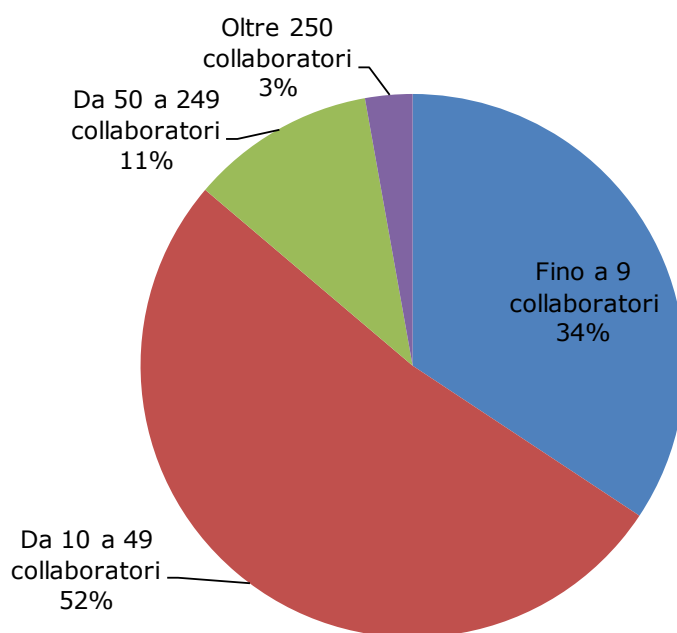
Composizione del campione delle imprese rispondenti per settore di attività economica



Per quanto riguarda la composizione del campione per classe dimensionale dei collaboratori (categoria nella quale sono compresi non soltanto i dipendenti, ma anche gli apprendisti, gli stagisti, i lavoratori stagionali e quelli impiegati con altre forme di collaborazione), il campione oggetto dell'indagine risulta rappresentativo della struttura imprenditoriale che caratterizza le realtà territoriali piemontesi.

Infatti, poco più di un'impresa su due (ovvero 425 aziende) impiega un numero di collaboratori compreso tra 10 e 49, il 34% (pari, in valori assoluti, a 281 unità) delle aziende può essere considerato appartenente alla classe delle micro-imprese (un numero di collaboratori inferiore a 10). L'11% (90 imprese) è di medie dimensioni (classe di collaboratori "da 50 a 249"), mentre il restante 3% (23 aziende) è costituito dalle aziende di grandi dimensioni (oltre 250 collaboratori impiegati).

Composizione del campione per classe dimensionale dei collaboratori



⁶ Dato un ricorso generalizzato a forme contrattuali diverse dai contratti di lavoro subordinati, si è scelto di considerare la dimensione dei collaboratori e non soltanto quella degli addetti, che solitamente si riferisce solo alla componente dipendente e indipendente.

⁷ Si specifica come 15 delle 23 imprese di grandi dimensioni rispondenti abbiano sede legale in provincia di Torino.

Le sezioni tematiche

Il questionario somministrato alle imprese che hanno partecipato all'indagine è stato strutturato in cinque sezioni tematiche, al fine di indagare le principali dimensioni che, congiuntamente, costituiscono la Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR), che in questa sede viene considerata così come definita dalla Comunicazione della Commissione Europea del 25 ottobre 2011, COM(2011) 681: "La responsabilità sociale delle imprese consiste nell'impatto che esse hanno sulla società". In questi termini, pertanto, la CSR si configura come un complesso di azioni e comportamenti che un'azienda adotta su base volontaria (al di là delle prescrizioni legislative) nella convinzione di ottenere benefici e vantaggi per se stessa e, direttamente e indirettamente, per l'ambiente più ampio in cui essa opera. Pertanto, si fa riferimento alle relazioni che l'impresa intrattiene con i propri portatori d'interesse, vale a dire i collaboratori, i fornitori, i clienti, la comunità e le istituzioni locali. In questi termini, quindi, la Responsabilità Sociale d'Impresa si manifesta come un elemento imprescindibile della politica aziendale, volta al perseguimento simultaneo e complementare degli obiettivi economici, ambientali e sociali dell'impresa stessa e del territorio di riferimento, perseguendo il fine ultimo di uno sviluppo di medio-lungo periodo, ossia il cosiddetto sviluppo sostenibile.

Di seguito s'illustreranno, per ogni sezione tematica individuata, i risultati emersi dall'indagine. Ai fini di una corretta interpretazione dei dati, si specifica come più di otto imprese su dieci sia di piccola dimensione e come, per alcuni dei quesiti posti, i risultati siano stati condizionati da un numero di non risposte piuttosto rilevante.

1. Ambiente

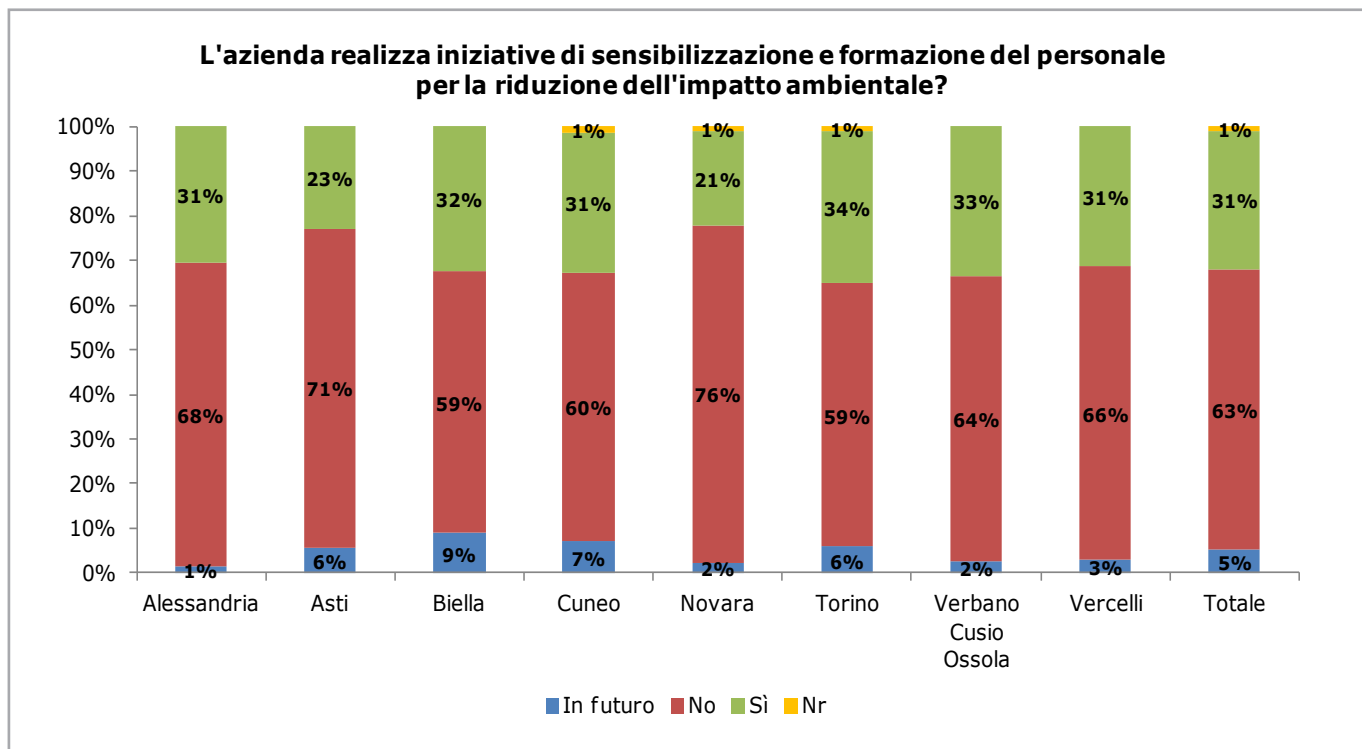
L'ambito ambientale rappresenta una delle componenti più caratterizzanti la Responsabilità Sociale d'impresa. Comportando, infatti, la riduzione degli impatti ambientali (che costituiscono delle esternalità negative per il contesto, sia interno che esterno, in cui le imprese svolgono la loro attività) lungo tutte le fasi del ciclo di vita dei prodotti e dei processi produttivi, si potrebbe configurare da un lato come un'opportunità/fonte di innovazione per l'impresa, e dall'altro lato come una possibile dimensione attorno alla quale sviluppare un maggior coinvolgimento delle risorse umane, attraverso specifici percorsi di formazione. Le azioni in quest'area potrebbero, quindi, apportare all'azienda benefici sia di natura economica sia di natura reputazionale, rafforzando la competitività del territorio in cui l'impresa ha sede legale.

L'impresa può comportarsi e agire in modo responsabile rispetto all'ambiente limitando i consumi di energia e l'utilizzo di materie prime, impiegando sistemi di smaltimento e di riciclaggio dei rifiuti che tutelino l'ambiente, ponendo attenzione all'impatto ambientale e alle innovazioni a esso collegate.

1.1 L'azienda realizza iniziative di sensibilizzazione e di formazione del personale per la riduzione dell'impatto ambientale?

Le aziende che hanno partecipato alla compilazione del questionario, considerate nel loro complesso, fanno poco ricorso alla realizzazione di iniziative di sensibilizzazione e di formazione del personale per la riduzione dell'impatto ambientale: soltanto il 31% (pari, in valori assoluti, a 255 imprese) delle rispondenti afferma, infatti, di effettuarne. La quota delle aziende coinvolte nell'indagine che afferma di non averne realizzato si attesta al 63% (515 imprese), mentre soltanto il 5% ne prevede una realizzazione nel prossimo futuro.

Dal dettaglio provinciale emerge un sostanziale allineamento rispetto al dato medio regionale, eccezion fatta per le imprese delle province di Novara e di Asti, dove la quota di imprese che hanno risposto affermativamente risulta più ridotta e pari, rispettivamente, al 21% e al 23%.



Dall'analisi per classe dimensionale dei collaboratori, si osserva come la realizzazione di iniziative di sensibilizzazione e di formazione del personale aumenti al crescere della dimensione: tra le micro e le piccole imprese la quota di quelle che hanno risposto affermativamente è pari al 27% e al 29%, incidenza che sale al 41% per le medie (numero di collaboratori compreso tra 50 e 249) e all'83% per le grandi imprese. Si ricorda come, tuttavia, le imprese che appartengono a queste due categorie di classe dimensionale di collaboratori costituiscono, considerate congiuntamente, soltanto il 14% del campione delle imprese coinvolte nel monitoraggio.

Quanto, infine, all'analisi per settore di attività economica, si rileva uno scostamento rispetto al dato medio per le imprese del commercio e del turismo, rispettivamente per una maggiore numerosità di risposte negative e una di risposte affermative.

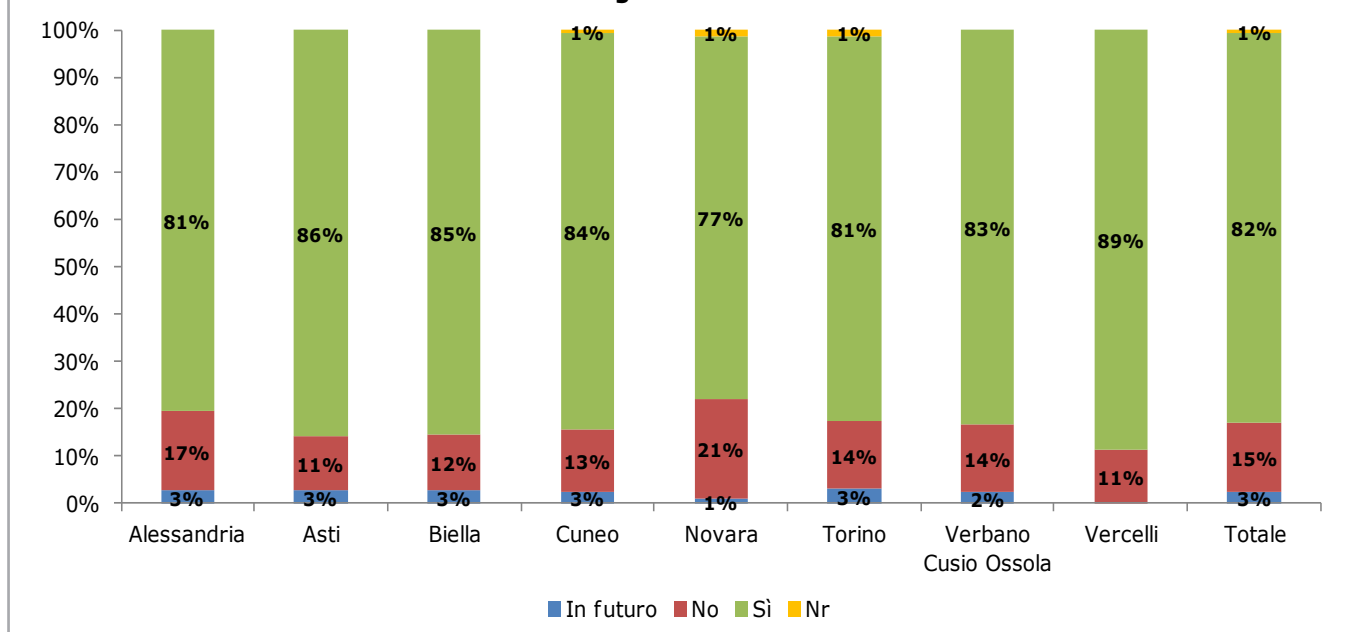
1.2 L'azienda ha realizzato iniziative per migliorare la raccolta differenziata e la corretta gestione dei rifiuti?

La realizzazione di iniziative per apportare migliorie alla raccolta differenziata e alla corretta gestione dei rifiuti è un'azione che riscontra un'ampia adesione da parte delle imprese che hanno partecipato all'indagine: ben l'82% (672 aziende) del totale delle rispondenti afferma, infatti, di aver messo in atto tale tipologia di azione. La quota delle aziende rispondenti che segnala, invece, di non averne realizzate risulta pari al 15% (120 imprese).

Il dettaglio territoriale mostra come quest'azione risulti ampiamente adottata in tutte le realtà provinciali: la quota delle aziende che realizzano iniziative per migliorare la raccolta differenziata e la corretta gestione dei rifiuti passa, infatti, dal 77% della provincia di Novara all'89% di quella di Vercelli. L'analisi per classe dimensionale dei collaboratori evidenzia come la realizzazione di tali iniziative avvenga in modo sostanzialmente omogeneo tra le micro, piccole e le medie e grandi imprese intervistate: l'incidenza delle imprese che hanno risposto affermativamente si attesta, infatti, tra l'80% delle micro imprese (fino a 9 collaboratori) e l'83% di tutte le altre tipologie di aziende. Si tratta, pertanto, di un'azione che coinvolge le imprese rispondenti, indipendentemente dalla classe dimensionale di appartenenza.

Quanto, infine, all'analisi per settore di attività economica, si rilevano alcune differenziazioni: in particolare, in questo ambito, risultano più virtuose le imprese che operano nel comparto del turismo (il 90% delle rispondenti ha risposto, infatti, affermativamente), viceversa, quelle che svolgono la propria attività nei servizi rispondono di adottare tali iniziative soltanto nel 74% dei casi.

L'azienda ha realizzato iniziative per migliorare la raccolta differenziata e la corretta gestione dei rifiuti?

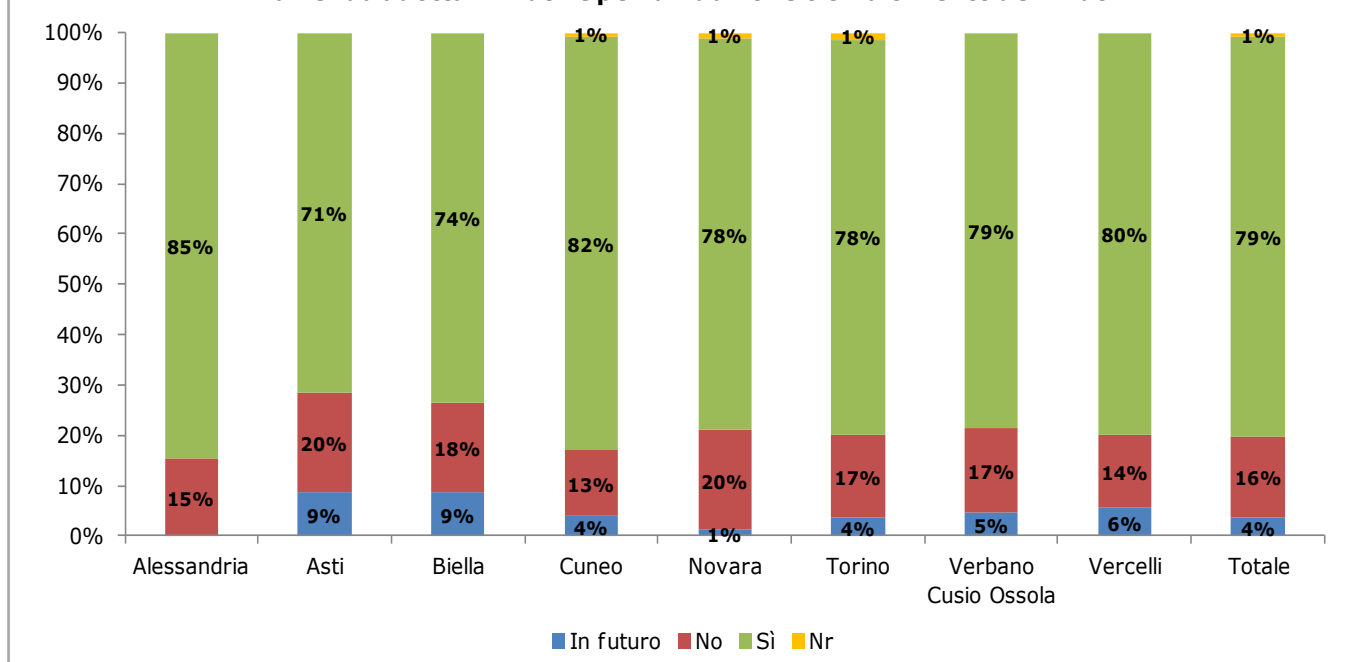


1.3 L'azienda adotta iniziative per la riduzione e lo smaltimento dei rifiuti?

Le aziende che hanno partecipato al monitoraggio mostrano, nel loro complesso, un'adozione abbastanza elevata di azioni volte alla riduzione o lo smaltimento dei rifiuti: il 79% delle rispondenti (649 unità) ha, infatti, fornito una risposta affermativa. Al contrario, la quota delle aziende che non ha adottato iniziative di questo tipo si attesta al 16% (133 imprese).

Nel dettaglio territoriale, si osserva una maggiore adozione di iniziative volte alla riduzione e allo smaltimento dei rifiuti da parte delle imprese delle province di Alessandria (l'85% del totale delle imprese aventi sede legale nel territorio alessandrino) e di Cuneo (l'82%). Per i territori dell'astigiano, del novarese e del biellese, pur prevalendo una maggiore incidenza di risposte positive, si riscontra una maggiore numerosità di risposte negative.

L'azienda adotta iniziative per la riduzione o smaltimento dei rifiuti?



Quanto alla classe dimensionale, il ricorso a iniziative per la riduzione e lo smaltimento dei rifiuti ascrivibile alle imprese appartenenti a tutte le classi dimensionali, seppure con un'intensità relativamente maggiore mostrata dalle imprese piccole e da quelle grandi, con una quota che raggiunge, rispettivamente, l'80% e

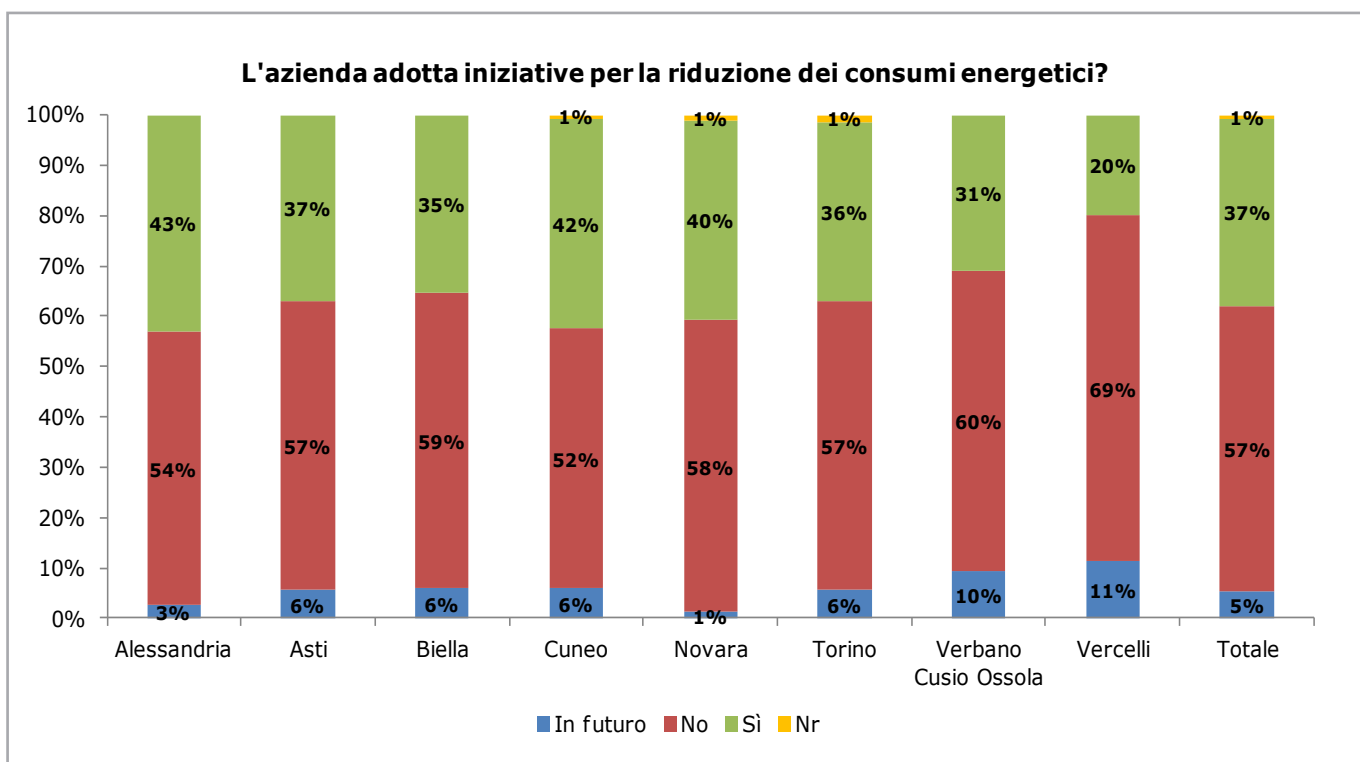
l'87% delle rispondenti. Con riferimento alla classe dimensionale 10-49 collaboratori, si osserva un maggior impiego di tali iniziative da parte delle aziende della provincia di Alessandria e di Vercelli (rispettivamente il 92% e l'87%).

Il dettaglio per settore di attività economica, infine, mostra come le imprese del turismo siano le più attive nell'attuazione di tali iniziative (8 imprese su dieci), mentre quelle dei servizi le meno virtuose (7 imprese su 10).

1.4. L'azienda adotta iniziative per la riduzione dei consumi energetici (es. isolamento termico, miglioramento di processo, impianti di cogenerazione, etc.)?

Nel complesso, l'utilizzo di iniziative finalizzate alla riduzione dei consumi di energia coinvolge soltanto il 37% (in valori assoluti, 303 unità) delle imprese rispondenti il questionario, mentre la quota di quelle che non le impiegano si attesta al 57% (464 unità).

L'analisi territoriale evidenzia come il ricorso a queste azioni sia relativamente maggiore nelle province di Alessandria e di Cuneo (rispettivamente il 43% e il 42% delle aziende rispondenti). Di converso, le imprese della provincia di Vercelli si caratterizzano per la minore adozione di quest'azione di CSR (il 20% delle rispondenti di questo territorio).



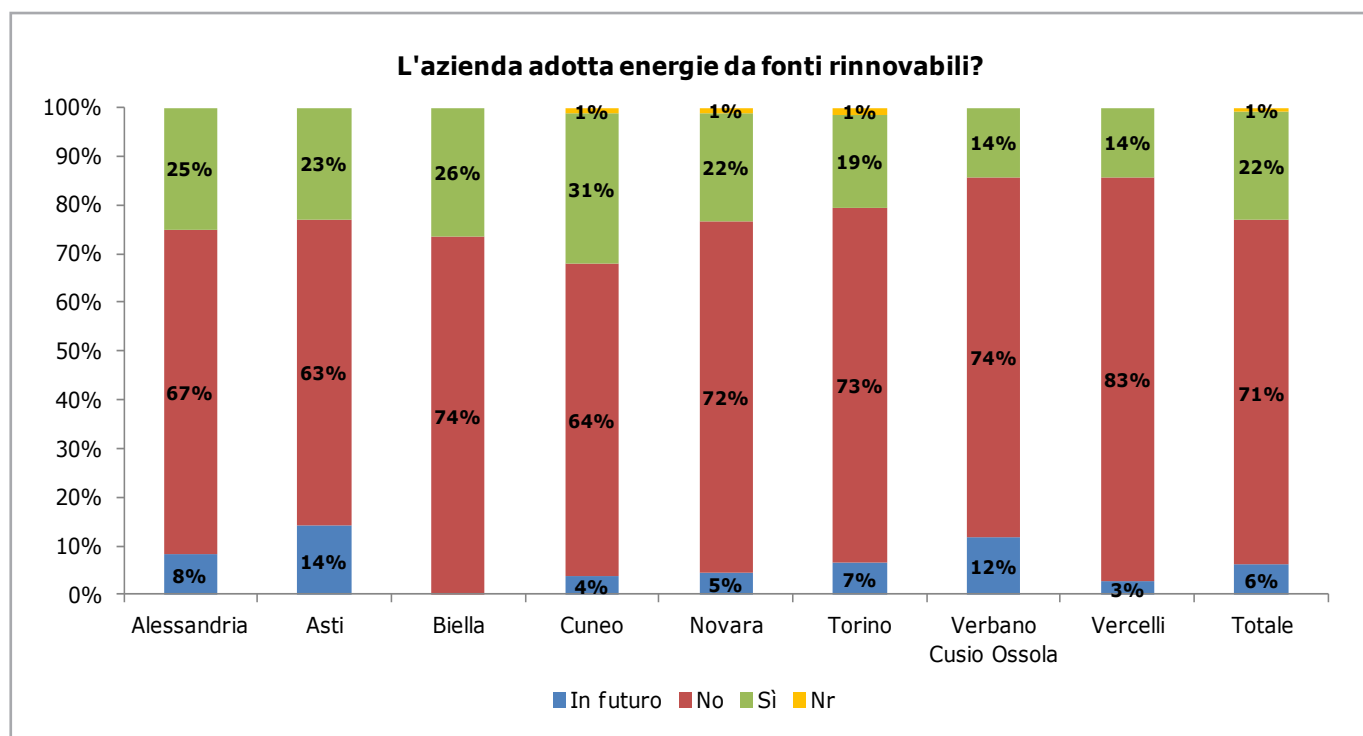
L'analisi per classe dimensionale dei collaboratori delle imprese intervistate evidenzia come l'utilizzo delle iniziative volte a ridurre i consumi di energia sia strettamente collegato alla maggiore dimensione d'impresa: alla risposta prevalentemente negativa espressa dalle micro e piccole imprese (rispettivamente per il 69% e il 53% del totale di ciascuna categoria dimensionale) si contrappone, infatti, la quota più elevata di risposta positiva fornita dalle medie imprese e grandi aziende (il 53% e il 70% dei casi osservati di questa classe dimensionale di collaboratori). Scendendo nel dettaglio territoriale, si rileva come la maggiore incidenza di micro imprese che adottano iniziative per la riduzione dei consumi energetici sia localizzata nella provincia di Cuneo (il 40% delle imprese cuneesi ha espresso, infatti, una risposta affermativa al quesito). Tra le piccole imprese, invece, sono quelle dell'alessandrino a contraddistinguersi per la maggiore adesione a questo tipo di iniziative.

L'analisi settoriale mostra, infine, come il turismo e le costruzioni siano, rispettivamente, il comparto più e meno virtuoso. In particolare, si contraddistinguono per essere più virtuose e meno virtuose le imprese turistiche e delle costruzioni della provincia di Novara.

1.5 L'azienda utilizza energie da fonti rinnovabili (es. pannelli solari, fotovoltaici, geotermici, etc.)?

Per quanto l'utilizzo di energie da fonte rinnovabili sia uno dei principali obiettivi che l'Unione Europea ha individuato per la Strategia Europea 2020, le imprese del campione ne segnalano nel loro complesso uno scarso impiego (soltanto 2 imprese su dieci – 181 unità - delle 819 rispondenti ha, infatti, risposto di farne impiego, contro il 71% - 579 aziende - di quante hanno fornito una risposta negativa).

L'adozione di energie da fonti rinnovabili risulta limitata soprattutto per quanto concerne le aziende delle province di Vercelli, del Verbano Cusio Ossola e di Biella: non le utilizzano, infatti, l'83% e il 74% delle imprese rispondenti dei rispettivi territori in esame. D'altra parte, pur caratterizzandosi per un impiego ancora ridotto, le imprese rispondenti della provincia di Cuneo sembrano relativamente le più "green" (il 31% di esse ha risposto affermativamente alla domanda).



Nel dettaglio della classe dimensionale, si osserva come, nel complesso, il ricorso a tale tipo di azione sembri essere dipendente dalla relazione "maggior utilizzo al crescere della dimensione", analogamente a quanto osservato rispetto all'adozione delle iniziative per ridurre i consumi energetici. Tuttavia, si rileva come prevalga un maggior numero di risposte negative per tutte le categorie dimensionali.

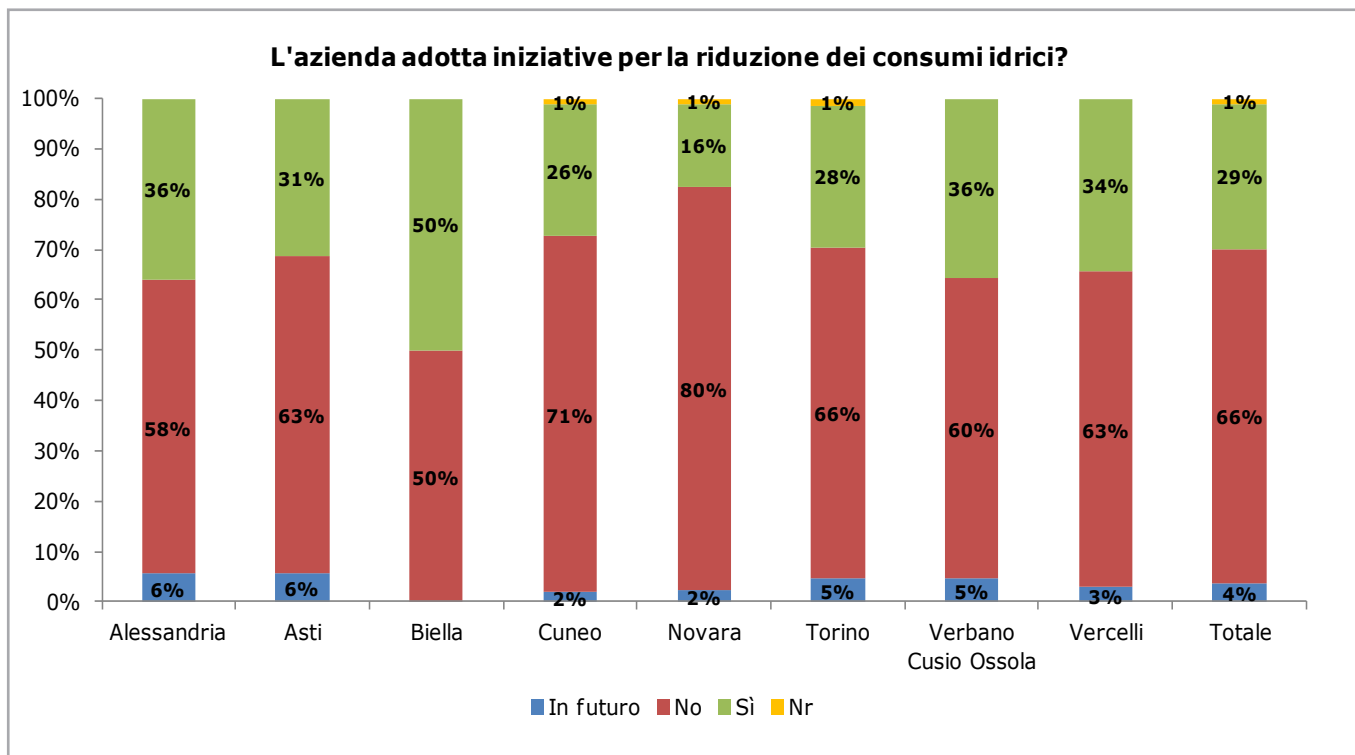
Il confronto settoriale non mostra scostamenti significativi dal dato medio regionale: la quota delle imprese che ha risposto negativamente passa, infatti, dal 66% delle imprese rispondenti dell'industria in senso stretto al 75% di quelle del commercio.

1.6 L'azienda adotta iniziative per la riduzione dei consumi idrici?

La riduzione dei consumi idrici coinvolge soltanto il 29% (237 unità in valori assoluti) delle 819 imprese che hanno partecipato all'indagine (il 66% - cioè 543 imprese -, invece, non adotta questo tipo di azione).

Il dettaglio territoriale evidenzia una sostanziale omogeneità nel comportamento assunto dalle imprese di tutti i territori analizzati, ad eccezione di quelle localizzate nella provincia di Biella, che si distribuiscono in egual misura tra quelle che hanno dichiarato di adottare iniziative per ridurre i consumi idrici (il 50% delle rispondenti) e tra quelle che, invece, hanno risposto di non impiegarne (un'altra quota pari al 50%). Anche le imprese della provincia di Novara si differenziano rispetto al dato medio del campione: la quota delle imprese che non adotta quest'azione di CSR risulta, infatti, significativamente elevata (l'80% delle aziende rispondenti di questa realtà territoriale).

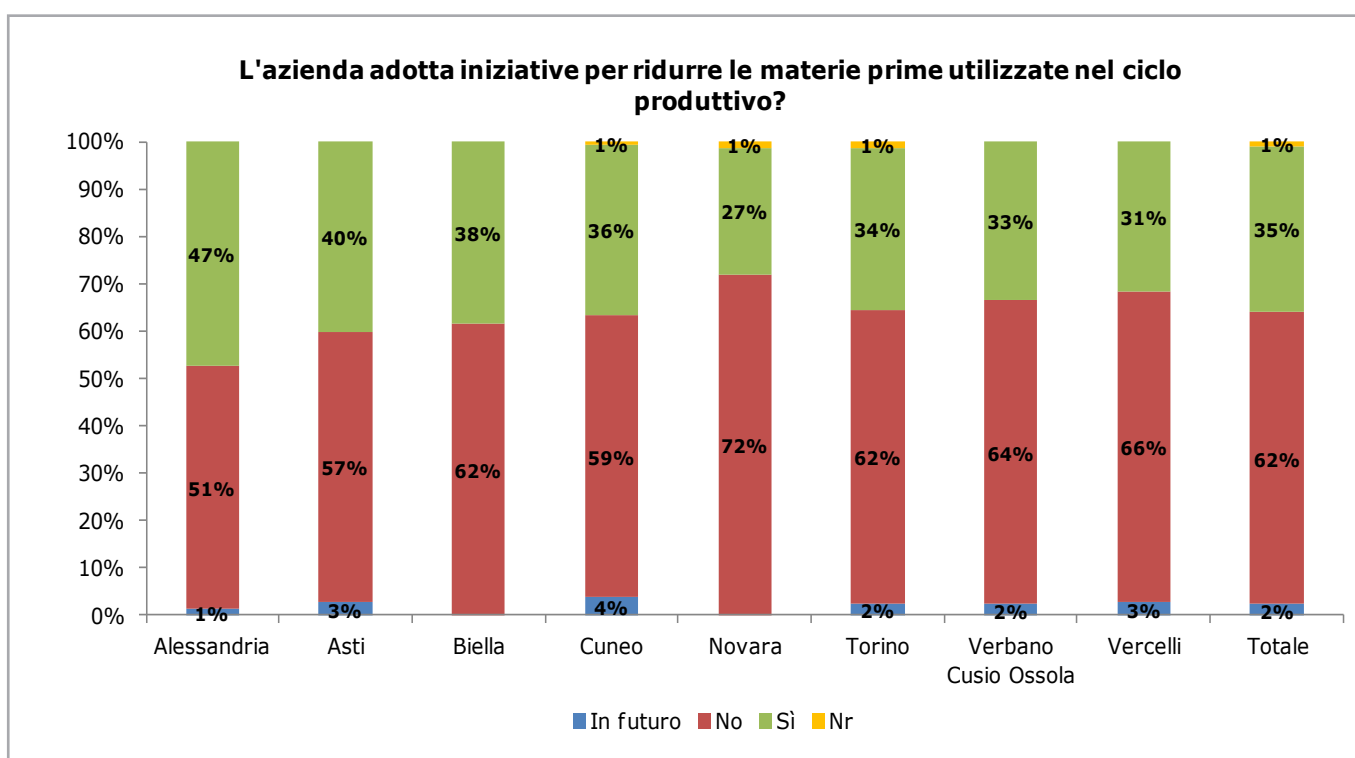
Quanto alla classe dimensionale, si nota una maggiore attenzione alla riduzione dei consumi idrici posta dalle micro imprese provincia di Biella (il 67% delle imprese con un numero di collaboratori inferiore a 10 di questo territorio).



Quanto, infine, all'analisi per settore di attività economica, si evidenzia come le imprese del turismo (il 50% del comparto) e del commercio (il 73% delle rispondenti) si contraddistinguono, rispettivamente, per il maggior numero di risposte positive e negative date al quesito in esame.

1.7. L'azienda adotta iniziative per ridurre le materie prime utilizzate nel ciclo produttivo?

L'adozione d'iniziative volte alla riduzione dell'utilizzo delle materie prime nel ciclo produttivo riguarda soltanto poco più di 3 imprese su 10 delle partecipanti all'indagine (il 35% - ovvero 287 imprese - ha risposto affermativamente, contro il 62% - 506 imprese - di quelle che, invece, hanno risposto negativamente). Il dettaglio territoriale evidenzia come il mancato ricorso a quest'azione riguardi in maggiore misura le imprese dei territori del novarese, del Verbano Cusio Ossola e del vercellese (nello specifico il 72%, il 66% e il 64% delle rispondenti delle rispettive province).

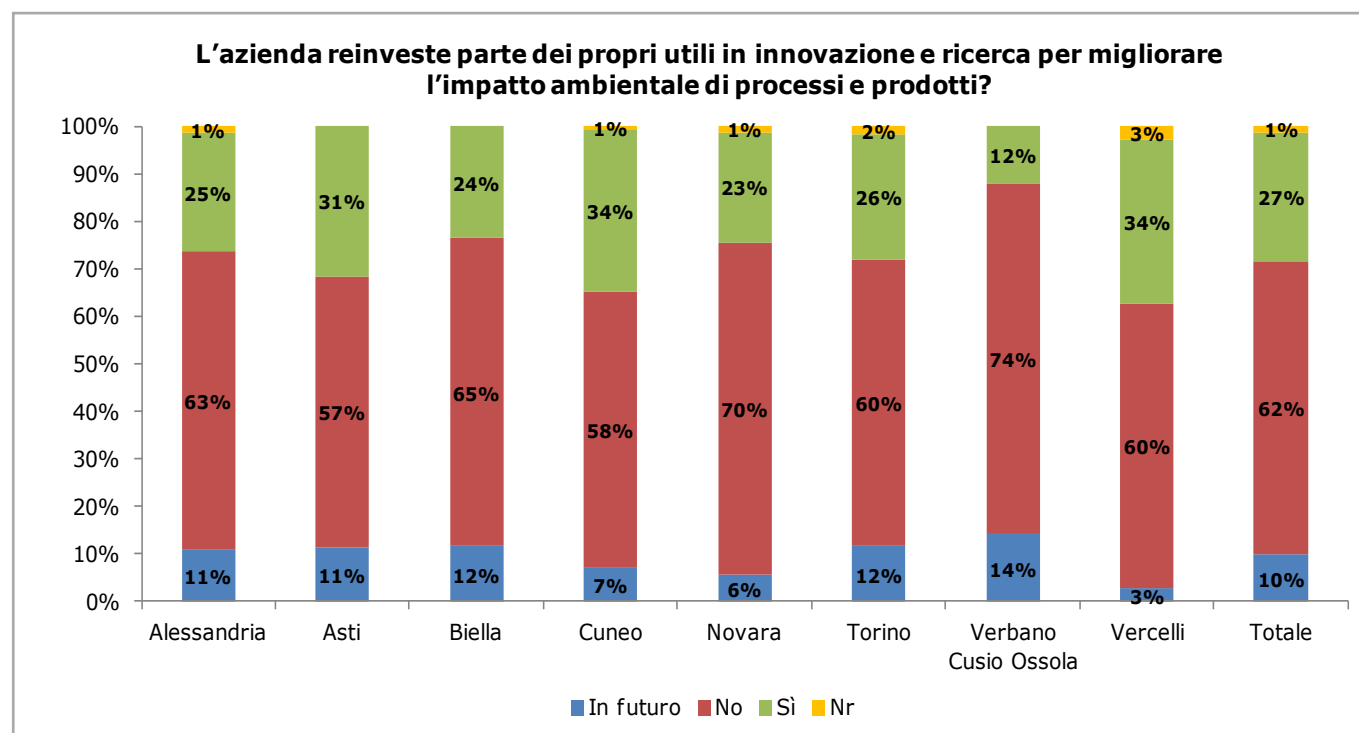


L'analisi per classe dimensionale segnala come il ricorso a tale tipo di azione aumenti al crescere della classe dimensionale, raggiungendo una quota superiore al 40% nel caso delle medie imprese (il 41% delle rispondenti della classe 50-249 collaboratori) e di quella grandi (il 57% delle rispondenti di questa classe). Il dettaglio settoriale, infine, evidenzia come siano i comparti di attività che prevedono un maggior utilizzo di materie prime a impiegare in maggior misura delle azioni volte a ridurre l'impatto negativo sull'ambiente, vale a dire l'industria in senso stretto e le costruzioni. I settori del terziario e, in particolare, il commercio, invece, pongono, in termini relativi, meno attenzione a tale azione di responsabilità sociale.

1.8 L'azienda reinveste parte degli utili dell'azienda in innovazione e ricerca per migliorare l'impatto ambientale di processi e prodotti?

Reinvestire parte dei propri utili in innovazione e ricerca per migliorare l'impatto ambientale di processi e prodotti è un'azione realizzata soltanto dal 27% (221 aziende) delle imprese rispondenti il questionario. Viceversa, il numero delle aziende che ha indicato come tale iniziativa non venga adottata si attesta al 62% delle rispondenti, cioè 507 aziende.

L'analisi territoriale evidenzia come siano soprattutto le aziende delle province di Verbano Cusio Ossola e di Biella a non reinvestire i propri utili per ridurre l'impatto ambientale dei propri processi e prodotti (il 74% e il 65% delle imprese intervistate dei rispettivi territori). Le imprese delle province di Vercelli, Cuneo e Asti evidenziano una maggiore volontà di voler reinvestire i propri utili per questa iniziativa d'innovazione e ricerca (seppure anche per i territori in questione l'incidenza di risposte negative permanga nettamente superiore).



L'utilizzo di tale azione coinvolge più di un'impresa su due soltanto nel caso delle imprese con più di 250 collaboratori (che, si ricorda, ammontano a sole 23 unità), evidenziando come le risorse economiche e finanziarie destinate all'innovazione e alla ricerca siano rilevanti per ottenere questo specifico obiettivo. Quindi, trattandosi di un'azione volontaria, non strettamente collegata al core business o alle attività svolte in forma prevalente, non viene considerata di importanza strategica per le funzioni operative delle aziende di più piccola dimensione.

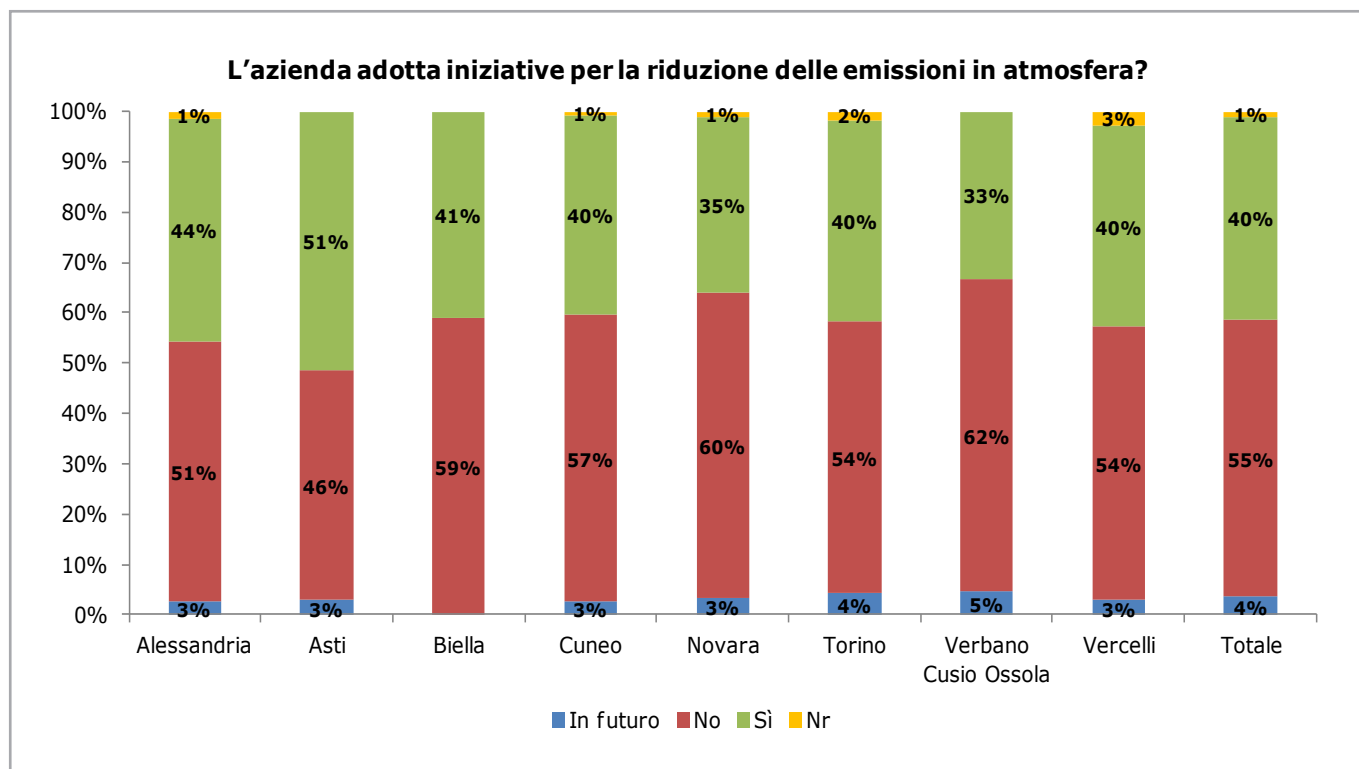
Il dettaglio settoriale indica come soltanto le imprese dell'industria in senso stretto segnalino, nel loro complesso, una maggiore adesione a tale tipo di azione e una maggiore volontà di attuarla in futuro.

1.9 L'azienda adotta iniziative per la riduzione delle emissioni in atmosfera?

La riduzione delle emissioni di gas nocivi per l'atmosfera è indicata dalla Strategia Europa 2020 come uno degli obiettivi prioritari per perseguire una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva. Sotto questo profilo, le imprese che hanno partecipato al monitoraggio mostrano, rispetto alle azioni ana-

lizzate in precedenza, una maggiore sensibilità: il 40% delle intervistate (328 aziende) afferma, infatti, di adottare iniziative volte a ridurre le emissioni di gas nocivi in atmosfera. Anche in questo caso, tuttavia, l'incidenza (pari al 55%, in valori assoluti 452 unità) delle imprese che, invece, hanno dichiarato di non aver attuato alcuna iniziativa in questo ambito risulta più elevata.

L'analisi territoriale mostra come siano soprattutto le imprese della provincia di Asti ad aver attuato quest'azione, con una quota del 51% sul totale delle intervistate. Anche per la provincia di Alessandria, la quota delle imprese che hanno dato una risposta positiva (il 44%) è superiore al dato medio regionale. Al contrario, l'incidenza (sei imprese su dieci) di imprese che hanno risposto di non adottare iniziative di questo tipo per risulta maggiore rispetto alla media regionale per le province di Novara e di Verbanò Cusio Ossola.



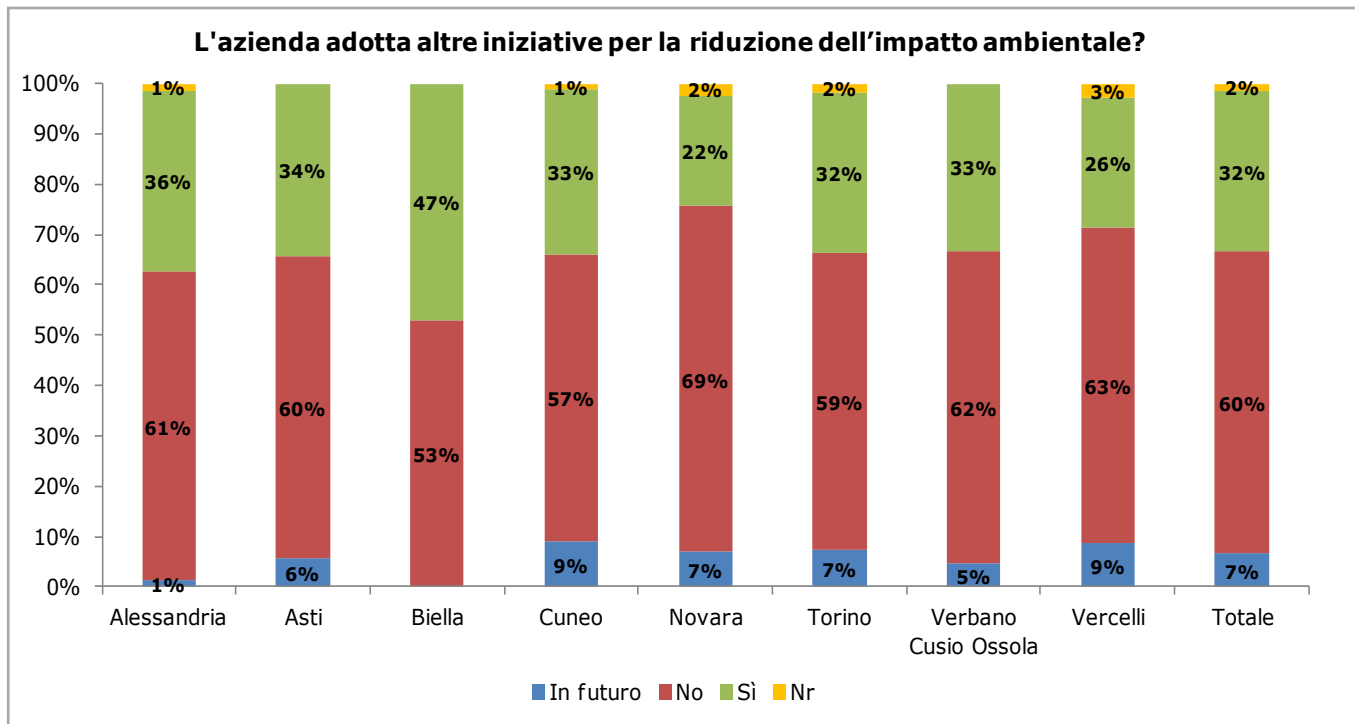
L'adozione di tale tipologia di iniziative aumenta al crescere della classe dimensionale dei collaboratori: ad una quota di imprese di micro e piccola dimensione pari, rispettivamente al 35% e al 39%, che ha dichiarato di impiegarla si contrappone quella del 50% e del 87% raggiunta dalle aziende di medie e grandi dimensioni.

Il dettaglio per comparto di attività economica mostra come siano le aziende dell'industria in senso stretto e delle costruzioni a caratterizzarsi per una maggiore adozione di queste iniziative (rispettivamente il 48% e il 39% delle intervistate dei settori in esame), mentre quelle del turismo e dei servizi si contraddistinguono per la minore numerosità di risposte affermative fornite (il 24% e il 33%).

1.10 L'azienda adotta altre iniziative per la riduzione dell'impatto ambientale?

Analogamente a quanto osservato per l'azione precedente, questo tipo d'iniziativa accolgono una scarsa adesione: nel loro complesso, le imprese che hanno risposto negativamente costituiscono il 60% del totale - cioè 490 imprese - contro il 32% - 261 unità - delle imprese che, invece, hanno dato una risposta affermativa.

Il dettaglio territoriale mostra come Biella (il 47% delle imprese intervistate afferma di ricorrere ad iniziative volte a ridurre l'impatto ambientale) e Novara (soltanto il 22% delle imprese di questo territorio rispondenti il questionario hanno dichiarato di fare ricorso a queste iniziative) siano, rispettivamente, la provincia più e meno virtuosa, mentre le altre realtà territoriali assumono un comportamento sostanzialmente allineato.

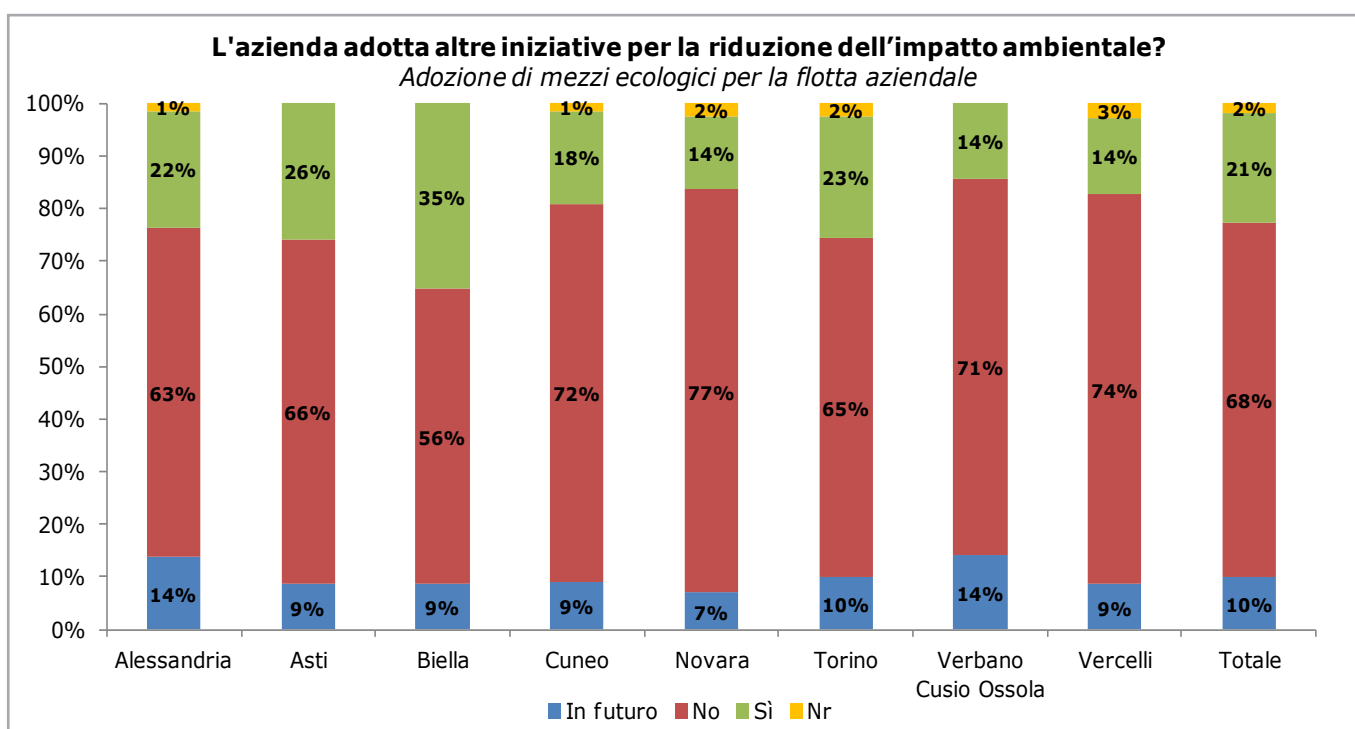


L'analisi per classe dimensionale mostra, invece, come l'adozione di altre iniziative per la riduzione dell'impatto ambientale cresca all'aumento della classe dimensionale: in particolare, si segnala come il 48% delle medie (classe da 50 a 249 collaboratori) imprese dichiarò di avere impiegato altre iniziative per la riduzione dell'impatto ambientale. Nel dettaglio, se ne osserva un maggior utilizzo da parte delle imprese della provincia di Cuneo (il 63% del totale aziende di questa classe dimensionale).

Dal dettaglio settoriale non emergono, infine, sostanziali differenziazioni. Si rileva, tuttavia, come la quota delle aziende turistiche che hanno risposto negativamente sia significativamente superiore (78%) al dato medio.

1.10.1 L'azienda adotta altre iniziative per la riduzione dell'impatto aziendale: adozione di mezzi ecologici per la flotta aziendale?

I mezzi ecologici per la flotta aziendale sono utilizzati soltanto dal 21% delle imprese complessivamente considerate (170 imprese), contro il 68% (553 aziende) che, invece, ha dichiarato di non impiegarli.



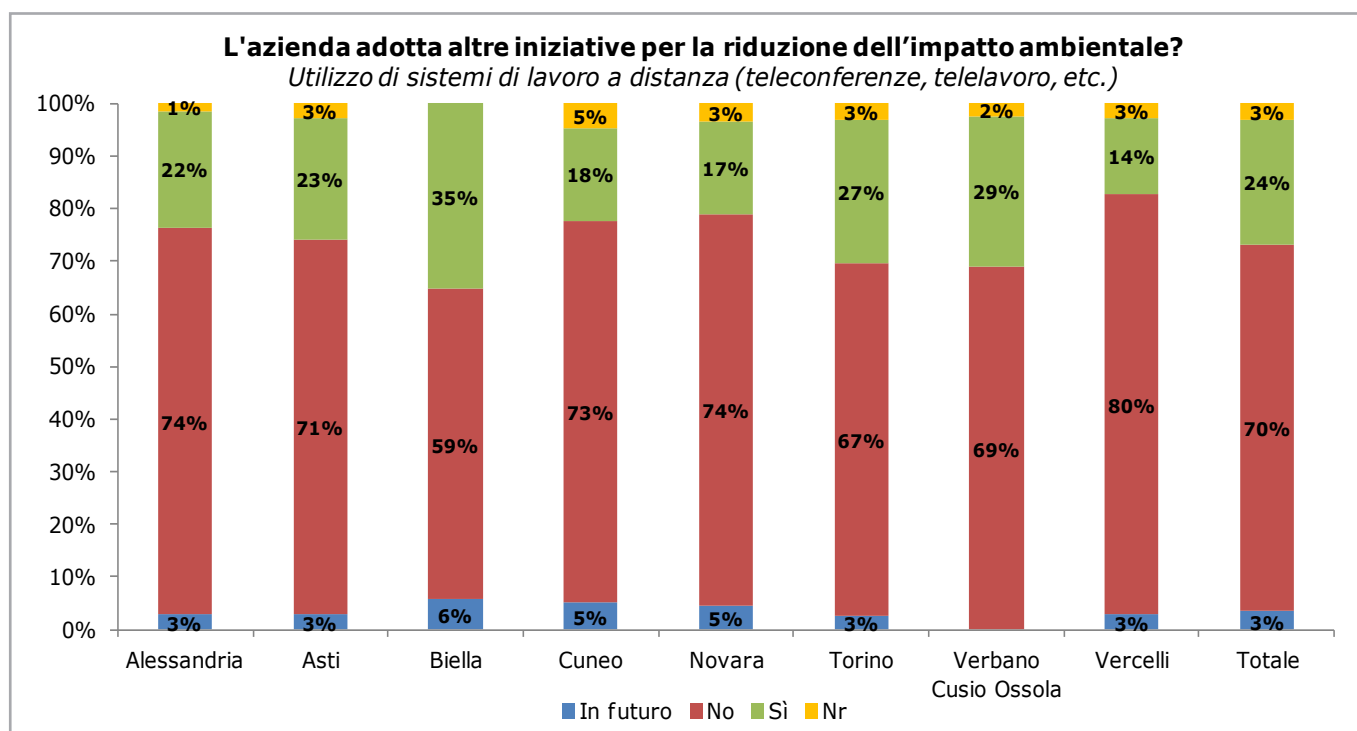
Le province meno propense all'utilizzo di una flotta aziendale ecologica sono quelle di Vercelli, Verbanò Cusio Ossola e Novara (soltanto il 14% delle rispondenti dei rispettivi territori, infatti, ha fornito una risposta positiva), mentre Biella (con una quota del 35%) e Asti (il 26% delle rispondenti) sono le province che hanno dichiarato, in termini relativi, un maggiore impiego di mezzi ecologici.

Il dettaglio per classe dimensionale dei collaboratori e per settore di attività economica evidenzia risultati sostanzialmente in linea con il dato medio, mostrando come questo tipo di azione non dipenda né dalla dimensione d'impresa né dal comparto di attività economica di appartenenza delle imprese partecipanti al monitoraggio.

1.10.2 L'azienda adotta altre iniziative per la riduzione dell'impatto ambientale: utilizzo di sistemi di lavoro a distanza (teleconferenze, telelavoro, etc.)?

Anche l'utilizzo dei sistemi di lavoro a distanza non riscontra una diffusa adozione: soltanto 194 (il 24%) delle imprese coinvolte nell'indagine ha indicato una risposta positiva (di converso, il 70% - ovvero 572 imprese - si è espresso negativamente).

Il dettaglio territoriale rileva, eccezion fatta per le province di Biella e Verbanò Cusio Ossola (la cui incidenza d'impresè che ha dichiarato di ricorrere a tali iniziative sale, rispettivamente, al 35% e al 29%), una relativa uniformità tra i comportamenti assunti dalle imprese aventi sede legale nelle varie realtà provinciali.



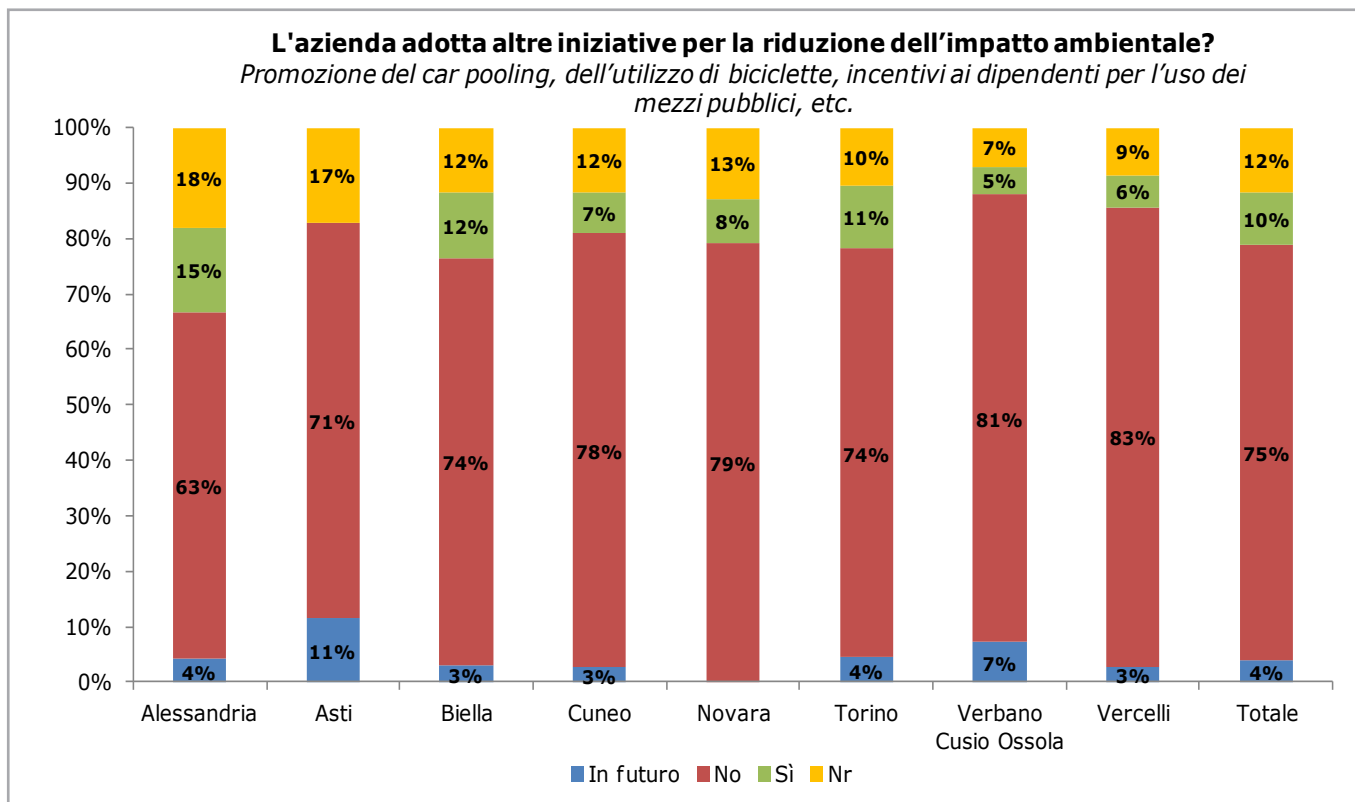
Si rileva, invece, come, con riferimento alle classi dimensionali, le imprese cosiddette medie si caratterizzano per una quota più elevata di risposte positive (il 41%).

Dall'analisi settoriale emerge come siano le aziende turistiche e dei servizi a contraddistinguersi, rispettivamente, per la quota più elevata di risposte negative e positive.

1.10.3 L'azienda adotta altre iniziative per la riduzione dell'impatto ambientale: promozione del car pooling, dell'utilizzo di biciclette, incentivi ai dipendenti per l'uso dei mezzi pubblici, etc.?

La promozione del car pooling, dell'utilizzo di biciclette e di incentivi ai dipendenti per l'uso dei mezzi pubblici per ridurre l'impatto ambientale è l'iniziativa che accoglie la minore adesione da parte delle imprese intervistate considerate nel loro complesso: a fronte di una quota pari al 75% di risposte negative (613), soltanto un'impresa su dieci (78 unità) delle intervistate risponde, infatti, di impiegare tale iniziativa. Si rileva, inoltre, come ben 96 imprese (il 12% del totale) non abbiano fornito alcuna risposta.

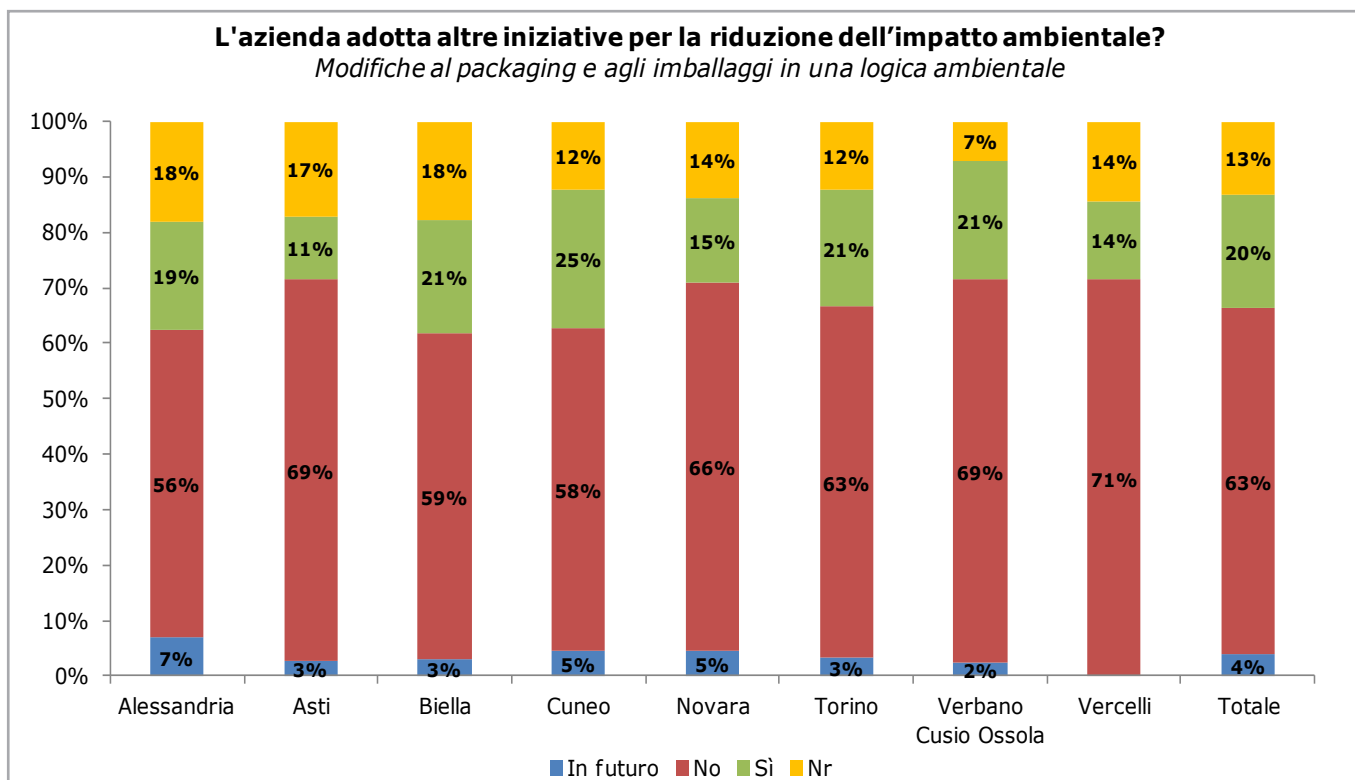
Il dettaglio territoriale mostra come la minore adozione di questi strumenti sia indicata dalle province del Piemonte nord orientale, dove la quota delle imprese che hanno dato una risposta negativa passa dal 79% di Novara all'83% di Vercelli.



Anche con riferimento a quest'aspetto, inoltre, si evidenzia come le risposte fornite non siano condizionate dall'appartenenza o meno a una/uno specifica/o classe dimensionale/comparto di attività economica.

1.10.4 L'azienda adotta altre iniziative per la riduzione dell'impatto ambientale: modifiche di packaging e agli imballaggi in una logica ambientale?

Come osservato per le altre iniziative volte a ridurre l'impatto ambientale, anche l'adozione di modifiche di packaging e agli imballaggi in una logica ambientale è scarsamente utilizzata: due imprese su dieci (166 aziende) affermano di utilizzare tale iniziativa, contro il 63% (513 aziende) che, invece, afferma di non farne ricorso. Risulta, inoltre, ampia la quota delle imprese che non ha risposto alla domanda in questione (109 aziende, per un'incidenza pari al 13% del campione).



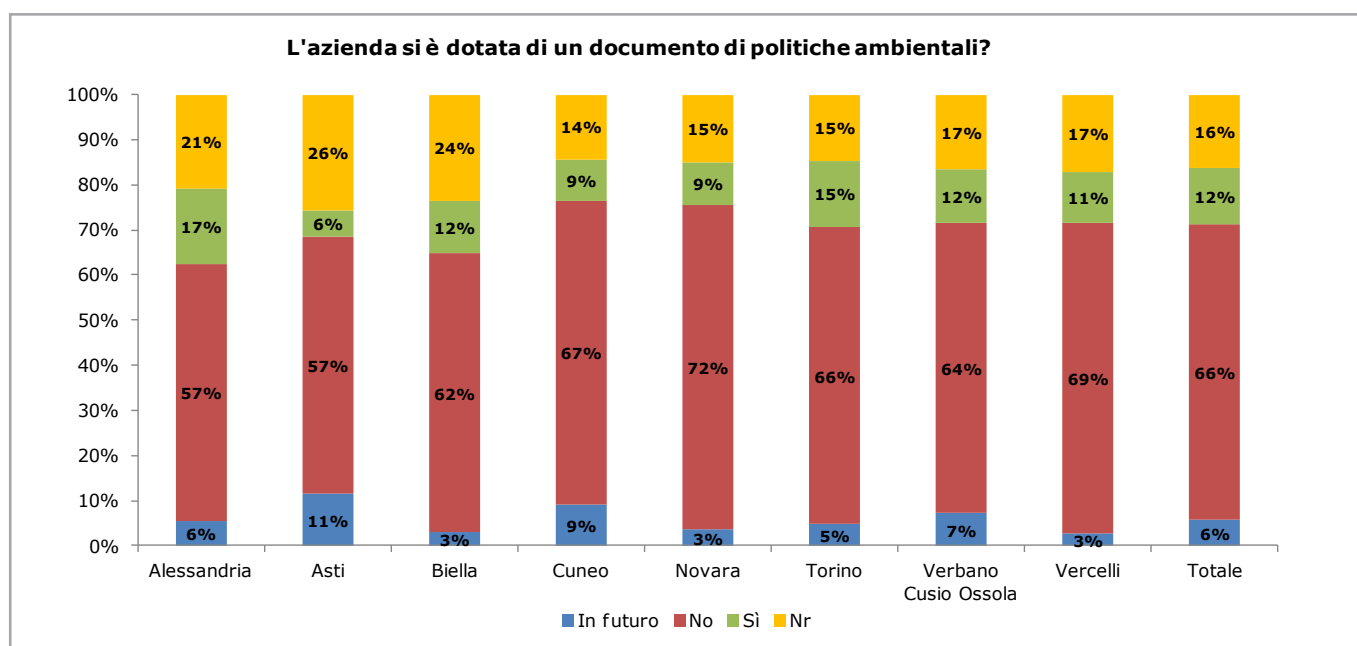
Dal dettaglio territoriale emerge una sostanziale omogeneità; si segnala, tuttavia, come l'incidenza delle imprese attenta all'impatto ambientale del packaging salga al 25% per la provincia di Cuneo e scenda all'11% per quella di Asti.

Dal dettaglio relativo alla classe dimensionale non si evincono particolari differenze, mentre per quanto concerne quello relativo ai comparti di attività economica, si evidenzia come siano le imprese delle costruzioni e dell'industria in senso stretto a caratterizzarsi, rispettivamente, per il minore e il maggiore impiego di modifiche di packaging e agli imballaggi, coerentemente con le caratteristiche peculiari dei prodotti finali di questi settori.

1.11 L'azienda si è dotata di un documento di politiche ambientali?

Un documento di politiche ambientali viene adottato, nel complesso, soltanto dal 12% - cioè 102-delle imprese intervistate (contro una quota di indicazione negativa pari al 66% - 537 imprese). Presumibilmente la distribuzione delle risposte relative a questa domanda è fortemente influenzata dalla micro e piccola dimensione che caratterizza il campione oggetto dell'indagine. Infatti, la redazione di documenti relativi alle politiche ambientali riguarda le imprese di grandi dimensioni, che dispongono tradizionalmente di maggiori risorse economiche e anche di "tempo" per redarre questo tipo di documento (aspetto che emerge con evidenza per le 23 imprese della classe dimensionale "oltre 250 collaboratori" oggetto del monitoraggio).

Il dettaglio territoriale mostra come le risposte fornite siano piuttosto allineate al dato medio; si segnala, tuttavia come le imprese della provincia di Novara siano le meno virtuose e quelle della provincia di Biella le più virtuose.



Dall'analisi settoriale e per classe dimensionale dei collaboratori non emergono significative divergenze.

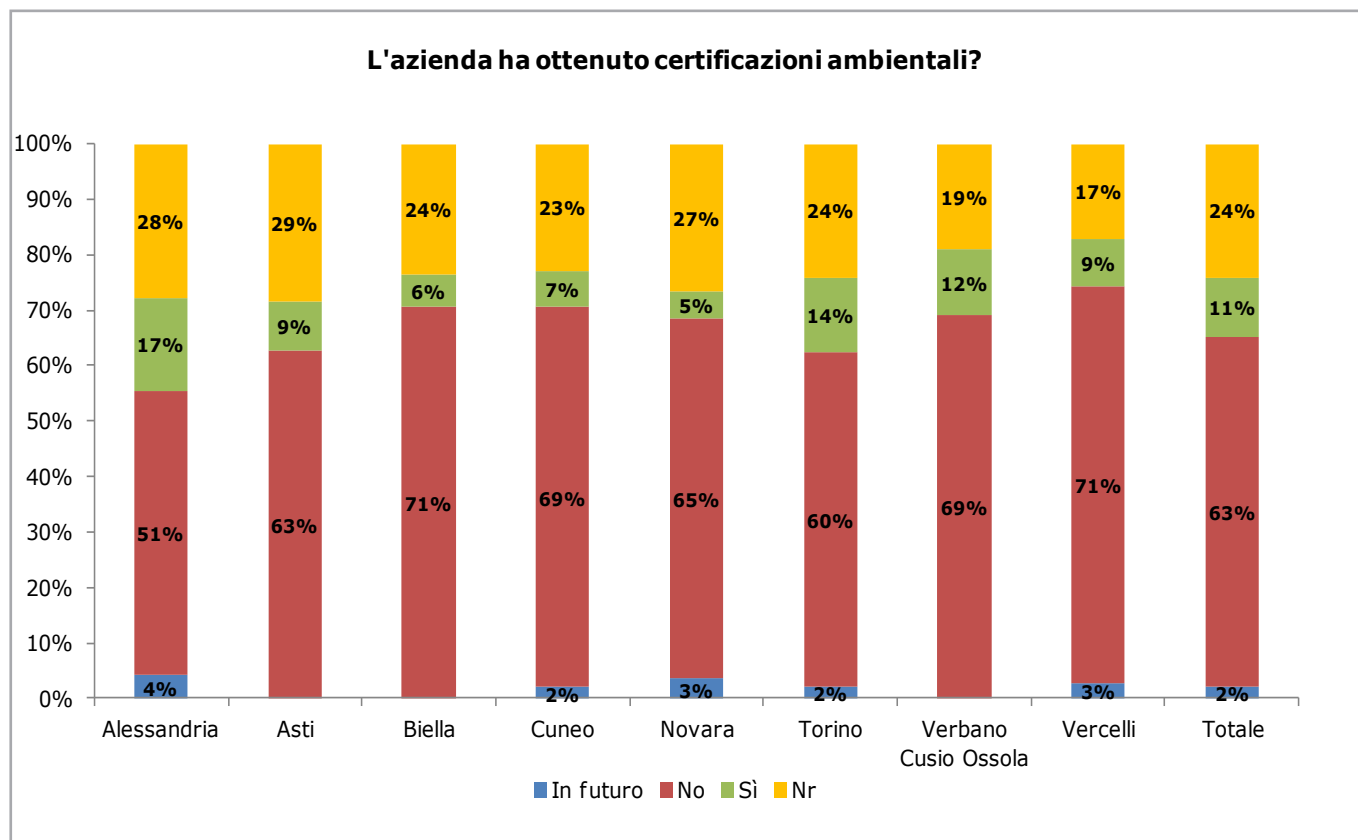
1.12 L'azienda ha ottenuto certificazioni ambientali (es. ISO 14000, Emas, etc.)?

Anche l'ottenimento di certificazioni ambientali viene indicato da una numerosità limitata delle imprese che hanno partecipato all'indagine: solo un'impresa su dieci (in valori assoluti, 88 imprese) ha indicato di averle ottenute, contro il 63% - 516 - di quelle che, invece, ha asserito di non averle acquisite. Si rileva, inoltre, come il numero di imprese che non ha risposto a questa domanda risulti piuttosto elevato (il 24% delle imprese oggetto dell'indagine pari, in valori assoluti, a 197 unità).

L'analisi territoriale mette in evidenza come la scarsa diffusione di questo strumento di responsabilità sociale riguardi tutte le province piemontesi.

Anche in questo caso si potrebbe asserire che l'ottenimento di una certificazione sia collegato con la dimensione dell'impresa e, specificatamente, con quella di grandi dimensioni.

L'analisi per settore di attività economica, infine, rileva come lo scarso ottenimento di certificazioni ambientali risulti trasversale a tutte le aziende a prescindere dal comparto di appartenenza.



2. Comunità e territorio

Tra le aree di intervento più propriamente operative e di attuazione della Responsabilità Sociale d'Impresa rientrano i progetti e i rapporti che le aziende intrattengono con la comunità locale e il territorio in cui agiscono e con cui interagiscono. Tra gli interventi di CSR peculiari dell'ambito "comunità e territorio" si possono annoverare quelli a sostegno della ricerca, dello sviluppo economico e culturale, dell'occupazione e dell'integrazione sociale. L'obiettivo più ampio di queste azioni consiste nel migliorare l'assistenza sanitaria, il livello d'istruzione e, più in generale, la qualità della vita del territorio e della comunità di riferimento. Inoltre, l'impresa che agisce proattivamente in favore del territorio in cui è localizzata potrebbe ricavare dei benefici reputazionali e, quindi, indirettamente, anche economici.

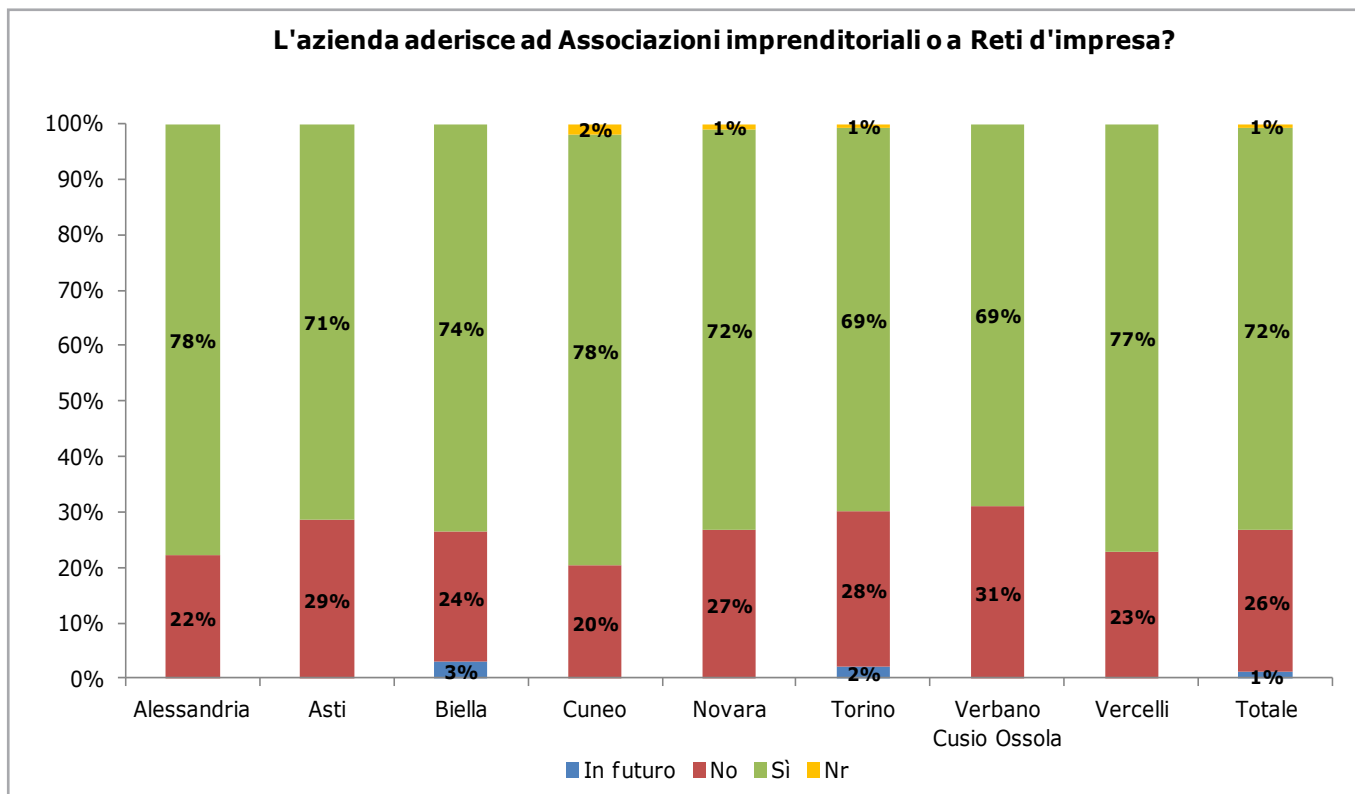
2.1 L'azienda aderisce ad Associazioni imprenditoriali o a reti d'impresa?

Dal monitoraggio emerge come il fenomeno dell'associazionismo o dell'adesione a reti d'impresa tra le imprese rispondenti al questionario sia diffuso: infatti, una quota pari al 72% delle imprese – in valori assoluti, 593 unità - ha dichiarato di farne parte, contro una quota del 26% (210 imprese) che ha, invece, espresso di non aderirne.

Il dettaglio territoriale mostra come l'adesione alle associazioni imprenditoriali o alle reti d'impresa sia diffusa in tutte le province, in particolare in quelle di Alessandria e di Cuneo (in entrambi i territori, l'incidenza delle imprese che hanno risposto affermativamente raggiunge il 78%).

La partecipazione ad associazioni imprenditoriali o alle reti d'impresa risulta, inoltre, un fenomeno trasversale sia rispetto alle classi dimensionali che rispetto ai vari settori di attività economica analizzati. Si specifica come, analogamente ad alcuni aspetti relativi alla dimensione indagata in precedenza, anche in questo caso si tratti di un fenomeno che riguarda in maggior misura le imprese di medie e grandi dimensioni, coinvolgendo oltre otto imprese su dieci.

L'azienda aderisce ad Associazioni imprenditoriali o a Reti d'impresa?

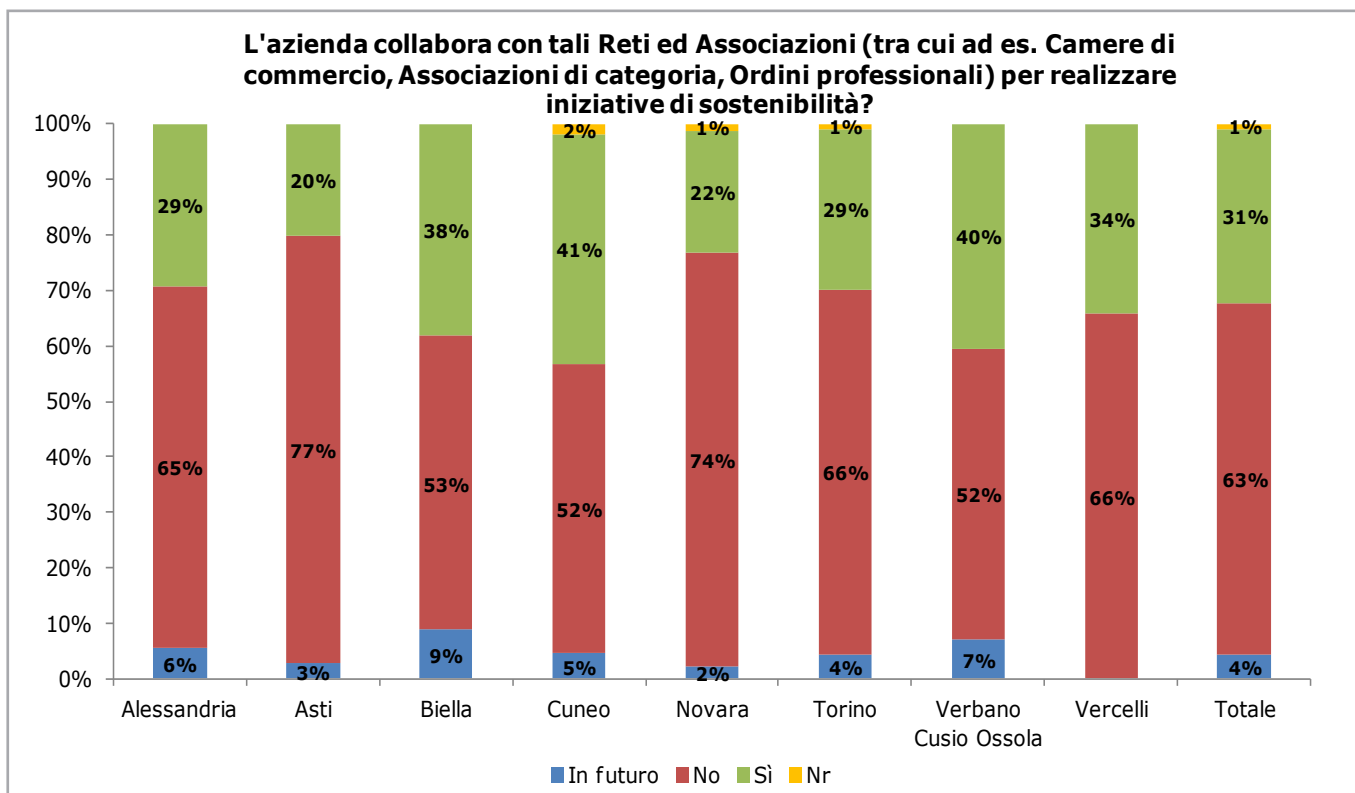


2.2 L'azienda collabora con tali Reti ed Associazioni (tra cui ad es. Camere di Commercio, Associazioni di categoria, Ordini Professionali) per realizzare iniziative di sostenibilità?

All'adesione ad Associazioni o a Reti d'impresa non corrisponde, tuttavia, un'effettiva collaborazione volta a realizzare iniziative di sostenibilità: soltanto il 31% (corrispondente, in valori assoluti, a 257 unità) delle imprese intervistate ha, infatti, dichiarato di aver avviato delle collaborazioni di questo tipo, contro il 63% (519 unità) delle imprese che, invece, ha affermato di non averne avviate.

Il dettaglio territoriale evidenzia come le imprese della provincia di Cuneo (con una quota pari al 41%) e quelle aventi sede legale in provincia del Verbano Cusio Ossola e di Biella (con un'incidenza del 40% e del 38%) dichiarino di collaborare con le associazioni ai fini della realizzazione di iniziative di sostenibilità in misura più elevata rispetto a quelle aventi la propria sede legale nelle altre realtà territoriali.

L'azienda collabora con tali Reti ed Associazioni (tra cui ad es. Camere di commercio, Associazioni di categoria, Ordini professionali) per realizzare iniziative di sostenibilità?

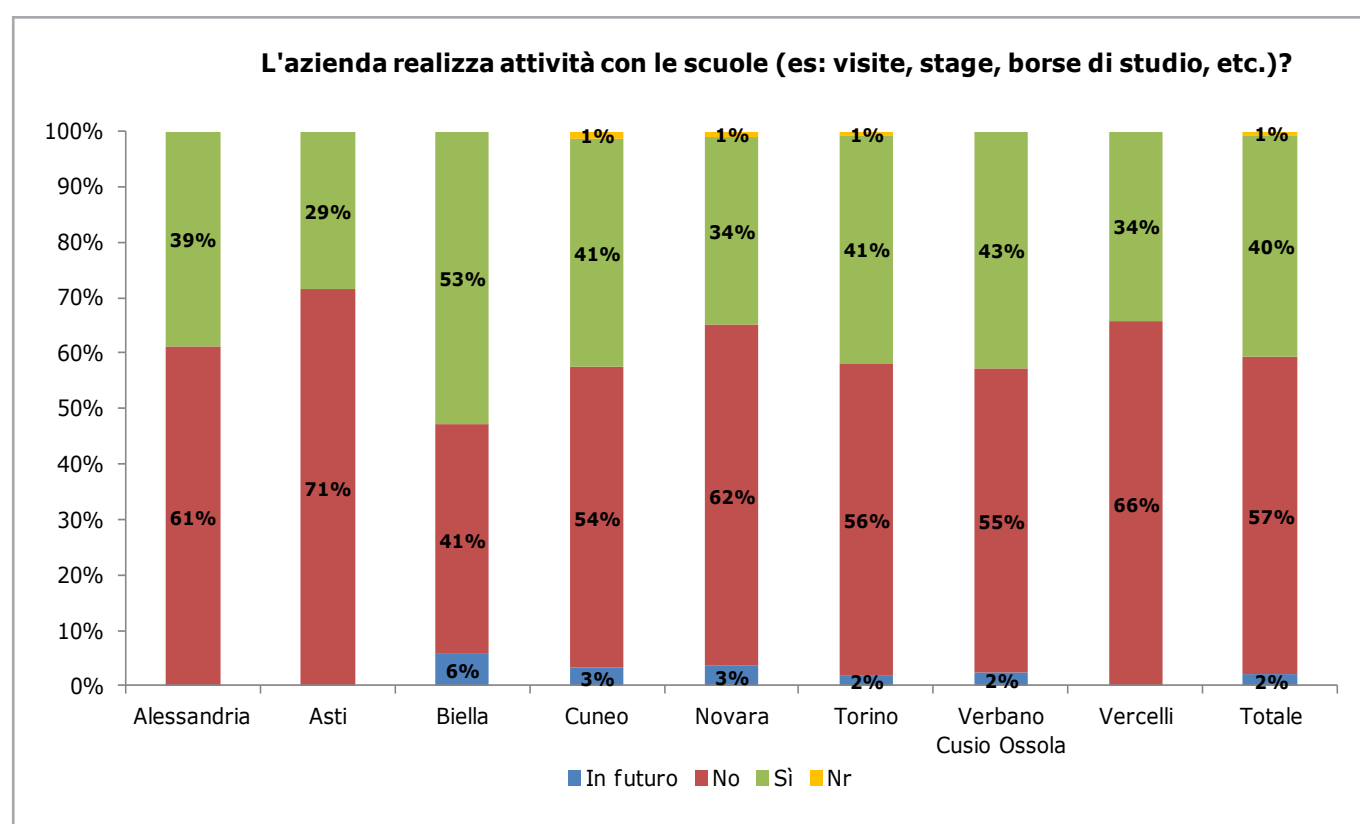


Dall'analisi per classe dimensionale e quella per settore di attività economica, invece, si evince una sostanziale omogeneità nella scarsa collaborazione delle imprese di ciascun comparto e classe dimensionale con le associazioni ai fini di realizzare interventi di sostenibilità. L'unica eccezione è rappresentata dalle grandi imprese (che, tuttavia, ammontano a soltanto 23 unità) e dalle aziende che svolgono la propria attività nel turismo.

2.3 L'azienda realizza attività con le scuole (es. stage, borse di studio, etc.)?

Nel loro complesso, le imprese che realizzano attività con le scuole sono 326, per una quota pari al 40% del totale delle rispondenti (469, ovvero il 57% del totale, hanno, invece, risposto di non compiere attività in collaborazione con le istituzioni scolastiche).

Il dettaglio territoriale mostra come siano le imprese della provincia di Biella (53% delle partecipanti all'indagine di questa provincia) a contraddistinguersi per un maggior coinvolgimento nella realizzazione di attività con le scuole del territorio. Le aziende dell'astigiano, del novarese e del vercellese si caratterizzano, invece, per la minore propensione a realizzare iniziative in favore degli studenti.

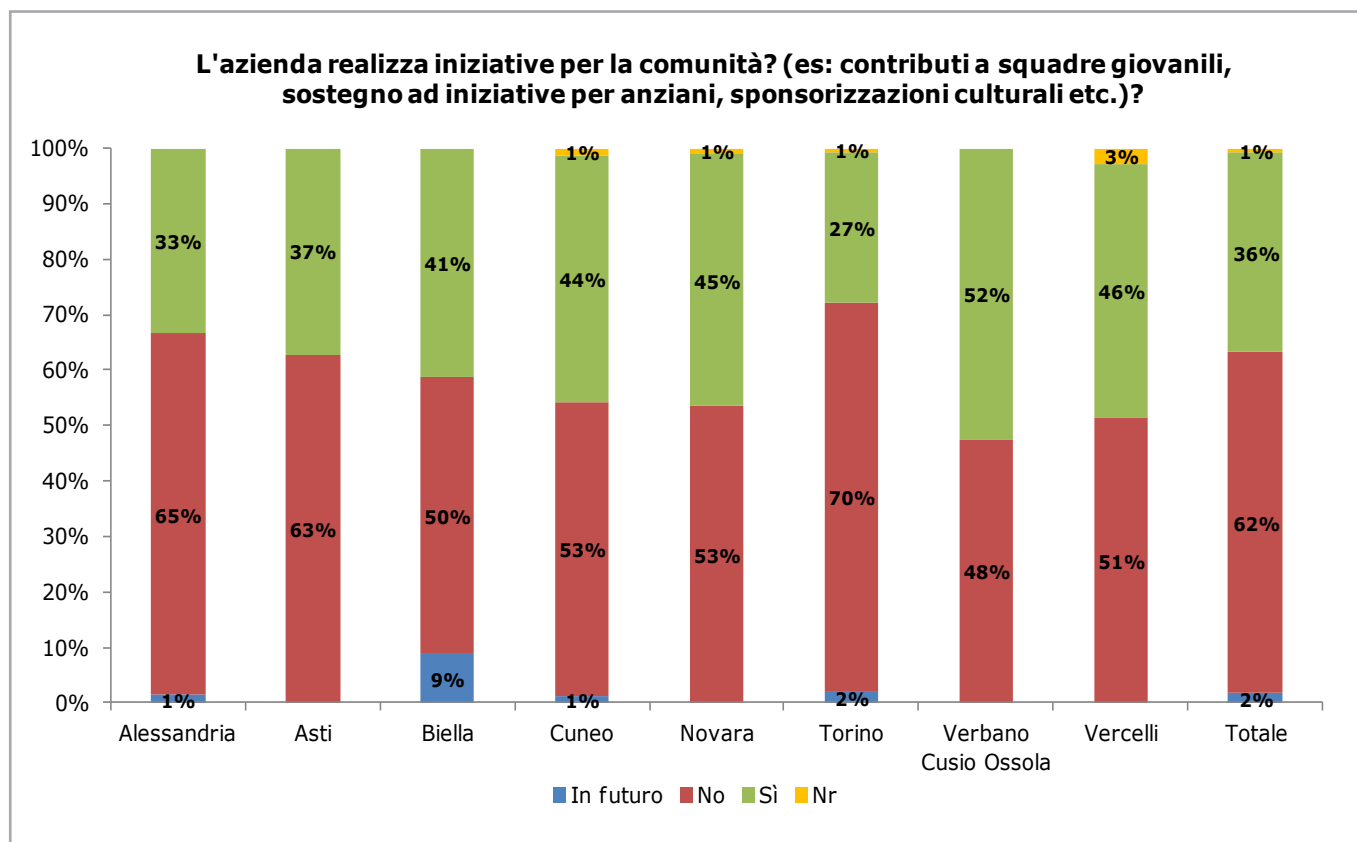


La realizzazione di attività con le scuole appare correlata positivamente alla dimensione dell'impresa: la quota d'impresе che hanno espresso una risposta affermativa sale, infatti, dal 26% e dal 41% delle micro e piccole aziende, al 66% e al 78% delle medie e grandi imprese intervistate. Quanto, infine, all'analisi per settore di attività economica si osserva come siano le imprese del turismo (una su due) e dell'industria in senso stretto e dei servizi (quattro imprese su dieci per entrambi i comparti) a mostrarsi maggiormente attive nella collaborazione con le scuole.

2.4 L'azienda realizza iniziative per la comunità (es. contributi a squadre giovanili, sostegno ad iniziative per anziani, sponsorizzazioni culturali etc.)?

Nel loro complesso, le imprese coinvolte nell'indagine hanno segnalato di realizzare iniziative in favore della comunità di appartenenza nel 36% dei casi (294 imprese, in valori assoluti), contro il 62% (504 imprese in valori assoluti) che, invece, ha dichiarato di non realizzarne.

Le imprese del Verbano Cusio Ossola, seguite da quelle della provincia di Vercelli, di Novara e di Cuneo mostrano una maggiore sensibilità rispetto alla comunità di appartenenza: il 52%, il 46%, il 45% e il 44% delle imprese di ciascun territorio afferma, infatti, di realizzare iniziative in favore della comunità. Viceversa, quelle della provincia di Torino mostrano una sensibilità significativamente inferiore (sette imprese su dieci affermano, infatti, di non realizzare tali iniziative).



Il dettaglio per classe dimensionale evidenzia come la realizzazione di iniziative in favore della comunità in cui le imprese operano cresca all'aumentare della classe dimensionale.

Quanto, invece, al settore economico, il turismo e le costruzioni sono i più virtuosi: il 45% e il 41% delle imprese che svolgono la propria attività in questi comparti hanno dichiarato, infatti, di svolgere iniziative per la comunità cui appartengono.

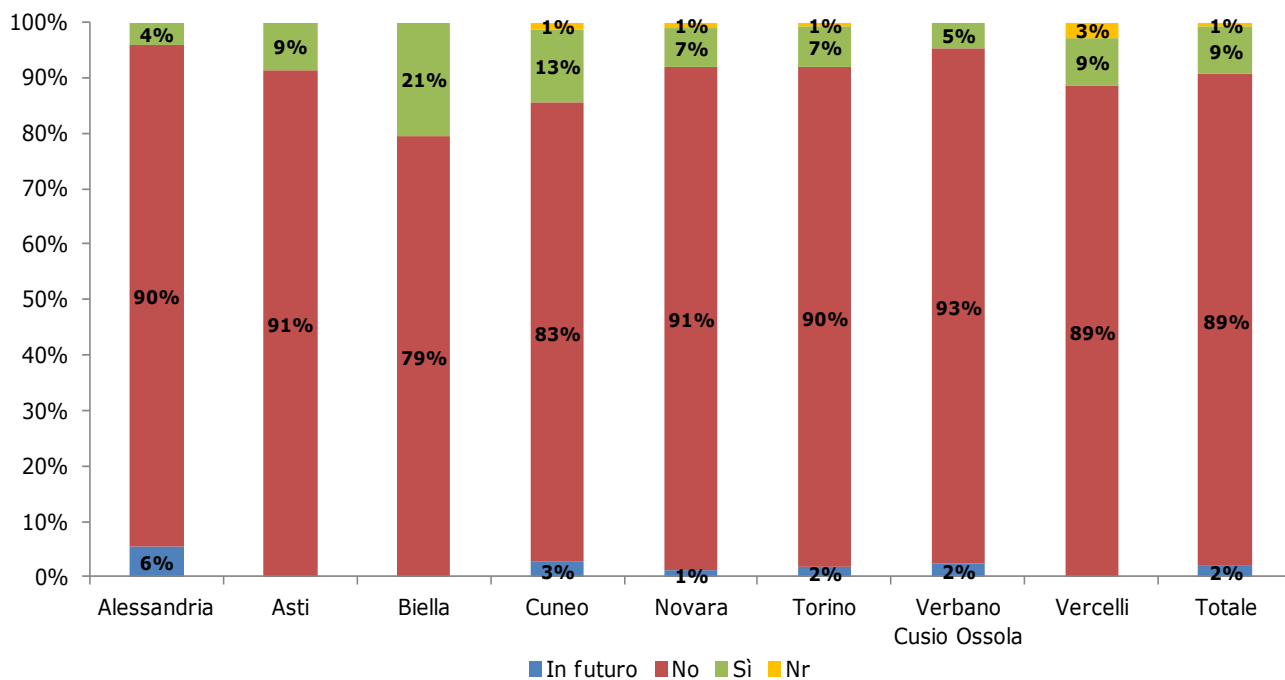
2.5 L'azienda collabora con le Amministrazioni locali per realizzare progetti di sostenibilità (es. creazione di aree verdi etc.)?

Le imprese che hanno partecipato all'indagine, nel loro complesso, dichiarano di avere una scarsa collaborazione con le Amministrazioni locali per la realizzazione di progetti di sostenibilità: soltanto il 9% delle imprese rispondenti (corrispondenti a 70 unità) ha, infatti, risposto di avere collaborazioni in atto (contro l'89% delle imprese che, invece, hanno dichiarato di non averne – cioè 726 imprese).

Dall'analisi territoriale emerge come soltanto le imprese della provincia di Biella siano relativamente più virtuose: il 21% delle intervistate di questo territorio ha fornito, infatti, una risposta positiva al quesito.

Come molte iniziative di CSR, anche per quanto riguarda quest'azione di CSR si osserva come la classe dimensionale di appartenenza delle aziende sia un fattore discriminante: soltanto le medie e grandi imprese si mostrano più attive (rispettivamente due imprese su dieci e quasi una su due) rispetto alle micro e piccole aziende (nove imprese su dieci delle rispettive classi dimensionali di collaboratori hanno, infatti, fornito una risposta negativa).

L'azienda collabora con le amministrazioni locali per realizzare progetti di sostenibilità (es: creazione di aree verdi etc.)?

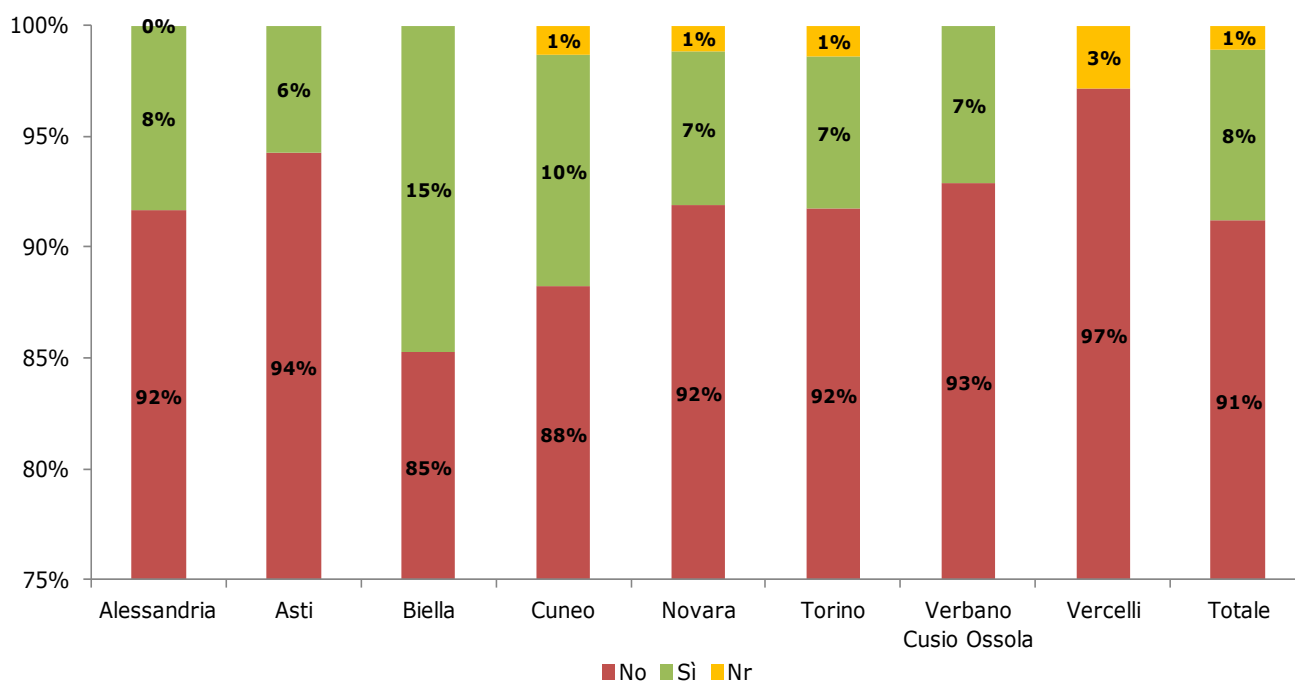


2.6 L'azienda è a conoscenza delle politiche pubbliche in materia di CSR?

Soltanto l'8% (corrispondente in valori assoluti a 63 unità) delle imprese che hanno partecipato all'indagine afferma di essere a conoscenza di politiche pubbliche in materia di Responsabilità Sociale d'Impresa; nove imprese su dieci dichiara di non conoscerle.

L'analisi territoriale e settoriale non evidenzia differenziazioni sostanziali rispetto al dato medio.

L'azienda è a conoscenza di politiche pubbliche in materia di CSR?

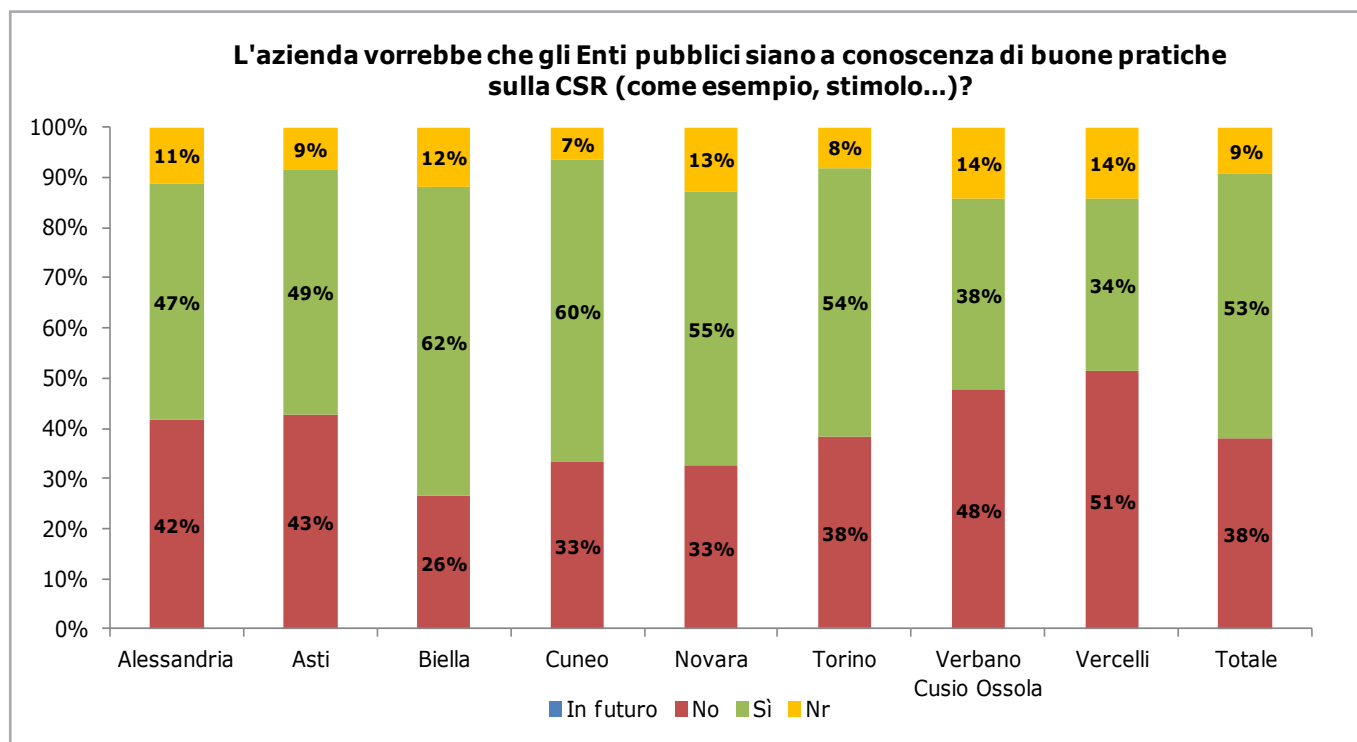


Il dettaglio per classe dimensionale mostra, invece, come un'impresa su due di quelle di maggiori dimensioni (classe dimensionale oltre 250 collaboratori) sia a conoscenza delle politiche pubbliche a sostegno della Responsabilità Sociale d'Impresa.

2.7.1 L'azienda vorrebbe che gli Enti pubblici fossero a conoscenza di buone pratiche sulla CSR (come esempio, stimolo ...)?

Nel complesso, per 433 (il 53%) delle aziende rispondenti, gli Enti pubblici dovrebbero essere a conoscenza delle buone pratiche aziendali in materia di CSR (contro il 38% delle imprese che, invece, si sono espresse negativamente, pari, in valori assoluti, a 309 imprese).

L'analisi territoriale rileva alcune differenziazioni: la volontà che gli Enti pubblici siano a conoscenza delle buone prassi sulla CSR è dichiarata in misura superiore dalle aziende con sede legale in provincia di Biella e di Cuneo (rispettivamente il 62% e il 60% delle imprese rispondenti ha dato una risposta positiva al quesito); viceversa, quelle aventi sede legale nelle province del Verbano Cusio Ossola (il 48%) e di Vercelli (il 51%) non esprimono tale volontà (si caratterizzano, inoltre, per il maggior numero di risposte non fornite).



L'analisi per classe dimensionale indica come siano le piccole e medie imprese a esprimere questa volontà; mentre quella per settore di attività economica evidenzia come siano le imprese del turismo e dei servizi a caratterizzarsi per una maggiore incidenza di risposte positive al quesito in esame.

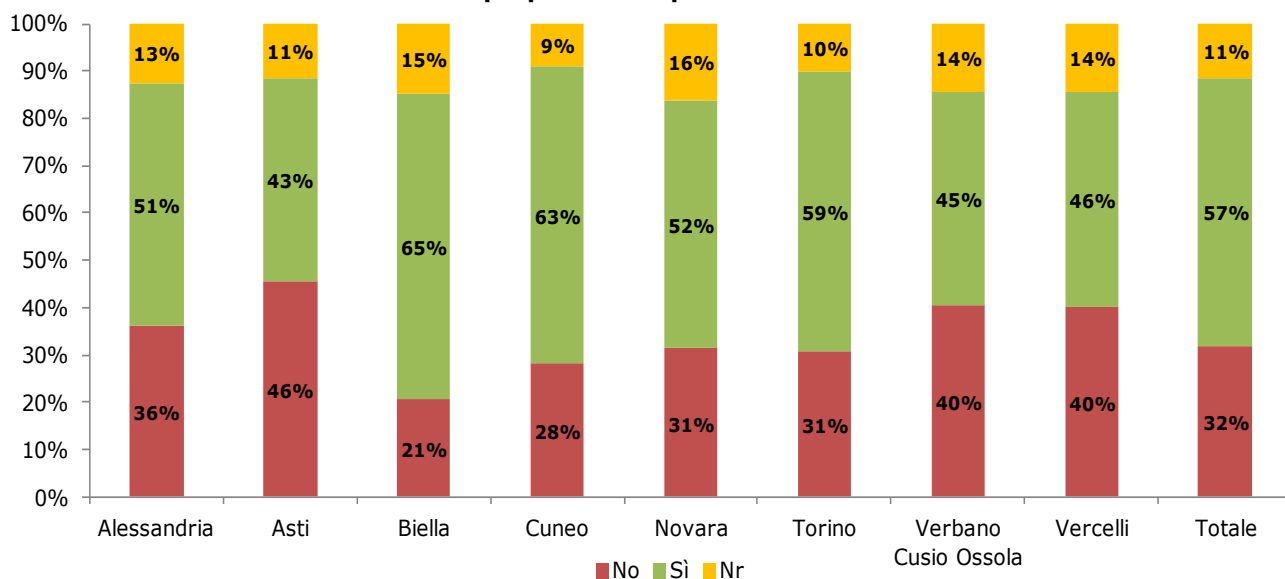
2.7.2 L'azienda vorrebbe il supporto degli Enti pubblici nell'autovalutazione delle proprie buone pratiche adottate?

Il supporto degli Enti pubblici per l'autovalutazione delle proprie buone pratiche è desiderato, nel complesso, dal 57% delle imprese coinvolte nell'indagine (463 imprese in totale). 262 imprese, invece, hanno risposto negativamente (il 32% del totale).

Anche in questo caso il dettaglio territoriale mette in luce come siano le imprese aventi sede legale in provincia di Biella e di Cuneo a desiderare, in maggior misura, il sostegno degli Enti pubblici per valutare le proprie buone pratiche (rispettivamente, il 65% e il 63% delle aziende intervistate dei rispettivi territori). Forniscono, invece, il maggior numero di risposte negative le aziende delle province di Asti (il 46%), del Verbano Cusio Ossola e di Vercelli (il 40% ciascuna).

Anche in questo caso il dettaglio della classe dimensionale dei collaboratori di appartenenza e quello relativo al settore di attività economica mette in evidenza come siano le imprese di piccole e medie dimensioni e quelle dei servizi e del turismo ad esprimere una maggiore necessità di sostegno da parte degli Enti pubblici circa l'autovalutazione delle proprie pratiche in materia di CSR.

L'azienda vorrebbe il supporto degli Enti pubblici nell'autovalutazione delle proprie buone pratiche adottate?

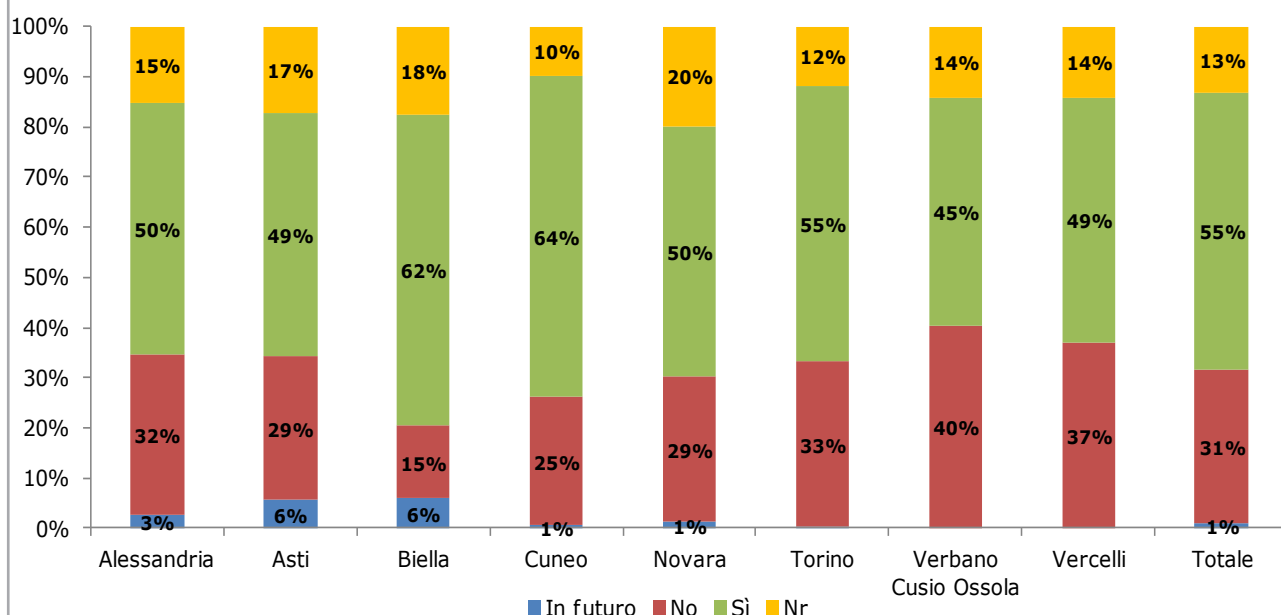


2.7.3 L'azienda vorrebbe il supporto degli Enti pubblici per iniziative di formazione in materia di CSR?

L'aspettativa di un supporto degli Enti Pubblici per realizzare iniziative di formazione in materia di CSR è dichiarata dal 55% delle imprese che hanno partecipato all'indagine, corrispondenti, in valori assoluti, a 450 unità rispondenti. 251 aziende (il 31% del totale) hanno, invece, formulato delle risposte negative e ben 109 non hanno dato alcuna risposta (il 13% del totale).

Si conferma come, anche per questo quesito, l'incidenza delle imprese delle province di Biella (il 62%) e di Cuneo (il 64%) che esprime tale volontà risulti superiore al dato medio, mentre per le province di Vercelli e di Verbano Cusio Ossola la quota di imprese che fornisce una risposta negativa risulta più elevata (il 45% e il 49%).

L'azienda vorrebbe il supporto degli Enti pubblici per iniziative di formazione in materia di CSR?



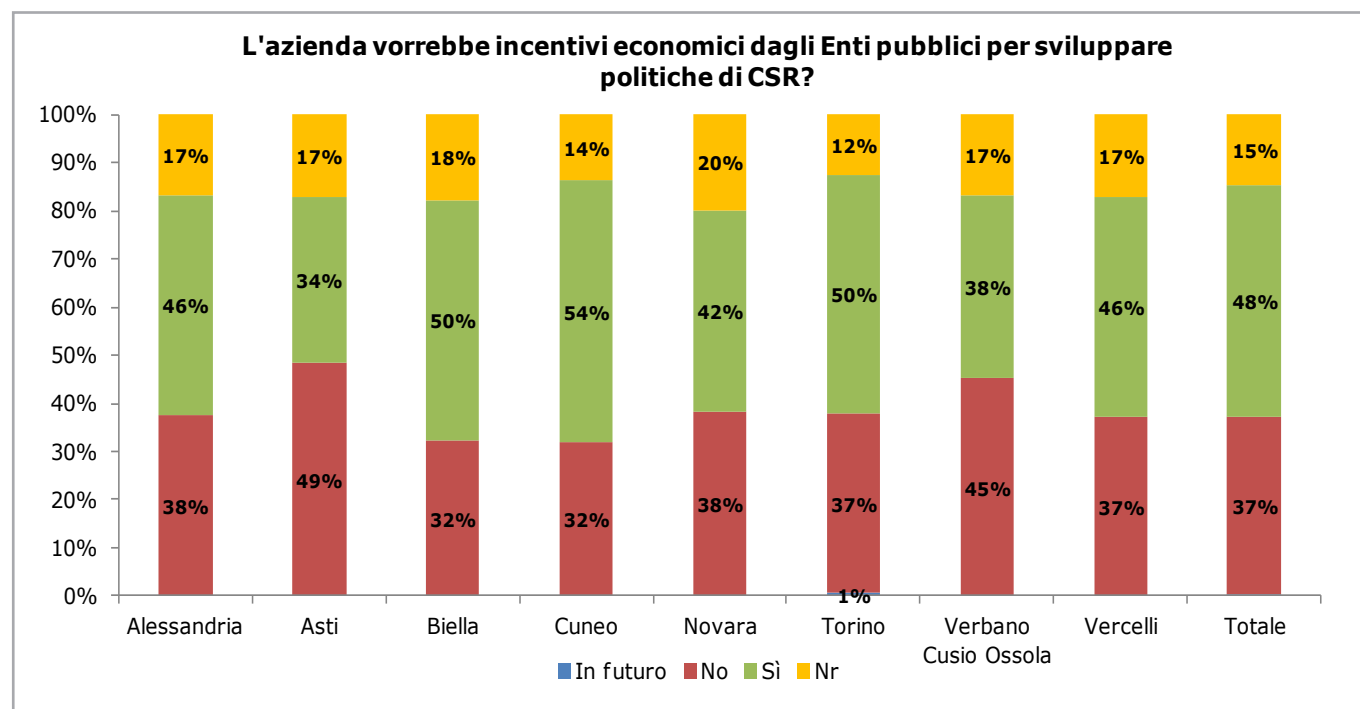
L'analisi per classe dimensionale evidenzia come, contrariamente a quanto rilevato per i quesiti precedenti, in questo caso, la richiesta di interventi formativi forniti dagli Enti pubblici in materia di CSR risulti più elevata al crescere della dimensione delle aziende.

L'analisi per settore di attività economica, invece, rileva risultati sostanzialmente omogenei.

2.7.4 L'azienda vorrebbe incentivi economici dagli Enti Pubblici per sviluppare politiche di CSR?

Nel loro complesso, le aziende partecipanti all'indagine che segnalano il desiderio di ricevere incentivi pubblici per sviluppare politiche di CSR sono 393 (il 48% del totale). Una quota pari al 37% (304 imprese) dichiara, invece, di non volerne e una percentuale rilevante (pari al 15% del totale imprese che hanno partecipato al monitoraggio) non formula una risposta.

Dal dettaglio territoriale emergono alcune differenziazioni: più di un'impresa su due delle province di Biella, Cuneo e Torino desidererebbe ricevere incentivi pubblici in misura maggiore rispetto a quanto rilevato per le altre realtà provinciali. Tuttavia, è necessario specificare come i risultati debbano essere interpretati tenendo in debita considerazione la numerosità (non esigua) delle non risposte.



Dall'analisi per classe dimensionale dei collaboratori si evidenzia come siano soprattutto le imprese di micro e grandi dimensioni a segnalare la volontà di ricevere incentivi pubblici.

Quanto, infine, al settore di attività economica, una maggiore richiesta di incentivi pubblici per sviluppare politiche aziendali di CSR proviene dai comparti del turismo, delle costruzioni e dei servizi.

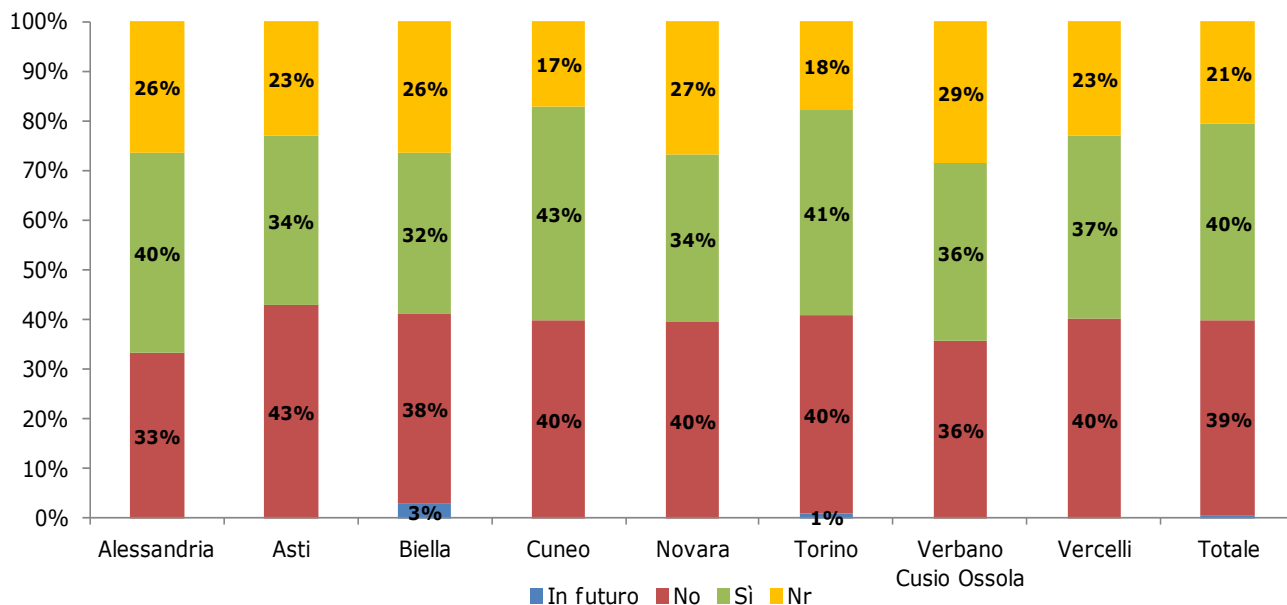
2.7.5 L'azienda vorrebbe il sostegno degli Enti pubblici nella comunicazione e valorizzazione delle proprie buone pratiche?

Il supporto degli Enti Pubblici in materia di comunicazione e valorizzazione delle proprie buone pratiche di CSR è segnalato da 4 imprese su 10 (325 imprese), mentre il 39% (vale a dire 321 aziende) non esprime tale bisogno. Si segnala come, anche per questa domanda, risulti relativamente elevato il numero di imprese che non ha fornito una risposta (169 unità, corrispondenti in valori assoluti al 21% delle imprese che hanno partecipato all'indagine).

Rispetto agli altri ambiti che potrebbero prevedere il supporto degli Enti Pubblici per lo sviluppo di politiche di CSR fino ad ora analizzati, si rileva una maggiore omogeneità; tuttavia i risultati sono condizionati dal numero relativamente elevato di imprese che non hanno risposto a questa domanda.

La maggiore numerosità d'impreses che esprimono la richiesta di supporto per la comunicazione delle buone pratiche di CSR prevale rispetto a quella delle aziende che non l'hanno formulata, a prescindere dalla classe dimensionale dei collaboratori e del comparto di attività economica di appartenenza.

L'azienda vorrebbe il sostegno degli Enti pubblici nella comunicazione e valorizzazione delle proprie buone pratiche di CSR?

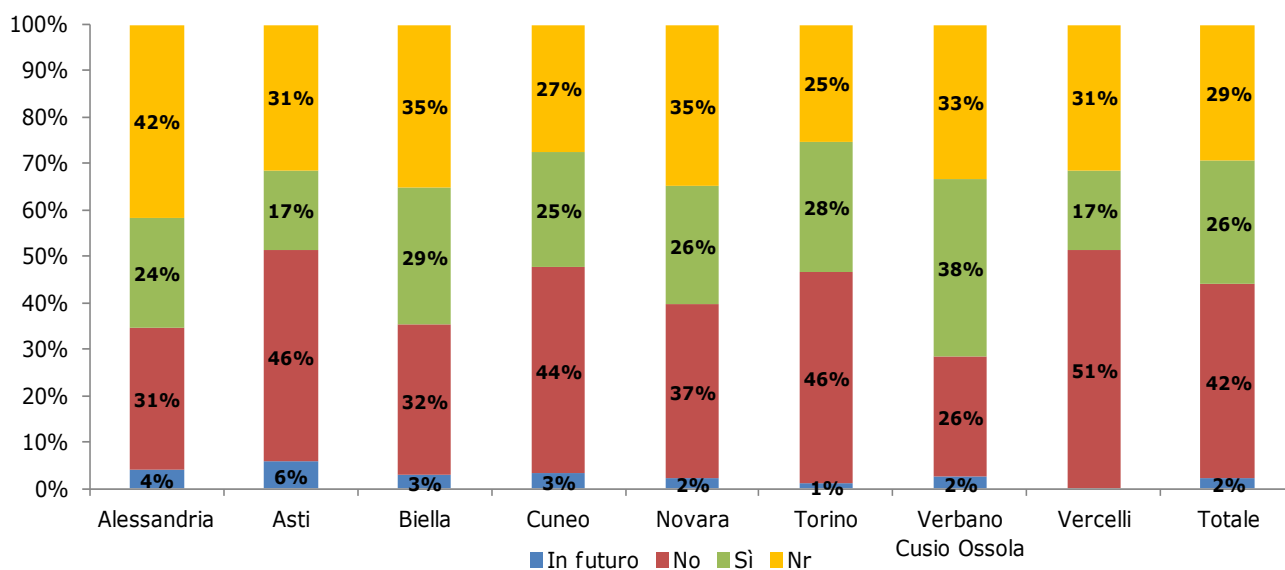


2.8 L'azienda supporta e collabora con organizzazioni non profit locali o nazionali?

Soltanto il 26% delle imprese che hanno partecipato all'indagine (217 unità) ha segnalato di supportare e collaborare con organizzazioni non profit locali o nazionali; 343 imprese (il 42% delle imprese rispondenti), invece, hanno dichiarato di non sostenere o lavorare con organizzazioni non profit e 241 (il 29% del totale) non hanno dato una risposta.

La quota elevata di non risposte non consente, pertanto, di condurre un'analisi esaustiva sia per quanto riguarda il dettaglio territoriale, sia per quanto concerne la classe dimensionale dei collaboratori e il settore di attività economica.

L'azienda supporta o collabora con organizzazioni non profit locali o nazionali?



3. Acquisti e fornitori

Nell'ambito della dimensione "esterna" della Responsabilità Sociale d'Impresa rientrano i rapporti con i fornitori. Si tratta di un aspetto cruciale per le imprese poiché le relazioni che si instaurano con i fornitori potrebbero favorire la diffusione di nuove conoscenze e competenze lungo tutta la filiera. Inoltre, attraverso le relazioni instaurate con essi, possono verificarsi delle opportunità di innovazione sociale ed ambientale trasversali alla rete di imprese coinvolte e, inoltre, risulterebbe possibile ridurre, già a monte della filiera, gli impatti ambientali dei processi e dei prodotti.

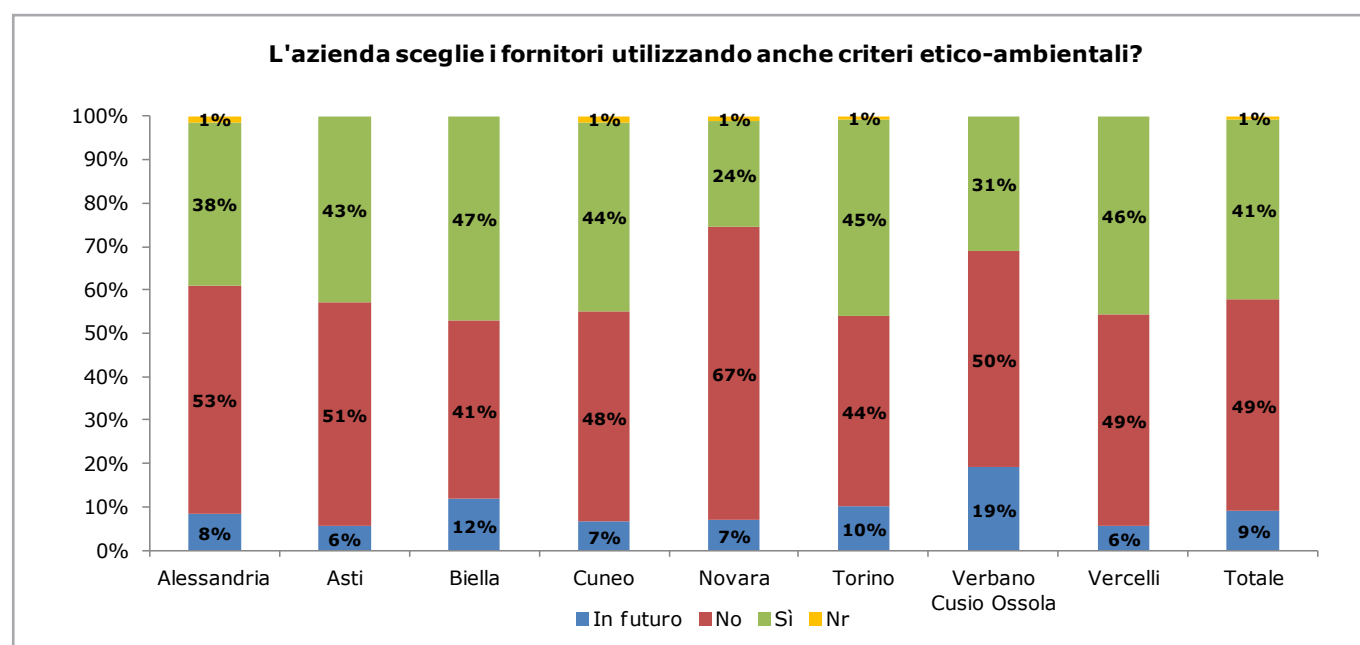
Tra le azioni di CSR che rientrano in quest'ambito sono incluse le politiche orientate ad una gestione responsabile della catena di approvvigionamento (una selezione accurata della catena di fornitura, l'applicazione di certe condizioni negoziali e, per esempio, la trasparenza nei rapporti con i fornitori).

3.1 L'azienda sceglie i fornitori utilizzando anche criteri etico-ambientali?

Il 41% (339 unità) delle imprese che hanno partecipato all'indagine ha dichiarato di scegliere i propri fornitori anche attraverso l'utilizzo di criteri etico-ambientali. Si rileva che se si considerassero anche le imprese che prevedono un utilizzo futuro di questi criteri, tale quota salirebbe al 50%.

D'altra parte è più elevata (49% delle aziende rispondenti; in valori assoluti, 398 imprese) l'incidenza delle aziende che non ricorrono a criteri di questa natura per scegliere i propri fornitori.

Il dettaglio territoriale mostra come siano le aziende aventi sede legale nella provincia di Biella, di Vercelli e di Torino (il 47%, 46% e 45% delle rispondenti dei rispettivi territori ha espresso di utilizzare anche questo tipo di criteri) le più virtuose, mentre quelle con sede legale nelle province di Novara e Alessandria sono le meno virtuose (oltre un'impresa su due delle rispondenti di ciascun territorio in esame ha risposto, infatti, di non utilizzare criteri etico-ambientali).



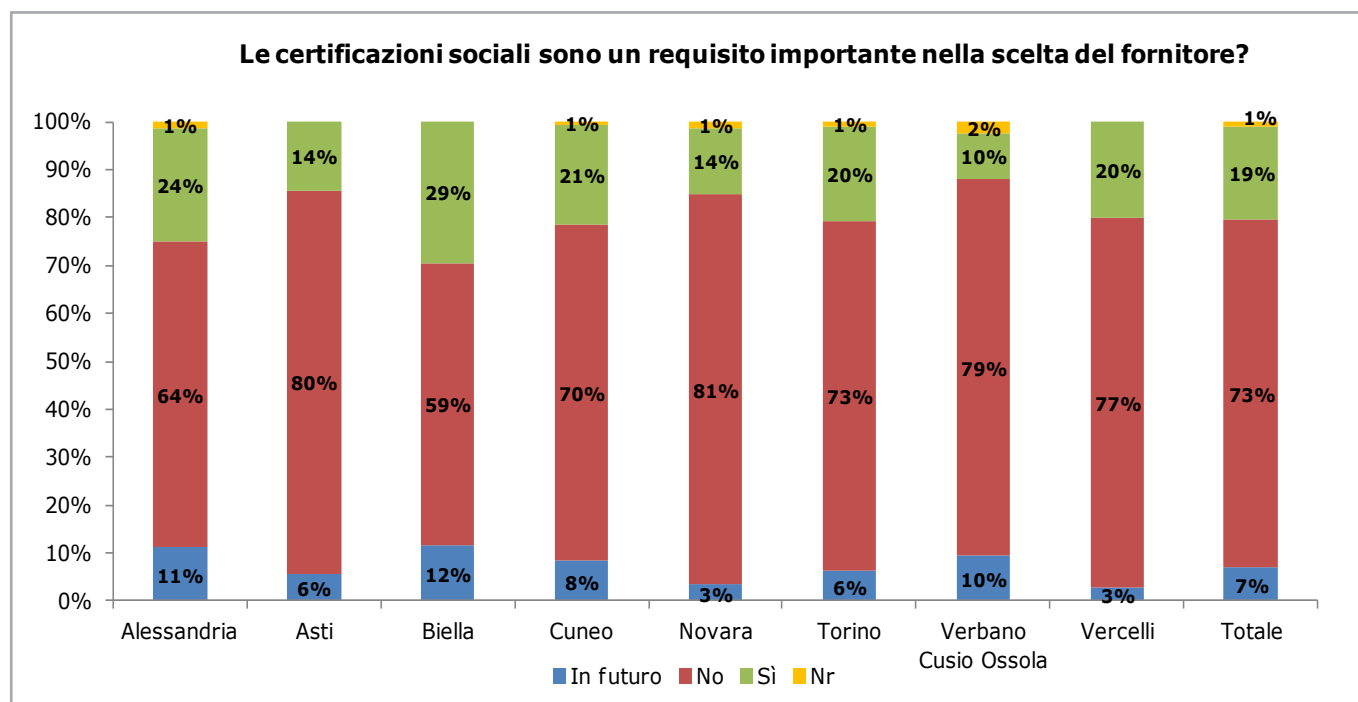
Il dettaglio per classe dimensionale dei collaboratori, come prevedibile, mostra come l'utilizzo dei criteri etico-ambientali aumenti al crescere della dimensione d'impresa, anche se occorre ricordare come sia esiguo il numero delle medie e grandi imprese del campione oggetto dell'analisi.

L'analisi settoriale evidenzia come, pur prevalendo una risposta negativa, siano le imprese del turismo e dei servizi a fare maggior ricorso anche ai criteri etico-ambientali nella scelta dei propri fornitori.

3.2.1 In merito ai criteri di scelta dei propri fornitori: le certificazioni sociali sono un requisito vincolante nella scelta del fornitore?

Le certificazioni sociali non costituiscono un criterio imprescindibile per la scelta dei fornitori da parte delle aziende coinvolte nell'indagine: soltanto 159 (il 19%) imprese, infatti, hanno espresso una risposta affermativa, contro il 73% (595 aziende) che, invece, ha formulato una risposta negativa.

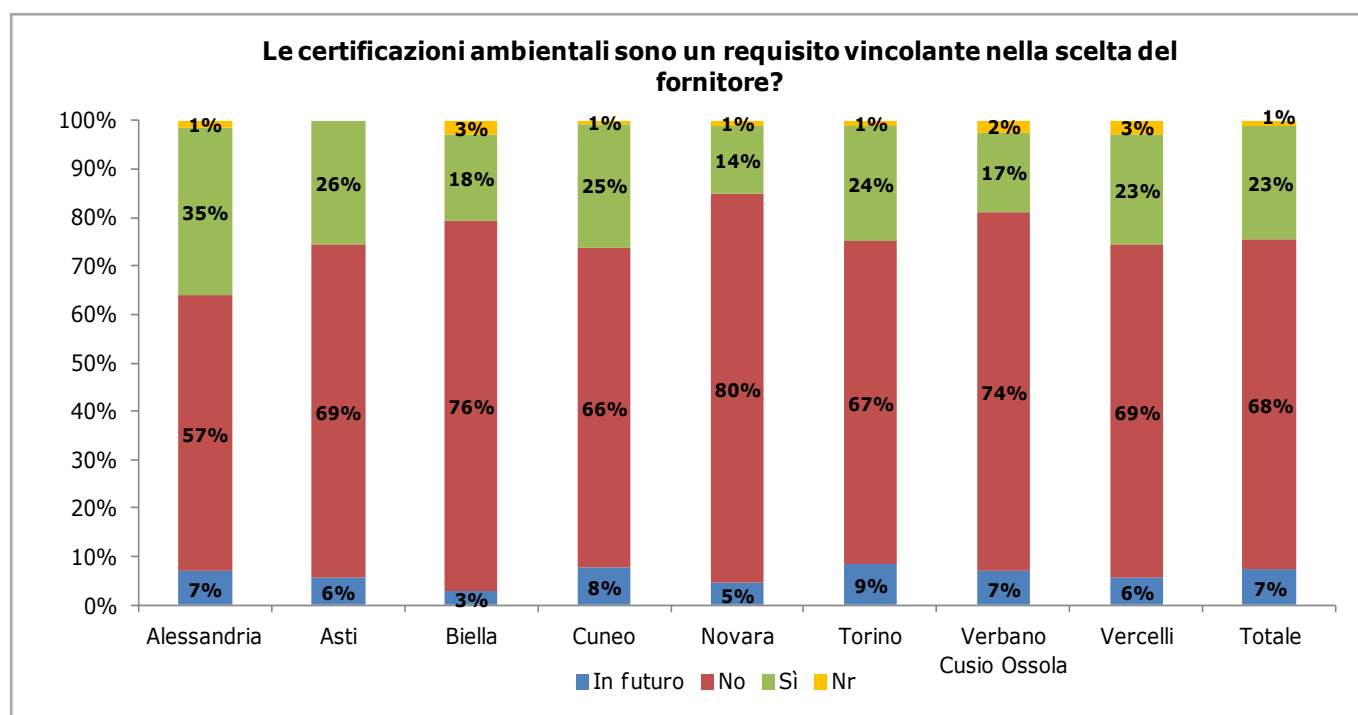
L'analisi territoriale segnala come questo criterio non sia una discriminante vincolante soprattutto per le aziende del novarese, dell'astigiano e del Verbanco Cusio Ossola (l'81% di quelle della provincia di Novara, l'80% di quelle di Asti e il 79% delle rispondenti della provincia di Verbanco Cusio Ossola ha, infatti, risposto negativamente).



Dall'analisi per comparto di attività economica e per classe dimensionale non emergono scostamenti significativi rispetto al dato medio: il possesso o meno della certificazione sociale non sembra, quindi, dipendere strettamente dall'appartenenza o meno ad una specifica classe dimensionale dei collaboratori o settore di attività economica.

3.2.2 In merito ai criteri di scelta dei propri fornitori: le certificazioni ambientali sono un requisito vincolante nella scelta del fornitore?

Anche il possesso di certificazioni ambientali non rappresenta un criterio vincolante per la scelta dei fornitori: soltanto 192 (il 23%) delle aziende rispondenti il questionario ha fornito una risposta positiva, mentre il 68% delle intervistate (557 imprese) non lo ha indicato come criterio fondante.



In questo caso, le imprese meno virtuose sono quelle della provincia di Novara, Biella e Verbanò Cusio Ossola (l'80%, il 76% e il 74% delle rispondenti delle rispettive realtà territoriali ha risposto, infatti, di non ritenere imprescindibile il possesso di questo tipo di certificazioni), mentre quelle più virtuose sono quelle di Alessandria, che si contraddistinguono per la maggiore incidenza (il 35%) di imprese che hanno dichiarato di ritenere le certificazioni ambientali un criterio vincolante per la scelta dei propri fornitori.

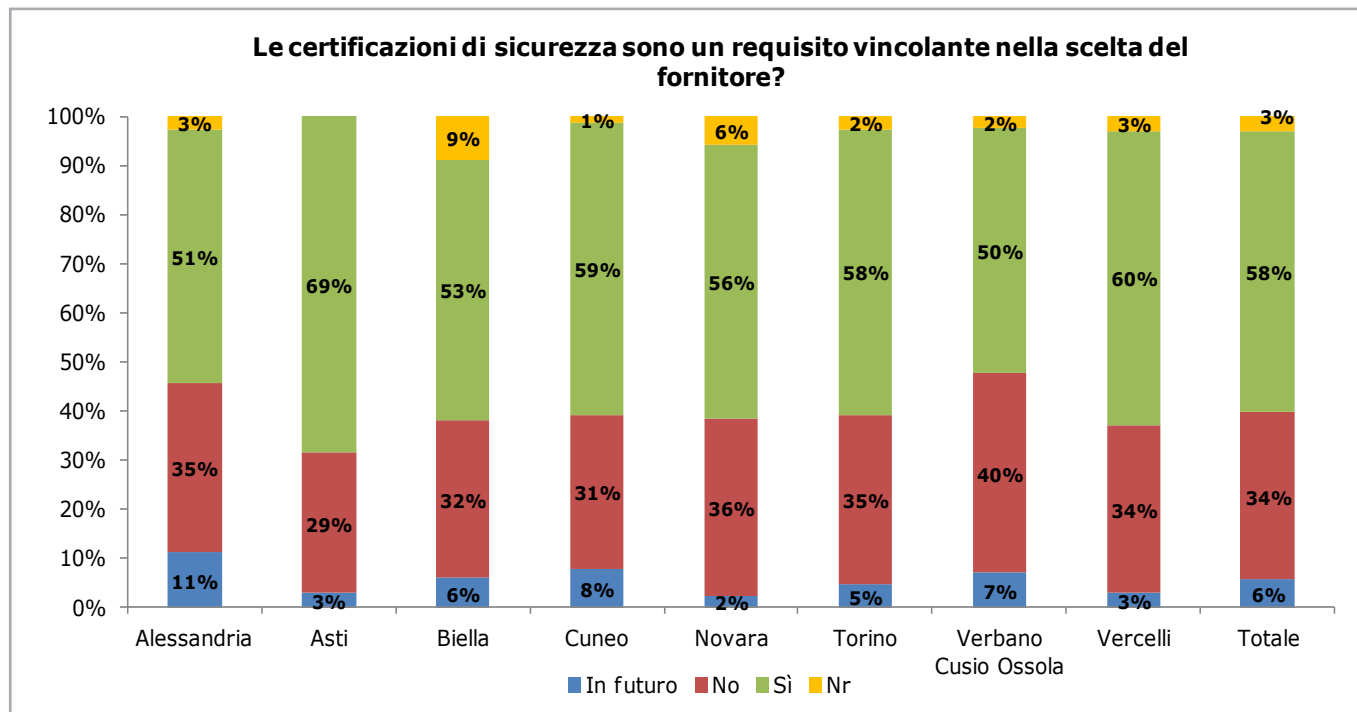
Dall'analisi per comparto di attività economica non emergono, anche per questa azione, divergenze degne di nota; si osserva, piuttosto, come la scelta/non scelta dei fornitori in base al vincolo del possesso di certificazioni ambientali non dipenda dall'appartenere o meno ad uno specifico settore di attività economica.

Quanto, invece, al dettaglio relativo alla classe dimensionale dei collaboratori, il possesso di certificazioni ambientali risulta rilevante per le grandi imprese (classe dimensionale oltre 250 collaboratori), mentre assume scarso significato per le imprese appartenenti alle altre classi.

3.2.3 In merito ai criteri di scelta dei propri fornitori: le certificazioni di sicurezza sono un requisito vincolante nella scelta dei propri fornitori?

Per la scelta dei propri fornitori, la certificazione di sicurezza è, invece, ritenuta di fondamentale importanza da ben il 58% (471 unità) delle imprese che hanno partecipato all'indagine contro il 34% (279 imprese) di quelle che, invece, non la ritengono vincolante.

Il dettaglio territoriale evidenzia come il requisito delle certificazioni di sicurezza sia ritenuto cruciale soprattutto dalle imprese aventi sede legale nella provincia di Asti, dove la quota delle aziende che ha espresso una risposta affermativa sale al 69%. Le certificazioni di sicurezza sono ritenute meno importanti per le aziende con sede legale nelle province di Alessandria (il 51% delle rispondenti) e di Verbanò Cusio Ossola (il 50%).



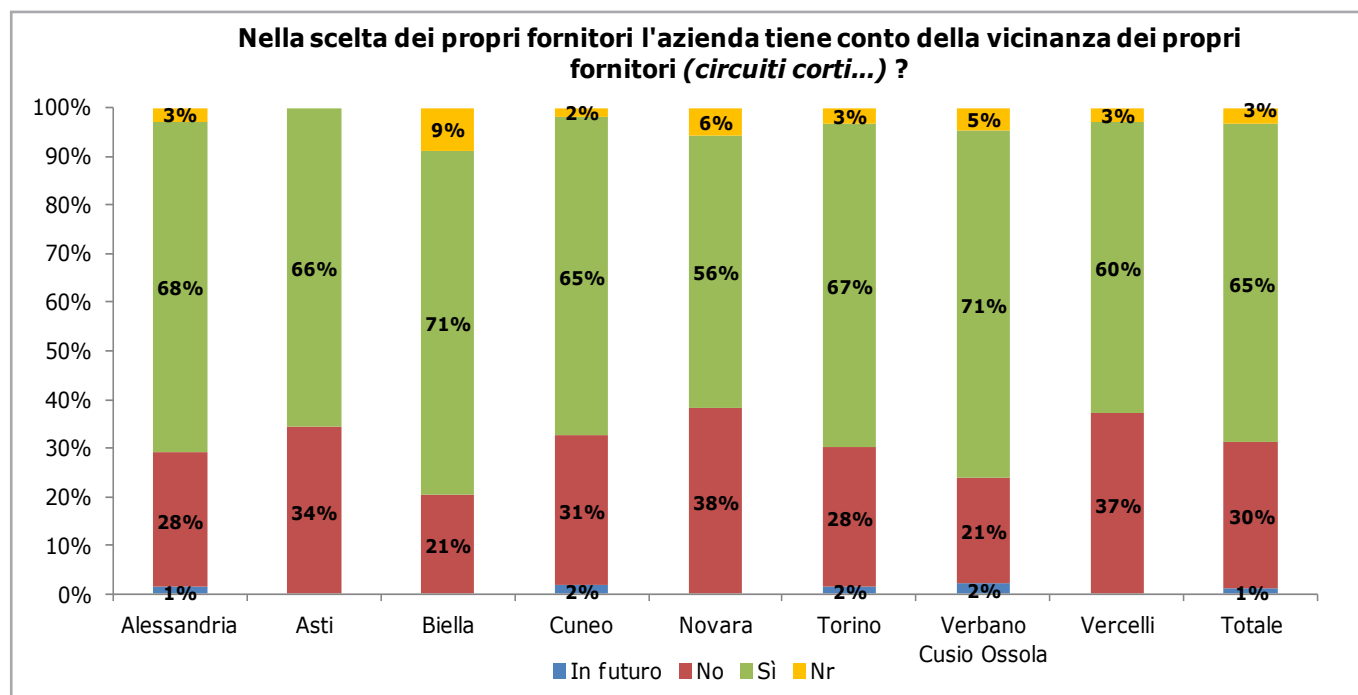
L'analisi per classe dimensionale segnala come, nel complesso, questo requisito sia considerato vincolante a prescindere dalla classe dimensionale di appartenenza, raggiungendo quote più elevate per le medie e grandi imprese.

Anche il settore di attività economica di appartenenza non costituisce, per le imprese intervistate, un fattore discriminante per la scelta dei fornitori in base al possesso delle certificazioni di sicurezza. Si segnala come sia ritenuto particolarmente strategico dalle aziende che operano nei comparti dell'industria in senso stretto e delle costruzioni.

3.2.4 In merito ai criteri di scelta dei propri fornitori: l'azienda tiene conto della vicinanza dei propri fornitori (circuiti corti...)?

Anche la prossimità dei fornitori, nel complesso, risulta un criterio cruciale: è ritenuta, infatti, fondamentale da ben 536 (il 65%) imprese del campione, mentre "soltanto" il 30% (244 aziende) dichiara di scegliere i propri fornitori indipendentemente dalla vicinanza o meno degli stessi.

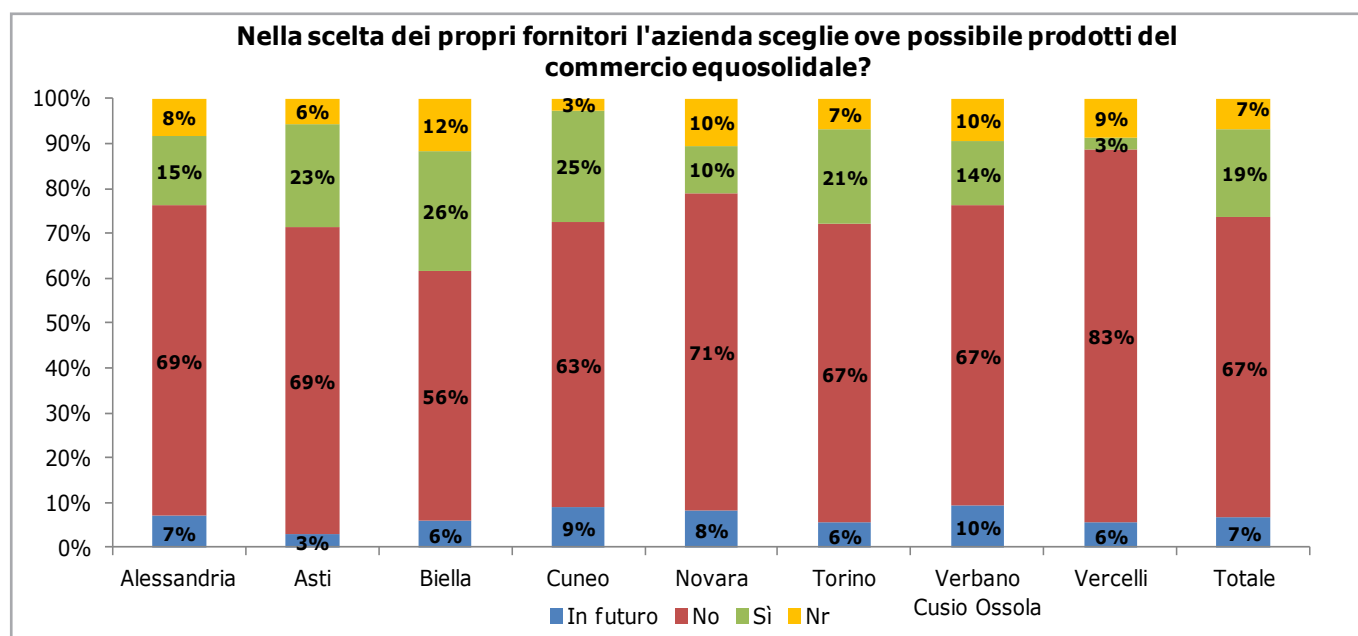
Le filiere corte riguardano in maggior misura le imprese con sede legale in provincia di Biella e di Verbano Cusio Ossola (il 71% delle rispondenti dei rispettivi territori). Risulta più omogeneo e allineato al dato medio il quadro che emerge per le altre realtà territoriali.



La prossimità dei fornitori è, inoltre, un criterio utilizzato indipendentemente dalla classe dimensionale e dal settore economico di appartenenza delle imprese. Si segnala, tuttavia, come sia impiegato in misura relativamente maggiore dalle medie imprese e dalle aziende che svolgono la loro attività nel turismo.

3.2.5 In merito ai criteri di scelta dei propri fornitori: l'azienda sceglie ove possibile prodotti del commercio equosolidale?

Tra i criteri di scelta dei fornitori, quello concernente i prodotti del commercio equosolidale è segnalato soltanto da 158 delle imprese che hanno partecipato al monitoraggio. Il 67% (in valori assoluti, 549 imprese) delle imprese rispondenti ha, infatti, risposto di non tenerne conto.

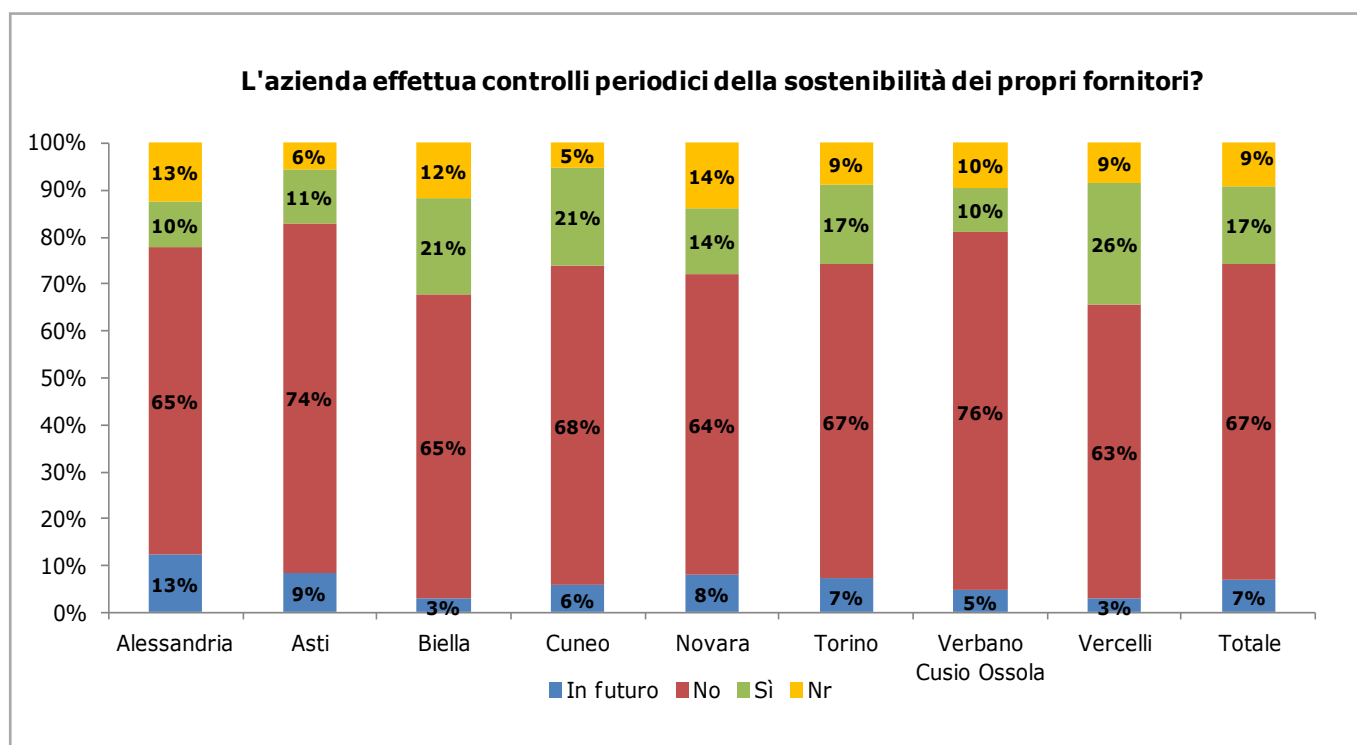


Sia l'analisi territoriale che quella per classe dimensionale e per settore di attività economica delle imprese rispondenti non evidenzia sostanziali differenziazioni rispetto al dato medio rilevato.

3.3.1 L'azienda effettua controlli periodici della sostenibilità dei propri fornitori?

Soltanto 136 imprese (il 17% delle rispondenti) dichiarano di controllare periodicamente la sostenibilità dei propri fornitori.

Dal dettaglio territoriale emerge un quadro sostanzialmente omogeneo; si segnala, tuttavia come l'incidenza delle imprese che compiono quest'azione di CSR sia superiore a quella media per le imprese del vercellese (il 26% delle aventi sede legale nella provincia).



L'analisi per classe dimensionale mostra come il controllo periodico della sostenibilità assuma una certa rilevanza soltanto per le grandi imprese (si ricorda come le aziende del campione appartenenti alla classe dimensionale oltre 250 collaboratori ammontino a 23 unità).

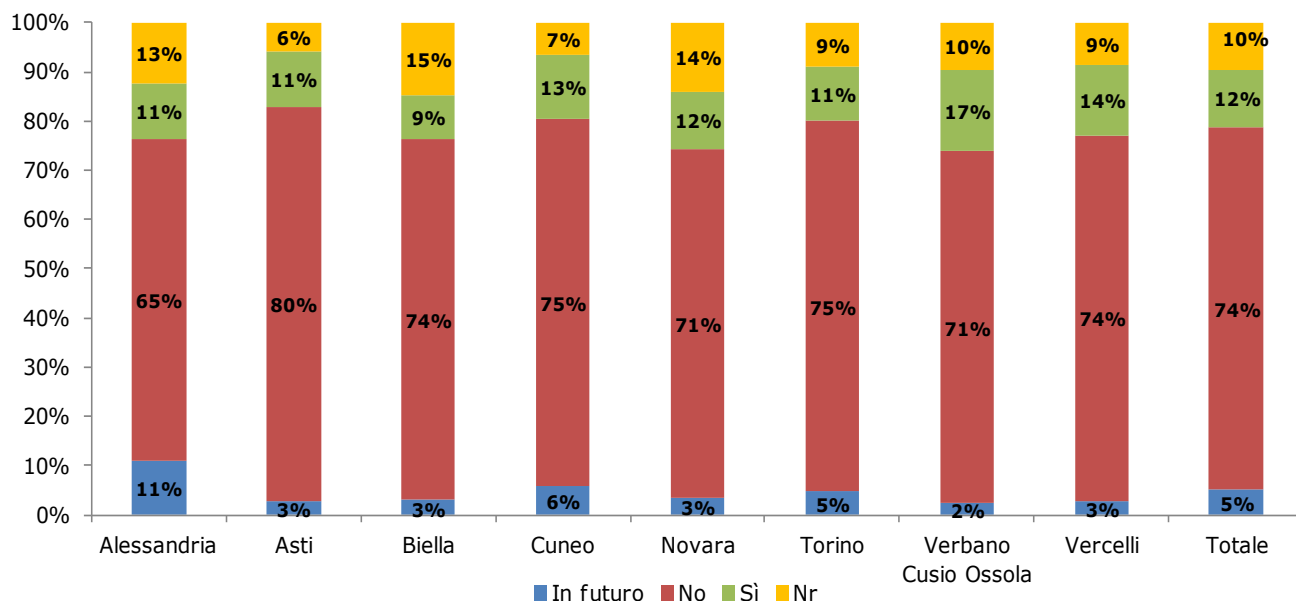
Il dettaglio settoriale, infine, non mostra alcuna differenziazione: si rileva, piuttosto, come la quota delle imprese che hanno risposto di non realizzare controlli di sostenibilità sia allineata al dato medio in tutti i comparti di attività economica analizzati.

3.3.2 L'azienda effettua controlli periodici della sostenibilità dei fornitori dei propri fornitori?

Con riferimento alla subfornitura, la quota delle imprese che eseguono controlli periodici della sostenibilità si riduce ulteriormente al 12% (soltanto 96 imprese di quelle partecipanti al monitoraggio hanno, infatti, dato una risposta positiva al quesito in esame). L'incidenza delle aziende che non effettuano dei controlli periodici della sostenibilità dei fornitori dei propri fornitori sale al 74% (604 unità).

Dall'analisi territoriale, settoriale e per classe dimensionale non emergono significativi aspetti e differenziazioni da rilevare.

L'azienda effettua controlli periodici della sostenibilità dei fornitori dei propri fornitori?

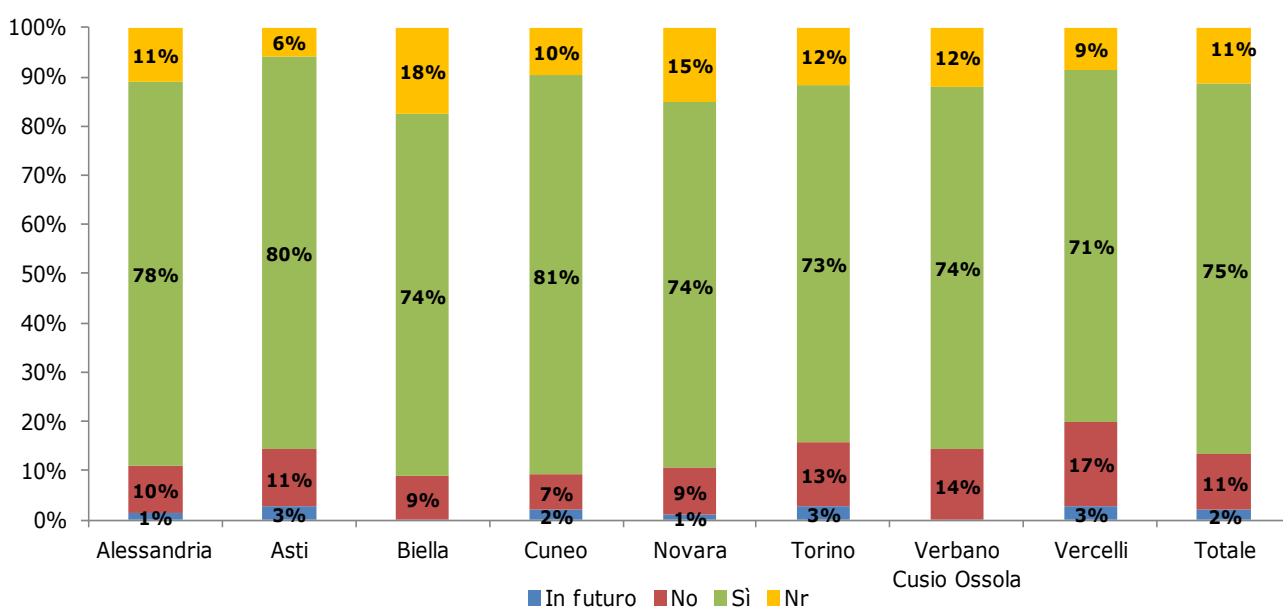


3.4. L'azienda rispetta i tempi di pagamento concordati con i fornitori?

Tra gli aspetti relativi alle azioni di Responsabilità Sociale, il rispetto dei tempi di pagamento concordati con i fornitori trova un ampio riscontro tra le imprese che hanno partecipato al monitoraggio: ammonta a 616 unità (il 75% delle rispondenti), infatti, il numero di aziende che hanno indicato di osservare le scadenze concordate con i fornitori. Sono, invece, soltanto 92 (corrispondenti, in termini relativi, a una quota pari all'11%) quelle che dichiarano di non rispettare i tempi di pagamento previsti.

Il dettaglio territoriale evidenzia come il rispetto dei tempi di pagamento avvenga a prescindere dalla provincia in cui hanno sede legale le imprese intervistate; tuttavia, si rileva come quelle dell'astigiano (l'80% del territorio in questione) siano le più virtuose.

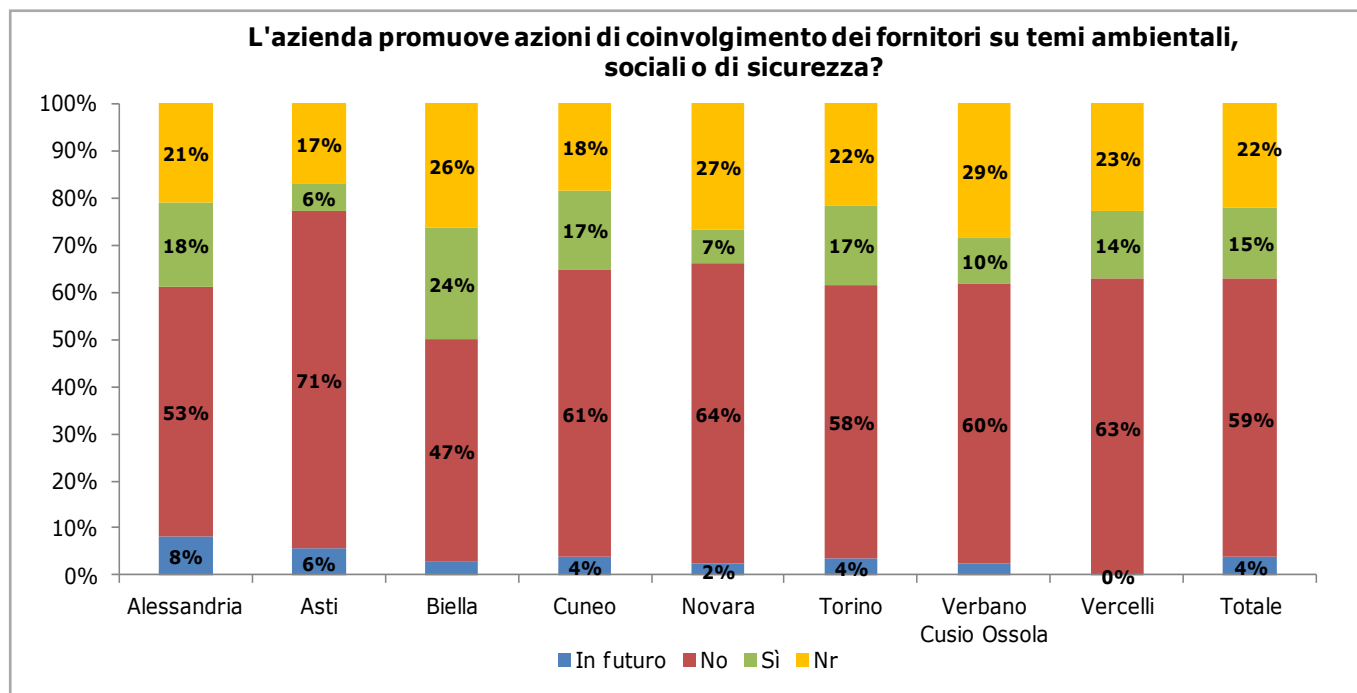
L'azienda rispetta i tempi di pagamento concordati con i fornitori?



L'analisi per classe dimensionale dei collaboratori e quella per settori di attività economica evidenziano come il rispetto dei tempi di pagamento sia indipendente dalla dimensione delle imprese e dall'appartenenza a uno specifico comparto di attività economica.

3.5 L'azienda promuove azioni di coinvolgimento dei fornitori su temi ambientali, sociali o di sicurezza?

Soltanto il 15% delle aziende coinvolte nel monitoraggio (pari, in valori assoluti, a 125 unità) ha segnalato di promuovere delle azioni che coinvolgano i fornitori su temi ambientali, sociali o di sicurezza. Risulta più elevata la quota (il 59%) delle imprese (484 unità) che hanno risposto negativamente. Si rileva come l'analisi di questo dato debba avvenire tenendo in considerazione la relativamente elevata numerosità delle imprese che non ha dato una risposta a questa domanda (il 22% delle intervistate, pari, in valori assoluti, a 179 unità).



L'analisi territoriale evidenzia una sostanziale omogeneità tra le risposte fornite dalle imprese, mentre quella per classe dimensionale dei collaboratori e per settore di attività economica evidenziano un maggior coinvolgimento dei fornitori sulle tematiche ambientali, sociali e di sicurezza da parte delle grandi imprese e di quelle che operano nel comparto delle costruzioni.

4. Clienti e portatori di interesse

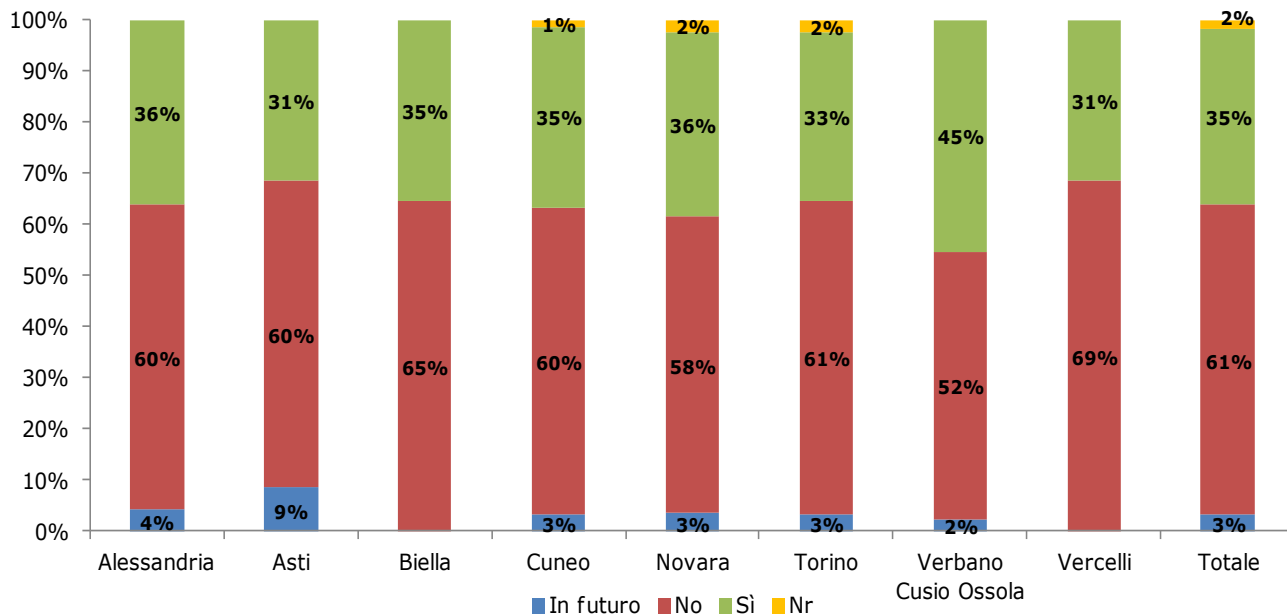
I rapporti con i clienti e portatori di interesse costituiscono una delle dimensioni più rilevanti. La rendicontazione (accountability) di quanto l'impresa realizza con specifico riguardo agli impatti sociali e a quelli ambientali, per esempio tramite la certificazione dei propri prodotti con etichettature che ne attestano la sostenibilità ambientale e la redazione di documenti che comunicano i risultati raggiunti sotto questo profilo, possono essere considerate tra le azioni responsabili che le aziende intraprendono nei confronti della propria clientela e dei propri stakeholder.

4.1 Nelle etichette dei prodotti o nella descrizione dei servizi sono presenti marchi che ne attestano la sostenibilità, simboli per il riciclo degli imballaggi, marchi verdi etc.?

Una quota pari al 35% delle imprese coinvolte nel monitoraggio (corrispondente, in valori assoluti, a 283 imprese) afferma che nei propri prodotti o nella descrizione dei propri servizi sono presenti marchi e simboli relativi la sostenibilità ambientale. È più elevata (il 61% del totale – pari a 496 unità) l'incidenza delle aziende che, invece, non adottano questo tipo di azione responsabile.

Le imprese della provincia del Verbano Cusio Ossola e di Vercelli, con una quota pari al 45% e al 69%, si distinguono, rispetto a quelle aventi sede legale nelle altre realtà provinciali, per la rispettivamente maggiore e minore propensione a etichettare i propri prodotti con marchi o simboli che ne attestino la sostenibilità ambientale.

Nelle etichette dei prodotti o nella descrizione dei servizi dell'azienda sono presenti marchi che ne attestano la sostenibilità, simboli per il riciclo degli imballaggi, marchi verdi etc. ?



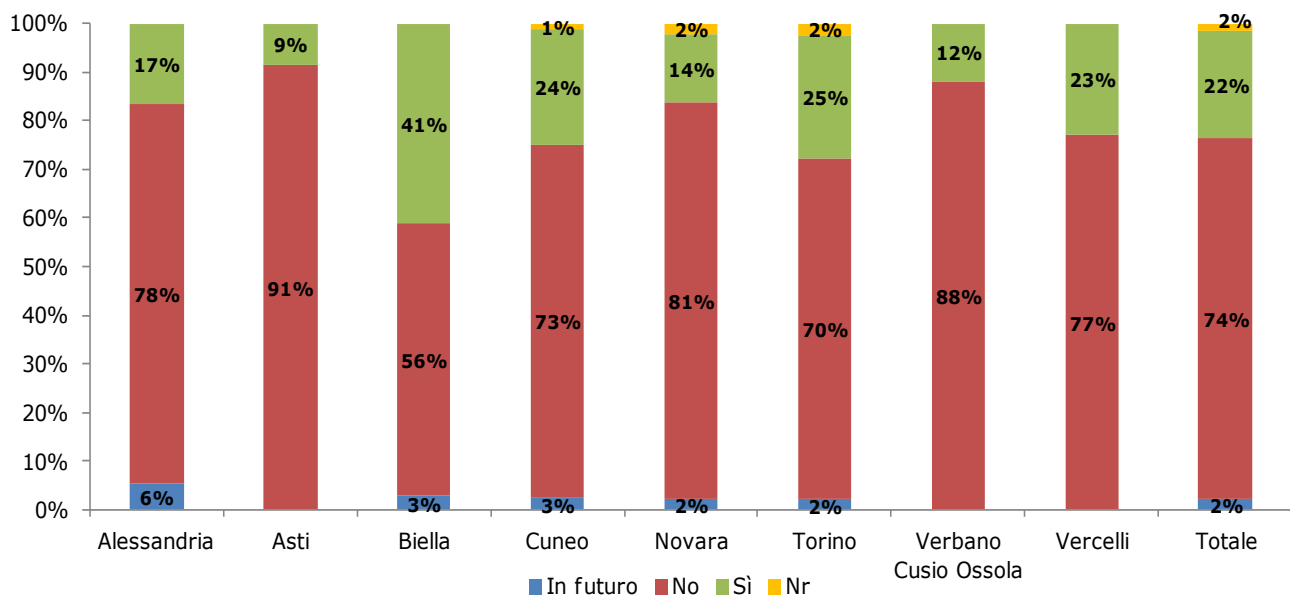
Dall'analisi settoriale emerge come siano più virtuose le imprese del commercio e del turismo; da quella per classe dimensionale dei collaboratori si osserva una sostanziale omogeneità nella natura affermativa/negativa della risposta fornita dalle imprese intervistate, eccezion fatta per le grandi imprese che sono più propense all'etichettatura dei propri prodotti con marchi o simboli che ne certifichino la sostenibilità.

4.2 L'azienda ha partecipato a iniziative (convegni, mostre, fiere, etc.) dedicate a temi sociali e ambientali?

Dall'indagine è emersa, nel complesso, una scarsa partecipazione a convegni, mostre e fiere dedicate ai temi sociali e ambientali. A fronte di una quota pari al 22% di aziende che hanno risposto positivamente (181 unità) si contrappone una quota pari al 74% (606 imprese) che, invece, ha dichiarato di non aver partecipato a questo tipo di iniziative.

Il dettaglio territoriale mostra come le imprese della provincia di Biella adottino in maggior misura quest'azione (con una quota del 41%), mentre quelle del Verbano Cusio Ossola e quelle aventi sede legale in provincia di Alessandria si caratterizzano per la minore partecipazione a iniziative di questo tipo.

L'azienda ha partecipato a iniziative (convegni, mostre, fiere, etc.) dedicate a temi sociali e ambientali?

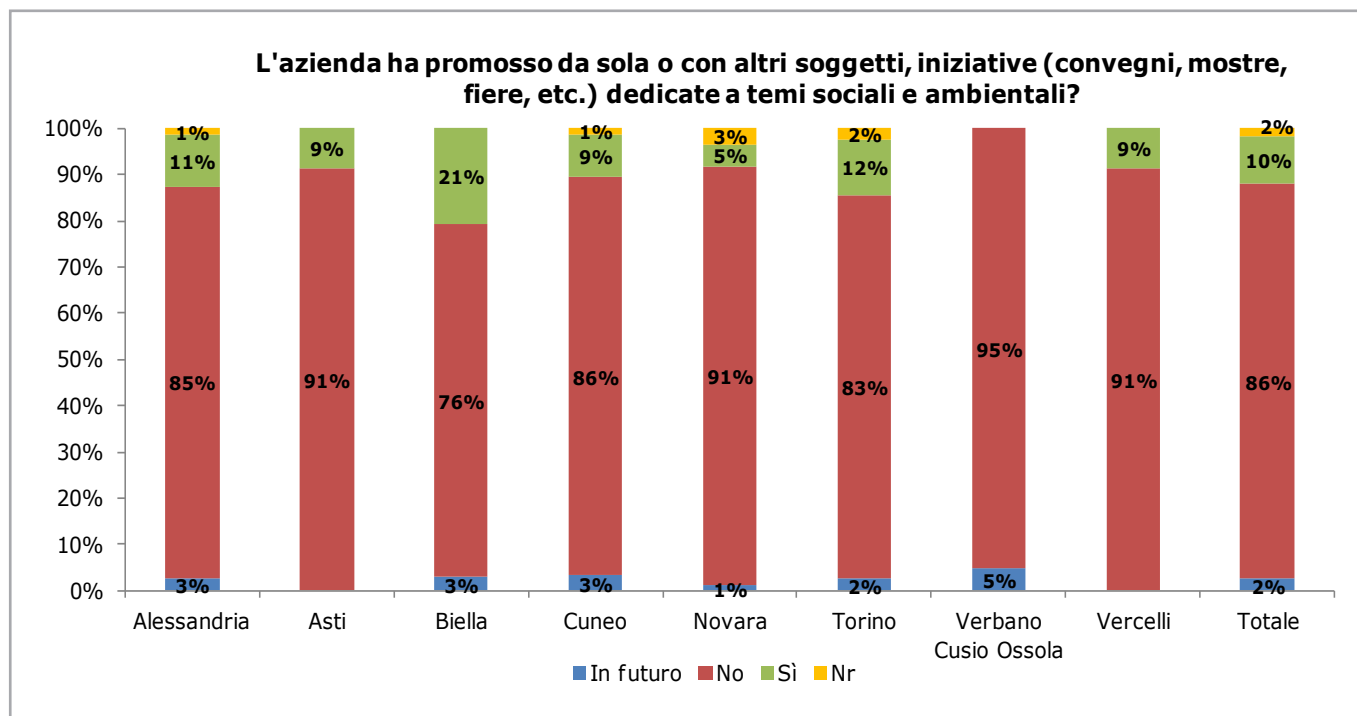


L'analisi per classe dimensionale e quella settoriale non evidenziano scostamenti degni di nota rispetto al dato medio nell'attuazione o meno di questo tipo di azione (l'unica eccezione è per le quali, invece, la partecipazione a iniziative dedicate a temi sociali e ambientali è avvenuta).

4.3 L'azienda ha promosso da sola o con altri soggetti, iniziative (premi, convegni, mostre, fiere etc.) dedicate a temi sociali e ambientali?

Appare più ridotta la quota delle imprese che hanno segnalato di aver promosso spontaneamente o con altri soggetti delle iniziative dedicate ai temi sociali ed ambientali (soltanto il 10% delle imprese rispondenti – vale a dire 82 delle imprese intervistate - ha, infatti, risposto di averne organizzato). Risulta, di converso più elevata la numerosità delle imprese che non ha promosso iniziative di questo tipo: 702 imprese (per una quota pari all'86% del totale).

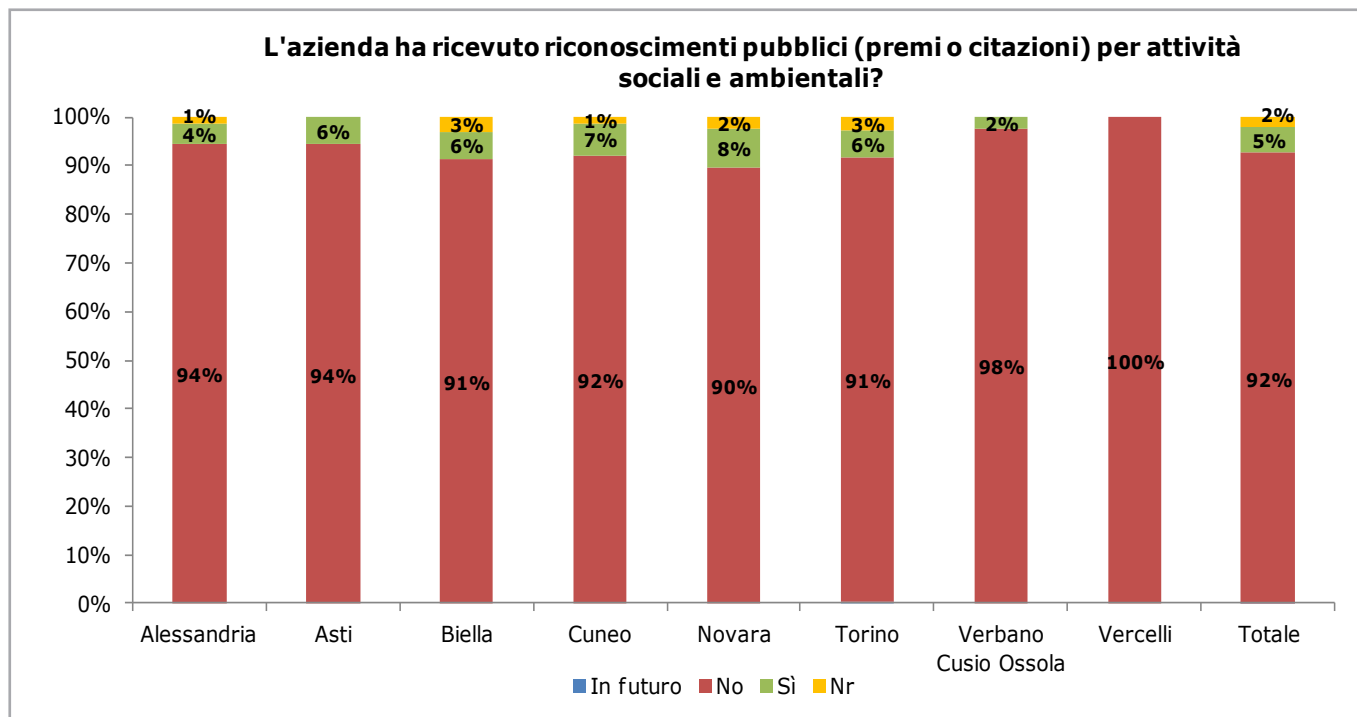
Il dettaglio territoriale, quello per classe dimensionale e per settore di attività economica conferma la scarsa organizzazione da parte delle imprese intervistate di convegni, fiere e manifestazioni sociali e ambientali. Soltanto una grande impresa su due ha organizzato iniziative di questo tipo (si ricorda, però, come esse ammontino a 23 unità sulle 819 imprese che hanno partecipato all'indagine).



4.4 L'azienda ha ricevuto riconoscimenti pubblici (premi o citazioni) per attività sociali e ambientali?

La quasi totalità delle aziende partecipanti al monitoraggio (il 92% del totale, corrispondente a 757 unità) ha dichiarato di non essere stata premiata con riconoscimenti pubblici per la conduzione di attività sociali e ambientali. Per contro, soltanto 16 imprese hanno risposto di averne ricevuti (il 5% delle rispondenti il questionario).

Come rilevato per i quesiti precedenti, anche in questo caso l'appartenenza a una specifica classe dimensionale o ad un settore peculiare non condiziona il comportamento delle aziende.

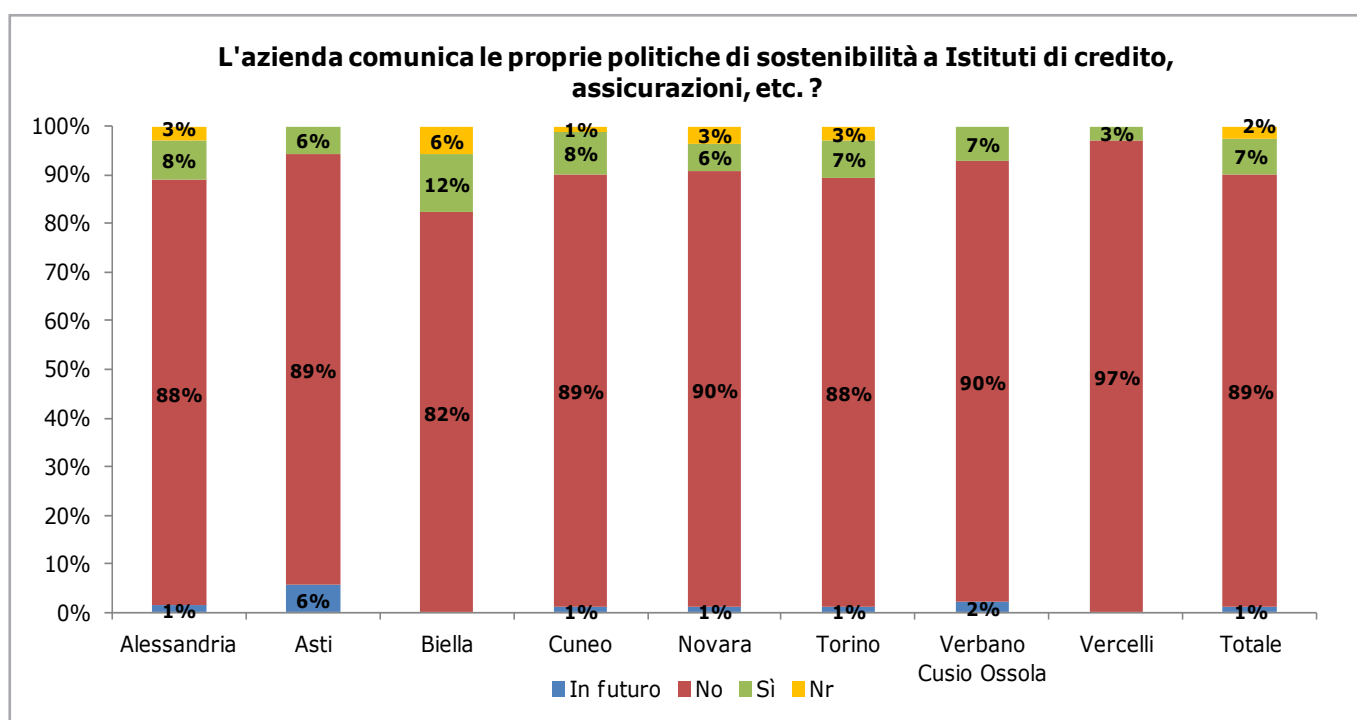


4.5 L'azienda comunica le proprie politiche di sostenibilità a Istituti di credito, assicurazioni etc.?

Anche la comunicazione delle politiche aziendali di sostenibilità a Istituti di credito e assicurazione risulta scarsamente diffusa: soltanto il 7% delle imprese intervistate (corrispondenti, in valori assoluti, a 61 imprese) ha, infatti, affermato di comunicare le proprie politiche di sostenibilità alle istituzioni finanziarie e assicurative.

L'analisi territoriale, così come quella per settore di attività economica, ha evidenziato una sostanziale omogeneità nelle risposte fornite dalle imprese intervistate.

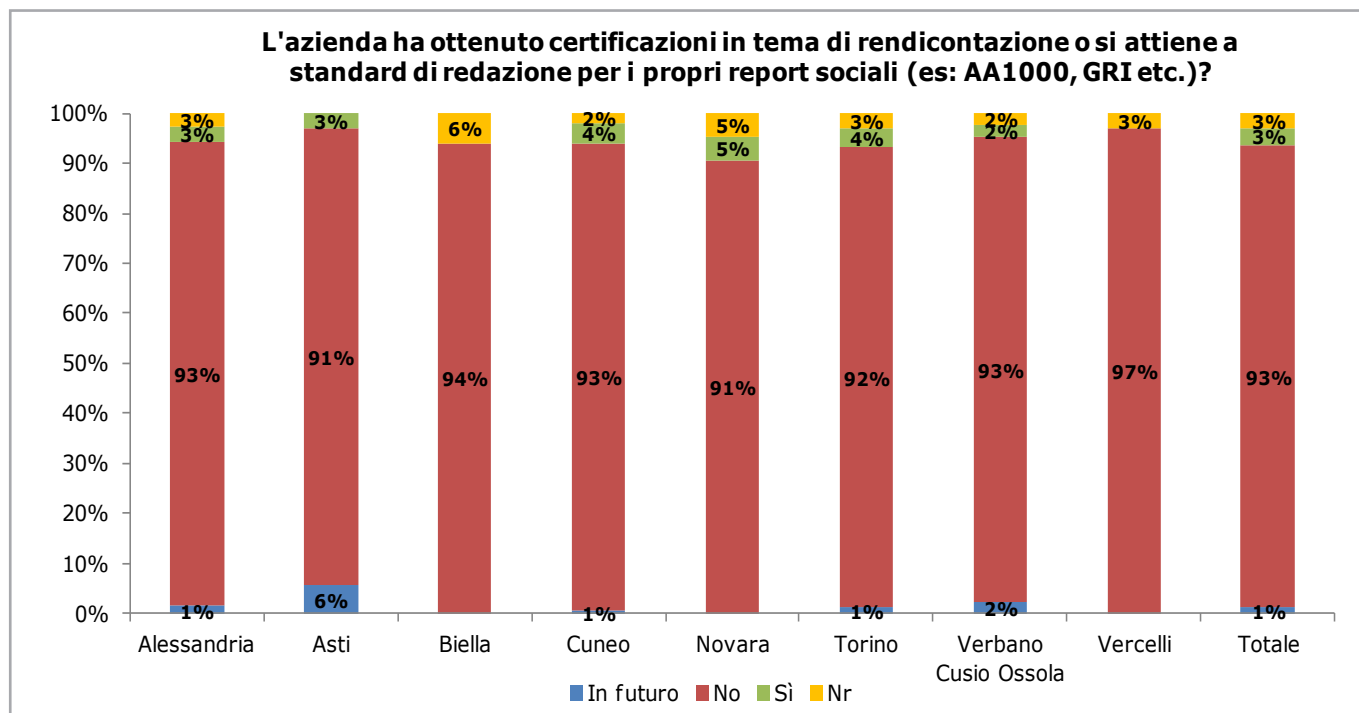
La comunicazione delle politiche di sostenibilità sembra invece dipendere dalla dimensione d'impresa, coinvolgendo in maggior misura le medie e grandi aziende (classi dimensionali 50-249 e oltre 250 collaboratori).



4.6 L'azienda ha ottenuto certificazioni in tema di rendicontazione o si attiene a standard di redazione per i propri report sociali (es: AA1000, GRI, etc.)?

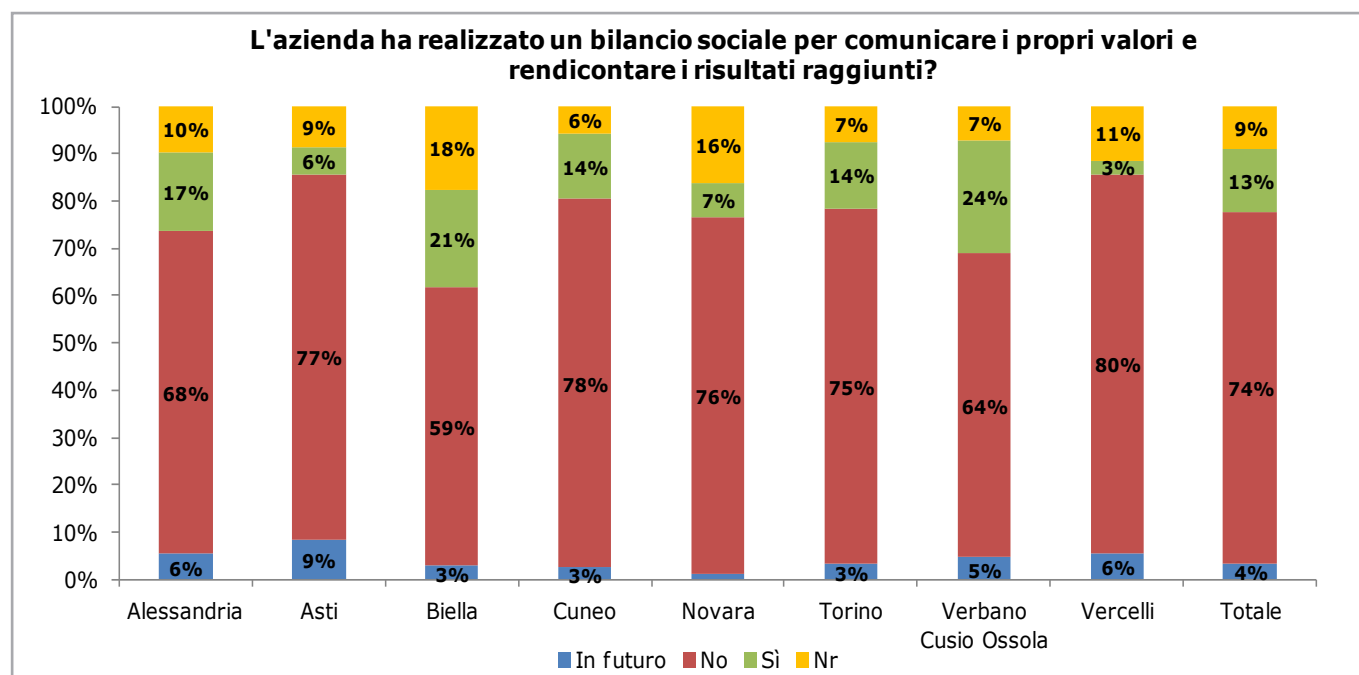
Tra le misure di responsabilità sociale nei confronti dei clienti e dei portatori di interesse, l'ottenimento di certificazioni che attestino la rendicontazione e il rispetto di determinati standard per la redazione dei propri report sociali riguarda soltanto 27 imprese (il 3%) di quelle che hanno partecipato al monitoraggio.

L'analisi territoriale, per classe dimensionale dei collaboratori e per comparto di attività economica conferma come questo tipo di strumenti siano utilizzati da un numero estremamente limitato di imprese a prescindere dal territorio in cui si trova la sede legale dell'azienda rispondente, dal comparto di attività e dalla dimensione che la caratterizza.



4.7.1 L'azienda ha realizzato un bilancio sociale per comunicare i propri valori e rendicontare i risultati raggiunti?

Analogamente a quanto rilevato per le risposte alle domande precedenti, un numero limitato di imprese (110 unità, il 13% delle rispondenti il questionario) ha dichiarato di aver realizzato un bilancio sociale per comunicare i propri valori e rendicontare i risultati raggiunti (contro una quota pari al 74% di imprese che, invece, non li ha redatti, corrispondente a 607 unità).



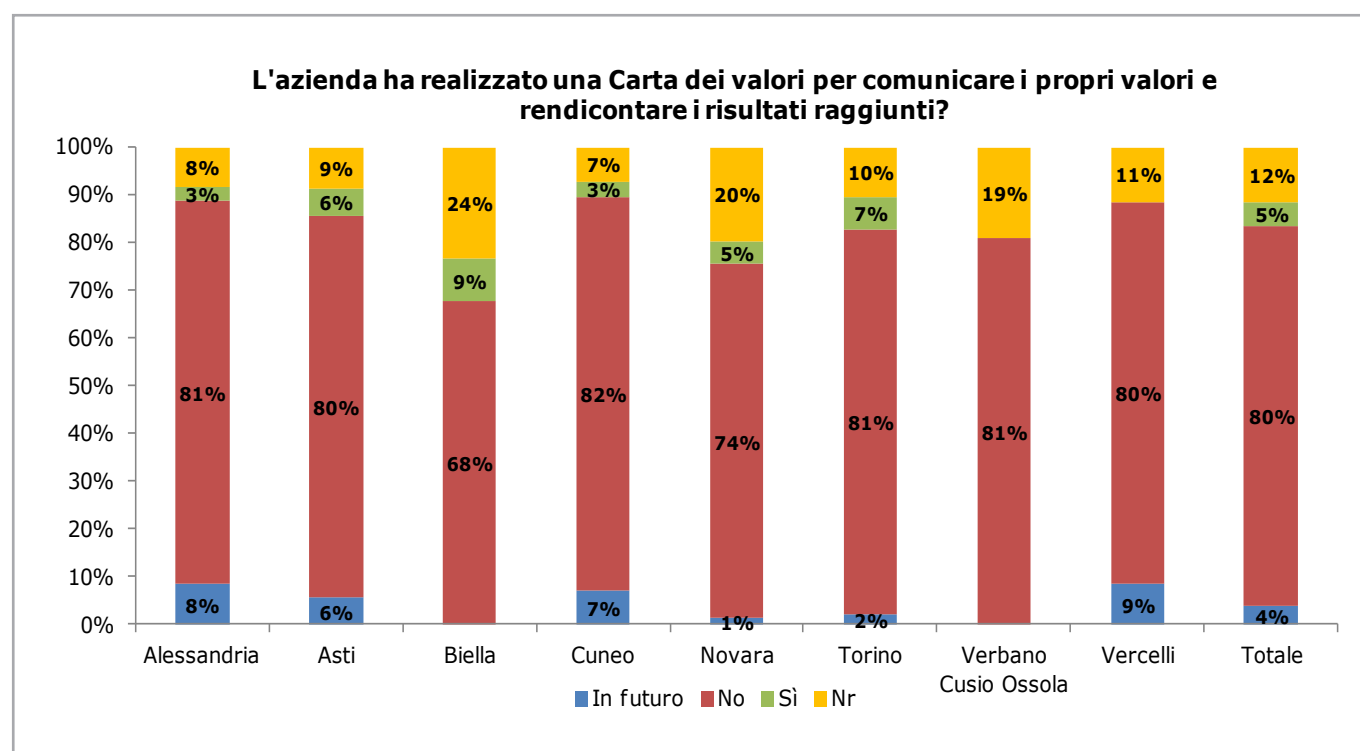
La scarsa numerosità di imprese che hanno dichiarato di redigere un bilancio sociale non consente di condurre un'analisi esaustiva per quanto concerne il dettaglio territoriale, quello per classe dimensionale dei collaboratori e quello per settore di attività economica.

4.7.2 L'azienda ha realizzato un bilancio sociale e ambientale/di sostenibilità per comunicare i propri valori e rendicontare i risultati raggiunti?

Il bilancio sociale e ambientale/di sostenibilità, tra gli strumenti realizzati per la comunicazione dei propri valori e per la rendicontazione dei risultati raggiunti, è quello che, in termini relativi, risulta meno diffuso: soltanto il 4% delle imprese rispondenti (corrispondenti a 35 unità) ha, infatti, risposto di redigerlo. 667 imprese (per una quota pari all'81%) hanno invece, risposto di non ricorrere a tale strumento di comunicazione dei propri valori e dei risultati raggiunti. Nell'interpretazione dei dati deve essere tenuta in debito conto, inoltre, la quota delle aziende che non hanno fornito una risposta (il 10% del totale delle imprese rispondenti che, in valori assoluti, corrisponde a 84 imprese).

4.7.3 L'azienda ha realizzato una Carta dei valori per comunicare i propri valori e rendicontare i risultati raggiunti?

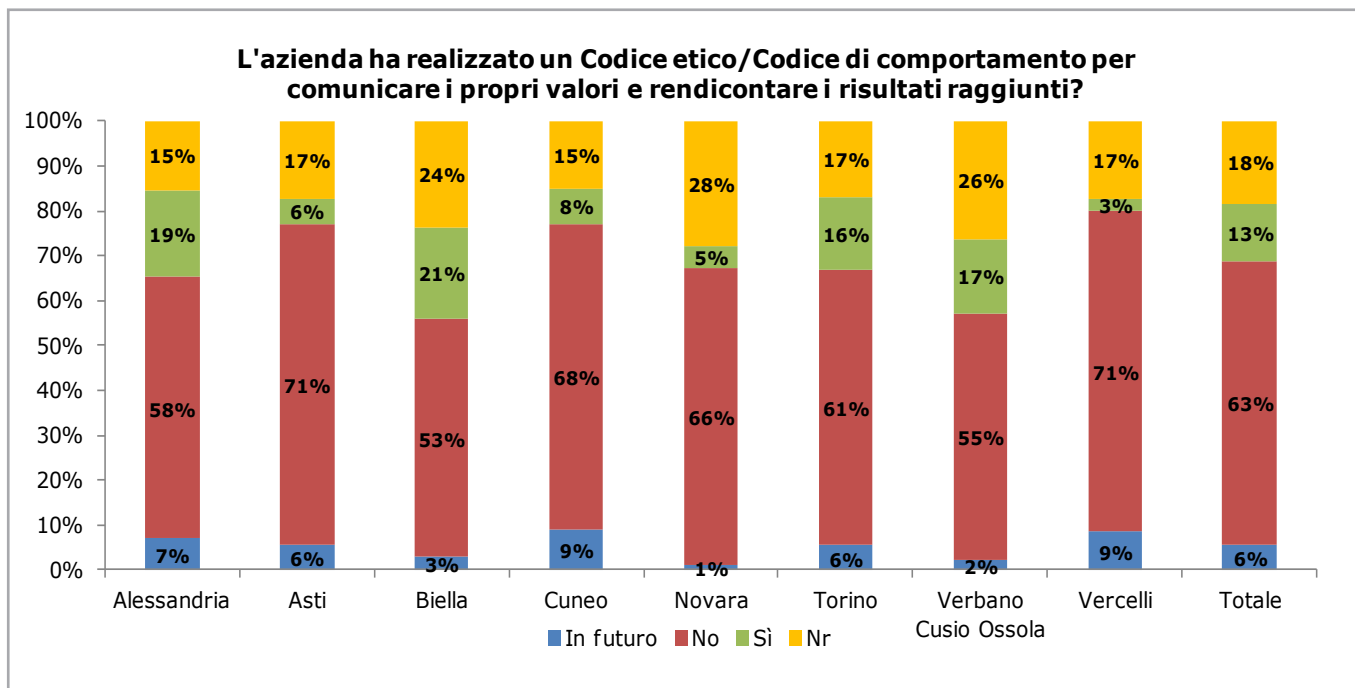
Soltanto quaranta imprese (il 5% del totale intervistate) segnalano di redigere una Carta dei valori per comunicare i propri valori. 95 aziende non hanno risposto a questo quesito (il 12% del totale) e 653 hanno risposto di non realizzare tale iniziativa (l'80% delle imprese coinvolte nel monitoraggio).



4.7.4 L'azienda ha realizzato un Codice etico/Codice di comportamento per comunicare i propri valori e rendicontare i risultati raggiunti?

Anche il Codice etico/Codice di comportamento si configura come uno strumento di comunicazione dei valori propri di un'azienda scarsamente utilizzato (anche se, congiuntamente con il bilancio sociale, risulta lo strumento di comunicazione più impiegato nel confronto con gli altri strumenti, precedentemente analizzati): risulta realizzato, infatti, da 110 imprese (il 13% del totale). Il 74% delle intervistate (pari, in valori assoluti, a 516 imprese) non realizza un Codice etico e il 18% (cioè 150 imprese) non ha risposto.

La diversa incidenza di risposte fornite a livello settoriale, territoriale e per classe dimensionale dei collaboratori non rende agevole la conduzione di un'analisi maggiormente dettagliata.

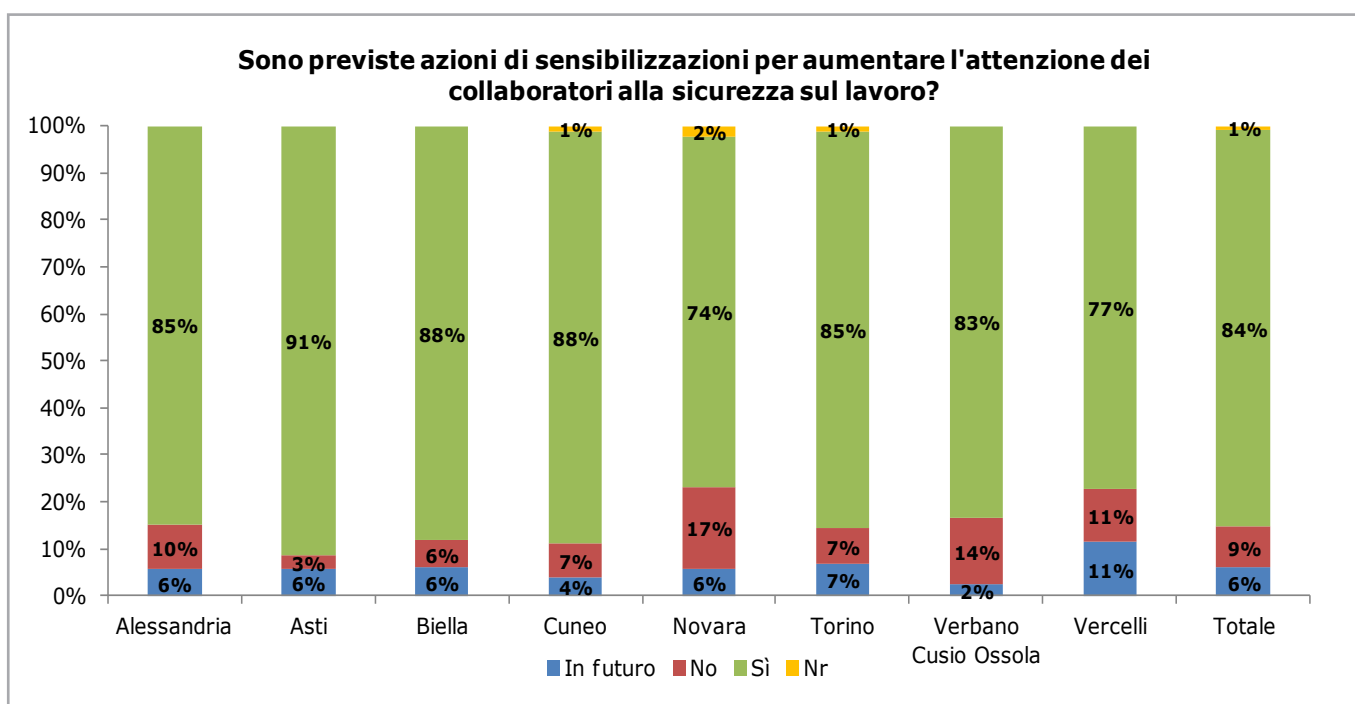


5. Risorse umane

L'ambito delle risorse umane è relativo alla dimensione interna della Responsabilità Sociale d'Impresa. Le imprese possono adottare specifiche politiche interne in materia di risorse umane che possono, per esempio, migliorare le condizioni lavorative, consentire una migliore conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, garantire una maggiore sicurezza in termini sanitari e assistenziali, favorire l'accesso a categorie di lavoratori diversamente abili e politiche che tengano conto della crescita e della soddisfazione dei lavoratori. Tra le azioni e gli strumenti che rientrano in quest'ambito si evidenziano la formazione, la flessibilità degli orari, l'integrazione dei lavoratori diversamente abili, facilitazioni e benefici aziendali.

5.1 Sono previste azioni di sensibilizzazione per aumentare l'attenzione dei collaboratori sulla sicurezza sul lavoro?

689 imprese (l'84% delle rispondenti il questionario) hanno dichiarato di compiere azioni di sensibilizzazione al fine di aumentare l'attenzione dei collaboratori sulla sicurezza del lavoro. Risulta relativamente esigua (il 9%) la quota delle aziende (73 unità) che hanno risposto di non attuare quest'azione.



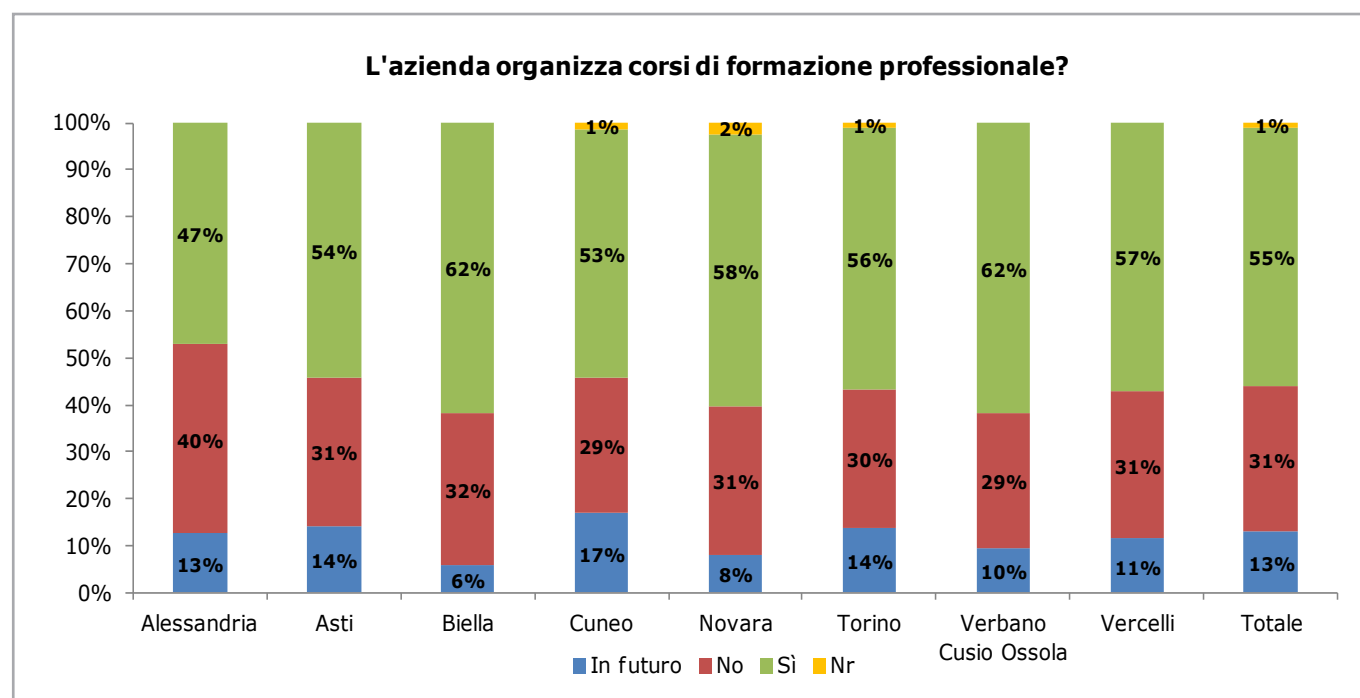
Il dettaglio territoriale mostra come il ricorso a queste azioni di sensibilizzazione sia più diffuso tra le imprese aventi sede legale nelle province di Asti, Biella e Cuneo; viceversa, per le aziende delle province di Vercelli e Novara, la quota delle imprese che utilizzano questo tipo di azione risulta inferiore rispetto al dato medio.

Le imprese coinvolte nel monitoraggio segnalano di realizzare azioni di sensibilizzazione a favore dei propri collaboratori in materia di sicurezza sul lavoro indipendentemente dalla classe dimensionale e dal settore di appartenenza.

5.2 L'azienda organizza corsi di formazione professionale?

Poco più di un'impresa su due delle aziende coinvolte nell'indagine (per una quota pari al 55%, 452 unità in valori assoluti) ha affermato di organizzare dei corsi di formazione professionale, 107 imprese hanno segnalato di prevederne un'organizzazione futura (il 13% del totale) e 252 (il 31% delle imprese rispondenti il questionario) di non organizzarli.

L'analisi territoriale mostra una maggiore propensione ad organizzare corsi di formazione professionale da parte delle aziende del biellese e del Verbano Cusio Ossola (azione dichiarata dal 62% delle imprese rispondenti di entrambi i territori).



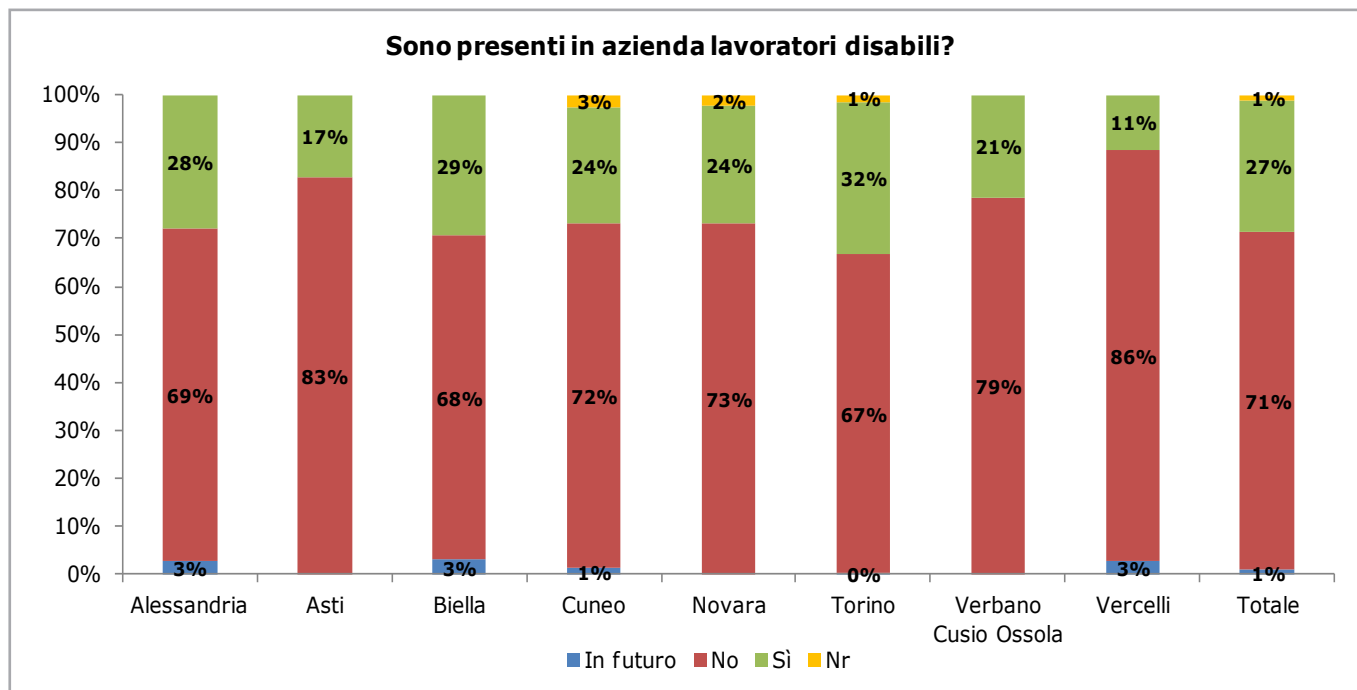
L'organizzazione di corsi di formazione professionale aumenta al crescere della dimensione delle imprese e caratterizza soprattutto le aziende che svolgono la loro attività nei comparti delle costruzioni e dei servizi.

5.3 Sono presenti in azienda lavoratori disabili?

La presenza di lavoratori disabili nei propri organici è dichiarata da 222 imprese (il 27% di quelle che hanno partecipato al monitoraggio). 579 (il 71% del totale) imprese, invece, dichiarano di non avere personale disabile nel proprio organico.

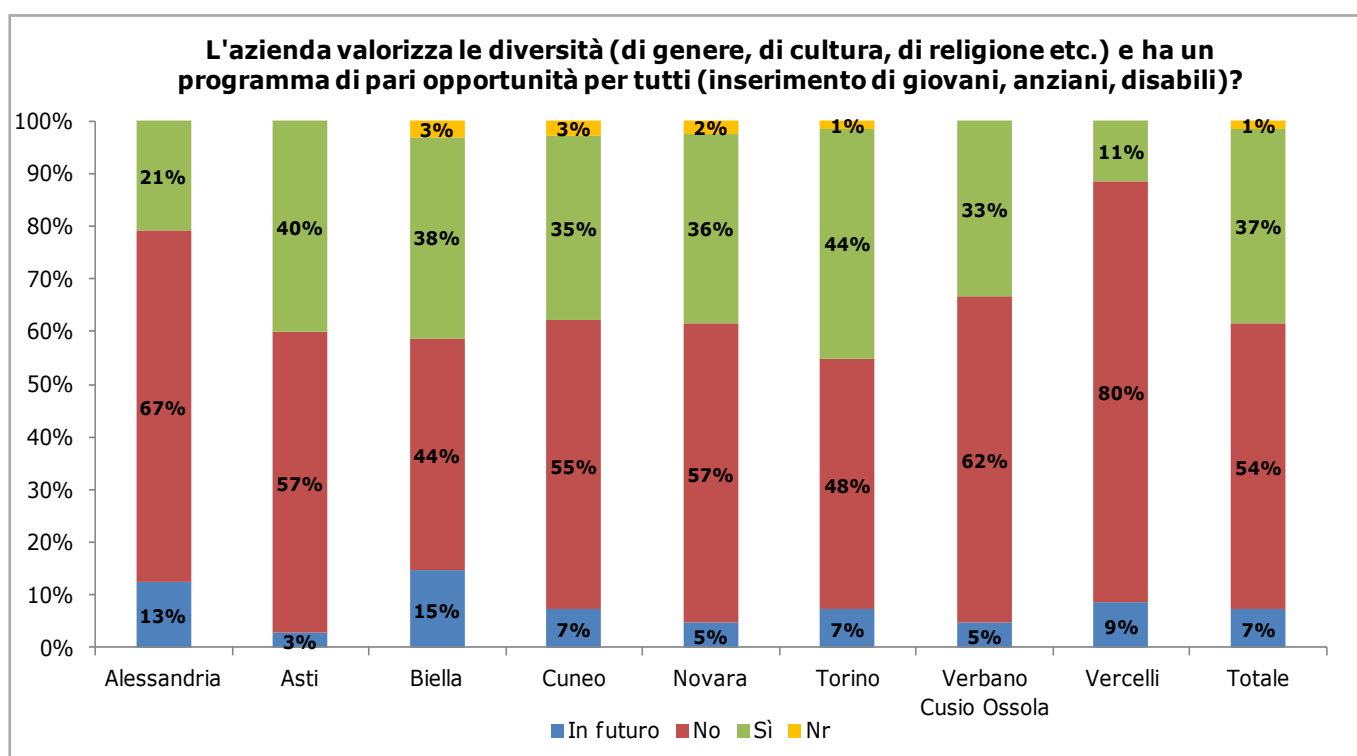
Dall'analisi territoriale si osserva una relativa omogeneità tra le risposte fornite; tuttavia, si rileva come le imprese della provincia di Torino e di quella di Vercelli si caratterizzano, rispettivamente, per la maggiore e minore presenza di personale disabile nei propri organici.

Anche l'analisi per settore di attività economica rileva una sostanziale omogeneità nella "scarsa" presenza di lavoratori disabili; mentre il dettaglio per classe dimensionale dei collaboratori mostra come soltanto per le medie e grandi aziende si rileva una quota prevalente di risposte positive rispetto a quelle negative.



5.4 L'azienda valorizza la diversità (di genere, di cultura, di religione etc.) e ha un programma di pari opportunità per tutti (inserimento di giovani, di anziani, disabili)?

La valorizzazione della diversità (di genere, di cultura, di religione) e il possesso di un programma di pari opportunità coinvolge 303 imprese (il 37% di quelle partecipanti al monitoraggio); le aziende che non aderiscono a quest'azione responsabile ammontano a 443 unità (il 54% delle rispondenti), mentre 61 prevedono di dotarsi di un programma di pari opportunità e di provvedere alla valorizzazione delle diversità in futuro. Il dettaglio territoriale mostra come la valorizzazione della diversità e i programmi di pari opportunità per tutti i lavoratori presenti in azienda siano maggiormente diffusi tra le imprese delle province di Torino e Asti (il 44% e il 40% delle rispondenti dei rispettivi territori). Al contrario le aziende vercellesi si contraddistinguono per essere le meno virtuose (soltanto l'11% delle rispondenti della provincia ha risposto, infatti, affermativamente).



L'analisi per classe dimensionale dei collaboratori e quella per settore di attività economica non evidenziano, invece, scostamenti rispetto al dato medio osservato.

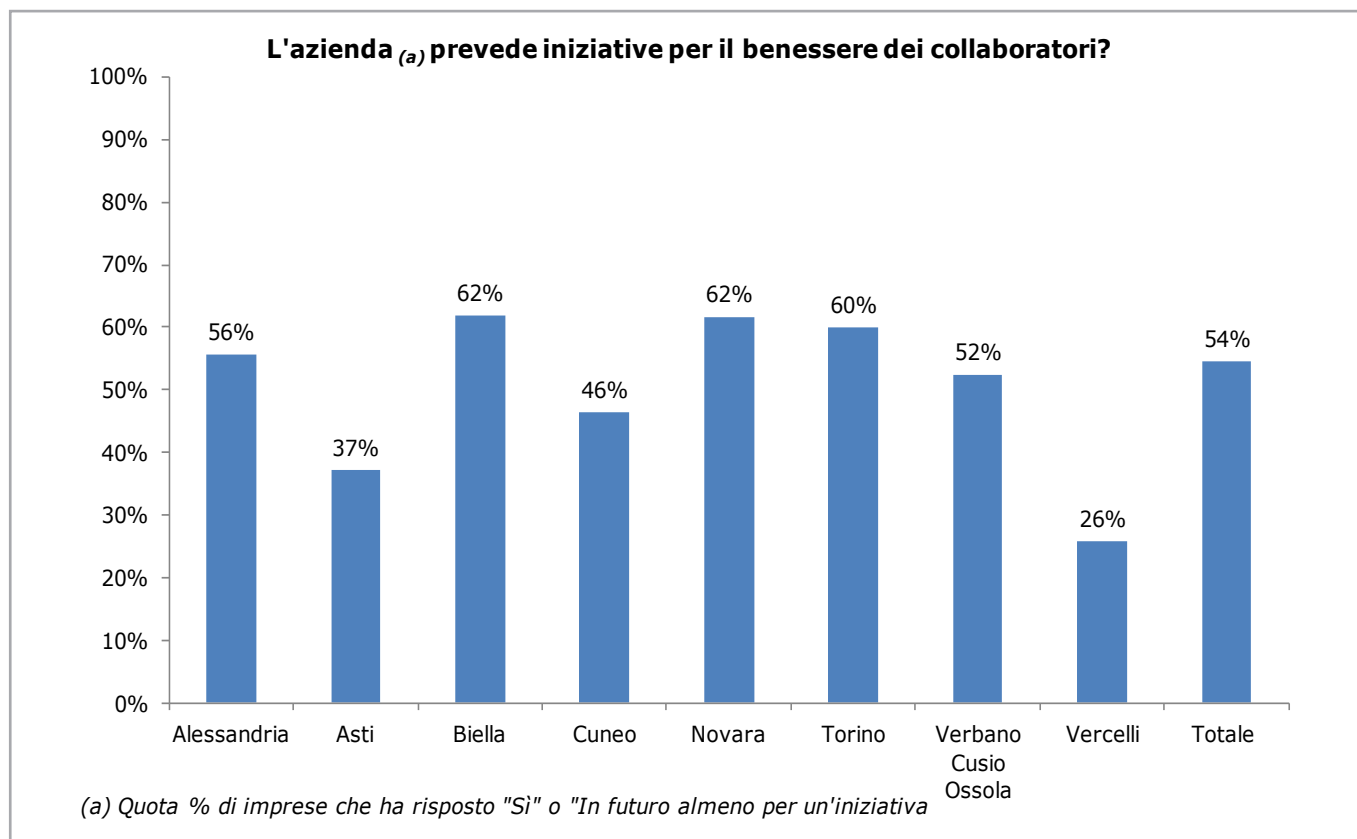
5.5 L'azienda prevede iniziative per il benessere dei collaboratori?

Data la numerosità delle varie iniziative di benessere previste dalla domanda in esame (alcune delle quali verranno illustrate successivamente), è risultato più agevole elaborare una risposta complessiva, sommando le modalità "sì" e "in futuro" per ciascuna delle variabili che sono state scelte per indagare e analizzare il tema del benessere dei collaboratori. In questo modo si è ottenuto il numero delle imprese (446, pari, in termini relativi, al 54% delle partecipanti all'indagine) che hanno previsto di adottare almeno un'iniziativa per il benessere dei collaboratori.

Il dettaglio territoriale evidenzia come siano le imprese delle province di Biella, Novara e Torino quelle che prevedono di realizzare in maggior misura iniziative volte a contribuire al benessere dei propri collaboratori. Le aziende delle province di Asti e Vercelli invece, mostrano una minore sensibilità nei confronti di queste tematiche (rispettivamente il 37% e il 26% delle rispondenti aventi sede legale in questi territori ha, infatti risposto "sì" o "in futuro").

Rispetto alla classe dimensionale, si osserva come anche le piccole imprese segnalino di prevedere iniziative per il benessere dei collaboratori in misura maggiore rispetto a quelle che, invece, non le prevedono. Al contrario, tra le micro imprese (classe dimensionale "fino a 9 collaboratori") prevale la quota di aziende che, invece, non prevede o non ha previsto iniziative volte a migliorare la qualità della vita dei propri collaboratori.

Quanto, infine, al settore di attività economica, si riscontra una maggiore propensione alla realizzazione di iniziative per il benessere dei collaboratori per le imprese turistiche e dei servizi.

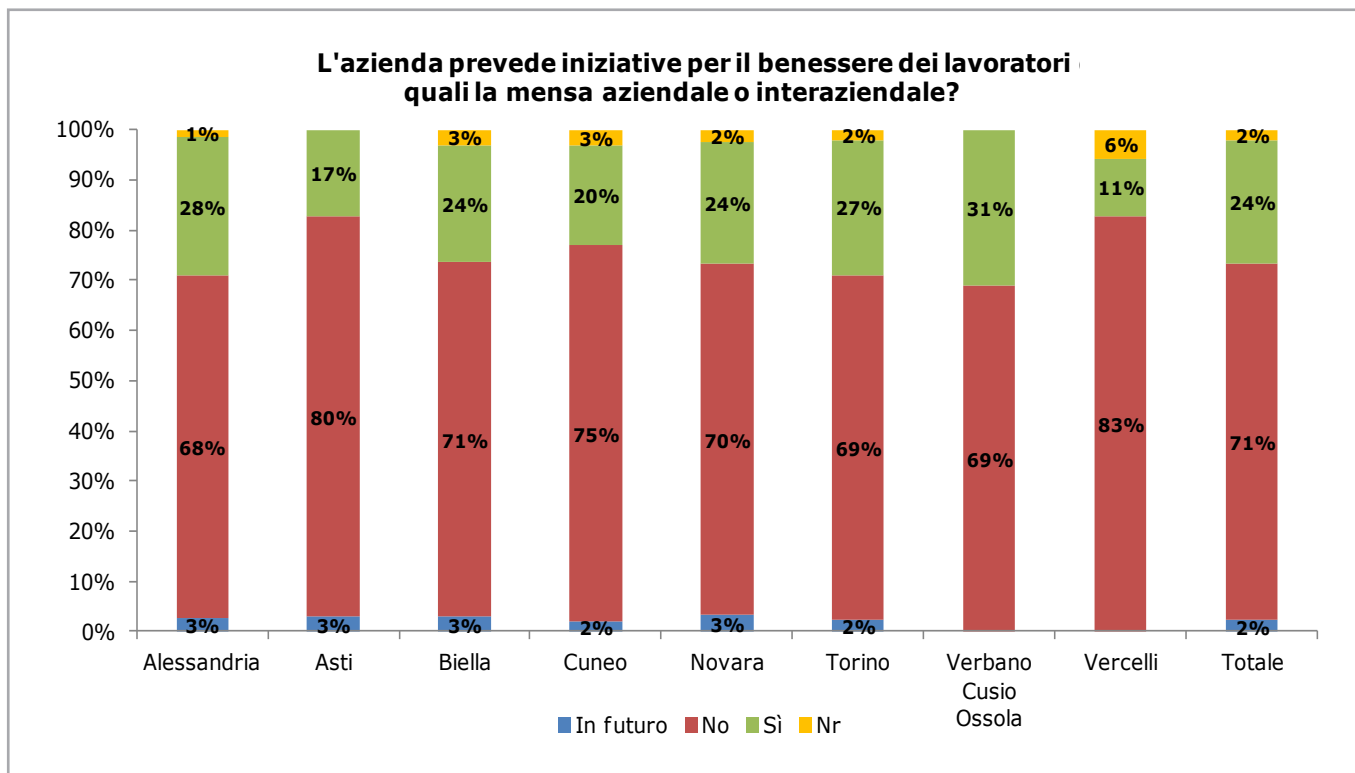


5.5.1 L'azienda prevede iniziative per il benessere dei collaboratori quali la mensa aziendale o interaziendale?

La mensa aziendale o interaziendale è offerta da 200 imprese (il 24% del totale), mentre 582 delle partecipanti (il 71% del totale) non prevedono servizi di mensa per i propri collaboratori.

Il dettaglio territoriale segnala come tale iniziativa sia adottata in misura lievemente superiore dalle imprese delle province del Verbano Cusio Ossola, di Alessandria e di Torino.

⁸ Si è scelto di commentare nel dettaglio soltanto le iniziative intraprese da almeno il 10% delle imprese rispondenti e quelle per le quali non si è registrato un elevato tasso di non risposte.

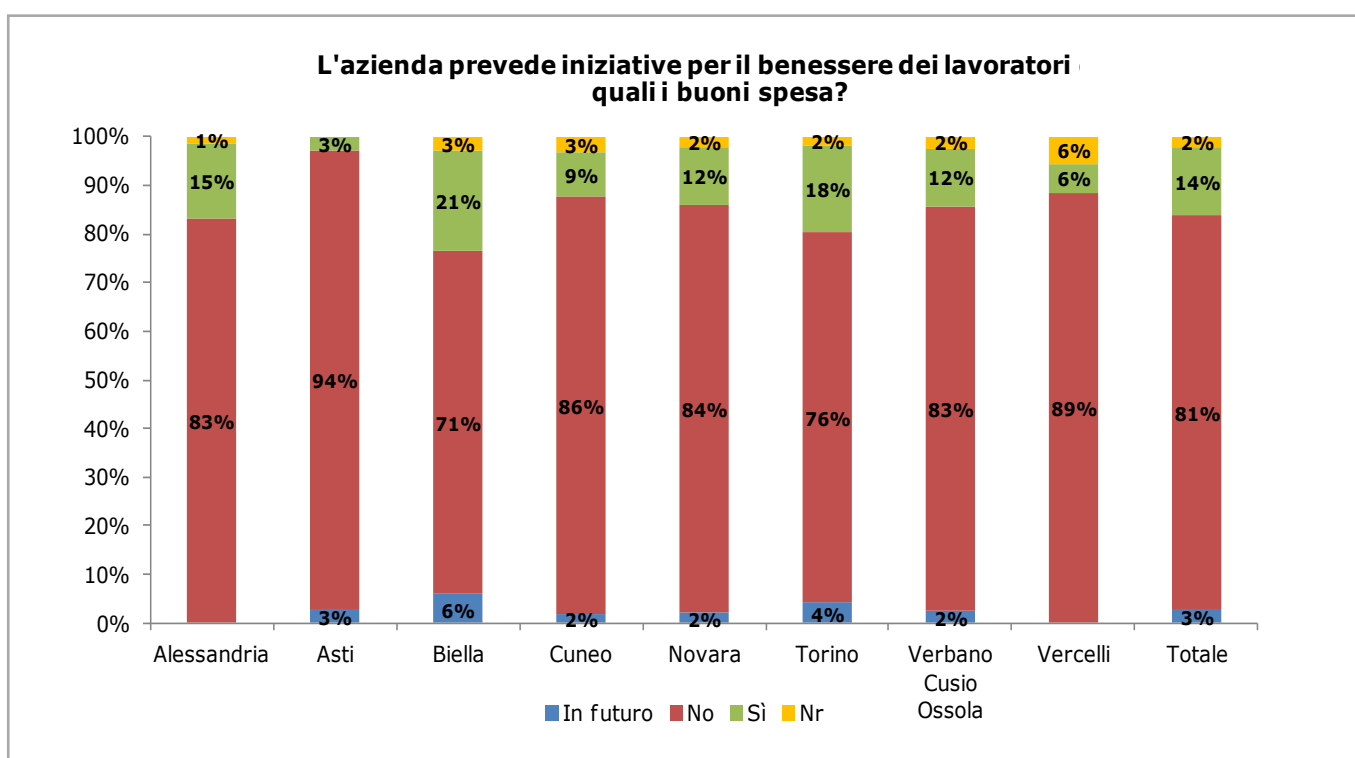


L'analisi per classe dimensionale e per settore di attività economica mostrano come non vi sia alcun collegamento tra queste due variabili e la previsione/non previsione di un servizio di mensa aziendale o interaziendale (ad eccezione delle grandi imprese e del turismo che, si ricorda costituiscono soltanto una quota esigua del campione).

5.5.2 L'azienda prevede iniziative per il benessere dei collaboratori quali i buoni spesa?

Soltanto 114 aziende di quelle che hanno partecipato al monitoraggio forniscono ai propri collaboratori buoni da utilizzare per la spesa.

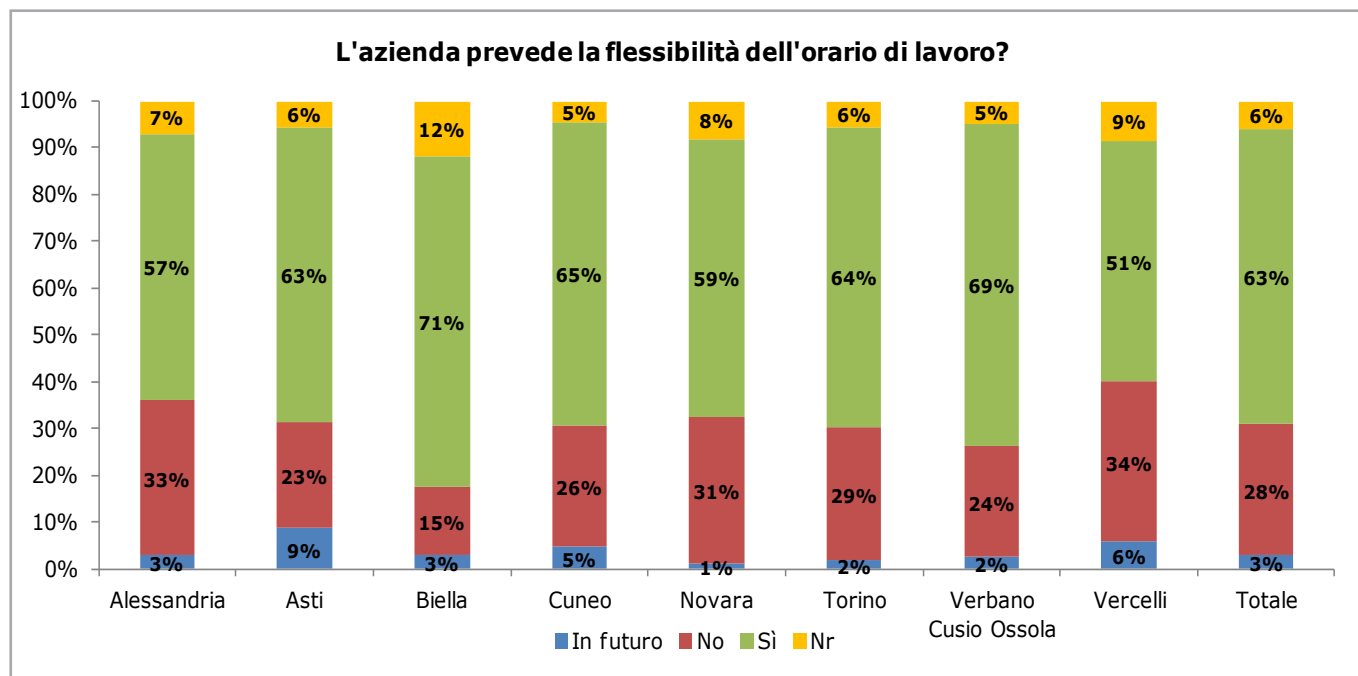
L'analisi territoriale, per classe dimensionale e per settore di attività economico restituiscono un quadro sostanzialmente omogeneo, non evidenziando risultati significativamente diversi rispetto al dato medio.



5.5.3 L'azienda prevede iniziative per il benessere dei collaboratori quali le assicurazioni e contributi per visite mediche specialistiche?

166 imprese (il 20% di quelle che hanno partecipato all'indagine) hanno dichiarato di prevedere iniziative e contributi per visite mediche specialistiche in favore dei propri collaboratori. Non ne prevedono, invece, 588 aziende (il 72%).

Il dettaglio territoriale mostra un maggior ricorso a questo tipo di prestazione per la salute dei collaboratori tra le aziende della provincia di Novara.

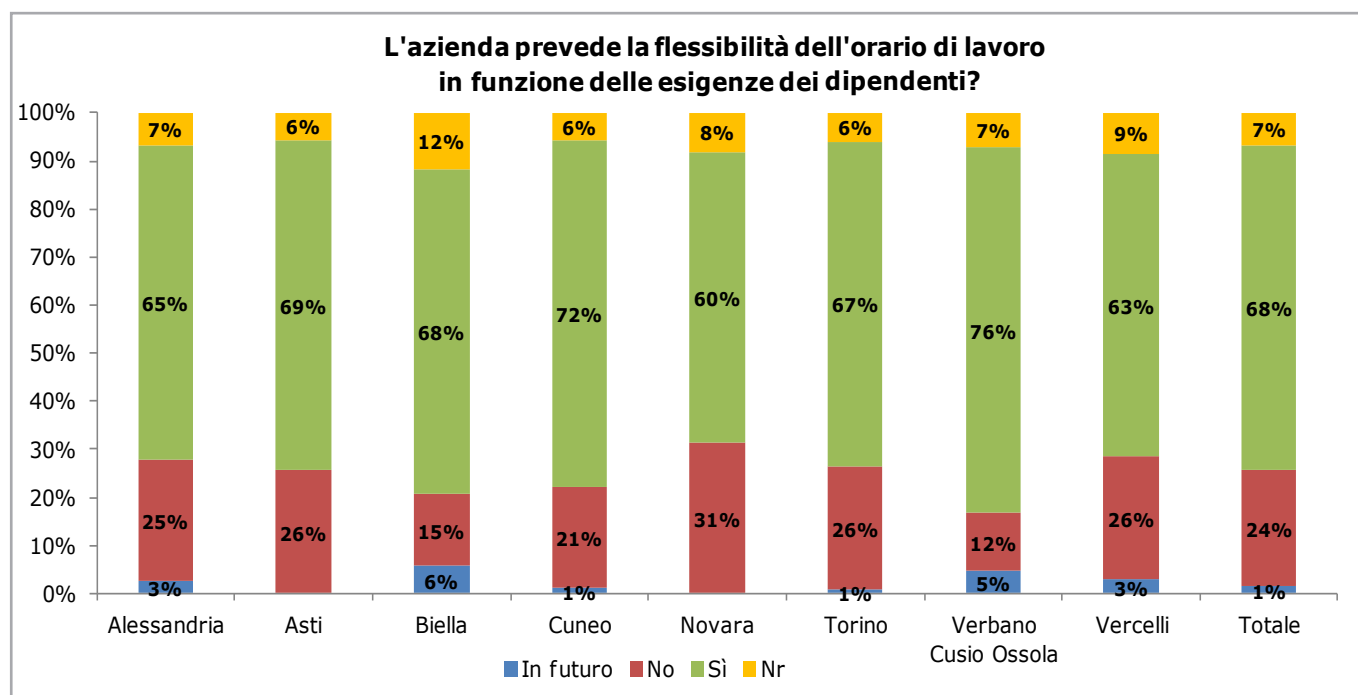


Tra i settori, risulta relativamente più virtuoso il commercio, mentre, per quanto concerne il dettaglio per classe dimensionale, quest'azione è realizzata in maggior misura dalle grandi imprese.

5.6. L'azienda prevede la flessibilità dell'orario di lavoro?

La flessibilità degli orari di lavoro è prevista per oltre sei imprese su dieci di quelle che hanno partecipato al monitoraggio (516 unità).

Il dettaglio territoriale mostra come l'adozione della flessibilità dell'orario di lavoro sia relativamente più elevato per le imprese della provincia di Biella (il 71% delle rispondenti di questo territorio).



Quanto alla classe dimensionale dei collaboratori, se ne osserva un maggior ricorso all'aumentare della dimensione delle imprese.

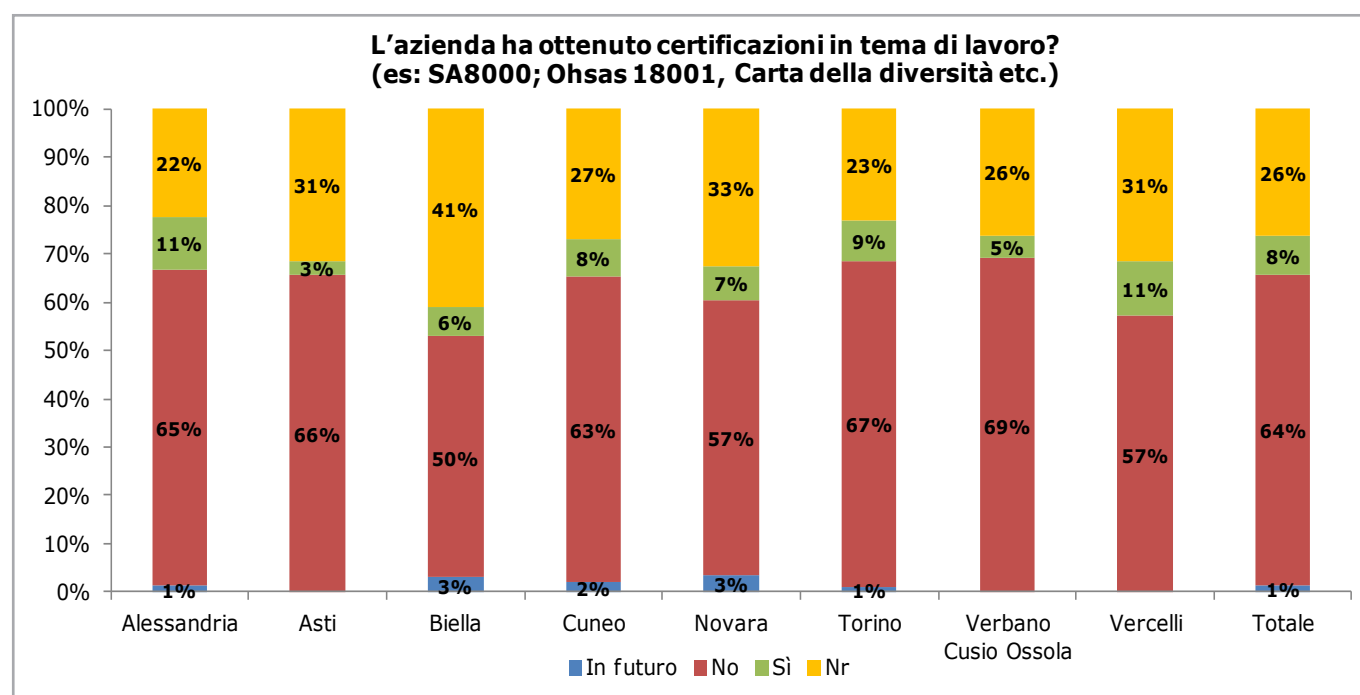
Il dettaglio per settore di attività economica mostra, infine, come siano le imprese dei servizi a prevedere orari di lavoro flessibili, mentre tra le imprese delle costruzioni si riscontra il maggior tasso di risposta negativa.

5.6.1 L'azienda prevede la flessibilità dell'orario di lavoro in funzione delle esigenze dei dipendenti?

La quota d'impresе che ha introdotto orari di lavoro flessibili prestando particolare attenzione alle necessità dei dipendenti sale al 68% (554 aziende). 198 aziende (il 24%), invece, non ne fanno ricorso.

Il dettaglio territoriale mostra una maggiore propensione a prevedere orari di lavoro flessibili in funzione delle necessità dei dipendenti da parte delle imprese delle province di Verbano Cusio Ossola e di Novara.

L'analisi per classe dimensionale mostra una maggiore attenzione alle esigenze dei dipendenti nell'introduzione di orari di lavoro flessibili da parte delle grandi imprese, mentre quella per comparto di attività economica evidenzia una maggiore diffusione della flessibilità degli orari di lavoro tra le imprese dell'industria in senso stretto e dei servizi.



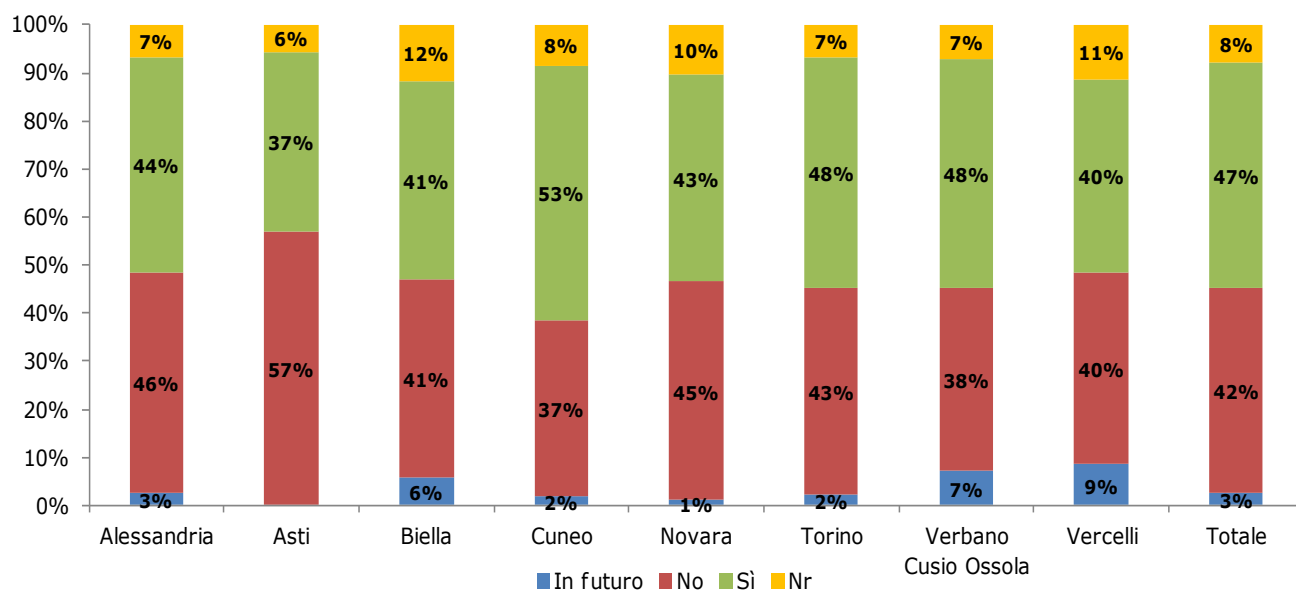
5.6.2 L'azienda prevede flessibilità dell'orario di lavoro in particolare per i genitori?

La flessibilità degli orari di lavoro sembra non essere legata alla genitorialità: l'incidenza delle imprese che rispondono di porre maggiore riguardo ai genitori scende, infatti, al 47% (384 imprese). 348 aziende (il 42% delle intervistate) hanno fornito una risposta negativa, mentre 65 non hanno risposto (l'8% delle rispondenti).

Il dettaglio territoriale mostra come la numerosità delle aziende che hanno dato una risposta positiva sia maggiore rispetto alla media soltanto tra le imprese della provincia di Cuneo; quelle dell'astigiano, invece, si distinguono per la minore propensione a prevedere orari di lavoro flessibili in funzione delle necessità di dipendenti genitori.

L'analisi per classe dimensionale e per settore di attività economica non evidenzia differenziazioni rilevanti rispetto al dato medio, eccezion fatta per i servizi (che si distinguono per la maggiore responsabilità sociale sotto questo profilo).

L'azienda prevede la flessibilità dell'orario di lavoro in particolare per i genitori?



5.7 Nell'azienda ci sono rappresentanti del personale democraticamente eletti?

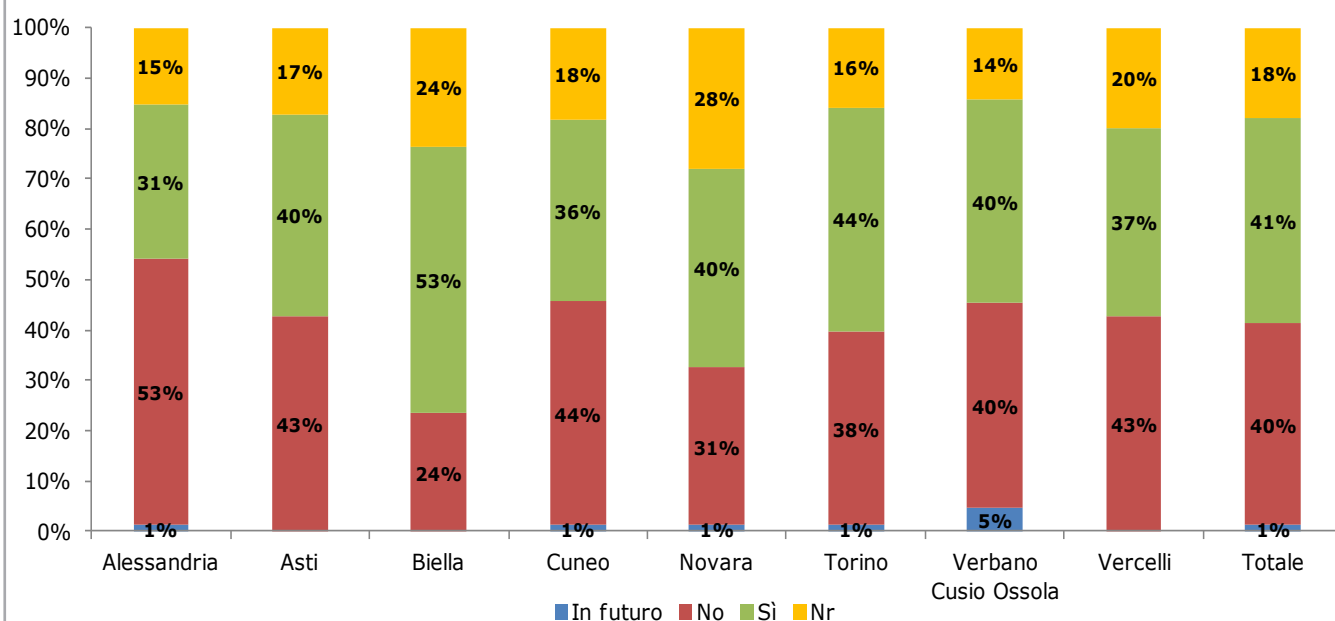
Le imprese nelle quali vi è la presenza di rappresentanti del personale eletti democraticamente ammontano a 334 unità (il 41 % delle imprese rispondenti). Una quota pari al 40% (327 unità) ha risposto, invece, negativamente. 147 imprese (il 18% delle imprese partecipanti al progetto di monitoraggio) non hanno, invece, fornito alcuna risposta. L'incidenza relativamente elevata delle non risposte condiziona, pertanto, l'interpretazione dei dati.

Dall'analisi territoriale emerge una maggiore presenza di rappresentanza del personale eletta democraticamente nelle imprese della provincia di Biella.

L'analisi per classe dimensionale dei collaboratori mostra come la presenza di una rappresentanza del personale eletta democraticamente cresca all'aumentare della dimensione delle imprese.

Il dettaglio per settore di attività economica, a causa del maggior peso del tasso di non risposta sul totale delle imprese rispondenti non può, invece, essere condotto.

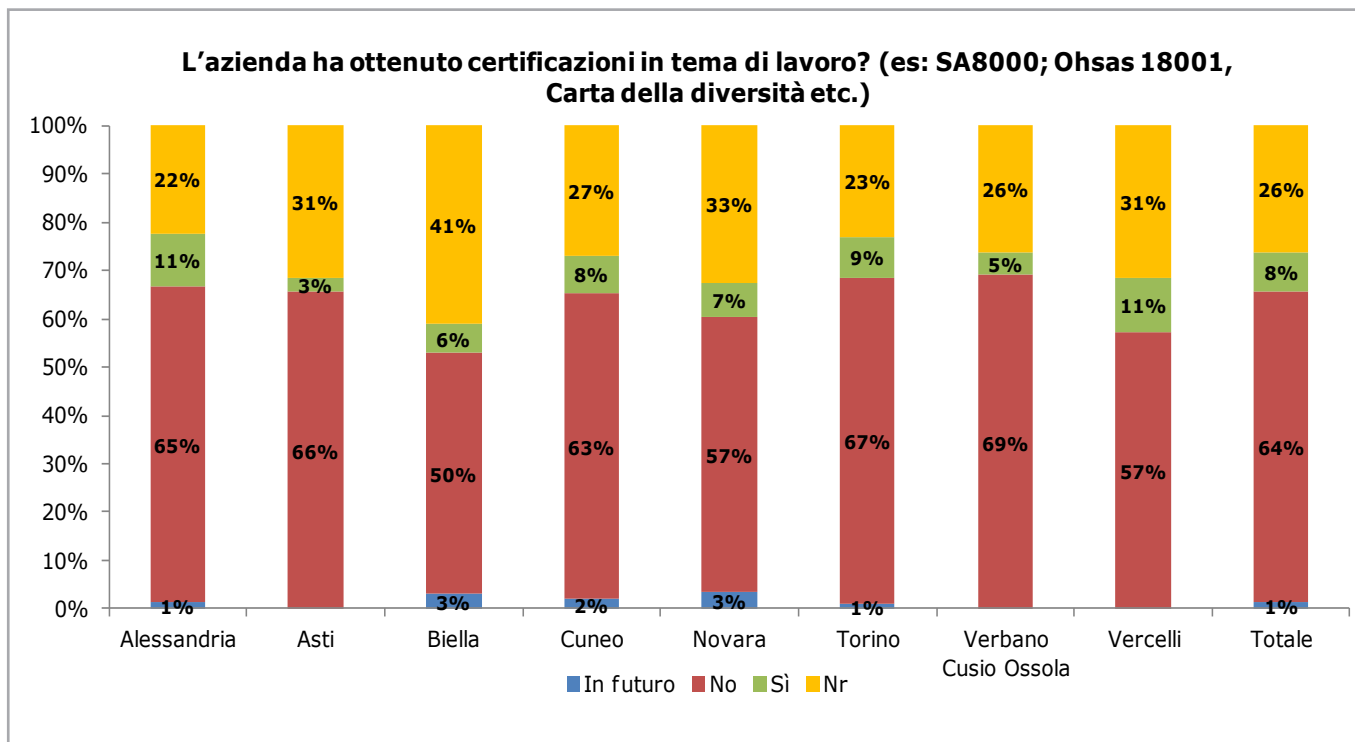
Nell'azienda sono presenti rappresentanti del personale democraticamente eletti?



5.8 L'azienda ha ottenuto certificazioni in tema di lavoro (es. SA8000; Ohsas 18001, Carta della diversità etc. ...)?

Soltanto 66 imprese hanno risposto di aver ottenuto certificazioni in tema di lavoro (l'8% delle partecipanti al monitoraggio). Risulta molto elevata la quota delle imprese che hanno risposto negativamente (526 imprese, pari, in valori percentuali al 64% del totale) e di quelle che, invece, non hanno risposto (215 imprese, il 26% del totale).

L'elevata numerosità di risposte non fornite non rende possibile condurre un'analisi dettagliata per territorio, classe dimensionale e settore di attività economica esaustiva.



Conclusioni

Con l'obiettivo di indagare più a fondo lo stato dell'arte sulla diffusione della Responsabilità Sociale d'Impresa tra le aziende piemontesi si è scelto di somministrare a un campione di oltre 800 imprese un questionario conoscitivo, volto ad analizzare i numerosi ambiti in cui si articola la CSR.

La composizione del campione, costituito in maggioranza da imprese di piccole dimensioni, ampiamente rappresentativo della struttura imprenditoriale regionale, ha influenzato i risultati ottenuti. In particolare, come prevedibile, la diffusione di azioni e comportamenti responsabili si trova ancora a uno stadio che potremmo definire iniziale.

Per citare alcuni esempi, nell'area "Ambiente" le azioni più diffuse sono le iniziative finalizzate a migliorare la raccolta differenziata e la gestione dei rifiuti, o le attività formative per sensibilizzare il personale alla riduzione dell'impatto ambientale. O, ancora, per la dimensione degli "Acquisti e fornitori" assumono rilievo le certificazioni di sicurezza come criterio imprescindibile nella scelta dei propri fornitori, mentre per quella delle "Risorse Umane" si distinguono le azioni volte ad aumentare l'attenzione dei collaboratori sulla sicurezza sul lavoro, l'organizzazione di corsi di formazione professionale e l'introduzione della flessibilità degli orari di lavoro.

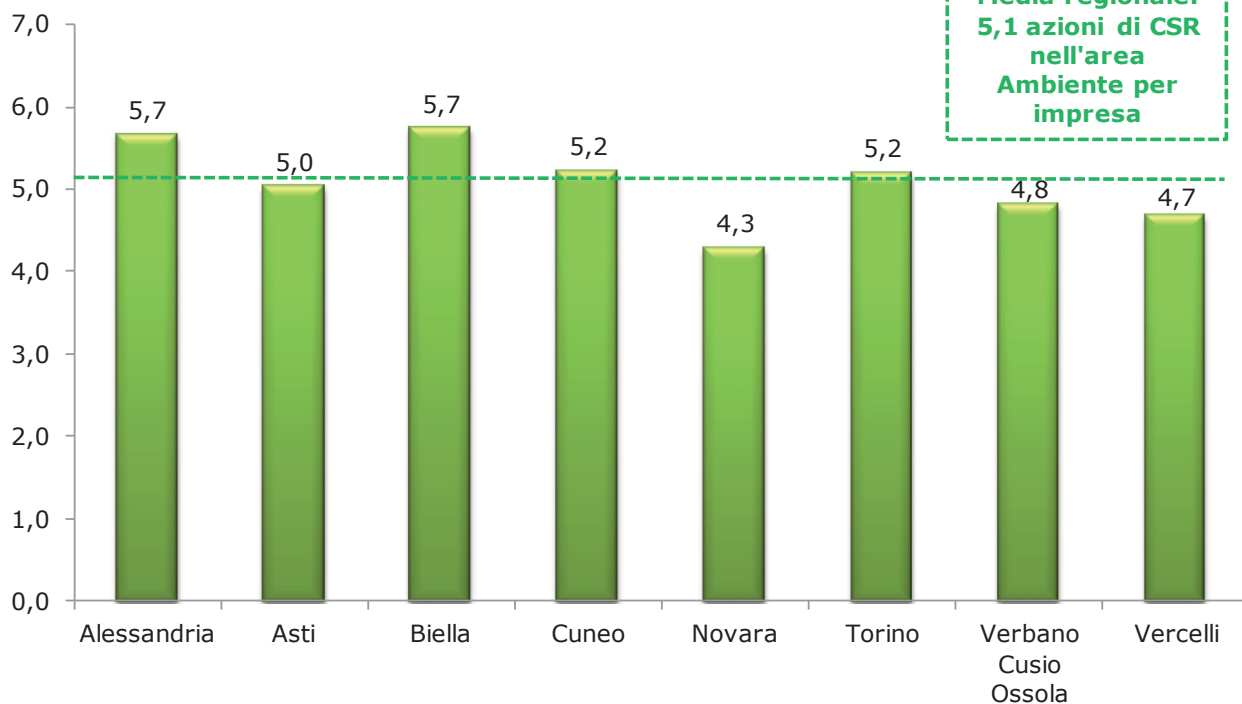
Si tratta, talvolta, di azioni sovrapponibili con quelle prescritte dalla legge. D'altra parte, l'introduzione di altre misure su base volontaria, come ad esempio l'utilizzo di sistemi di lavoro a distanza, l'offerta di borse di studio, l'ottenimento di ulteriori certificazioni (ambientali, di sicurezza, di accountability), richiedono degli investimenti in termini economici, di natura organizzativa e di tempo che le piccole imprese, a maggior ragione in un periodo critico come quello che ha caratterizzato l'economia piemontese negli ultimi cinque anni, non sono ancora propense ad attuare.

Per quantificare la diffusione della CSR tra le imprese che hanno partecipato al monitoraggio è stato possibile, tuttavia, costruire un indicatore, ovvero il numero medio di azioni di CSR realizzate dalle imprese rispondenti.

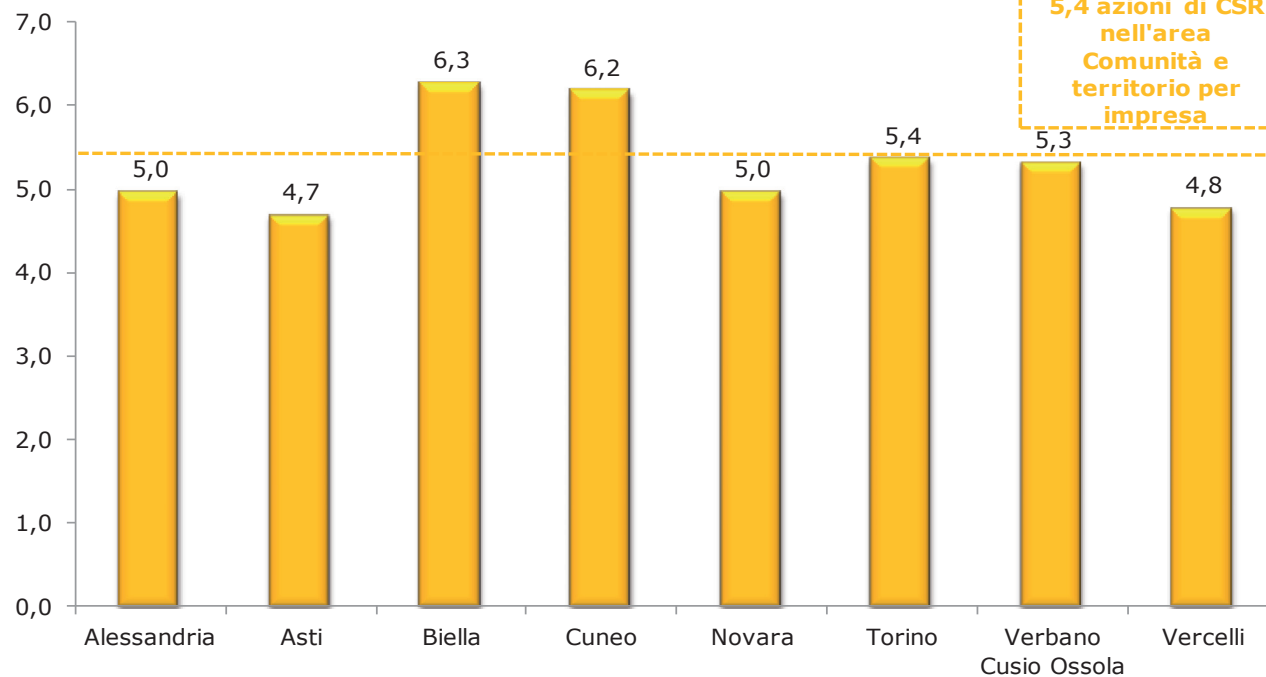
In particolare è emerso come le imprese siano più responsabili nelle aree "Comunità e territorio", "Risorse Umane" e "Ambiente", compiendo rispettivamente in media 5,4, 5,2 e 5,1 azioni. Più nel dettaglio, è possibile individuare i territori che paiono più virtuosi (le province di Biella e di Cuneo).

Le aree "Acquisti e fornitori" e "Clienti e portatori di interesse", con una media rispettivamente di 3,5 e 1,2 azioni per impresa sono, invece, quelle che registrano la diffusione minore tra le imprese che hanno partecipato al secondo monitoraggio.

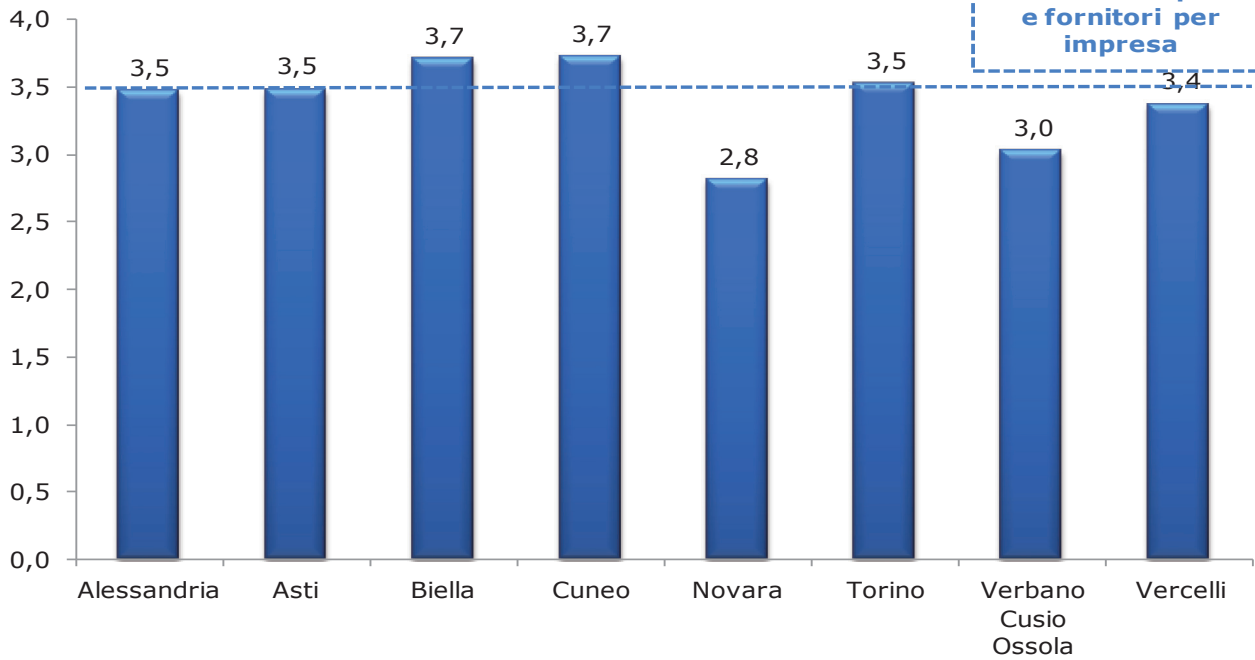
Numero medio di azioni di CSR realizzate dalle imprese nell'area Ambiente per provincia



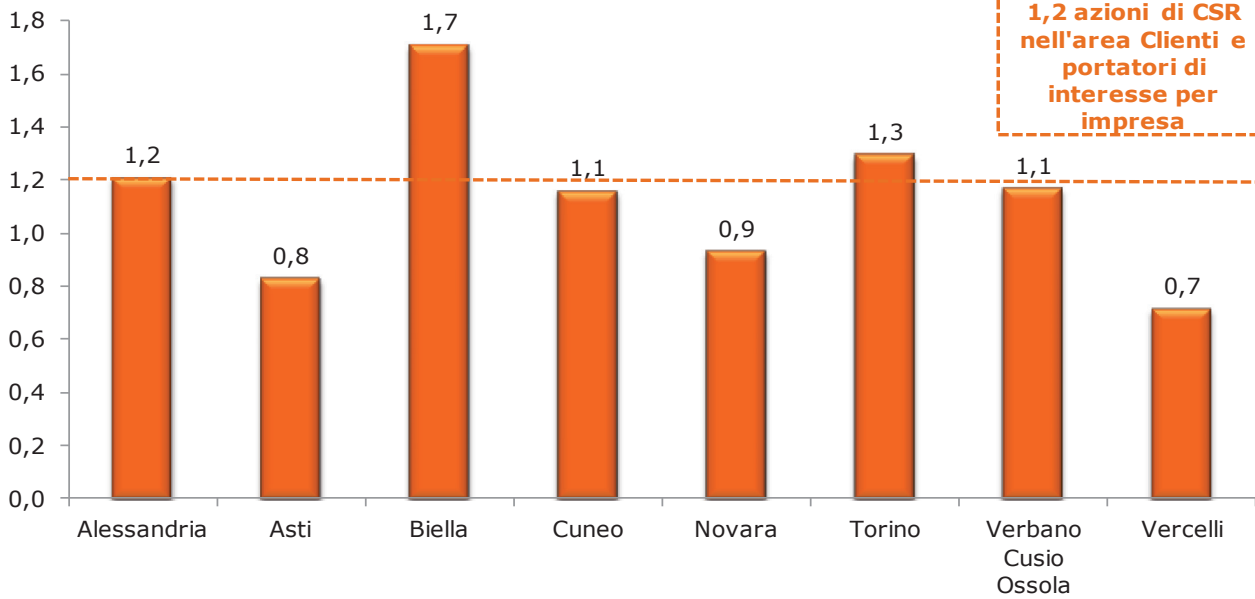
Numero medio di azioni di CSR realizzate dalle imprese nell'area Comunità e Territorio per provincia



Numero medio di azioni di CSR realizzate dalle imprese nell'area Acquisti e fornitori per provincia



Numero medio di azioni di CSR realizzate dalle imprese nell'area Clienti e portatori d'interesse per provincia



Numero medio di azioni di CSR realizzate dalle imprese nell'area Risorse umane per provincia

Media regionale:
5,2 azioni di CSR
nell'area Risorse
umane per
impresa

