



CAMERA
DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA
DI TRENTO

Pronti all'impresa

COMUNICATO STAMPA

IN COLLABORAZIONE CON ACCADEMIA D'IMPRESA

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA, STRUMENTO DI INNOVAZIONE E CRESCITA ECONOMICA

UN SEMINARIO PER APPROFONDIRE COMPETENZE ED ESPERIENZE DI
UNA NUOVA CULTURA AZIENDALE

La Responsabilità sociale d'impresa (RSI) è un importante fattore di crescita, in grado di rafforzare l'immagine e la reputazione dell'azienda, di migliorarne l'efficienza della gestione e dei processi di coesione interna, di facilitare i rapporti di *partnership* con la concreta possibilità di incrementare il fatturato.

A questa nuova filosofia del "fare impresa" è stato dedicato il seminario di oggi "Le imprese trentine verso l'innovazione sociale" che ha approfondito come sia possibile affiancare il concetto di profitto con quello più ampio di creazione del valore, coniugare obiettivi di equità sociale e qualità ambientale con la prosperità economica, creare un ambiente di lavoro migliore, più motivante e sicuro.

"Per un'azienda – ha spiegato **Natale Rigotti**, Presidente di Accademia d'Impresa – significa agire in modo responsabile, accogliere l'idea di giocare un ruolo sociale e non solo economico all'interno della comunità, fare innovazione a più livelli (innovazione di prodotto, di processo, gestionale e organizzativa) e abbandonare la prospettiva di breve termine per orientarsi sui risultati di lungo periodo, garantendo all'azienda solidità economica. Ecco perché la responsabilità sociale d'impresa dovrebbe essere considerata un investimento, nell'ambito di una vera e propria strategia competitiva".

Paolo Fabbri di Trentino Green Network (rete di impresa per la consulenza ambientale), primo relatore del seminario, ha precisato che nel mercato globale la Responsabilità sociale d'impresa implica un forte legame con la società e ciò rappresenta un ulteriore elemento di innovazione e un investimento per l'azienda che in questo modo riesce a distinguersi sul mercato e ad aumentare il proprio potenziale di

Per informazioni:
Servizio Relazioni Esterne
Camera di Commercio I.A.A.
Tel. +39 0461 887 269
Tel. +39 0461 887 270
e-mail: ufficio.stampa@tn.camcom.it

competitività. RSI significa però anche selezionare i propri fornitori sulla base degli stessi principi sociali ed etici per rendere completo e coerente l'intero processo produttivo. Entro il 2017– ha proseguito Fabbri – l'applicazione dei criteri di rendicontazione etico-sociale diverrà obbligatoria per tutte le imprese con più di 500 dipendenti ma, probabilmente, in futuro sarà richiesta anche alle imprese di dimensioni più piccole”.

Il grado di sensibilità dimostrato nei confronti della RSI è in decisa crescita. In base a un'indagine pubblicata dal Sole 24 ore risulta che la responsabilità sociale d'impresa è il secondo elemento in ordine di importanza a garanzia della reputazione di un'azienda, superando per rilevanza anche il fattore innovazione. Inoltre, da una recente indagine Nielsen emerge che, a partire dal 2013, i consumatori che scelgono prodotti di qualità con marcate caratteristiche di sostenibilità sono aumentati del 44%.

“In questo contesto – ha sottolineato **Carlo Biasior** del Centro ricerca e tutela consumatori e utenti – non bisogna dimenticare la tutela che va garantita al consumatore che si affida con fiducia al buon operato delle imprese produttrici. In questo contesto, è importante che le associazioni di categoria svolgano un ruolo di rappresentanza e supportino le imprese affinché queste acquisiscano nuove competenze per operare in modo responsabile e sostenibile”.

Nel corso della tavola rotonda, che si è tenuta a conclusione del seminario, sono intervenuti **Alberto Parolari** (Aquafil-Arco), **Daniela Vignani** (Pastificio Felicetti-Predazzo), **Ilaria Morandi** e **Claudia Manzini** (Coopselios-Reggio Emilia). Tre gli aspetti emersi durante il confronto. Il primo riguarda il fatto che non tutto è certificabile, esistono infatti diverse pratiche virtuose, applicate volontariamente dalle imprese, che non figurano tra quelle codificate dalle certificazioni; il secondo aspetto è legato alla fidelizzazione del personale che nelle imprese dove di applica la RSI è stabile e accumula un patrimonio di competenze professionali indispensabili per la crescita dell'azienda; il terzo aspetto è legato alla costruzione di una reputazione sensibile e responsabile verso il sociale che aumenta la credibilità dell'azienda e ne migliora la visibilità soprattutto all'estero, dove ormai da tempo viene riservata particolare attenzione a questa nuova cultura imprenditoriale.

Trento, 10 dicembre 2015