









Valutazioni tematiche del POR FSE 2014-2020

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA L'INDAGINE SULLE IMPRESE APPENDICE METODOLOGICA

10 ottobre 2018







INDICE

IL CAI	MPO DI OSSERVAZIONE E L'UNIVERSO DI RIFERIMENTO	
DELL'	INDAGINE	3
Во	x 1 - Le imprese che hanno compilato il questionario di autovalutazione della RSI	4
Во	x 2 - Le imprese coinvolte nell'attuazione della DGR 254/2016	5
Во	x 3 - Le imprese coinvolte nell'attuazione della DGR 948/2016	5
IL QU	ESTIONARIO SOMMINISTRATO ALLE IMPRESE	6
1	Anagrafica aziendale	6
2	Lo stato dell'arte in materia di RSI	7
3	L'orientamento aziendale in materia di RSI	11
4	L'adesione a reti e altre forme di welfare territoriale	13
5	Il possibile supporto dalle istituzioni	14







Il campo di osservazione e l'universo di riferimento dell'indagine

Il campo di osservazione dell'indagine è rappresentato dalle imprese che hanno manifestato nel recente passato una sensibilità nei confronti della RSI.

In accordo con l'Autorità di Gestione (AdG), si è scelto di definire come "imprese che hanno manifestato una sensibilità nei confronti della RSI" quelle che nel corso degli ultimi cinque anni 2014-2018 sono state coinvolte in iniziative della Regione Veneto che si sono contraddistinte per avere come oggetto il tema della Responsabilità sociale di impresa e una connessione con i Fondi Strutturali e di Investimento Europei.

In tale contesto, vengono considerate:

- le imprese che hanno compilato il questionario di autovalutazione della RSI proposto dalla Regione del Veneto e utilizzato dalla stessa per individuare e premiare con un punteggio aggiuntivo nei bandi a valere sui fondi comunitari le imprese che, in seguito alla autovalutazione avevano raggiunto un punteggio uguale o superiore alla soglia minima individuata dal SET unico di indicatori per misurare la RSI¹;
- le imprese coinvolte come partner di rete oppure partner operativi dai progetti finanziati dalla Deliberazione di Giunta Regionale (da ora, DGR) n. 948 del 22/06/2016 avente come oggetto «Programma Operativo Regionale Fondo Sociale Europeo 2014-2020 Asse II Inclusione sociale "ResponsabilMente Promuovere l'innovazione sociale e trasmettere l'etica Percorsi di RSI" Avviso pubblico per la presentazione di proposte progettuali e approvazione della Direttiva Anno 2016»;
- le imprese coinvolte come partner di rete oppure partner operativi dai progetti finanziati dalla DGR 254 del 08 marzo 2016 avente come oggetto «Programma Operativo Regionale Fondo Sociale Europeo 2014-2020 Asse I Occupabilità "Pari opportunità nel lavoro che cambia Investiamo nell'occupazione femminile" Avviso pubblico per la presentazione di proposte progettuali e approvazione della Direttiva Anno 2016».

¹ Nell'aprile 2012 la Regione Veneto, in collaborazione con la Regione Liguria, ha avviato un progetto finalizzato a promuovere la diffusione della RSI (Responsabilità Sociale d'Impresa) tra le imprese e ad avviare un processo di scambio e apprendimento reciproco sul tema tra pubbliche amministrazioni. Oltre alla Regione del Veneto, capofila del progetto, hanno aderito altre amministrazioni regionali (Abruzzo, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Umbria, Toscana e Valle d'Aosta), l'INAIL, l'INEA, il Ministero dello Sviluppo Economico, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali. Il progetto interregionale/transnazionale "Creazione di una rete per la diffusione della Responsabilità Sociale d'Impresa" ha consentito di identificare un Set unico di indicatori che potessero essere utili all'individuazione dell'impresa socialmente responsabile al fine di concedere alle stesse degli incentivi, agevolazioni, sgravi ecc. Il questionario di autovalutazione a disposizione delle imprese è stato inizialmente proposto dalle singole amministrazioni e, successivamente, è stato sviluppato come una Piattaforma disponibile sul sito del Ministero dello sviluppo economico (http://rsi.mise.gov.it).







Box 1 - Le imprese che hanno compilato il questionario di autovalutazione della RSI

Il *database* relativo ai questionari di autovalutazione della RSI compilati da imprese aventi sede legale e/o sede operativa e/o unità locale sul territorio della Regione Veneto contiene **5.327 questionari** compilati tra il 7 aprile 2014 e il 23 novembre 2016.

Di questi 5.327 questionari compilati 5 sono "casi pilota", compilati dalla stessa amministrazione regionale per verificare la funzionalità della Piattaforma e 4.558 (85,6%) non hanno indicato la "Denominazione, ragione sociale".

È stato pertanto necessario ricorrere al campo "Indirizzo email" per reperire il nome dell'azienda.

Nonostante l'ingente lavoro per ottenere dal campo "Indirizzo email" la Denominazione dell'azienda, 549 (10,3%) questionari sono rimasti anonimi perché compilati da soggetti con un indirizzo mail non aziendale, ma ottenuto dai portali che offrono gratuitamente un account di posta elettronica (Alice, Gmail, Hotmail, Libero, Live, Pec, Tiscali, Virgilio, Yahoo, ...).

Dei restanti 4.772 questionari riconducibili ad un'azienda (o perché era già stato compilato in fase iniziale il campo "Denominazione, ragione sociale" oppure perché è stato ricavato a partire dal campo "Indirizzo email") solamente 2.610 corrispondono in modo univoco ad un'azienda in virtù del fatto che 782 imprese hanno compilato più di un questionario.

In sintesi, quindi, i 5.327 questionari di autovalutazione della RSI presenti nel database regionale corrispondono "solamente" a 2.610 (49%) imprese.

Considerata la modalità con la quale si è riusciti a reperire la Denominazione dell'azienda, non è stato possibile integrare i dati contenuti nel database originario con le informazioni ottenute da Telextra relative al numero di telefono per tutte le imprese e, pertanto, l'universo di riferimento delle imprese contattabili telefonicamente che hanno compilato il questionario di autovalutazione della RSI si compone di 895 imprese.

questionari scaricati dalla Piattaforma

5.327

questionari senza test

5.322

questionari associati ad un'azienda

questionari univoci associati ad un'azienda e riconducibili ad un riferimento telefonico

895

Fonte: Ns. elaborazione sui database relativi ai questionari di auto-valutazione della RSI.

Figura 1 – Dal campo di osservazione all'universo di riferimento della CATI







Box 2 - Le imprese coinvolte nell'attuazione della DGR 254/2016

Il database relativo ai partenariati coinvolti a vario titolo nell'attuazione dei progetti finanziati dalla DGR 254/2016 raccoglie imprese e soggetti differenti (Associazioni, Camere di Commercio, Comuni, Fondazioni, Università, ...).

A fronte di 2.082 soggetti, le imprese sono complessivamente 1.804 (a fronte delle 1.369 inizialmente registrate).

Il dato sul numero di imprese coinvolte a vario titolo (attuatore, partner operativo, partner di rete) nell'attuazione dei progetti finanziati rappresenta il risultato di una puntuale attività di controllo delle informazioni contenute nel campo "Tipologia" che ha portato a riclassificare la tipologia attribuita inizialmente ad alcuni partner. Si citano, a titolo esemplificativo, tutti quei casi di imprese classificate come "nd" che però presentavano l'indicazione "Società ..." nel campo "Forma giuridica" oppure che avevano la sigla "SRL, SNC, ..." nella denominazione stessa del partner.

Box 3 - Le imprese coinvolte nell'attuazione della DGR 948/2016

Il database relativo ai partenariati coinvolti a vario titolo nell'attuazione dei progetti finanziati dalla DGR 948/2016 raccoglie imprese e soggetti differenti (Associazioni, Camere di Commercio, Comuni, Fondazioni, Università, ...).

A fronte di 1.995 soggetti, le imprese sono complessivamente 1.630 (a fronte delle 1.408 inizialmente registrate).

Anche in questo caso, il dato sul numero di imprese coinvolte a vario titolo (attuatore, partner operativo, partner di rete) nell'attuazione dei progetti finanziati rappresenta il risultato di una puntuale attività di controllo delle informazioni contenute nel campo "Tipologia" che ha portato a riclassificare la tipologia attribuita inizialmente ad alcuni partner. Si citano, a titolo esemplificativo, tutti quei casi di imprese classificate come "nd" che però presentavano l'indicazione "Società ..." nel campo "Forma giuridica" oppure che avevano la sigla "SRL, SNC, ..." nella denominazione stessa del partner.

Dopo aver rettificato i campi contenuti nei *database*, l'universo di riferimento è stato determinato attraverso due passaggi:

- integrando le informazioni presenti nel database delle imprese che hanno compilato il questionario di autovalutazione della RSI con i dati ottenuti dagli archivi di numeri telefonici (Telextra, 2016);
- mantenendo solamente i dati univoci ed eliminando tutti i duplicati determinati dal fatto
 che un'impresa poteva appartenere non solo a tutti e tre i database, ma avrebbe potuto
 comparire più volte nello stesso database in virtù della partecipazione a più progetti (o,
 come già esaminato nel box 1, della compilazione di più questionari).

L'universo di riferimento dell'indagine si compone così di **3.265 imprese** con sede legale e/o con sede operativa nella Regione Veneto.

Il totale dei rispondenti è risultato di 634 imprese, pari ad un tasso di risposta del 19,4%.







Il questionario somministrato alle imprese

1 ANAGRAFICA AZIENDALE

Azienda (Denominazione, ragione sociale)

Provincia di riferimento (sigla)

Settore di attività

- 1. Agricoltura, silvicoltura e pesca
- 2. Attività manifatturiere
- 3. Edilizia
- 4. Servizi
- 5. Altro (specificare _____-)

Classe dimensionale dell'impresa

- 1. Fino a 9 addetti
- 2. 10-49 addetti
- 3. 50-249 addetti
- 4. 250 addetti e oltre

Quota % di donne in azienda _____

Fatturato aziendale

- 1. Fino a 2 milioni di euro
- 2. Da più di 2 a 10 milioni di euro
- 3. Da più di 10 a 50 milioni di euro
- 4. Superiore a 50 milioni di euro







2 LO STATO DELL'ARTE IN MATERIA DI RSI

- 1) La sua azienda ha attivato misure, strumenti e dispositivi riconducibili alla Responsabilità Sociale di impresa (RSI)?
 - 1. Sì
 - 2. No
 - 3. Non sa
- 2) La sua azienda ha attivato strumenti per **promuovere la sostenibilità ambientale**? (possibili più risposte, indicare tutti gli strumenti già attivati)
 - 1) No (passa alla domanda 3)
 - 2) Utilizza processi produttivi per ridurre l'inquinamento
 - 3) Adotta tecniche che razionalizzano l'utilizzo di materie prime
 - 4) Incentiva l'utilizzo di materiali riciclati
 - 5) Monitora la quantità di rifiuti smaltiti in rapporto ai livelli di produzione
 - 6) Promuove iniziative formative per il personale sulle tematiche ambientali
 - 7) Ha conseguito certificazioni EMAS, ISO 14000, Ecolabel, ecc.
 - 8) Altri strumenti (specificare
 - 9) Non sa (passa alla domanda 3)
- 3) La sua azienda ha attivato strumenti per **promuovere politiche e pratiche sostenibili nei rap- porti con i fornitori** (possibili più risposte, indicare tutti gli strumenti già attivati)
 - 1) No (passa alla domanda 4)
 - 2) Selezione della catena di fornitura con priorità a fornitori locali (= hanno sede/UL nel raggio di 70km dalla propria sede legale/UL)
 - 3) Selezione della catena di fornitura con priorità a fornitori del Terzo settore
 - 4) Selezione della catena di fornitura con priorità a fornitori che rispettino criteri eco-sostenibili
 - 5) Trasparenza nei rapporti con fornitori
 - 6) Rispetto di tempi di pagamento congrui per i fornitori
 - 7) Azioni di sensibilizzazione sul tema della RSI nei confronti dei fornitori
 - 8) Acquisto di prodotti sostenibili
 - 9) Elaborazione di Codici di condotta (= linee guida per i fornitori)
 - 10) Altri strumenti (specificare
 - 11) Non sa (passa alla domanda 4)
- 4) La sua azienda ha attivato strumenti per **promuovere politiche e pratiche sostenibili nei rap- porti con i clienti** (possibili più risposte, indicare tutti gli strumenti già attivati)
 - 1) No (passa alla domanda 5)
 - 2) Sostegno della qualità del prodotto o servizio
 - 3) Sostegno della sicurezza del prodotto o servizio
 - 4) Utilizzo di schemi di etichettatura dei prodotti chiari e facilmente comprensibili







5)	Informazioni ai clienti sui processi produttivi e/o sui prodotti/servizi offerti aggiuntive
	rispetto a quelle previste da obblighi di legge

- 6) Realizzazione periodica di indagini di customer satisfaction/attivazione di servizi di customer care
- 7) Altri strumenti (specificare _______)
- 8) Non sa (passa alla domanda 5)
- 5) La sua azienda ha attivato strumenti per **sostenere l'introduzione di nuovi strumenti di governance dell'impresa** che quale leva per la competitività, l'innovazione e la sostenibilità (possibili più risposte, indicare tutti gli strumenti già attivati)
- 1) No (passa alla domanda 6)
- 2) Sviluppo di strumenti che possano contribuire all'innovazione organizzativa
- 3) Sviluppo di nuovi prodotti maggiormente sostenibili
- 4) Miglioramento dei processi di produzione affinché siano maggiormente sostenibili
- 5) Sviluppo di nuovi metodi di produzione maggiormente sostenibili
- 6) Altri strumenti (specificare ______)
- 7) Non sa (passa alla domanda 6)
- 6) La sua azienda ha attivato strumenti a sostegno del reddito dei dipendenti (e dei loro familiari)? (possibili più risposte, indicare tutti gli strumenti già attivati)
 - 1) No (passa alla domanda 7)
 - 2) Prestiti a tasso agevolato per motivi di salute o per esigenze/eventi familiari con dilazione di tempo per la restituzione
 - 3) Concessione dell'anticipo del TFR
 - 4) Piani pensionistici integrativi pagati dall'azienda
 - 5) Aiuti allo studio del lavoratore
 - 6) Mensa / Buoni pasto
 - 7) Carrello della spesa / Sconti in esercizi commerciali
 - 8) Contributi per i servizi di cura (baby sitter / badanti)
 - 9) Borse di studio per i figli/e dei dipendenti
 - 10) Contributi per soggiorni all'estero/corsi di lingua estivi e colonie estive per i figli/e dei dipendenti
 - 11) Buoni per i libri di testo scolastici per i figli/e dei dipendenti
 - 12) Altri strumenti (specificare
 - 13) Non sa (passa alla domanda 7)
- 7) La sua azienda ha attivato strumenti di **promozione delle pari opportunità**? (possibili più risposte, indicare tutti gli strumenti già attivati)
 - 1) No (passa alla domanda 8)
 - 2) Diversity management
 - 3) Presenza di organismi di rappresentanza/tutela (Comitati Pari opportunità, consiglieri di fiducia, ecc.)







- 4) Congedo parentale/permessi retribuiti per paternità/formazione e accompagnamento al rientro dei congedi parentali
- 5) Asilo nido aziendale/interaziendale
- 6) Servizi di sostegno alla cura di bambini, anziani, disabili (assistenti familiari, Baby sitter, Baby sitter on demand)
- 7) Flessibilità oraria (in entrata/uscita, orario settimanale flessibile, banca ore, auto-organizzazione/modifica concordata dei turni/orari di lavoro ecc.)
- 8) Flessibilità contrattuale (Telelavoro, Part-time orizzontale/verticale/ misto/reversibile, job sharing, uso flessibile delle ferie, ecc.)
- 9) Altri strumenti (specificare
- 10) Non sa (passa alla domanda 8)
- 8) La sua azienda ha attivato **servizi "libera tempo"?** (possibili più risposte, indicare tutti gli strumenti qià attivati)
 - 1) No (passa alla domanda 9)
 - 2) Servizi di assistenza fiscale/legale
 - 3) Maggiordomo aziendale/Agenzia disbrigo pratiche
 - 4) Fattorino aziendale per il disbrigo di commissioni dei lavoratori
 - 5) Servizio trasporto lavoratori
 - 6) Attivazione a richiesta di artigiani a prezzi convenzionati
 - 7) Servizio di posta per i lavoratori integrato nel servizio di posta aziendale
 - 8) Sportello bancario interno
 - 9) Altri strumenti (specificare
 - 10) Non sa (passa alla domanda 9)
- 9) La sua azienda ha attivato strumenti a sostegno della **salute e del benessere psico-sociale** dei lavoratori? (possibili più risposte, indicare tutti gli strumenti già attivati)
 - 1) No (passa alla domanda 10)
 - 2) Iniziative di promozione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro
 - 3) Polizze sanitarie per i dipendenti e i loro familiari
 - 4) Convenzioni con centri sanitari per visite specialistiche
 - 5) Sostegno psicologico
 - 6) Palestra aziendale/spazi per attività fisica
 - 7) Buoni/sconti per palestre, piscine, centri sportivi e terme
 - 8) Altri strumenti (specificare
 - 9) Non sa (passa alla domanda 10)
- 10) La sua azienda ha attivato altri dispositivi di RSI?
 - 1) No (passa alla domanda 11)
 - 2) Sì (specificare tutti gli altri strumenti già attivati ______
 - 3) Non sa (passa alla domanda 11)







11) L'attivazione degli strumenti di cui abbiamo parlato finora è stata determinata principalmente ... (una risposta per riga, indicando la modalità prevalente per ciascuno strumento di RSI)

Strumenti per	Esclusiva- mente per ini- ziativa azien- dale auto- noma (wel- fare azien- dale)	A seguito di ac- cordo sinda- cale/iniziativa negoziata con i sindacati (wel- fare contrat- tuale)	In accordo con le istituzioni lo- cali/grazie a fi- nanziamenti pubblici (wel- fare condiviso)	Per iniziativa aziendale in rete con altre imprese (wel- fare territo- riale)	Altro (specifi- care)
promuovere la sostenibilità ambien- tale					
promuovere politiche e pratiche so- stenibili nei rapporti con i fornitori					
promuovere politiche e pratiche so- stenibili nei rapporti con i clienti					
sostenere l'introduzione di nuovi strumenti di <i>governance</i> dell'impresa che quale leva per la competitività, l'innovazione e la sostenibilità					
Sostenere il reddito dei dipendenti (e dei loro familiari)					
Promuovere le pari opportunità					
Liberare il tempo dei dipendenti					
Sostenere la salute e il benessere dei lavoratori					
Altri scopi					

- 12) Ad oggi, la sua azienda ha mai attivato strumenti di contrattazione di secondo livello? (una sola risposta)
 - 1) Sì
 - 2) No
 - 3) Non sa
- 13) La sua azienda è intenzionata ad attivare strumenti di contrattazione di secondo livello entro i prossimi 3 anni? (una sola risposta)
 - 1) Sicuramente sì
 - 2) Probabilmente sì
 - 3) Probabilmente no
 - 4) Sicuramente no
 - 5) Non sa







3 L'ORIENTAMENTO AZIENDALE IN MATERIA DI RSI

- **14)** Nei prossimi 3 anni la sua azienda ha intenzione di **continuare a sviluppare servizi/strumenti nelle aree in cui è già impegnata?**
 - 1) Sicuramente sì
 - 2) Probabilmente sì
 - 3) Probabilmente no
 - 4) Sicuramente no
 - 5) (Non dovuta: non ha sviluppato finora nessuno strumento di RSI)*
 - 6) Non sa

15)		i prossimi 3 anni la sua azienda ha intenzione di sviluppare nuovi servizi/strumenti di RSI e al momento non sono attivi? Se sì, può indicare quali?
	1)	strumenti per promuovere la sostenibilità ambientale (specificare quali
	2)	strumenti di promozione di politiche e pratiche sostenibili nei rapporti con i fornitori (specificare quali)
	3)	strumenti di promozione di politiche e pratiche sostenibili nei rapporti con i clienti (specificare quali)
	4)	strumenti per sostenere l'introduzione di nuovi strumenti di <i>governance</i> dell'impresa che quale leva per la competitività, l'innovazione e la sostenibilità (specificare quali)
	5)	strumenti a sostegno del reddito dei dipendenti (e loro familiari) (specificare quali)
	6)	strumenti di promozione delle pari opportunità (specificare quali)
	7)	servizi "libera tempo" (specificare quali)
	8)	strumenti a sostegno della salute e del benessere psico-sociale dei lavoratori (specificare quali)
	9)	Altro (specificare)

16) La sua azienda utilizza qualche **strumento di gestione e comunicazione della RSI**? *(una risposta per riga)*

Strumenti	Attivo	In corso di attiva- zione	Era attivo ma non lo utiliz- ziamo più	No, mai utiliz- zato
1 Provvede periodicamente al Reporting sociale				
(Bilancio sociale, di sostenibilità, ambientale, ecc.)				
2. Ha adottato un Codice etico e/o una Carta dei valori				
3. Ha ottenuto certificazioni quali ISO9001, ISO14001, OHSAS18001, SA8000				
4.Rispetta specifiche linee guida quali ISO26000, OCSE Global Compact,.ecc.				







Strumenti	Attivo	In corso di attiva- zione	Era attivo ma non lo utiliz- ziamo più	No, mai utiliz- zato
5.Ha individuato al suo interno una figura che				
svolge funzioni di CSR manager o si è dotata di una				
specifica unità organizzativa dedicata alla RSI				
6. Ha ricevuto riconoscimenti per il suo impegno				
in campo sociale e ambientale (es.CSR award, So-				
dalitas, ecc.)				
7. Altro				
(specificare)				







4 L'ADESIONE A RETI E ALTRE FORME DI WELFARE TERRITO-RIALE

17)	L'az ste)	tienda ha aderito a qualche rete di welfare territoriale e/o condiviso? (possibili più rispo-
	1.	Sì, la rete WelfareNet del Veneto
	2.	Sì, altre reti (specificare quali)
		No, ma ha sottoscritto intese territoriali (specificare quali) [passa alla domanda 19]
	4.	No, ma ha attivato specifiche iniziative in accordo con le Istituzioni locali (specificare quali) [passa alla domanda 19]
	5.	Altro (specificare) [passa alla domanda 19]
18)	Qua sta)	al è stata la principale motivazione all'origine dell'adesione alla/e rete/i? (una sola rispo-
	1.	Ridurre i costi per l'impresa
	2.	Poter fruire di servizi che altrimenti non sarebbe stato possibile attivare
	3.	Garantire all'impresa un legame con altre aziende del territorio
	4.	Assicurare all'impresa una interazione con le istituzioni locali

5. Altro (specificare _____



6. Non sa





5 IL POSSIBILE SUPPORTO DALLE ISTITUZIONI

- 19) La sua azienda ha utilizzato finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI?
 - 1. Si
 - 2. No
 - 3. Non sa
- 20) Ritiene possa essere utile per la sua azienda ricorrere a finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI?
 - 1. Molto [passa alla domanda 22]
 - 2. Abbastanza [passa alla domanda 22]
 - 3. Poco [passa alla domanda 21]
 - 4. Per niente [passa alla domanda 21]
 - 5. Non sa [passa alla domanda 22]
- 21) Per quale motivo non ritiene utili i finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI nella sua azienda?
 - 1. L'azienda non è intenzionata a sviluppare ulteriori strumenti di RSI [fine questionario]
 - 2. L'accesso ai finanziamenti impone vincoli troppo rigidi per l'agire aziendale [fine questionario]
 - 3. Gli oneri burocratici per l'implementazione degli interventi sono eccessivi [fine questionario]
 - 4. L'accesso ai finanziamenti è difficile [fine questionario]
 - 5. Abbiamo avuto esperienze pregresse che non ci hanno soddisfatto [fine questionario]
 - 6. Altro (specificare ______) [fine questionario]
 - 7. Non sa [fine questionario]
- 22) Quale tipologia di supporto ritiene potrebbe essere utile alla sua impresa per rispondere ai suoi bisogni in materia di RSI? (possibili più risposte)
 - 1. Sostegno finanziario
 - 2. Supporto nell'analisi dei bisogni
 - 3. Supporto nell'attivazione di nuovi servizi
 - 4. Supporto nel rafforzamento di servizi esistenti
 - 5. Consulenza organizzativa per l'adozione di approcci e modelli organizzativi in linea con i principi della RSI
 - Consulenza legale
 - 7. Attività di formazione
 - 8. Creazione di network con altre imprese
 - 9. Creazione di network con altri soggetti (specificare quali
 - 10. Supporto allo sviluppo di progetti a favore della comunità locale
 - 11. Attività di informazione e disseminazione di buone pratiche
 - 12. Altro (specificare

















Valutazioni tematiche del POR FSE 2014-2020

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA L'INDAGINE SULLE IMPRESE

10 ottobre 2018







INDICE

IN	TROD	UZIONE	4
1	ĽIM	POSTAZIONE METODOLOGICA DELL'INDAGINE	5
	1.1	Il campo di osservazione e l'universo di riferimento	5
	1.2	La struttura del questionario	6
	1.3	Modalità e organizzazione dell'indagine	6
	1.4	Le caratteristiche delle imprese intervistate	6
2	LA F	SI NELLE AZIENDE INTERVISTATE	8
	2.1	Lo status quo in tema di RSI nelle imprese intervistate	10
	2.2	Dal welfare aziendale al welfare territoriale: fare rete per rafforzare la RSI	14
	2.3	Gestire e comunicare la responsabilità sociale	17
3	LE P	ROSPETTIVE NEL PROSSIMO TRIENNIO	18
	3.1	L'orientamento aziendale in tema di RSI nelle imprese intervistate	18
	3.2	Gli ambiti strategici in tema di RSI per il futuro delle imprese	19
4	IL P	OSSIBILE SUPPORTO DELLE ISTITUZIONI	21
5	CON	ISIDERAZIONI CONCLUSIVE E SUGGERIMENTI PER IL FUTURO	23







INDICE DELLE FIGURE

'IMPOSTAZIONE METODOLOGICA DELL'INDAGINE	
igura 1.1 – La distribuzione territoriale delle imprese intervistate igura 1.2 – La distribuzione per settore di attività economica delle imprese intervistate igura 1.3 – La distribuzione per dimensione di impresa delle imprese intervistate	7
A RSI NELLE AZIENDE INTERVISTATE	
igura 2.1 – L'attivazione di misure, strumenti e dispositivi riconducibili alla RSI igura 2.2 – La consapevolezza dell'attivazione di misure, strumenti e dispositivi riconducibili alla RSI igura 2.3 – Le caratteristiche delle imprese che attivano strumenti e dispositivi riconducibili alla RSI igura 2.4 – Tipologie di strumenti attivati dalle imprese igura 2.5 – Gli strumenti attivati dalle imprese intervistate igura 2.6 – Gli strumenti attivati per promuovere la RSI igura 2.7 – L'adesione a reti di welfare territoriale e/o condiviso igura 2.8 – Le motivazioni alla base della decisione di aderire a reti di welfare igura 2.9 – Elementi che incidono sulla decisione di attivare strumenti di RSI igura 2.10 – La genesi degli strumenti di RSI per ambito tematico e tipologia di welfare igura 2.11 – Gli strumenti di gestione e comunicazione della RSI	8 9 10 13 14 14 15
E PROSPETTIVE NEL PROSSIMO TRIENNIO	
igura 3.1 – Le prospettive aziendali in termini di RSI: lo sviluppo degli strumenti esistenti o l'attivazi li nuovi strumenti	18 18 19
L POSSIBILE SUPPORTO DELLE ISTITUZIONI	
igura 4.1 – L'utilizzo dei finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI igura 4.2 – La percezione delle imprese dell'utilità di ricorrere ai finanziamenti della Regione Veneto viluppare la RSI	per 21
igura 4.3 – Le ragioni alla base della percezione dell'inutilità di disporre di finanziamenti della Regi /eneto per sviluppare la RSI	
igura 4.4 – La percezione delle imprese dell'utilità di ricorrere ai finanziamenti della Regione Veneto	per







INTRODUZIONE

La Corporate Social Responsibility (CSR) [Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)] è entrata formalmente nell'agenda dell'Unione Europea a partire dal Consiglio Europeo di Lisbona del marzo 2000 e, a distanza di un anno viene definita nel Libro Verde dell'Unione Europea del 2001 "Promuovere un quadro europeo per la Responsabilità Sociale delle Imprese" come «l'integrazione su base volontaria dei problemi sociali e ambientali delle imprese nelle loro attività commerciali e nelle loro relazioni con le altre parti».

Da allora, la Commissione Europea ha dedicato sempre maggiore attenzione al tema della RSI nella convinzione che rappresenti un fattore strategico nell'interesse delle imprese e dell'intera società nella visione di crescita intelligente, durevole e inclusiva della strategia Europa 2020.

Nel corso di questi anni, la Regione Veneto si è contraddistinta a livello nazionale per la capacità di sviluppare iniziative pionieristiche e innovative: dal *Protocollo d'Intesa tra Regione del Veneto e Unioncamere* (attivo dal 2006) che ha sostenuto il Progetto CSR Veneto al *Progetto Interregionale "Creazione di una rete per la diffusione della Responsabilità Sociale d'Impresa"* che ha consentito di definire un set di indicatori di auto-valutazione in tema di RSI, fino alla recente istituzione del nuovo Ente strumentale regionale "*Veneto Welfare*" nato per favorire la realizzazione di una nuova politica regionale che imprima un maggiore impulso ai sistemi di welfare integrato, con particolare attenzione ai progetti di welfare territoriale e welfare aziendale.

In tale contesto, il **POR FSE 2014-2020 della Regione Veneto** rappresenta lo strumento individuato dall'Amministrazione regionale per dare continuità alle azioni già intraprese negli ultimi anni, principalmente attraverso le priorità di investimento 8iv e 9v¹.

Come anticipato nel documento di definizione del disegno di valutazione, la valutazione tematica sulla Responsabilità Sociale d'Impresa si è sviluppata da due angolazioni diverse per:

- analizzare la capacità potenziale delle iniziative attivate dal POR FSE 2014-2020 di produrre dei cambiamenti in termini di RSI per realizzare un vantaggio competitivo per il territorio;
- raccogliere le percezioni delle imprese che hanno manifestato nel recente passato una sensibilità nei confronti della RSI rispetto agli ambiti strategici di maggior interesse per le imprese venete e ai desiderata in relazione ad un possibile supporto da parte delle istituzioni nel rafforzamento della RSI.

Nello specifico, l'analisi dell'efficacia attesa dall'implementazione degli interventi finanziati dal POR FSE proposta nell'ambito del 1° Rapporto tematico "La valutazione del tema della RSI sviluppato dalle DGR n. 948/2016 e n. 254/2016"², ha trovato il naturale sviluppo nella realizzazione di un'indagine con le imprese della Regione Veneto per analizzare verso quali aree di intervento l'azienda è orientata a muoversi, quali sono i bisogni di RSI espressi dalle imprese ai quali il FSE può dare una risposta e quali sono le aspettative rispetto alla relazione con le Istituzioni in un'ottica di policy finalizzata alla definizione delle iniziative future.

² Il 1° Rapporto tematico ha esaminato le DG 254/2016 e 948/2016 al fine di valutare la capacità delle iniziative individuate e dei progetti realizzati/in corso di realizzazione di realizzare un cambiamento in termini di RSI per produrre un vantaggio competitivo per l'azienda e per il territorio.







¹ Nell'Asse I la priorità 8iv pone l'accento sui temi della *Uguaglianza tra uomini e donne in tutti i settori, incluso l'accesso all'occupazione e alla progressione della carriera, la conciliazione della vita professionale con la vita privata e la promozione della parità di retribuzione per uno stesso lavoro o un lavoro di pari valore*. Nell'ambito dell'Asse II, invece, la priorità di investimento 9v- *La promozione dell'imprenditorialità sociale e dell'integrazione professionale nelle imprese sociali e dell'economia sociale e solidale, al fine di facilitare l'accesso all'occupazione* pone l'accento sull'obiettivo specifico di Rafforzamento dell'economia sociale.

1 L'IMPOSTAZIONE METODOLOGICA DELL'INDAGINE

1.1 Il campo di osservazione e l'universo di riferimento

Il campo di osservazione dell'indagine è rappresentato dalle *imprese che hanno manifestato* nel recente passato una sensibilità nei confronti della RSI.

In accordo con l'Autorità di Gestione (AdG), si è scelto di definire come "imprese che hanno manifestato una sensibilità nei confronti della RSI" quelle che nel corso degli ultimi cinque anni 2014-2018 sono state coinvolte in iniziative della Regione Veneto che si sono contraddistinte per avere come oggetto il tema della Responsabilità sociale di impresa e una connessione con i Fondi Strutturali e di Investimento Europei.

In tale contesto, vengono considerate:

- le imprese che hanno compilato il questionario di autovalutazione della RSI proposto dalla Regione del Veneto e utilizzato dalla stessa per individuare e premiare con un punteggio aggiuntivo nei bandi a valere sui fondi comunitari le imprese che, in seguito alla autovalutazione avevano raggiunto un punteggio uguale o superiore alla soglia minima individuata dal SET unico di indicatori per misurare la RSI³;
- le imprese coinvolte come partner di rete oppure partner operativi dai progetti finanziati dalla Deliberazione di Giunta Regionale (da ora, DGR) n. 948 del 22/06/2016 avente come oggetto «Programma Operativo Regionale Fondo Sociale Europeo 2014-2020 Asse II Inclusione sociale "ResponsabilMente Promuovere l'innovazione sociale e trasmettere l'etica Percorsi di RSI" Avviso pubblico per la presentazione di proposte progettuali e approvazione della Direttiva Anno 2016»;
- le imprese coinvolte come partner di rete oppure partner operativi dai progetti finanziati dalla DGR 254 del 08 marzo 2016 avente come oggetto «Programma Operativo Regionale Fondo Sociale Europeo 2014-2020 Asse I Occupabilità "Pari opportunità nel lavoro che cambia Investiamo nell'occupazione femminile" Avviso pubblico per la presentazione di proposte progettuali e approvazione della Direttiva Anno 2016».

Rimandando all'Appendice metodologica per un approfondimento dei passaggi effettuati per determinare l'universo di riferimento dell'indagine, si ritiene di interesse sottolineare fin d'ora che l'universo di riferimento si compone di 3.265 imprese con sede legale e/o con sede operativa nella Regione Veneto.

Il totale dei rispondenti è risultato di 634 imprese, pari ad un tasso di risposta del 19,4%.

³ Nell'aprile 2012 la Regione Veneto, in collaborazione con la Regione Liguria, ha avviato un progetto finalizzato a promuovere la diffusione della RSI (Responsabilità Sociale d'Impresa) tra le imprese e ad avviare un processo di scambio e apprendimento reciproco sul tema tra pubbliche amministrazioni. Oltre alla Regione del Veneto, capofila del progetto, hanno aderito altre amministrazioni regionali (Abruzzo, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Umbria, Toscana e Valle d'Aosta), l'INAIL, l'INEA, il Ministero dello Sviluppo Economico, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali. Il progetto interregionale/transnazionale "Creazione di una rete per la diffusione della Responsabilità Sociale d'Impresa" ha consentito di identificare un Set unico di indicatori che potessero essere utili all'individuazione dell'impresa socialmente responsabile al fine di concedere alle stesse degli incentivi, agevolazioni, sgravi ecc. Il questionario di autovalutazione a disposizione delle imprese è stato inizialmente proposto dalle singole amministrazioni e, successivamente, è stato sviluppato come una Piattaforma disponibile sul sito del Ministero dello sviluppo economico (http://rsi.mise.gov.it).







1.2 La struttura del questionario

Nell'ottica di indagare quali sono i bisogni di RSI espressi dalle imprese ai quali il FSE può dare una risposta, quali sono le tipologie di strumenti e servizi preferibilmente offerti dalle aziende e quali quelli che possono più efficacemente essere perseguiti (dati i meccanismi di implementazione del POR), il questionario per le imprese (cfr. Appendice metodologica) è articolato in cinque sezioni:

- Anagrafica aziendale;
- 2. Lo stato dell'arte in materia di RSI, per ricostruire il posizionamento della singola impresa sui diversi ambiti strategici di RSI;
- 3. L'orientamento aziendale in materia di RSI, per individuare verso quali aree di intervento (già intraprese e/o nuove) l'azienda è orientata a muoversi;
- **4.** L'adesione a reti e altre forme di welfare territoriale, per identificare quali sono le aspettative rispetto alla relazione con le Istituzioni;
- 5. Il possibile supporto dalle istituzioni, per riflettere su quali sono le tipologie di intervento che possono più efficacemente perseguite (stanti i meccanismi di implementazione del POR).

1.3 Modalità e organizzazione dell'indagine

L'indagine è stata realizzata attraverso la somministrazione di un questionario CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) alle 3.265 imprese dell'universo di riferimento.

La rilevazione telefonica CATI è stata realizzata tra settembre e ottobre 2018.

1.4 Le caratteristiche delle imprese intervistate

Come rappresentato dalle Figure 1.1, 1.2 e 1.3, la distribuzione delle imprese intervistate rispecchia sostanzialmente quella dell'universo delle imprese venete per provincia di localizzazione, mentre differisce per macrosettore e dimensione d'impresa.

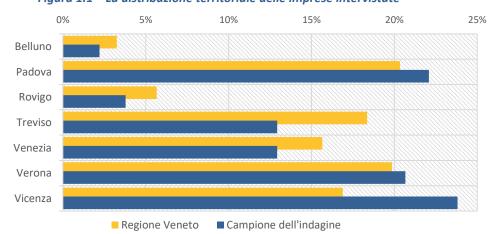


Figura 1.1 – La distribuzione territoriale delle imprese intervistate

Fonte: Indagine CATI sulle imprese e Movimprese (Il trimestre 2018).







O% 10% 20% 30% 40% 50% 60%

Agricoltura, silvicoltura e pesca

Attività manifatturiere

Edilizia

Servizi

Altro

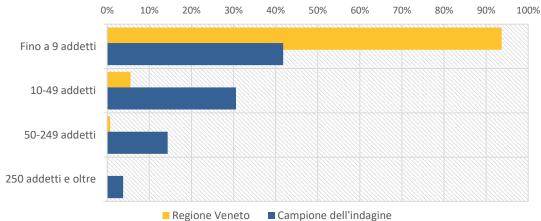
Figura 1.2 – La distribuzione per settore di attività economica delle imprese intervistate

Fonte: Indagine CATI sulle imprese e Movimprese (Il trimestre 2018).

■ Campione dell'indagine

Regione Veneto

Figura 1.3 – La distribuzione per dimensione di impresa delle imprese intervistate



Fonte: Indagine CATI sulle imprese e Movimprese (II trimestre 2018).



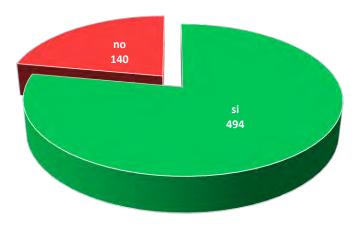




2 LA RSI NELLE AZIENDE INTERVISTATE

Dalle interviste alle imprese emerge come la cultura della responsabilità e della sostenibilità, cominci ad essere diffusa: oltre tre imprese su quattro hanno effettivamente attivato misure, strumenti e dispositivi riconducibili alla RSI.

Figura 2.1 – L'attivazione di misure, strumenti e dispositivi riconducibili alla RSI

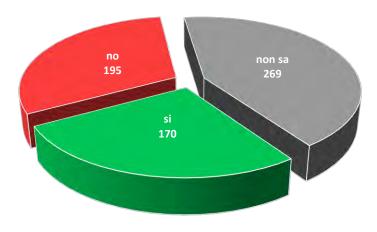


Fonte: Indagine CATI sulle imprese

Un elemento di interesse relativo alla cultura della *Responsabilità Sociale di Impresa* riguarda la consapevolezza del ruolo sociale dell'impresa che sembra essere meno diffusa di quanto non sia l'attuazione effettiva degli strumenti e dei dispositivi ad essa riconducibili. Proprio per indagare la consapevolezza delle imprese di svolgere attività responsabili sul piano sociale e ambientale la prima domanda del questionario ha chiesto in modo interlocutorio se l'azienda avesse attivato misure, strumenti e dispositivi riconducibili alla Responsabilità Sociale di impresa (RSI).

Il quadro ricostruito mostra come se tre imprese su quattro hanno adottato misure, strumenti e dispositivi riconducili alla RSI, solamente un'imprese su quattro sa di adoperare tali misure. La metà dei rispondenti non è cosciente del fatto che è, foss'anche in minima parte, un'impresa socialmente responsabile.

Figura 2.2 – La consapevolezza dell'attivazione di misure, strumenti e dispositivi riconducibili alla RSI









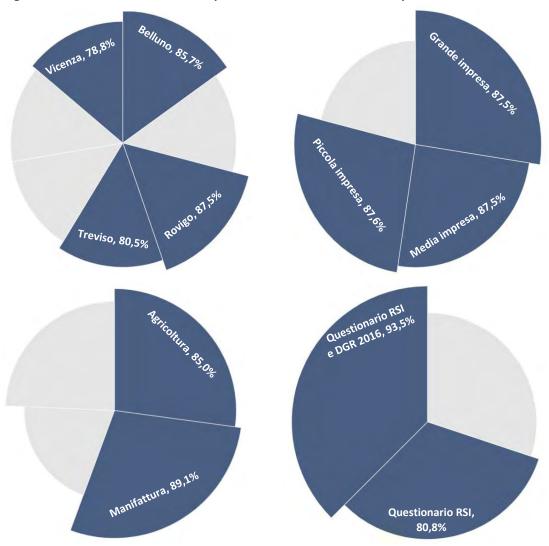
Nonostante il campione non sia statisticamente rappresentativo e, pertanto, i risultati dell'indagine non consentano di trarre conclusioni valide per le imprese venete sul complesso, appare comunque opportuno presentare le principali caratteristiche delle imprese che hanno attivato misure, strumenti e dispositivi riconducibili alla Responsabilità Sociale di impresa (RSI).

La Figura 2.3 evidenzia le caratteristiche delle imprese intervistate che attivano strumenti e dispositivi riconducibili alla RSI. Nello specifico hanno attivato strumenti riconducibili alla RSI in misura maggiore della media regionale dal punto di vista:

- territoriale le imprese intervistate delle province di Belluno, Rovigo, Treviso e Vicenza;
- dimensionale le grandi, medie e piccole imprese intervistate;
- **del settore di attività economica** le imprese intervistate che si sono "auto-classificate" come appartenenti ai settori dell'agricoltura e dell'industria manifatturiera.

Infine, si ritiene di interesse sottolineare come le imprese che hanno compilato il questionario di autovalutazione della RSI nell'arco temporale tra il 2014 e il 2016 hanno strumenti connessi alla RSI in misura decisamente superiore a quelle che cinque anni fa non l'hanno fatto: un (possibile) indicatore del fatto che una volta acquisita la sensibilità sul tema RSI, vengono realizzati anche gli interventi per sviluppare la RSI.

Figura 2.3 – Le caratteristiche delle imprese che attivano strumenti e dispositivi riconducibili alla RSI









2.1 Lo status quo in tema di RSI nelle imprese intervistate

Come anticipato, la prima sezione del questionario è volta ad indagare lo *status quo* delle imprese intervistate, focalizzando dapprima l'attenzione sugli **ambiti in cui si collocano le esperienze delle imprese intervistate**.

Come mostra la Figura 2.4, oltre la metà delle imprese ha sviluppato pratiche di sostenibilità in relazione all'ambiente, ai fornitori e ai clienti. Nello specifico, quasi la metà delle imprese (242) ha attivato strumenti riconducibili alla sostenibilità ambientale e dei rapporti con fornitori e clienti.

Inoltre, tranne rare eccezioni, le imprese che hanno previsto la realizzazione di servizi aziendali volti a liberare il tempo dei dipendenti (e dei loro familiari) sono quelle che hanno già costruito all'interno della propria azienda un complesso sistema di interventi di responsabilità sociale che vede almeno altri cinque tipologie di dispositivi attivi.

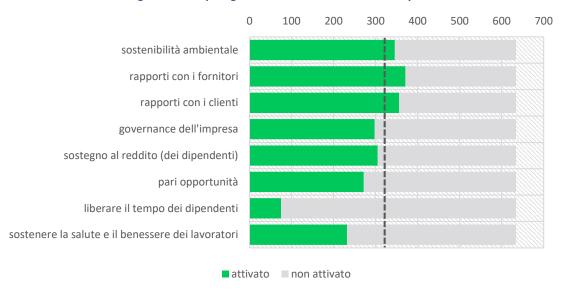


Figura 2.4 – Tipologie di strumenti attivati dalle imprese

Fonte: Indagine CATI sulle imprese

Indipendentemente dall'ambito di intervento in tema di RSI attivato dalle imprese, emerge con immediatezza come via sia sempre uno strumento "prevalente", vale a dire adottato da più della metà delle imprese che promuovono pratiche di RSI in quel tema, e uno/due dispositivi sperimentati da un terzo delle imprese.

Pertanto, si può senz'altro affermare che, i vari ambiti di riferimento della RSI evidenziano pratiche significative, dall'incentivazione all'utilizzo dei materiali riciclati (sostenibilità ambientale), al rispetto di tempi di pagamento congrui per i fornitori (rapporti con i fornitori), dal sostegno della qualità del prodotto e/o del servizio (rapporti con i clienti), allo sviluppo di strumenti che possano contribuire all'innovazione organizzativa (governance dell'impresa), alla concessione dell'anticipo del TFR (sostegno al reddito dei dipendenti), alla flessibilità oraria (pari opportunità), all'assistenza fiscale e/o legale (liberare il tempo dei dipendenti) e, infine, alle iniziative di promozione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro (sostenere la salute e il benessere dei lavoratori).







Figura 2.5 – Gli strumenti attivati dalle imprese intervistate



Fonte: Indagine CATI sulle imprese

La Figura 2.6 presenta il dettaglio, per ciascun ambito strategico della RSI, degli strumenti attivati dalle imprese.

In linea con il nuovo paradigma dell'economia circolare, la maggior parte delle imprese intervistate che ha attivato strumenti per promuovere la sostenibilità ambientale ha sviluppato dispositivi per incentivare l'utilizzo di materiali riciclati (181). In tale ottica, un'impresa su tre ha adottato tecniche per razionalizzare l'utilizzo di materie prime (124) e per tenere costantemente sotto controllo la quantità di rifiuti smaltiti (in rapporto ai livelli di produzione) (113). In aggiunta, due imprese su cinque hanno scelto di utilizzare processi produttivi per ridurre l'inquinamento (139). Solamente una quota marginale ha conseguito certificazioni EMAS, ISO 14000, Ecolabel, ecc. (58).

Nell'ambito dei dispositivi volti a promuovere politiche e pratiche sostenibili nei rapporti con i fornitori, gli elementi di maggiore interesse attengono quelli che potrebbero essere definiti come i principi sine qua non un'impresa possa essere definita socialmente responsabile: il rispetto di tempi di pagamento congrui per i fornitori adottato da quasi tre imprese su quattro (267) e la trasparenza nei rapporti con fornitori che contraddistingue i rapporti con i fornitori di tre imprese su cinque (227). Per quanto riguarda, invece, l'opportunità di estendere la Responsabilità sociale d'impresa alla catena produttiva, il passaggio dall'impresa alla filiera sostenibile è ancora appannaggio di un numero limitato di imprese: poco più di un'impresa su tre collabora con fornitori locali che hanno sede nel raggio di 70 km da quella dell'azienda intervistata (139) e una quota inferiore attribuisce una priorità a fornitori che rispettano criteri eco-sostenibili (90) oppure appartengano al Terzo settore (41).

Come anticipato, la promozione di politiche e pratiche sostenibili nei rapporti con i clienti rappresenta l'ambito strategico nell'ambito del quale le imprese hanno maggiormente investito in tema di RSI. D'altronde, numerose indagini hanno mostrato come i consumatori italiani siano







sempre sensibili al tema della sostenibilità, che diventa un parametro importante nell'orientare le scelte al consumo. L'ultima in ordine temporale - l'analisi IPSOS elaborata per il "Salone della CSR e dell'Innovazione sociale" la cui sesta edizione si è tenuta all'Università Bocconi di Milano dal 2 al 3 ottobre 2018 – mostra come il 65% degli italiani guardi al tema della sostenibilità con interesse e attenzione (e come tale percentuale sia in costante crescita). In tale contesto, quattro imprese su cinque dichiarano di dedicare particolare attenzione a sostenere la qualità del prodotto e/o del servizio offerto (292), quasi metà delle imprese a sostenere la sicurezza del prodotto e/o del servizio offerto (171), mentre un terzo degli intervistati a fornire informazioni (sui processi produttivi e/o sui prodotti/servizi offerti aggiuntive rispetto a quelle previste da obblighi di legge) ai clienti (117) e utilizzare schemi di etichettatura dei prodotti chiari e facilmente comprensibili (115).

La RSI è, per certi versi, un approccio "win-win" che porta benefici all'ambiente, alla collettività e all'impresa stessa e, pertanto, lo sviluppo di processi, prodotti e risultati dell'azienda in termini di sostenibilità rappresentano una quale leva strategica per la competitività dell'impresa. In tale contesto, oltre due imprese su tre hanno sviluppato strumenti che possano contribuire all'innovazione organizzativa (206) e quasi la metà delle imprese intervistate si è impegnata per migliorare i processi di produzione affinché siano maggiormente sostenibili (138). "Solo" un'impresa su quattro e una su cinque, invece, si sono attivati per sviluppare rispettivamente nuovi prodotti e nuovi metodi di produzione maggiormente sostenibile. D'altra parte queste due ultime categorie sono strettamente connesse alle attività di ricerca e innovazione che conduce un'azienda, le cui scelte di investimento in ricerca dipendono anche da attitudini e propensione. La riflessione sugli ambiti strategici in tema di RSI non può prescindere dal sempre più attuale tema del Corporate Welfare, inteso come una cultura imprenditoriale tesa a rispondere ai bisogni dei lavoratori (e delle loro famiglie) nella convinzione che la valorizzazione del capitale umano e la soddisfazione dei dipendenti rappresentino un valore imprescindibile che, tra l'altro, produce un beneficio alle imprese stesse. Rientrano a pieno titolo nel Corporate Welfare le iniziative attivate negli ambiti del sostegno al reddito dei dipendenti (e dei loro familiari), della conciliazione tra lavoro e famiglia (strumenti di promozione delle pari opportunità e servizi "libera tempo") e del sostegno della salute. In tale contesto, gli strumenti più diffusi tra le imprese intervistate riguardano:

- la concessione dell'anticipo del TFR (226) e la disponibilità di una mensa oppure di buoni pasto (140) per il sostegno del reddito;
- la previsione di strumenti per garantire la flessibilità oraria (in entrata/uscita, orario settimanale flessibile, banca ore, auto-organizzazione/modifica concordata dei turni/orari di lavoro ecc.) (207) e la flessibilità contrattuale (telelavoro, part-time orizzontale/verticale/misto/reversibile, job sharing, uso flessibile delle ferie, ecc.) (140) per le politiche di conciliazione tra lavoro e famiglia;
- la realizzazione di iniziative di promozione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro (145).







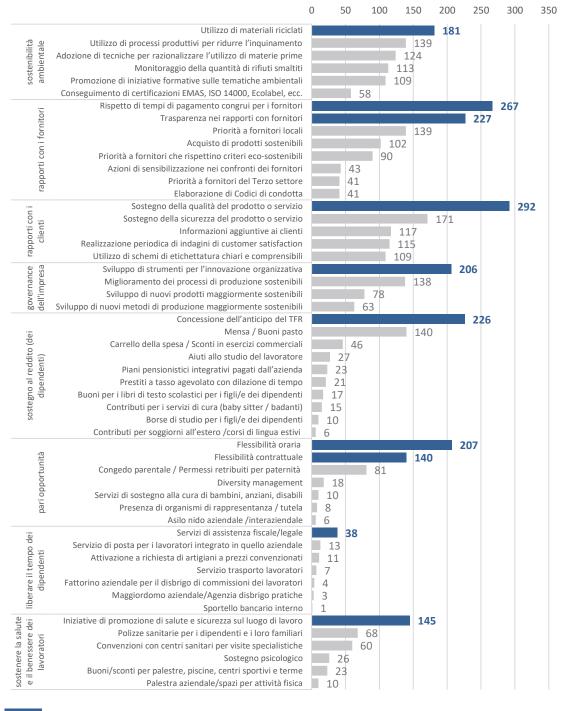


Figura 2.6 – Gli strumenti attivati per promuovere la RSI

Dispositivi attivati da oltre metà delle imprese che hanno dichiarato di aver sviluppato dispositivi nell'ambito strategico







2.2 Dal welfare aziendale al welfare territoriale: fare rete per rafforzare la RSI

La riduzione delle risorse per le politiche sociali, soprattutto a livello comunale, ha trasformato negli ultimi anni il welfare pubblico, favorendo nel contempo la crescita del welfare aziendale. In tale ottica, le analisi condotte hanno evidenziato come l'implementazione di politiche di welfare aziendale sia appannaggio principalmente delle grandi imprese e cosi, negli ultimi anni le imprese micro e le piccole e medie imprese (da ora MPMI) hanno cominciato a partecipare a momenti di condivisione e collaborazione con altre aziende per dare vita a reti strutturate che consentissero di dare vita ad un modello di welfare diverso: sussidiario, integrato e territoriale.

In tale contesto il questionario ha interrogato le imprese sulla loro adesione ad una o più reti e ad altre forme di welfare territoriale e/o condiviso. L'indagine ha verificato l'adesione da parte delle imprese rilevando che solamente un'impresa su tre ha aderito a qualche rete: nello specifico, 39 imprese partecipano alla rete WelfareNet della Regione Veneto e 37 imprese ad altre reti.

No, ma ha sottoscritto intese territoriali, 99

Sì, la rete WelfareNet del Veneto, 39

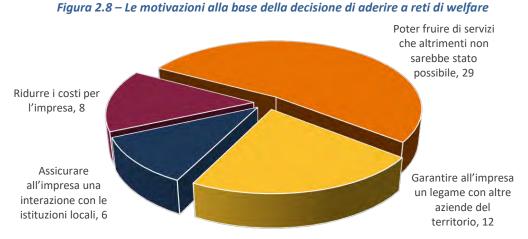
No, ma ha attivato specifiche iniziative in accordo con le Istituzioni locali, 80

Sì, altre reti, 37

Figura 2.7 – L'adesione a reti di welfare territoriale e/o condiviso

Fonte: Indagine CATI sulle imprese.

Dalle risposte delle imprese intervistate emerge come la principale motivazione all'origine dell'adesione alla rete consista proprio nella convinzione di poter fruire di servizi che altrimenti non sarebbe stato possibile utilizzare.



'







Tuttavia, l'evoluzione del welfare aziendale a livello territoriale è ancora poco diffusa, come emerge dall'analisi dei contesti in cui si sono sviluppati i differenti strumenti in tema di RSI attivati dalle aziende intervistate.

E, infatti, in risposta alla richiesta dell'indagine di indicare nell'ambito di quale tipologia di welfare sia nata l'iniziativa di attivare di uno o più strumenti in tema di RSI, la maggior parte delle imprese ha dichiarato che la decisione è stata presa esclusivamente per iniziativa aziendale autonoma (welfare aziendale).

L'attivazione:

- a seguito di accordo sindacale/iniziativa negoziata con i sindacati (welfare contrattuale);
- in accordo con le istituzioni locali/grazie a finanziamenti pubblici (welfare condiviso);
- per iniziativa aziendale in rete con altre imprese (welfare territoriale);
 resta ancora limitata.



Figura 2.9 – Elementi che incidono sulla decisione di attivare strumenti di RSI

Fonte: Indagine CATI sulle imprese.

Come rappresentato dalla Figura 2.10, il welfare contrattuale è maggiormente utilizzato dalle imprese per l'attivazione di strumenti volti a sostenere il reddito dei dipendenti (e dei loro familiari), liberare il tempo dei dipendenti e sostenere la salute e il benessere dei lavoratori.

L'accordo con le istituzioni locali o il sostegno di un finanziamento pubblico (welfare condiviso) indicono sull'introduzione di nuovi strumenti di *governance* dell'impresa quale leva per la competitività, l'innovazione e la sostenibilità, sull'adozione di strumenti per le pari opportunità e la sostenibilità. Infine, il welfare territoriale incide maggiormente sulla decisione di utilizzare misure che aumentano la loro efficacia se sono utilizzate in rete da più imprese: strumenti per promuovere la sostenibilità ambientale e politiche e pratiche sostenibili nei rapporti con i fornitori e con i clienti.







Welfare aziendale Welfare contrattuale 202 29 176 264 199 Welfare condiviso Welfare territoriale 13 29 20 sostenibilità ambientale rapporti con i fornitori ■ rapporti con i clienti governance dell'impresa reddito dei dipendenti
 pari opportunità liberare il tempo • salute e benessere

Figura 2.10 – La genesi degli strumenti di RSI per ambito tematico e tipologia di welfare







2.3 Gestire e comunicare la responsabilità sociale

Comunicazione, reputazione e fiducia costituiscono gli elementi imprescindibili affinché la responsabilità sociale possa rappresentare davvero un vantaggio competitivo per le imprese.

Nonostante le imprese intervistate abbiano evidenziato una forte propensione ad attivare strumenti per la RSI, le aziende che hanno partecipato all'indagine sembrano avere ancora poca attitudine con gli strumenti di gestione e comunicazione della RSI: più di due imprese su tre non hanno nessuno strumento per la gestione e la comunicazione della RSI attivo.

Se è vero che i clienti acquistano più volentieri i prodotti dalle imprese ritenute maggiormente responsabili, una comunicazione non efficace – o, peggio, nessuna comunicazione in materia – rappresenta un'occasione mancata di ottenere effetti positivi sul *business* per le imprese che adottano comportamenti socialmente responsabili.

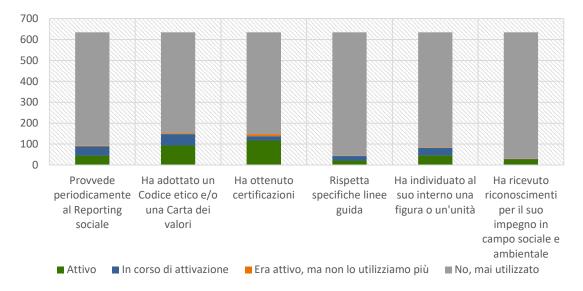


Figura 2.11 – Gli strumenti di gestione e comunicazione della RSI







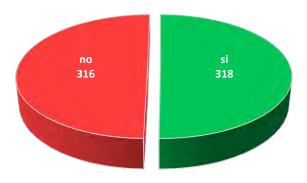
3 LE PROSPETTIVE NEL PROSSIMO TRIENNIO

3.1 L'orientamento aziendale in tema di RSI nelle imprese intervistate

La seconda sezione del questionario è ideata nell'intento di delineare l'orientamento aziendale in tema di RSI riflettendo sulle azioni previste nel prossimo triennio.

Dalle interviste emerge che le imprese intervistate hanno una buona propensione alla RSI. Se al momento dell'indagine tre imprese su quattro hanno attivato almeno un dispositivo di RSI, più della metà afferma che nei prossimi tre anni ha intenzione di continuare a sviluppare strumenti nelle aree in cui è già impegnata oppure di sviluppare nuovi servizi/strumenti di RSI che al momento non sono attivi.

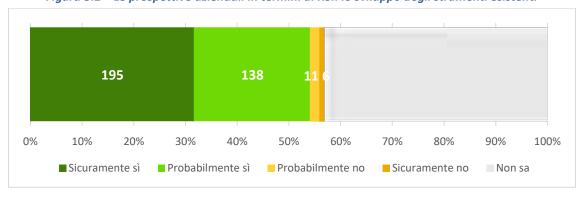
Figura 3.1 – Le prospettive aziendali in termini di RSI: lo sviluppo degli strumenti esistenti o l'attivazione di nuovi strumenti



Fonte: Indagine CATI sulle imprese.

Rispetto alla decisione di continuare a sviluppare strumenti di RSI nelle aree in cui l'impresa è già impegnata, la Figura 3.2 mostra come per un terzo delle imprese la scelta di sviluppare ulteriormente gli strumenti già esistenti rappresenti sia assodata e non soltanto un'eventualità probabile.

Figura 3.2 – Le prospettive aziendali in termini di RSI: lo sviluppo degli strumenti esistenti









3.2 Gli ambiti strategici in tema di RSI per il futuro delle imprese

Con riferimento alla scelta di attivare nel prossimo triennio nuovi strumenti di RSI, le misure principali che le imprese prevedono di attivare sono quelle che sembrano poter avere un maggior effetto sulla reputazione dell'impresa, utile al posizionamento e all'immagine dell'azienda stessa.

La Figura 3.3 evidenzia come l'ambito maggiormente attrattivo attiene alla promozione di strumenti di sostenibilità ambientale. D'altronde, come insegna la *green economy*, il mercato premia le aziende che investono nella sostenibilità ambientale.

La seconda classe di strumenti ritenuta profittevole per l'impresa è costituita dall'introduzione di nuovi strumenti di *governance* quali leve per la competitività, l'innovazione e la sostenibilità. Infine, al terzo posto, si collocano gli strumenti di promozione di politiche e pratiche sostenibili nei rapporti con i clienti.



Figura 3.3 – Le prospettive aziendali in termini di RSI: l'attivazione di nuovi strumenti

Fonte: Indagine CATI sulle imprese.

La Figura 3.4 propone il quadro degli strumenti che le imprese dichiarano che attiveranno nel prossimo triennio per promuovere la RSI. Per ciascun ambito strategico, l'ordine con cui vengono presentati i differenti strumenti è il medesimo utilizzato per la Figura 2.6: i primi dall'alto sono quelli attivati dal maggior numero di imprese e, man mano, da un numero inferiore. In generale, i dispositivi che le imprese prevedono di attivare nel prossimo triennio ricalcano quelli che sono già attivi: per la promozione dei rapporti con i clienti le aziende intendono sostenere la qualità del prodotto e/o del servizio, per la *governance* dell'impresa si prefiggono di sviluppare strumenti che possano contribuire all'innovazione organizzativa e così via.

Le uniche tre eccezioni sono rappresentate dalla promozione della sostenibilità ambientale, per la quale la misura di maggiore interesse è identificata nell'organizzazione di iniziative formative per il personale sulle tematiche ambientali, dalla promozione di politiche per i fornitori, nell'ambito del quale assumono maggiore rilevanza i temi dell'eco-sostenibilità e della crescita locale e, infine, gli strumenti a sostegno della salute e il benessere dei lavoratori rispetto ai quali le imprese mirano a realizzare sondaggi periodici sul clima organizzativo e iniziative informative sulla salute alimentare e gli stili di vita sani.







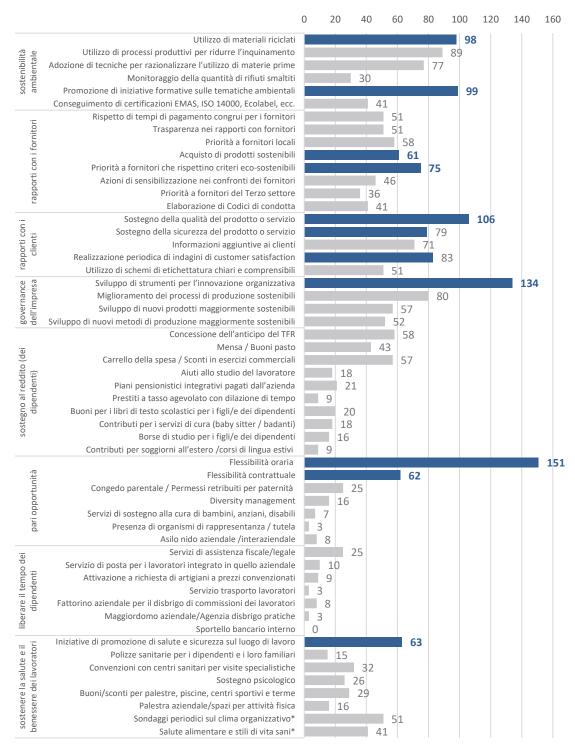


Figura 3.4 – Gli strumenti che verranno attivati nel prossimo triennio per promuovere la RSI

Nuovi dispositivi che le imprese prevedono di attivare nel prossimo triennio
 Dispositivi attivati da oltre metà delle imprese che hanno dichiarato di voler sviluppare nel prossimo triennio





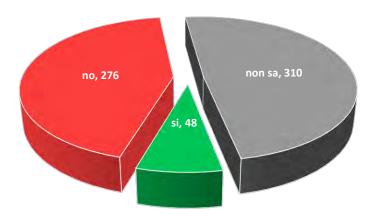


4 IL POSSIBILE SUPPORTO DELLE ISTITUZIONI

L'ultima sezione del questionario è dedicata ad analizzare le modalità attraverso le quali le istituzioni possono supportare l'adozione di strumenti per la Responsabilità Sociale d'Impresa.

La prima domanda si prefigge di identificare le imprese che hanno già utilizzato a vario titolo dei finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI. Si tratta *solamente* di 48 imprese, sebbene, come mostra la Figura 4.2, è opinione diffusa (260 imprese) che i finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare ulteriormente la RSI siano sicuramente utili.

Figura 4.1 – L'utilizzo dei finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI

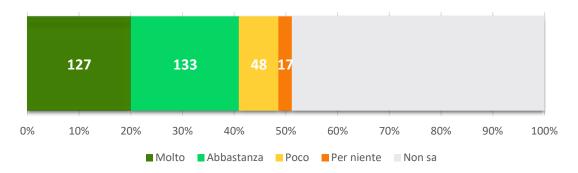


Fonte: Indagine CATI sulle imprese.

In relazione alla percezione delle imprese dell'utilità di ricorrere ai finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI, sembra opportuno sottolineare come proprio le imprese che hanno già utilizzato i finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI siano quelle che attribuiscono un giudizio positivo rispetto alla loro utilità.

Se è vero che la letteratura ha ormai ampiamente evidenziato come un soggetto intervistato in relazione all'utilità di un finanziamento di cui ha beneficiato abbia un incentivo a distorcere la risposta – difficilmente l'imprenditore ammetterà che avrebbe potuto tranquillamente fare a meno di un finanziamento – è altresì vero che la quasi totalità dei soggetti attribuisce un valore positivo (e molto positivo) alle risorse pubbliche.

Figura 4.2 – La percezione delle imprese dell'utilità di ricorrere ai finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI









Nonostante la maggioranza di imprese ritenga che poter disporre di finanziamento della Regione Veneto rappresenti un'opportunità da cogliere, un'impresa su cinque non ritiene che tali finanziamenti potrebbero essere utili per sviluppare strumenti di RSI. Le ragioni possono essere individuate innanzitutto nel mancato interesse da parte di queste aziende a sviluppare ulteriori strumenti di RSI. addotte dagli intervistati

Figura 4.3 – Le ragioni alla base della percezione dell'inutilità di disporre di finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI



Fonte: Indagine CATI sulle imprese.

Infine, tra le tipologie di supporto considerate particolarmente utile per rispondere ai bisogni in materia di RSI devono essere necessariamente richiamate il sostegno finanziario, le attività di formazione e il supporto nell'attivazione di nuovi servizi indicate come tali da più di un intervistato su cinque.

Figura 4.4 – La percezione delle imprese dell'utilità di ricorrere ai finanziamenti della Regione Veneto per sviluppare la RSI



 ${\it Fonte: Indagine\ CATI\ sulle\ imprese.}$







5 CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE E SUGGERIMENTI PER IL FUTURO

L'attività di valutazione della Responsabilità sociale di impresa avviata con il 1° Rapporto tematico "La valutazione del tema della RSI sviluppato dalle DGR n. 948/2016 e n. 254/2016"⁴ trova il naturale sviluppo nella realizzazione di un'indagine con le imprese della regione Veneto per analizzare verso quali aree di intervento l'azienda è orientata a muoversi, quali sono le aspettative rispetto alla relazione con le Istituzioni e quali sono le tipologie di intervento che possono più efficacemente perseguite stanti i meccanismi di implementazione del POR.

L'indagine, realizzata con metodo CATI (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*), ha interessato 3.265 imprese con sede legale e/o con sede operativa nella Regione Veneto⁵. Il totale dei **rispondenti** è risultato di **634 imprese**, pari ad un tasso di risposta del 19,4%.

La Responsabilità Sociale d'Impresa: si fa, ma non si sa

Il primo elemento di interesse dell'indagine è rappresentato dalla ricostruzione dello *status quo*, vale a dire del posizionamento della singola impresa sui diversi ambiti di RSI.

Dalle interviste alle imprese emerge come la cultura della responsabilità e della sostenibilità, cominci ad essere diffusa, sebbene le imprese non siano sempre consapevoli di svolgere attività responsabili sul piano sociale e ambientale: se tre imprese su quattro hanno adottato misure, strumenti e dispositivi riconducili alla RSI, solamente un'impresa su quattro sa di adoperare tali misure.

Sembra pertanto opportuno dedicare ulteriore attenzione sul tema della consapevolezza delle imprese. Un contributo in tal senso dovrebbe arrivare proprio dall'attuazione della DGR 948/2016 Responsabilmente i cui interventi prevedono attività volte a sensibilizzare le imprese e a comunicare i risultati dei progetti principalmente attraverso strumenti web e social, ma anche grazie alla realizzazione di workshop di progetto e all'organizzazione di eventi conclusivi.

In effetti, la consapevolezza degli intervistati rispetto all'utilizzo di strumenti riconducibili alla RSI è maggiore per le imprese che hanno partecipato a vario titolo ai progetti finanziati dalla DGR 948/2016, per la quale un'impresa su tre sa di adoperare tali misure, e cresce in maniera esponenziale per quei soggetti che sono stati coinvolti nell'attuazione degli interventi realizzati da entrambe le DGR (la DGR 254/2016 e la DGR 948/2016): ben oltre la metà degli intervistati (61%) appartenenti a questa categoria sono a conoscenza dell'attuazione di dispositivi di RSI da parte della propria impresa.

⁵ Nello specifico, l'indagine ha interessato le 3.265 imprese che nel corso degli ultimi cinque anni 2014-2018 sono state coinvolte in iniziative della Regione Veneto che si sono contraddistinte per avere come oggetto il tema della Responsabilità sociale di impresa e una connessione con i Fondi Strutturali e di Investimento Europei, vale a dire le imprese che nell'arco del triennio 2014-2016 hanno compilato il questionario di autovalutazione della RSI proposto dalla Regione del Veneto e successivamente adottato dal MISE e le imprese coinvolte come partner di rete oppure partner operativi dai progetti finanziati dalle DGR n. 254/2016 e n. 948/2016.







⁴ Il 1° Rapporto tematico "La valutazione del tema della RSI sviluppato dalle DGR n. 948/2016 e n. 254/2016" ha esaminato i due strumenti individuati dall'Amministrazione regionale nell'ambito del POR FSE 2014-2020 della Regione Veneto per promuovere la RSI in un'ottica di inclusione sociale per la sperimentazione e promozione di welfare territoriale e welfare aziendale al fine di valutare la capacità delle iniziative individuate e dei progetti realizzati/in corso di realizzazione di realizzare un cambiamenti in termini di RSI per produrre un vantaggio competitivo per l'azienda e per il territorio.

Se è prematuro esprimere giudizi in merito all'efficacia delle due DGR – i progetti finanziati sono ancora in corso – i risultati dell'indagine delineano un quadro in cui gli interventi realizzati hanno contribuito ad accrescere la consapevolezza delle imprese in tema di RSI.

RSI e reputazione: un connubio strategico per le imprese

Focalizzando l'attenzione sugli ambiti della RSI in cui si collocano le esperienze delle imprese intervistate, l'indagine mostra come oltre la metà delle imprese abbia sviluppato pratiche di sostenibilità in relazione all'ambiente, ai fornitori e ai clienti, proprio gli ambiti strategici le cui scelte possono incidere maggiormente sul modo in cui la collettività può riconosce un valore nel modo di operare delle imprese. Nello specifico, quasi la metà delle imprese (242) ha attivato strumenti riconducibili alla sostenibilità ambientale e dei rapporti con fornitori e clienti.

Per contro, le aziende che hanno partecipato all'indagine sembrano avere ancora poca attitudine con gli strumenti di gestione e comunicazione della RSI: più di due imprese su tre non hanno nessuno strumento per la gestione e la comunicazione della RSI attivo.

Gli ambiti strategici nel concetto di RSI: le imprese puntano sull'ambiente

L'indagine ha cercato inoltre di delineare l'orientamento aziendale in tema di RSI, chiedendo alle imprese intervistate di riflettere sulle azioni previste nel prossimo triennio.

Dalle interviste emerge che le imprese intervistate hanno una buona propensione alla RSI. Se al momento dell'indagine tre imprese su quattro hanno attivato almeno un dispositivo di RSI, più della metà afferma che nei prossimi tre anni ha intenzione di continuare a sviluppare strumenti nelle aree in cui è già impegnata oppure di sviluppare nuovi servizi/strumenti di RSI che al momento non sono attivi.

Si conferma l'orientamento imprenditoriale di preferire l'attivazione di quegli strumenti che sembrano poter avere un maggior effetto sulla reputazione dell'impresa, utile al posizionamento e all'immagine dell'azienda stessa. Nello specifico, l'ambito maggiormente attrattivo attiene alla promozione di strumenti di sostenibilità ambientale. D'altronde, come insegna la green economy, il mercato premia le aziende che investono nella sostenibilità ambientale.

Dal welfare aziendale al welfare territoriale: fare rete per rafforzare la RSI

Negli ultimi anni le imprese micro e le piccole e medie imprese (da ora MPMI) hanno cominciato a partecipare a momenti di condivisione e collaborazione con altre aziende per dare vita a reti strutturate che consentissero di dare vita ad un modello di welfare diverso: sussidiario, integrato e territoriale. E, infatti, dalle risposte delle imprese intervistate emerge come la principale motivazione all'origine dell'adesione alla rete consista proprio nella convinzione di poter fruire di servizi che altrimenti non sarebbe stato possibile utilizzare.

Tuttavia, l'evoluzione del welfare aziendale a livello territoriale è ancora poco diffusa: meno di un'impresa su dieci ha dichiarato di aver attivato strumenti di RSI per iniziativa aziendale in rete con altre imprese.





