Sei anni sul territorio: Open Day CSR in Azienda

Raccolta delle best practice aziendali visitate dal 2009 al 2014

Profili economici: 41

Camera di Commercio
Treviso

Sei anni sul territorio: Open Day CSR in Azienda

Raccolta delle best practice aziendali visitate dal 2009 al 2014

Profili economici: 41

Camera di Commercio
Treviso

È consentito l'utilizzo, anche parziale, del contenuto degli interventi riportati, purché venga fatto riferimento alla fonte.

Impaginato a cura di:
Urp, Stampa e Comunicazione

Stampa:
Revelox di R. Ciambrone & C. snc
Ostia Antica (RM)

Sommario

PREMESSA GENERALE 5
PREMESSA ALLA PUBBLICAZIONE 7
INTRODUZIONE AGLI "OPEN DAY CSR" 9
LE SEI EDIZIONI DEGLI OPEN DAY CSR 11

Prima edizione 2009 13

Il caso di Anodica Trevigiana SpA 14
Il caso di Aton spa – Villorba (TV) 18
Il caso di Credito Cooperativo Trevigiano – Vedelago (TV) 22
Il caso di Tecnogamma spa – Badoere (TV) 27

Seconda edizione 2010 31

Il caso del Centro Riciclo Vedelago srl – Vedelago (TV) 32
Il caso di Azienda Agricola Fratelli Corvezzo – Cessalto (TV) 34
Il caso di Applied Materials Italia srl – Olmi di S. Biagio di Callalta (TV) 38

Terza edizione 2011 45

Il caso di Gava Cav. Giuseppe Imballaggi srl – Godega di Sant'Urbano (TV) 46
Il caso di Came Cancelli Automatici spa – Dosson di Casier (TV) 50
Il caso di Perlage srl – Farra di Soligo (TV) 53

Quarta edizione 2012 59

Il caso di Aliplast spa – Ospedaletto di Istrana (TV) 60
Il caso di Texa spa – Monastier di Treviso (TV) 65
Il caso di H – Farm ventures – Roncade (TV) 68

Quinta edizione 2013 73

Il caso di Jolly Sgambaro spa – Castello di Godego (TV) 74
Il caso di Da Re spa (I Bibanesi) – Godega di Sant'Urbano (TV) 77
Il caso di Perenzin Latteria srl – San Pietro di Feletto (TV) 81

Sesta edizione 2014 87

Il caso di Latteria Montello spa – Giavera del Montello (TV) 88
Il caso di Fornace dell'Innovazione – Asolo (TV) 92
Il caso Borgoluce srl – Susegana (TV) 97

CONCLUSIONI 101
APPENDICE: Le attività dello Sportello CSR e Ambiente di Treviso 103
Le aziende coinvolte 105

PREMESSA GENERALE

La Corporate Social Responsibility (CSR) o Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) è un "tema" che ha assunto sempre più rilevanza a livello Comunitario, nazionale e globale. Mentre è più semplice ricostruirne la storia nei Paesi anglosassoni, dove le varie teorie si sono sviluppate più facilmente, poiché destinate a grandi organizzazioni (soprattutto multinazionali), in Italia, il tessuto economico assai diverso (costituito principalmente da micro, piccole e medie imprese) ha fatto sì che i principi di CSR siano rimasti nascosti fino al 2003, quando l'allora Ministero del Lavoro e del Welfare ha incluso la Responsabilità Sociale d'Impresa in un più ampio progetto di governo.

La CSR si è sviluppata in molte nazioni, mentre in altre ancora fatica a radicarsi o addirittura a partire.

Alla base degli ostacoli per la diffusione dei valori di CSR, che si potrebbero riassumere con il concetto di "etica e sostenibilità di impresa", si trovano tre motivazioni di fondo:

a) disinformazione o carenza di informazioni;

b) difficoltà di comunicare all'esterno i valori e le buone prassi aziendali;

c) l'errata convinzione del fatto che essere socialmente responsabili significa esclusivamente fare un "atto filantropico" (ad esempio opere di beneficenza).

Contrariamente a questa visone poco realistica, la CSR permette di raggiungere notevoli vantaggi, sia di breve che di lungo periodo e, se opportunamente integrata nelle strategie aziendali, è perfino in grado di generare un utile d'impresa o quanto meno di ridurre alcuni costi di gestione. I soggetti che ne beneficiano principalmente sono le imprese e gli stakeholders, che con esse interagiscono e la società in generale.

Il benessere derivante da comportamenti socialmente responsabili coinvolge diversi aspetti della vita delle aziende (come, ad esempio, la ricerca, l'innovazione tecnologica, una migliore condizione lavorativa dei dipendenti, la riduzione degli impatti aziendali sull'ambiente, un eventuale aumento dell'utile d'impresa, ecc...).

La Camera di Commercio di Treviso, tramite il proprio Sportello CSR e Ambiente, istituito fin dal 13 dicembre 2004, rende disponibili, sia per le imprese che per i singoli cittadini, numerosi servizi interamente dedicati alle tematiche inerenti la Responsabilità Sociale d'Impresa.

Per festeggiare i 10 anni di servizio dello Sportello CSR e Ambiente, l'Ente camerale trevigiano vuole dare ulteriore visibilità ad un'iniziativa, nata inizialmente come un azzardo: una sfida per portare alla luce le numerose realtà aziendali locali che praticano la CSR, più o meno consapevolmente.

Spinta dal desiderio di interagire con i propri utenti e con lo scopo di far sviluppare nella provincia di Treviso questo stile moderno, innovativo ed etico di fare azienda, dal 2009 con cadenza annuale e con soluzione di continuità, la Camera di Commercio di Treviso organizza, in collaborazione con le Associazioni di Categoria che partecipano al locale Tavolo Tecnico sulla CSR, gli Open Day sulla CSR.

In pratica si tratta di visite presso alcune imprese locali, che già applicano la CSR, con l'obiettivo di riportare ad altri imprenditori e "semplici curiosi" la loro testimonianza, in modo tale che si accrescano nel tempo gli esempi di "best practice" per le altre piccole e medie imprese locali. Ulteriori testimonianze sono fornite inoltre dalle società iscritte all'Elenco delle Imprese Socialmente Responsabili, pubblicato e gestito sempre dallo Sportello CSR e Ambiente, tramite il sito web **www.csrtreviso.it**.

In occasione quindi del 10° anniversario dall'apertura dello Sportello CSR e Ambiente è nata l'idea, sostenuta con entusiasmo da molti partecipanti agli ultimi Open Day, ed oggi realizzata, di raccogliere in una pubblicazione, in formato digitale e cartaceo, le esperienze vissute.

Tutte le imprese visitate in questi anni sono più che mai attive nei rispettivi mercati di riferimento e ci auguriamo di cuore, che il loro "animo" socialmente responsabile abbia potuto influire, in qualche minima parte, sulla loro vita aziendale e di business.

Buona lettura dunque e non perdete l'occasione di poter partecipare ad una delle prossime visite dei futuri Open Day.

IL SEGRETARIO GENERALE
DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TREVISO
dott. Marco D'Eredità

PREMESSA ALLA PUBBLICAZIONE

La Responsabilità Sociale d'Impresa (nella letteratura anglosassone Corporate Social Responsibility, CSR) è, nel gergo economico e finanziario, l'ambito riguardante le implicazioni di natura **etica** all'interno della visione strategica d'**impresa**: è una manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle zone di attività del loro business.

Se nel 2001 l'Unione Europea definiva la Responsabilità Sociale d'Impresa come "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate", oggi, dopo ben dieci anni, la stessa Unione Europea, ci fornisce una nuova definizione di CSR.

Infatti con la Comunicazione del 25.10.2011 (n. 681), la Commissione Europea riesamina e supera la nozione espressa nel precedente Libro Verde del 2001 e offre una nuova definizione di CSR: "La responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società".

La nuova impostazione apporta significative novità alla complessa discussione intorno al tema, riduce il peso di un approccio soggettivo delle imprese e richiede maggiore adesione ai principi promossi dalle organizzazioni internazionali come l'OCSE e l'ONU (ed Agenzie internazionali, come l'ILO). La nuova impostazione è sicuramente destinata a modificare profondamente gli orientamenti sin qui seguiti.

Comunque la si voglia intendere, è indubbio che la CSR si è rapidamente affermata nella disciplina economica, anche italiana ed è proprio per dare evidenza dei modelli di governance proposti dalle imprese, degli impatti sulla reputazione aziendale e sul valore del brand, che dal 2009 lo Sportello CSR e Ambiente camerale ha realizzato 6 edizioni di Open Day CSR nella provincia di Treviso, coinvolgendo in primo piano 19 imprese di rilievo, nel territorio della Marca Trevigiana.

L'obiettivo di fondo è sempre stato quello di far conoscere queste best

practice aziendali che animano la nostra provincia e che si inseriscono in quell'economia reale e concreta, che può ancora oggi alimentare il motore della nostra economia nazionale.

Lo scopo della presente pubblicazione pertanto è quello di presentare le imprese che dal 2009 ad oggi hanno aperto le porte delle loro sedi, per accogliere i 6 cicli di Open Day che si sono succeduti nel tempo e mostrare ai visitatori le proprie attività, le strategie aziendali ed il loro modo di operare.

Con l'augurio che questa pubblicazione possa fornire nuovi spunti per un business più sostenibile si rimanda all'appendice per gli ulteriori approfondimenti in merito ai servizi offerti dallo Sportello CSR e Ambiente della Camera di Commercio di Treviso.

Buona lettura!

IL RESPONSABILE
DELLO SPORTELLO CSR E AMBIENTE

dott. Antonio Biasi

INTRODUZIONE AGLI "OPEN DAY CSR"

La registrazione di un sensibile incremento nell'interesse, sia da parte dell'opinione pubblica che delle imprese, verso i temi legati soprattutto alla sostenibilità socio-ambientale ed alla stessa Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR) rappresenta un importante stimolo per lo Sportello CSR e Ambiente camerale, per proporre nuove attività e migliorare costantemente la qualità dei servizi offerti.

Certi del fatto che numerose PMI locali adottino già, anche inconsapevolmente, comportamenti virtuosi o meglio definiti come *best practice* in questo ambito, la Camera di Commercio di Treviso, in stretta collaborazione con le Associazioni di Categoria partecipanti al locale Tavolo Tecnico sulla CSR, nel 2009 ha deciso di realizzare un ciclo sperimentale di incontri in azienda, che offrisse l'opportunità ad alcune imprese trevigiane di ospitare cittadini, altre imprese pubbliche/private, responsabili di enti e organismi di rappresentanza, interessati a conoscere meglio le attività svolte ed i percorsi/azioni di CSR che esse stavano attuando o che realizzavano periodicamente. Forti del successo del primo ciclo di Open Day CSR, si è quindi deciso di proseguire con tale iniziativa anche negli anni successivi, mantenendo invariata la struttura (programma) ed il target di riferimento, ma affrontando ogni anno un aspetto diverso della Responsabilità Sociale d'Impresa.

L'iniziativa è aperta ad un gruppo limitato di persone e si propone come un'importante occasione di incontro e comunicazione tra aziende e comunità, con il principale obiettivo di incentivare, da una parte, la curiosità della gente verso una maggiore conoscenza delle realtà imprenditoriali del trevigiano e, dall'altra, quello di dare evidenza che i comportamenti virtuosi possono essere un buon esempio da replicare. Ogni incontro, della durata di circa tre ore, dà modo alle imprese ospitanti di spiegare la propria filosofia ed il loro modo di fare impresa, completando la parte più "teorica" con una visita alle linee produttive ed allo stabilimento.

A seguire verranno quindi riportate le esperienze/visite effettuate dal

2009 al 2014. Per ciascuna azienda ospitante sono stati rielaborati i testi originariamente pubblicati sulle pagine del periodico bimestrale della Camera di Commercio di Treviso, "l'Economia della Marca Trevigiana".

Le informazioni sono state inoltre arricchite, grazie ad altre fonti attendibili e puntualmente citate nelle note al documento, al fine di aggiornare gli sviluppi che le singole imprese hanno affrontato dalla prima visita ad oggi. Da ultimo è stato chiesto di recente, alle singole imprese di compilare un paragrafo che metta in evidenza alcune strategie future che intendono realizzare nell'immediato e medio futuro.

Condividiamo a pieno, quanto scrisse Luigi Einaudi, secondo Presidente della Repubblica Italiana e considerato uno dei padri fondatori della stessa Repubblica.

"Chi cerca rimedi economici a problemi economici è su falsa strada; la quale non può che condurre se non al precipizio. Il problema economico è l'aspetto e la conseguenza di un più ampio problema spirituale e morale."

Oggi più che mai l'etica e l'economia devono intrecciarsi insieme, per il progresso civile e morale di tutta la popolazione e dell'intero sistema economico.

LE SEI EDIZIONI DEGLI OPEN DAY CSR

(Brochure informative)

Sei anni sul territorio: Open Day CSR in Azienda

Prima edizione 2009

Il caso di Anodica Trevigiana SpA

ANODICA TREVIGIANA
componenti estetici

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[1]

Dal 1962, anno della sua fondazione, al 2009, Anodica ha subito un notevole cambiamento sia in termini di crescita, che in merito alla diversificazione produttiva, passando da società di anodizzazione, principalmente conto terzi, ad azienda di progetto e produzione.

Nel 1973 diventa una srl e nel 2004 una spa. Infine nel 2006 attraverso una qualificata joint venture assicura la sua presenza ad Instanbul (Turchia). L'attuale Anodica Industries, riunisce Anodica Trevigiana Spa, la capo gruppo e fondatrice, che si occupa principalmente dei mercati europei, della logistica e dell'approvvigionamento del gruppo ed è la base di riferimento per lo sviluppo tecnico dei prodotti ed Anodica Aksesuar Ltd, sede operativa del gruppo, in grado di offrire i prodotti e i servizi a tutto il mercato turco e del Middle East.

Anodica Trevigiana spa è classificata come una media impresa specializzata nella produzione di componenti in alluminio ed altri metalli (ottone e acciaio inox). Opera sia in Italia che all'estero, principalmente nel segmento "cottura" (forni e piano cottura) del settore dell'elettrodomestico, che costituisce il suo principale mercato di riferimento, assicurandole oltre il 92% del fatturato. Si tratta di un comparto particolare, caratterizzato da un prodotto maturo e da una forte concentrazione dell'offerta. La presenza di poche grandi società committenti genera concorrenza non solo fra le stesse, ma anche tra i sub-fornitori più o meno strutturati. Anodica Trevigiana ha sviluppato anche alcuni rapporti di collaborazione con aziende che operano nell'ambito dell'industria del mobile, in particolare della cucina, del giardino e dei complementi d'arredo. Nel 2006 la scelta

1 Rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSR 2009 "La Responsabilità Sociale vista da vicino: le imprese si raccontano" e dalla "business card" pubblicata sul portale www.csrtreviso.it

di aprirsi verso i mercati esteri, con l'avviamento di uno stabilimento in Turchia; tale delocalizzazione ha portato valore all'azienda e le ha permesso di risultare affidabile per i clienti esteri, tant'è che l'export per Anodica raggiunse il 64% della produzione in riferimento ai mesi gennaio/ febbraio 2009.

Nel 2009 l'azienda fatturava oltre 11 milioni di euro impiegando 60 dipendenti.

Per Anodica la responsabilità sociale d'impresa ed alcune certificazioni di qualità rappresentavano elementi fondamentali che vengono richiesti dagli stessi fornitori per una garanzia di filiera che permetta la "trasparenza" nei processi di costruzione di un prodotto finito e realizzato da varie realtà aziendali. Particolare attenzione veniva posta dalla Direzione nei confronti dei seguenti temi: sicurezza sui luoghi di lavoro, buoni rapporti di sub-fornitura con i fornitori/ partner e con i clienti finali, progetti di miglioramento per lo sviluppo delle competenze del personale dipendente (attenzione al "clima interno" ed a un coinvolgimento attivo delle risorse umane nei processi produttivi).

La risposta della società alla domanda "Perché essere socialmente responsabili oggi?" è stata la seguente: "La comunità territoriale ci chiede scelte corrette sia a livello sociale che ambientale, i nostri clienti vogliono un fornitore affidabile sia per la qualità dei prodotti che dei servizi, nonché trasparenza negli affari; i dipendenti desiderano lavorare per un'azienda di cui essere fieri e che riconosca il loro contributo individuale. Siamo perfettamente consapevoli, inoltre, che il nuovo modello d'impresa per il futuro sarà la perfetta sinergia delle tre dimensioni aziendali: sociale, ambientale ed economica".
L'introduzione, quindi, di meccanismi di total quality management, la reingegnerizzazione di alcuni processi attraverso metodi di lean organization, le certificazioni ISO 9001, ISO 14001, Lavorosicuro Uni-Inail, OHSAS 18001, SA8000 non sono che piccoli tasselli di un impegnativo percorso avviato da tempo e che prosegue negli anni per rafforzare il business competitivo aziendale.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 5 ANNI:

Dal 2010 ad oggi l'azienda ha sofferto la difficile situazione congiunturale, trovandosi ad affrontare contemporaneamente un calo dei consumi dei prodotti correnti, la contrazione degli investimenti in nuovi prodotti da parte dei clienti, la crisi è la chiusura di alcuni clienti o di loro stabilimenti, ed una competizione divenuta per Anodica improvvisamente e pienamente globale. Per garantire la sua sopravvivenza, e la gran parte dei propri posti di lavoro, in pieno rispetto dei valori della CSR finora coltivati, Anodica ha deciso nel 2009 di intraprendere un percorso dì trasformazione che ha inizialmente coinvolto la fabbrica in una riorganizzazione in chiave Lean, per poi andare a rivedere e riformulare gli indirizzi strategici aziendali, in chiave di rilancio di un nuovo possibile sviluppo. Entrambe le scelte hanno puntato con coerente determinazione nella direzione della responsabilità sociale.

L'approccio Lean ha puntato infatti a valorizzare e sviluppare le competenze e le abilità del personale per creare vantaggio competitivo nella gestione della complessità in modo semplice ed intelligente, e sulla produzione verticalmente integrata per ridurre i costi e mantenere i posti di lavoro. E la scelta di dirigere la strategia di sviluppo verso la proposta di "soluzioni", anziché la semplice fornitura di componenti, punta anch'essa a far leva sulle competenze ed esperienza del personale di Anodica e sulla cultura creativa della nostra società, oltre che nelle tecnologie flessibili ed intelligenti in cui Anodica ha continuato ad investire.

Grazie alla verticalizzazione promossa dalle logiche Lean e consentita dagli investimenti tecnologici che l'azienda non ha mai smesso di effettuare, Anodica é riuscita così a migliorare la propria competitività e mantenere sia i propri clienti che il proprio organico, pur pagandone un conto salato in termini reddituali. I più recenti investimenti in R&S ed in formazione manageriale, che stanno seguendo la nuova strategia basata sulla proposta di soluzioni, cominciano oggi a produrre segnali di miglioramento, portando ad aumentare la base clienti, allargando i mercati di riferimento, e migliorando la redditività dei nuovi prodotti.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

L'impegno più grande che Anodica dedicherà nei prossimi anni nel segno della CSR, sarà posto nel costruire un nuovo percorso di sviluppo le cui basi sono state poste in questi difficili ultimi 5 anni.

La strategia delle "soluzioni" sarà valorizzata ispirandosi ai principi della sostenibilità, allargando la partecipazione a tutto il personale, ma anche alle aziende partners, con le quali si stanno sviluppando business in rete.

L'innovazione sarà orientata verso lo sviluppo di tecnologie e soluzioni di prodotto a minore impatto ambientale, e la gestione dell'energia sarà la prossima frontiera certificativa.

Il valore della cultura Lean sarà portato anche alle attività di gestione, lavorando per lo sviluppo delle competenze manageriali e per una maggiore interazione con la scuola e la società.

Il caso di Aton spa – Villorba (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[2]

Aton spa (aton.eu) opera da oltre 25 anni nell'ambito della mobility sviluppando soluzioni di informatica al servizio dei lavoratori in movimento: reti di venditori, manutentori, corrieri, operatori logistici, tecnici; applicazioni machine-to-machine (M2M, ad esempio telemetria e geo-localizzazione) e IOT (Internet Of Things, ad esempio l'identificazione di merci via RFID).

Aton è a fianco dei clienti dalla fase iniziale di consulenza, allo sviluppo del progetto, fino alla manutenzione ed eroga servizi in outsourcing grazie al service desk multilingua internazionale. Aton ha sede a Villorba (Treviso) e si appoggia ad una rete di consociate per la gestione delle aziende che richiedono presidio sul territorio: Blue Mobility (Treviso), Aton White (Torino), e Orange Mobility (Roma), Aton Espana (Madrid), onPortugal (Lisbona) e Aton Purple (Iasi, Romania).

Il successo dell'azienda è dovuto alla continua innovazione tecnologica ed esperienza verticale nei mercati del food e del fashion, dei beni di largo consumo, dell'industria, del settore pubblico, dei settori energy e utilities.

La missione di Aton si realizza nel produrre profitti crescenti e sostenibili, mettendo al centro l'uomo, la cultura, il territorio, la qualità del lavoro e della vita, secondo i seguenti i principi guida:

- passione per l'innovazione nell'attività di ricerca
- relazioni di fiducia all'interno dell'azienda e all'esterno verso clienti e partner
- affidabilità nel tempo

2 Ibidem.

L'impegno in ambito CSR è iniziato negli anni 2000 e si è concretizzato nella definizione della missione, della visione e dei valori guida dell'azienda.

La CSR in Aton nasce da profonde convinzioni personali dell'imprenditore sul ruolo di un'impresa in un territorio ed in una comunità. Con questi presupposti nel 2007 è stato avviato, in collaborazione con l'associazione onlus Informatici senza frontiere, il progetto "Carcere di S. Bona di Treviso" che prevedeva, in primis, la formazione dei detenuti nella riparazione di strumenti informatici da parte di Aton e, successivamente, la delega di alcune attività di manutenzione dell'azienda ai soggetti preparati, che potevano così essere riabilitati con ruolo socialmente ed economicamente utile.

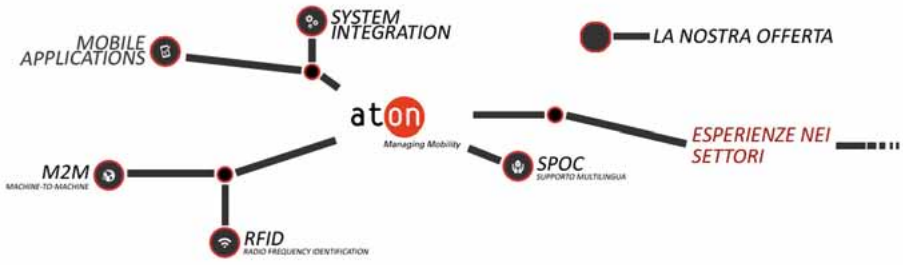
A seguito del terremoto che distrusse l'Aquila è stata pensata l'iniziativa "ISF per l'Abruzzo" con l'obiettivo di fornire gratuitamente due postazioni informatiche con accesso ad Internet al piccolo paesino di Ocre a sud dell'Aquila, ad uso dei giovani sfollati.

Altri esempi di attuazione di pratiche CSR riguardavano: accorgimenti di risparmio energetico; riciclo e riutilizzo di prodotti scartati; limitazione delle emissioni inquinanti del parco auto; iniziative di sensibilizzazione come ad esempio la pulizia della Laguna del Mort (Venezia) insieme ai collaboratori; valorizzazione delle risorse umane con formazione continua, visite guidate culturali e naturalistiche; sostegno all'informatizzazione di alcune scuole della provincia di Treviso. Nel complesso, la comunicazione del percorso CSR attuato dall'azienda ha garantito una migliore competitività grazie a:

- una buona reputazione aziendale presso clienti, fornitori, partner
- un maggior senso di cooperazione e partecipazione dei collaboratori;
- la fidelizzazione dei clienti.

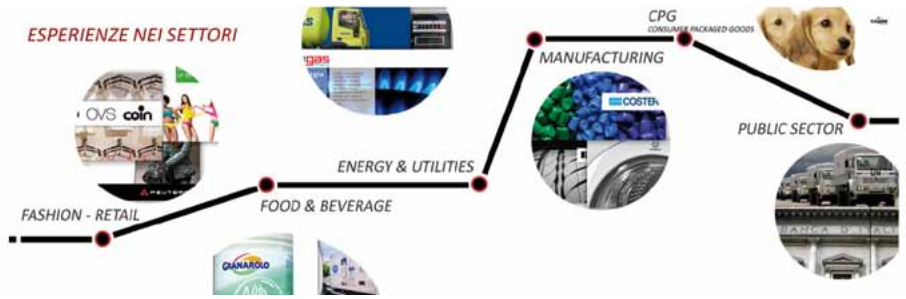
L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 5 ANNI:

L'impegno CSR di Aton in questi ultimi 5 anni si è concretizzato nello sviluppo del progetto relativo al carcere S. Bona di Treviso, realizzato in collaborazione con la cooperativa Alternativa Sociale e con la onlus Informatici senza Frontiere. Il progetto consiste nell'esternalizzazione di alcune attività di manutenzione hardware dell'azienda presso il carcere di Treviso, dove vengono realizzate attività di formazione continua da parte di Aton e della cooperativa. Dall'inizio della collaborazione ad oggi le riparazioni effettuate hanno superato le 10.000 unità. Il progetto si è successivamente ampliato e ha contemplato la riqualificazione professionale e il reinserimento lavorativo di due persone, che avevano collaborato con Aton in carcere e che hanno iniziato a lavorare, la prima nel 2011, la seconda nel 2013, all'interno del laboratorio hardware di Aton e continuano tuttora a far parte del nostro team. La CSR per Aton non è uno strumento di marketing, ma un modo di essere e di lavorare, che ci porta a mettere in primo piano le relazioni di fiducia e l'affidabilità nel tempo nel rapporto con i nostri stakeholder, dai clienti ai collaboratori interni. Per questo fin dal 2003 continuiamo a misurarci realizzando ogni anno un questionario di soddisfazione dei clienti e un'indagine di clima interno.



OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

Come ci vediamo fra 2, 3, 5 anni? Sempre in cammino, sulla strada della trasparenza e dell'impegno verso i nostri stakeholder, dai clienti, ai fornitori, ai collaboratori, fino alla comunità locale e ai giovani che si affacciano per la prima volta al mondo del lavoro. Pensiamo sia fondamentale collaborare con il mondo della scuola e dell'Università per creare un ponte tra formazione e lavoro e trovare un punto di incontro tra le esigenze dell'azienda e le conoscenze e competenze acquisite sui banchi dagli studenti. Per questo abbiamo già ospitato delle classi in azienda e collaboriamo con gli uffici stage e orientamento di scuole superiori ed Università. Il nostro impegno verso la comunità locale sarà quello di continuare, e possibilmente ampliare, la collaborazione con il carcere Santa Bona di Treviso perché crediamo sia importante dare alle persone una seconda opportunità e lo stiamo toccando con mano ogni giorno. Il nostro impegno verso clienti e fornitori, in una contingenza economica non facile come quella di oggi, sarà quello di continuare ad assumerci le nostre responsabilità rispettando gli accordi stabiliti in quantità e qualità. Il nostro impegno verso i collaboratori sarà di continuare a costruire insieme le relazioni di fiducia in un'ottica win win.



Il caso di Credito Cooperativo Trevigiano – Vedelago (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[3]

La direzione generale del Credito Trevigiano è ospitata nella fattoria della prestigiosa Villa Emo, di recente ristrutturazione, secondo criteri di eco-sostenibilità ambientale e di salvaguardia del patrimonio culturale e storico. La Banca, che per statuto è impegnata nella difesa dei valori culturali ed economici del territorio, ha favorito attraverso dei prestiti agevolati l'acquisto dei terreni circostanti Villa Emo che rischiavano di andare ai cavatori di ghiaia, con conseguente stravolgimento del paesaggio. Questa sensibilità ha portato il Conte Emo a proporre alla Banca stessa l'acquisto della Villa.

Tali scelte decisionali hanno così consentito di mettere a disposizione dell'intera collettività tale patrimonio culturale ed artistico, mediante una Fondazione appositamente destinata.

Nel 2014 si è festeggiato il 113° anniversario della Cassa Rurale ed Artigiana di Vedelago, fondata il 17 gennaio 1901, ed il 118° anniversario della Cassa Rurale ed Artigiana di Caerano, fondata l'8 maggio 1896, Casse che si sono unite 19 anni fa per dar vita al Credito Trevigiano e la cui storia affonda le radici in un'epoca in cui il territorio locale era caratterizzato dalla povertà e dalla miseria, soprattutto delle famiglie contadine. Voglia di riscatto fondata sul lavoro, cristianesimo sociale, permeato di solidarietà e ruolo guida dei parroci e lungimiranza di alcuni notabili locali, diedero vita a quella particolare forma di mutua assistenza conosciuta col nome di Casse Rurali ed Artigiane. Ma quando il radicale cambiamento economico e produttivo del Nord-Est esigeva di mettere insieme patrimonio, esperienze, professionalità e strutture per dar vita ad un'istituzione creditizia forte e rispondente alle mutate esigenze di Soci e

3 Ibidem.

Clienti, gli Amministratori pensarono al "Credito Trevigiano", impresa bancaria cooperativa, "banca di famiglia" e "banca per le piccole e medie imprese", strumento idoneo allo sviluppo delle oltre 100 comunità nelle quali opera.

Per quanto attiene l'impegno CSR della banca sono stati investiti notevoli sforzi nella redazione del bilancio socio-ambientale, giunto alla tredicesima edizione e che confermava la volontà per l'ente di misurare nel tempo e con costanza la propria responsabilità sociale, per creare valore non solo ai suoi soci, ma ad un numero più ampio di soggetti e per l'intero territorio in cui opera. Un principio di responsabilità, ma anche di reciprocità, perché ogni azienda ha il dovere di ascoltare e considerare i propri interlocutori e il diritto di poter beneficiare della fiducia che le viene accordata.

A partire dal bilancio sociale 2008 sono stati presi come riferimento metodologico non solamente i "Principi di redazione" del GBS ma anche le più importanti fasi di rendicontazione suggerite dallo standard Accountability 1000 e le linee guida emanate dall'ABI (Associazione Bancaria Italiana). Tale bilancio sociale permette, quindi all'organizzazione di misurare quanto la missione e le linee strategiche si traducano in una prassi coerente.

Credito Trevigiano interpreta la responsabilità sociale d'impresa nella quotidianità delle proprie azioni e nel legame con il territorio di riferimento. Dal 2004 ai tradizionali concetti di socialità e mutualità si è affiancato il progetto di sostenibilità ambientale culminato con le certificazioni ISO 14001 e la registrazione EMAS.

Nel 2005 il credito trevigiano ha vinto il premo nazionale per la responsabilità sociale delle imprese – Città di Rovigo nella categoria medie imprese con la seguente motivazione: "creare valore per l'impresa: strategia competitività per uno sviluppo responsabile"

Nel 2010 Credito Trevigiano ha vinto la 3° edizione del Green Globe Banking Award, premio promosso da Globiz con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente, distinguendosi nel panorama bancario

nazionale, confermando la sua pluriennale esperienza, punto di riferimento per gli operatori del settore che guardano al fare banca con una speciale attenzione all'ambiente.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 5 ANNI:

Le attività svolte dal Credito Trevigiano finalizzate alla ricerca di una gestione efficace dell'impatto sociale ed etico sono diversificate, sia al suo interno che nel proprio territorio di competenza. Elenchiamo le principali.

Il suo impegno è stato mantenuto attraverso la collaborazione con enti ed associazioni quali: la Convenzione con la Provincia di Treviso per l'anticipo dei contributi a favore dei cittadini danneggiati dalla tromba d'aria che ha colpito la zona di Vallà di Riese Pio X; la convenzione "Il granello di senape" - Microcredito e Educazione all'uso del denaro.

Altro lodevole esempio è costituito dall'iniziativa che coinvolge la Caritas di Treviso e altre 10 BCC con l'obiettivo di sostenere le famiglie e i soggetti in difficoltà economica attraverso piccoli prestiti a tasso agevolato.

Il Credito Trevigiano svolge il suo progetto di responsabilità d'impresa attraverso il suo programma ambientale all'interno del regolamento EMAS. Oltre ad obbiettivi di miglioramento interni (diminuzione consumi di carta ed energia) o esterni come l'incentivazione attraverso la leva finanziaria di progetti di miglioramento ambientale, l'istituto ha introdotto la variabile etica nella valutazione dei fornitori che vengono selezionati sulla base di specifici indicatori attestanti una gestione dell'impresa socialmente responsabile. La banca di Credito Cooperativo, inoltre, negli ultimi cinque anni ha istituito il "Premio per Economia Sostenibile" manifestazione volta alla creazione di una vetrina delle migliori progettualità innovative e sostenibili sotto l'aspetto del risparmio energetico.

Non si trascuri che Credito Trevigiano è socio fondatore della Fondazione Villa Emo, costituita allo scopo di preservare tutto il compendio monumentale e di proporre la Villa "come luogo simbolo di attività culturali e socio-ambientali"; la fondazione ha ottenuto in data 07.06.2011 l'iscrizione nell'Anagrafe Unica delle Onlus.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

L'istituto, guardando al futuro, si è prefisso diversi obiettivi di miglioramento legati agli impegni già espressi dalla Politica Ambientale. Tra le priorità va citata la definizione di un cronoprogramma i cui risultati vengono validati e pubblicati annualmente nella dichiarazione ambientale. Nel triennio 2014-2016 sarà perseguita l'attivazione di un criterio denominato "rischio ambientale" nella determinazione dei crediti concessi ai clienti e soci. L'istituto intende riuscire ad applicare la valutazione ambientale almeno al 60% delle posizioni affidate, previste ogni anno; promuovere finanziamenti per progetti eco sostenibili al fine di evitare emissioni di gas Climalteranti. Risulta di primaria importanza calcolare la CO2eq evitata ogni anno, grazie ai progetti sostenuti dalla Bcc e tenere aggiornato un database complessivo.

Inoltre, l'istituto sta ultimando le rilevazioni dei dati energetici rivolte all'ottenimento di un database da cui poi costruire una serie di azioni di

efficentamento rivolte alla riduzione del 5% dei consumi energetici, con particolare attenzione al complesso monumentale di Villa Emo.

Per maggiori informazioni e aggiornamenti **www.creditotrevigiano.it** sezione ambiente.

Il caso di Tecnogamma spa – Badoere (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[4]

L'azienda facente parte di Mer Mec Group (assieme a Mer Mec - Monopoli (Bari), Imagemap - USA ed Inno-Tech - Francia), nel 2009 forniva prodotti e servizi in più di 35 paesi nel mondo, a circa 90 importanti clienti. Leader del mercato mondiale nello sviluppo di sistemi ad alta tecnologia, nella progettazione e nello sviluppo di soluzioni per il miglioramento dell'efficienza, della sicurezza e dell'affidabilità delle reti ferroviarie, sistemi e veicoli diagnostici per il monitoraggio delle condizioni delle infrastrutture, segnalamento ferroviario, sistemi per la protezione automatica marcia treno.

La mission di Tecnogamma, operativa dal 1982 con sede principale a Badoere di Morgano (TV) e presente anche in Cina con un ufficio a Pechino, si esplica nello sviluppo di soluzioni innovative e tecnologicamente avanzate, grazie all'integrazione di differenti tecnologie dell'elettronica, dell'informatica, dell'ottica e della meccanica, in una logica di impresa basata sulla forza propulsiva delle idee e sulla capacità di una struttura organizzata di elevato livello.

La filosofia aziendale si concretizza in:

- competenza e dinamismo che l'hanno resa leader nel settore del controllo dimensionale senza contatto basato sulla tecnologia della triangolazione e telemetria laser grazie a prodotti innovativi e di qualità e velocità di risposta alle esigenze del cliente;
- cooperazione con la clientela attraverso partnership tecnologiche e condivisione del know how;

4 Ibidem

- assistenza in tutte le fasi del ciclo di sviluppo/ implementazione dei propri prodotti, inclusi i test; attività di installazione;
- messa in funzione; addestramento di operatori e tecnici presso il cliente;
- qualità e affidabilità nel rispetto degli standard ISO 9001 e con l'implementazione del modello di eccellenza EFQM.

Nell'attività di innovazione Tecnogamma non manca di attuare il rispetto dei temi tipici della CSR. È stata ad esempio menzionata, nel 2006, nella categoria miglior prodotto del Premio Impresa Ambiente per il suo sistema di monitoraggio dei laminati a caldo basato sulla tecnologia dei rilevamenti ottici, capace di accertare in tempo reale i difetti superficiali dei prodotti in uscita dal laminatoio, riducendo gli sprechi di materiali.

Di particolare importanza in ambito CSR la gestione del capitale umano, del benessere organizzativo, oltre alle diverse attività di promozione sociale operate nel territorio comunale ed al di fuori dei confini nazionali. Non di meno è importante la visione strategica per una società di innovazione che è nata dalle intuizioni del suo fondatore Ettore Casagrande, inizialmente in un piccolo garage. L'innovazione e la sostenibilità sono una componente fondamentale anche nelle politiche commerciali e di marketing, con benefici anzitutto di natura economica: la maggior parte dei clienti dei settori ferroviario e siderurgico a livello internazionale (ma anche cantieristica navale, meccanica di precisione, farmaceutico e medicale) riconosce da tempo il valore aggiunto dato dalle soluzioni a minore impatto ambientale, maggiore efficienza energetica e migliore protezione della salute e sicurezza. Ne consegue un migliore apprezzamento del mercato e spesso un suo ampliamento verso operatori che acquistano solo soluzioni altamente sostenibili e innovative.

Continua l'impegno dell'azienda nell'attività ricerca e sviluppo di prodotti innovativi che in ambito ferroviario favoriscono la sicurezza del trasporto ferroviario e in ambito siderurgico contribuiscono alla limitazione degli sprechi di materie prime, di risorse energetiche e degli scarti di produzione.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 5 ANNI:

L'azienda ha continuato il percorso già tracciato con la certificazione SA 8000, ottenuta nel 2010.

Nello stesso anno ha sviluppato – in sintonia con le politiche di tutte le società del Gruppo Mermec - un processo di valutazione delle performance e soddisfazione delle risorse umane denominato PEF (Performance Evaluation Feedback). Sono stati ottenuti risultati importanti sia nella comunicazione interna tra responsabili di funzione e i propri collaboratori, sia nell'assicurare che premi e passaggi di livello siano collegati ad un processo valutativo uniforme e formalizzato, assicurando maggiore trasparenza e oggettività nelle valutazioni e decisioni in materia di risorse umane.

La società ha continuato a dare un contributo economico alla locale Pro Loco per lo svolgimento di iniziative culturali sul territorio.

Negli ultimi due anni, in seno ad Unindustria Treviso, si è creato un gruppo di imprenditori che si confrontano periodicamente sui temi della sostenibilità, non solo in termini di efficienza energetica e rispetto dell'ambiente, ma anche in termini di business. Tecnogamma ha dato il proprio contributo costituendo il gruppo assieme ad altre tre imprese trevigiane ed il gruppo ora si è allargato ad un totale di otto imprese partecipanti. Il valore di questi incontri sta nel continuo scambio e confronto tra imprese appartenenti a settori diversi, in una logica di condivisione di idee su strategie, trend di mercato, benefici ottenibili perseguendo in azienda delle pratiche di sostenibilità.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

La società è in crescita ed è aumentata ulteriormente la quota di export.

La sensibilità della clientela sui temi della sostenibilità sta aumentando sia nel segmento consumer, sia presso i clienti aziende industriali.

Gli obiettivi CSR per il futuro consistono nel portare avanti il tema della sostenibilità non solo nei mercati attuali ma anche su nuovi mercati.

Le tecnologie di misura e controllo sono un efficace strumento per il miglioramento di prodotti e processi e contribuiscono alla riduzione degli scarti di produzione. E' volontà aziendale cogliere tutte le opportunità di mercato derivanti dalle nuove esigenze di efficienza dei processi, riduzione degli sprechi e delle emissioni, rispetto dell'ambiente e della salute dei cittadini.

Sei anni sul territorio: Open Day CSR in Azienda

Seconda edizione 2010

Il caso del Centro Riciclo Vedelago srl – Vedelago (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[5]

Il Centro Riciclo Vedelago srl gestisce dal 1999 un impianto di stoccaggio e selezione meccanica di rifiuti ai fini del recupero di materiali e che al 2010 riceveva le raccolte differenziate dei Comuni della Provincia di Belluno, da Udine, da Lucca ed altre città di minore dimensione, per un bacino di utenza servito di circa 1.150.000 abitanti. I conferimenti da aziende private, invece, provenivano quasi totalmente da attività produttive della Provincia di Treviso.

L'ubicazione dei capannoni (di dimensioni e tipologia variabili, a seconda dalle necessità delle lavorazioni, dei mezzi e degli impianti) cerca di attenuare l'impatto visivo nel territorio disponendo i due blocchi a livello inferiore della campagna circostante e staccati di circa 10 metri l'uno dall'altro.

L'attività del Centro consiste nel ricevere le frazioni secche riciclabili dei rifiuti urbani e assimilati, selezionare i materiali in base alla composizione merceologica, compiere le operazioni necessarie per la riduzione volumetrica, gestire la fase di destinazione in uscita delle singole tipologie di materiali che, in relazione alla possibilità di riutilizzo (le moderne tecnologie consentono di riciclare quasi il 95% di quello che viene considerato scarto da inviare in discarica), vengono consegnati a impianti di seconda lavorazione o a specifiche aziende che impiegano i materiali nei loro cicli produttivi.

L'attività di recupero dei rifiuti e le successive fasi di lavoro sono gestite secondo gli standard di qualità delle norme ISO 9001:2000 e ISO 14001: 2004.

5 Rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSP 2010: La Responsabilità Sociale d'Impresa vista da vicino: Focus "Green Economy".

Nel 2010 il Centro stava completando lo studio e la sperimentazione dell'utilizzo delle plastiche nei calcestruzzi e nelle attività di stampaggio: i una linea di produzione di granulati contenenti plastiche eterogenee derivanti dalla raccolta differenziata (secco non riciclabile e/o scarti plastici non reimpiegabili in cicli produttivi da raccolta differenziata) da addizionare nei calcestruzzi. Con questo processo si può avviare un riciclo integrale del rifiuto plastico altrimenti non recuperabile. Il processo per ottenere la "sabbia sintetica" si può riassumere in una plastificazione e addensamento tramite estrusione di rifiuti plastici.

Di particolare interesse nei progetti futuri che il Centro intendeva promuovere, mediante l'acquisto di un apposito macchinario: il riciclo dei pannolini. Un elemento "classico" che attualmente confluisce nei bidoni del secco indifferenziato e destinato inevitabilmente in discarica. La società aveva già stipulato degli accordi internazionali per l'acquisto del macchinario e la sua successiva sperimentazione in loco.

Inoltre ormai da alcuni anni prosegue il "progetto scuola" che segue due principali percorsi formativi differenziati, dedicati alla:

- **scuola d'infanzia**, con l'obiettivo di coinvolgere i bambini in qualità di messaggeri di informazioni, sfruttando la sinergia con gli insegnanti più sensibili ai temi ambientali. Il progetto di educazione ambientale per la scuola d'infanzia, fa parte del Progetto per uno sviluppo sostenibile già consolidato da tempo nelle scuole elementari e medie.
- **scuola primaria**, con l'obiettivo di veicolare le buone ed ridurre le cattive abitudini a partire dalla popolazione più giovane, quella in età scolare in particolare (5-13 anni), tramite interventi formativi.

Il caso di Azienda Agricola Fratelli Corvezzo – Cessalto (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[6]

L'Azienda agricola Fratelli Corvezzo, situata nella campagna trevigiana, copre una superficie di circa 160 ettari, ed è specializzata in colture vitivinicole, a cui sono affiancate le attività di agriturismo e di fattoria didattico. Di recente ristrutturazione, l'azienda ha a disposizione anche una sala polivalente da un centinaio di posti a sedere, con vista panoramica sui vigneti aziendali.

Di particolare interesse è la dotazione di un importante impianto fotovoltaico di 1.800 metri quadrati di superficie installato sul tetto del capannone di lavoro che fa di Fratelli Corvezzo l'azienda dotata del più grande impianto fotovoltaico esistente nel settore agricolo della Regione Veneto; nel 2010 l'impianto realizzava l'intero fabbisogno energetico per la produzione del vino, senza dover acquistare energia da fornitori esterni (rete) ed evitava di immettere 150.000 kg di CO2 nell'atmosfera, nonché di risparmiare 51,47 tonnellate di petrolio. L'azienda era inoltre impegnata con uno studio di fattibilità per la realizzazione di un impianto a biomassa, che utilizzasse gli scarti della potatura delle viti.

Altra particolarità che contraddistingue questa realtà del settore viti-vinicolo è rappresentata da un percorso didattico realizzato sì, per acquisire nuovi clienti della cantina, ma soprattutto per offrire un valore aggiunto in occasione di visite scolastiche o per gli enoturisti ai quali

6 Ibidem

piace rivivere la vita degli antenati nelle campagne trevigiane. Il percorso didattico consiste di un'area di circa 3.000 metri quadrati dedicata ad un confronto tra passato e presente delle attività proprie delle culture vitivinicole. Punto focale del percorso didattico sono due "casoni[7]" uno dei quali, riportato allo splendore originario con un intervento di ristrutturazione, presenta al piano terra il mobilio e l'attrezzatura degli antichi contadini, mentre al piano superiore c'è una piccola mostra etnografica che promuove la vita agricola di inizio e metà XIX secolo; l'altro, una struttura di nuova concezione che richiama nella forma il precedente edificio e dedicata alla viticoltura ed alla conoscenza dei "profumi" della terra ed al bookshop allestito al piano superiore.

Per quanto riguarda la cantina, una parte è interamente dedicata alla spumantizzazione, secondo il metodo classico del Raboso Rosé. Essa è dotata di locali climatizzati in modo da mantenere la temperatura dei vini in bottiglia costante tutto l'anno, anche sotto il cocente sole d'agosto. La cantina consta inoltre di una barricaia, dedicata esclusivamente ai vini d'invecchiamento, che può contenere fino a 400 barriques; volte ad arco, luce soffusa, temperatura ed umidità sotto controllo rendono l'ambiente perfetto per l'invecchiamento del Raboso, del Refosco e del Pinot Nero.

L'azienda ha un sistema di gestione Haccp certificato per la produzione dei vini; tra i riconoscimenti e i premi si segnala il "Premio regionale per lo sviluppo economico del Veneto" (2009), evento realizzato da Unioncamere del Veneto. L'ente del sistema camerale ha, infatti, premiato questo ingente sforzo e questo vincente passaggio di testimone che ha saputo unire la sapienza degli imprenditori senior con le nuove conoscenze del giovane imprenditore ora titolare junior.

7 tipica abitazione contadina della pianura veneta, utilizzata sin dall'epoca tardo-romana nella regione. Si trattava di una costruzione spesso priva di fondamenta (o, se esistenti, realizzate semplicemente con materiali di scarto o trovati sul posto), con il pavimento in terra battuta. L'unica parte in muratura era costituita dalle pareti sulle quali poggiava un tetto, molto spiovente, di forma conica, realizzato con le canne palustri poggianti su travi e legate insieme a mo' di canestro. Le pareti interne erano invece formate da graticci e pali poi ricoperti di argilla.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 4 ANNI:

Nel quadriennio 2010-2014 l'Azienda Agricola Fratelli Corvezzo ha consolidato il proprio impegno nella sostenibilità ambientale, mediante una serie di iniziative volte alla riduzione delle sostanze inquinanti e alla tutela della campagna trevigiana. Nel corso di un seminario tenutosi nel marzo 2014 presso la sede di Cessalto (TV) è stata presentata l'innovativa centrale di biomassa, in grado di trasformare in agripellet gli scarti derivati dalla potatura invernale della vite: un'occasione imperdibile per tracciare coi migliori esperti un bilancio sull'attuale panorama agricolo, sempre più tecnicizzato. Dalla convinzione che la produzione biologica sia il futuro dell'agricoltura, al Vinitaly 2014 è stato presentato il Prosecco Biologico Terre di Marca, in attesa che l'inserimento del Pinot Grigio Biologico aumenti l'offerta di vini prodotti senza solfiti. Anche il progetto Fattoria Didattica, patrocinato dalla Regione Veneto, ha registrato un sensibile incremento di utenze, grazie alla realizzazione di winetourcorvezzo.com, il sito web esclusivamente votato alla promozione del turismo enogastronomico e dell'educazione ambientale.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

La certificazione biologica ottenuta consentirà di aumentare progressivamente l'offerta di vini biologici fino a giungere, entro il 2016, alla totale conversione in biologico dell'azienda. Inoltre è in approvazione la certificazione vegana, a riprova del costante impegno della Famiglia anche dal punto di vista etico. Il progetto Wine Tour Corvezzo si avvarrà della prestigiosa partnership del designer Outlet di Noventa di Piave (VE) per far scoprire la cantina ai turisti in visita nei luoghi di villeggiatura, ed esportare sempre più, soprattutto oltre i confini nazionali, la passione per la viticoltura e le autentiche tradizioni. Infine la sala panoramica situata al secondo piano dell'azienda sarà utilizzata per una serie di iniziative culturali, quali esposizioni fotografiche, concerti di musica e letture di narrativa popolare, mirate a celebrare i momenti più significativi della cultura vitivinicola.

Il caso di Applied Materials Italia srl – Olmi di S. Biagio di Callalta (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[8]

Applied Materials Italia srl, dal 2008, fa parte di una società multinazionale, costituita a seguito dell'acquisizione dell'azienda trevigiana Baccini spa (prima denominazione: Applied Materials Baccini spa) da parte del gruppo americano Applied Materials Inc, leader mondiale nel fornire soluzioni relative alle tecnologie del campo dei semiconduttori principalmente, ma anche per altri settori tra i quali segnaliamo: tecnologie LED per schermi piatti e display, fotovoltaico e film sottile. L'azienda italiana, fondata nell'anno 1967, proprio come la casa madre, già leader nel mercato del settore delle tecnologie per il fotovoltaico, è il fulcro della Corporate, divisione Energy and Environmental solutions, per perseguire la mission della riduzione del costo dell'energia solare per watt, che si tradurrà in risparmio effettivo per i consumatori. L'intera organizzazione copre con la sua rete organizzativa diverse regioni nel mondo, dall'Europa agli Stati Uniti, dalla Cina alla Malesia, senza trascurare aree come Singapore, Giappone, Corea e Taiwan. Il business principale della società deriva dalla progettazione, produzione, e commercializzazione di macchinari in grado di realizzare uno dei passi chiave del processo produttivo dei wafer con cui si costruiscono i pannelli fotovoltaici. Sono attrezzature che combinano tra loro la meccanica di precisione con l'elettronica e l'innovazione. Ogni macchinario, esportato in qualsiasi parte del mondo, è in grado di produrre 1.600 wafer l'ora in modalità "Single Lane", con

8 rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSP 2010: La Responsabilità Sociale d'Impresa vista da vicino: Focus "Green Economy".

un grado di qualità finale tra i più elevati del mercato.

La multinazionale Applied Materials è conosciuta anche per l'innovazione tecnologica, la leadership nel campo dell'energia pulita e per l'impiego nei confronti delle comunità in cui opera.

Per promuovere la CSR è attivo da molti anni il gruppo denominato "Global community affairs", composto da diverse persone tra Stati Uniti e resto del mondo. La Missione di questo team è di guidare Applied Materials verso il miglioramento delle comunità in cui opera, creare opportunità ed offrire un futuro più brillantealle persone nel mondo. Il gruppo svolge questo compito attraverso le leaderships locali, il coinvolgimento degli impiegati nelle comunità locali (inclusi programmi di raccolta e volontariato) e attraverso politiche e strategie filantropiche. Il gruppo è anche responsabile della guida della Applied Materials Foundation, una organizzazione no-profit separata, interamente sostenuta dalla azienda. Dal punto di vista della sensibilizzazione civile, la Fondazione si propone di affrontare le principali problematiche a livello sociale per alleviare e prevenire il fenomeno della povertà e sviluppare una coscienza civica tra i giovani. Nell'ambito dell'arte e della cultura ha l'obiettivo di ispirare il pensiero creativo, esplorare alcune tematiche, tra cui l'identità culturale e l'innovazione, e soprattutto permettere un'assistenza continuativa attraverso l'educazione di giovani disagiati e attività localizzate che forniscano lavoro volontario ed opportunità di impegno concrete. Svolge anche molte azioni a favore dell'ambiente, che consistono nell'offrire energie rinnovabili personalizzate a comunità disagiate.

Nel settore ambientale Applied Materials si è impegnata per la riduzione dell'impatto diretto ed indiretto che le sue operazioni ed i suoi prodotti hanno sull'ambiente. Applied ha ricevuto nel 2010 il premio "Acterra environmental business", per gli sforzi di sostenibilità aziendale e per l'impegno nei confronti dell'ambiente, dell'energia e dei programmi comunitari. L'azienda venne inoltre inserita nella classifica 2010 di Newsweek tra le imprese americane più "verdi". I "Green rankings" di Newsweek hanno riconosciuto Applied Materials come una delle 10

migliori multinazionali "verdi" in America, in base ai comportamenti, alle politiche e alla reputazione nei confronti dell'ambiente. L'azienda si è classificata ottava tra le 500 maggiori aziende valutate, per aver ridotto l'emissione di CO2 del 21% e l'uso dell'acqua del 18% rispetto al 2006, percentuali più alte di quanto inizialmente previsto dalla stessa azienda. In occasione di questo riconoscimento, l'azienda aveva dichiarato di voler non solo mantenere tali dati ma anche di migliorarli ulteriormente nel prossimo futuro. Infatti nel 2012 ha conseguito la SOHU Green Gold nomination e si è confermata sempre nella top list delle 50 aziende più verdi, sempre secondo NEWSWEEK.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 4 ANNI:

AMAT Italia grazie al supporto dei colleghi della nostra Businees Unit locale BCS e all'iniziativa gestita dalla corporate, ha una storia di diversi progetti di sostegno a scuole ed organizzazioni senza fine di lucro distribuiti sul territorio italiano.

Sono state inoltre donate alcune decine di unità di PC dopo il cambiamento dei dispositivi a scuole e strutture ospedaliere in condizioni svantaggiate e l'intero mobilio raccolto dopo la chiusura di una delle nostre sedi al Coordinamento Provinciale delle Associazioni di Volontariato, si tratta di 340 associazioni di volontari che hanno destinato il mobilio alle associazioni maggiormente bisognose.

QUALCHE DETTAGLIO SUI PROGETTI:

"Il vento a scuola" / istituto Archimede Catania: Il progetto mirava a sensibilizzare gli alunni all'uso sostenibile dell'energia e all'impiego delle fonti rinnovabili. Grazie ai materiali didattici utilizzati durante i seminari in aula e con le attività di laboratorio, si è voluto sviluppare nei giovani le conoscenze, le abilità e le competenze di base sulle diverse fonti energia rinnovabile e sulle ricadute positive per l'ambiente legate al loro utilizzo.

Radici per crescere, ali per volare: Progetto messo in atto dal plesso 1° Maggio di Treviso. Obiettivi:

1. Proporre e realizzare una riduzione dei rifiuti
2. Far assumere ad alunni, insegnanti, bidelli la responsabilità individuale per misurare e ridurre i consumi energetici
3. Promuovere l'educazione alimentare anche concretamente nelle classi e nella mensa scolastica
4. Realizzare iniziative scolastiche come il Pedibus per risparmiare energia, ridurre il traffico, l'inquinamento e promuovere la salute
5. Far percepire l'incidenza del proprio stile di vita e delle scelte di ciascuno sull'intero sistema
6. Rispettare le differenze individuali e la diversità culturale all'interno della scuola e fuori
7. Incrementare interesse, impegno e partecipazione di tutti verso le tematiche ambientali
8. Prendersi cura del cortile, del verde e dell'orto scolastico
9. Realizzare laboratori di educazione ambientale e conoscere le buone pratiche.

Zona delattinizzata / Sicilia: Il progetto è rivolto alla cittadinanza, scuole e agli esercizi commerciali. Le lattine raccolte verranno compattate e vendute ad una ditta specializzata. Il ricavato verrà devoluto in beneficienza ad una casa famiglia.

Obiettivi: Diffondere e consolidare la cultura della raccolta differenziata attraverso la raccolta di lattine di alluminio donate dai cittadini. Inoltre sono previste campagne di sensibilizzazione e divulgazione nelle scuole sul ciclo dell'alluminio e il suo impatto ambientale.

Granello di Senapa: "Granello di Senapa" ONLUS è un'associazione di volontariato composta da 63 soci con le loro famiglie, che coinvolge volontari della realtà locale. Essa gestisce due comunità per minori in affido e in forma diurna, oltre ad uno spazio settimanale di condivisione (Venerdì Comunitario) per famiglie dove i bambini partecipano alle attività della comunità stessa. In questo momento in comunità sono presenti in maniera stabile 10 bambini (numero in crescita fino a 16) mentre durante i Venerdì Comunitari il numero dei bambini presenti è 35. L'età dei bambini e ragazzi va dai 0 ai 14 anni. Alcuni bambini e famiglie provengono da territori diversi da quello italiano.

La finalità del progetto è di dare degli strumenti pratici ma soprattutto di far conoscere ai bambini un modus vivendi che possa essere replicato anche quando non saranno più presenti in comunità o la loro famiglia non frequenterà più il Venerdì Comunitario.

La robotica a scuola: Il progetto prevede, nel corso dell'anno scolastico, lo studio e l'applicazione di diverse tecnologie e metodologie didattiche legate al mondo della robotica e si articolerà in due fasi:

1. Una prima fase in cui gli studenti realizzeranno dei piccoli robot attraverso Kit di costruzioni della Lego Mindstorms NXT programmabili.
2. Una seconda fase in cui gli studenti realizzeranno piccoli robot attraverso l'uso della piattaforma hardware low-cost programmabile denominata: "Arduino".

L'applicazioni di queste nuove tecnologie permetterà agli studenti l'apprendimento non solo delle materie curriculari ma anche di imparare il vasto campo applicativo dei robot nella vita quotidiana, ma soprattutto di esplorare le loro potenzialità al di fuori dei libri scolastici. Il lavoro di gruppo, sicuramente, svilupperà e rafforzerà le loro capacità relazionali e permetterà anche ai meno bravi di esprimere pareri e di mettersi alla pari con i più bravi evidenziando capacità trasversali che non vengono evidenziate nei programmi curriculari.

I Play Green – #2: Dopo aver conosciuto e sperimentato lo scorso anno le energie rinnovabili, le classi continueranno il percorso "Green" alla scoperta di stili di vita più sostenibili. Quest'anno il tema sarà quello della mobilità, i ragazzi saranno invitati a riflettere sulle alternative possibili e sui vantaggi del muoversi a piedi, in bicicletta, usando i mezzi pubblici. In una scuola il progetto promuoverà e sosterrà l'iniziativa Pedibus. Il progetto prosegue l'attività didattica iniziata l'anno scorso in 6 scuole della provincia di TV. L'attività, ispirata alla filosofia "Learn by doing", manterrà la strutturazione collaudata con successo lo scorso anno. Ogni classe seguirà un modulo di formazione teorica, seguito la settimana seguente da una sessione pratica, una visita didattica presso un parco didattico dove i ragazzi saranno coinvolti in laboratori didattici.

La mucca gialla: Traendo il proprio nome dal dipinto espressionista "Mucca Gialla" (Franz Marc, 1911; Solomon R. Guggenheim Museum, New York), l'Associazione è costituita da un gruppo di cinque laureate in materie umanistiche e specializzate in storia dell'arte e nasce in seguito alla partecipazione al bando junior GPS – Giovani Produttori di Significato 2008, un'iniziativa realizzata della Regione del Veneto, Assessorato alle Politiche Sociali, Volontariato e Non Profit. Questo progetto nasce dalla convinzione che la storia dell'arte sia uno strumento non solo adatto a sviluppare la creatività dei bambini, ma anche in grado di aiutare a superare quelle barriere che spesso si creano, facendo comprendere come all'interno di una società eterogenea e multietnica la diversità tra le persone sia una ricchezza. L' obiettivo è dunque quello di avvicinare alla storia dell'arte in maniera divertente e ludica un pubblico di bambini

in età scolare (dai 6 ai 10 anni), stimolare l'espressione personale e la fantasia, attivare sinergie e coinvolgere i partecipanti nel lavorare bene in gruppo, dare spazio all'interpretazione e alla rielaborazione, in modo tale da incuriosire i bambini nella ricerca e nel gusto per il bello, insegnare tecniche artistiche e dare chiavi di lettura adeguate alla fascia d'età A tal fine sono stati dei laboratori didattici gratuiti nelle scuole.

Frutto di un sostegno sociale

Un gruppo di volontari di Applied Materials aderiscono all'evento già da due anni consecutivamente. La giornata è dedicata all'offerta di mele biodinamiche, in piazza dei signori a Treviso in cambio di un offerta volontaria. Le mele sono state acquistate grazie al finanziamento di Applied Materials e l'intero ricavato devoluto all'organizzazione no profit il nostro domani che gestisce case famiglia per disabili ed orfani.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

Come compagnia attenta all'ambiente e orientata a soluzioni di energia pulita vogliamo costruire un futuro sostenibile.

Queste sono le linee guida che fanno nascere i nostri progetti a sostegno di organizzazioni senza fine di lucro e le istituzioni educative/ scolastiche.

Per i prossimi anni, il nostro impegno sarà sempre orientato ad investire nella formazione per consentire ai giovani di sviluppare il loro pieno potenziale, sostenere programmi che contribuiscano a garantire le esigenze fondamentali di riparo, cibo e acqua pulita e che contribuiscano a sviluppare la capacità e le infrastrutture per rafforzare il settore delle ONG / non-profit.

Continueremo ad investire nell'arte per promuovere la creatività e la diversità culturale e naturalmente continueremo nelle attività legate a progetti ambientali per aumentare il coinvolgimento della comunità e promuovere una vita sostenibile.

Sei anni sul territorio: Open Day CSR in Azienda

Terza edizione 2011

Il caso di Gava Cav. Giuseppe Imballaggi srl – Godega di Sant'Urbano (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[9]

Fondata nel 1960, l'azienda Gava Cav. Giuseppe Imballaggi opera nel mercato italiano dell'imballaggio in legno (principalmente pallets, altresì definiti in forma colloquiale anche come pedane o bancali); grazie all'esperienza acquisita negli anni, alla continua evoluzione degli impianti e dei sistemi operativi ed alla collaborazione dei dipendenti, può garantire alla sua clientela prodotti di qualità e la puntualità delle consegne.

Lo stabilimento è quasi completamente automatizzato ed in grado di produrre in modo adeguato varie tipologie di pallets, per far fronte alle diverse esigenze della clientela. Particolare attenzione è stata data al magazzino prodotti ed alle tecniche di movimentazione di queste enormi torri di pallets in attesa di essere spedite a clienti europei e non.

Da tempo l'azienda ha intrapreso un percorso volontario di CSR, per rendere un servizio puntuale a coloro che nel mercato sono attenti oltre che alla qualità tecnica dei prodotti anche all'impatto sociale e ambientale delle produzioni. Alla tradizionale cura nel realizzare dei "buoni prodotti" si è affiancata la capacità di concepire e offrire dei "prodotti buoni" ottenuti attraverso le migliore pratiche di eco-compatibilità. Lavorando da oltre 50 anni il legno per produrre imballi, è stato proprio il tema del rispetto dell'ambiente e delle sue risorse l'oggetto dei principali interventi che l'azienda ha effettuato con l'obiettivo di: utilizzare solo materie

9 rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSP 2011: "Comunicazione e ambiente: leve per il successo" e dalla "business card" pubblicata sul portale www.csrtreviso.it

prime certificate PEFC; produrre in una logica di eco-design; produrre utilizzando energia proveniente da fonti rinnovabili; compensare le rimanenti emissioni di CO2; operare le scelte strategiche in un'ottica di "filiera corta" e di miglioramento continuo.

Inoltre particolare cura ed attenzione viene riservata ai rapporti con il personale, infatti l'azienda viene pensata e definita come un luogo dove le persone che ne fanno parte possono trovare una fonte per la propria realizzazione personale e professionale e dove la sostenibilità economica è il risultato di questa opportunità. L'azienda ha quindi avviato un processo di ridefinizione della propria strategia imprenditoriale in un'ottica di sostenibilità, collocando al centro del proprio agire e delle proprie scelte i diversi stakeholders. Gava Cav. Giuseppe Imballaggi s.r.l. ha ottenuto numerosi riconoscimenti, tra i quali si ricordano:

1. la certificazione Impatto Zero® che quantifica l'impatto ambientale delle aziende, calcolando le emissioni di anidride carbonica e gas ad effetto serra e aiutando a ridurre e compensare le emissioni di CO2 con la creazione e tutela di nuove foreste in Italia e nel mondo;
2. l'etichetta AssoSCAI che certifica e qualifica il percorso compiuto dall'azienda per la realizzazione di EcoPallet®;
3. la certificazione Pefc, una procedura di verifica riconosciuta e collaudata che attesta che le forme di gestione boschiva del legno utilizzato rispondono a determinati requisiti di sostenibilità; inoltre si preoccupa in particolare della gestione e dello sfruttamento delle risorse di foreste e di terreni forestali, affinché venga mantenuta la loro biodiversità, produttività, capacità di rinnovazione, vitalità e potenzialità, e siano garantite in questi processi ora e nel futuro importanti funzioni ecologiche, economiche e sociali a livello locale, nazionale e globale, non comportando danni ad altri ecosistemi;
4. Fitok, il marchio Ippc/Fao, che certifica la conformità fitosanitaria degli imballaggi in legno allo standard Ispm n. 15 e la certificazione Palok, il marchio volontario di prodotto che definisce la portata nominale su scaffalatura dei pallet riutilizzabili fuori standard a due e a quattro vie.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 3 ANNI:

Un ulteriore step che ha reso unica nel suo settore la Gava Imballaggi è stato l'aver realizzato in collaborazione con l'Università di Padova un'analisi di LCA parametrico che consente all'azienda di poter certificare l'impatto ambientale specifico di un singolo prodotto prendendo in esame diversi ambiti. Possiamo dire che Gava Imballaggi è oggi in grado di valutare l'impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita del prodotto, dalle materie prime del bosco fino al fine vita, con una massima trasparenza e tracciabilità. Questo è sicuramente un grande vantaggio per tutti coloro che stanno intraprendendo un percorso di sostenibilità ambientale e sentono di doversi avvalere di fornitori altrettanto coerenti che portino un valore alla filiera distributiva.

Un altro momento significativo è stato la progettazione e la realizzazione di una linea di prodotti definita EcoArredo composta da articoli che si prestano ad arredare spazi interni ed esterni, negozi e comunità

connotati dall'essere in coerenza con i valori dell'azienda. Sono realizzati in legno certificato, concepiti in un'ottica di ecodesign per ottimizzare la materia impiegata e i costi ambientali dei trasporti e fortemente ispirati al mondo di provenienza dell'azienda. Da questa linea ha preso vita in seguito una serie di prodotti concepiti per tutti gli appassionati dell'orto domestico i quali attraverso i diversi tipi di OrtoBox possono ritrovare il piacere di coltivare erbe aromatiche o verdure biologiche in pratiche e piacevoli cassettine contenenti un kit per ottenere a casa propria o nel proprio balcone o terrazzo queste utili coltivazioni. Questa ultima linea di prodotti è un contributo al processo di riavvicinamento dell'uomo all'ambiente, rapporto che nel corso degli ultimi decenni si è perso a causa del modello di sviluppo consumistico, che ha privilegiato gli aspetti materiali.

Il caso di Came Cancelli Automatici spa – Dosson di Casier (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ… [10]

Nata agli inizi degli anni '70 e conosciuta a livello mondiale tra i leader del settore nell'automazione di cancelli e porte, Came Cancelli automatici spa si dedica con un costante spirito innovativo alla progettazione, industrializzazione e commercio della più ampia gamma al mondo di motoriduttori elettromeccanici di alta qualità per aperture automatiche ad uso residenziale, commerciale e industriale, sistemi di sicurezza e domotica. Grazie al polo logistico, completamente automatizzato (dotato di un sistema di movimentazione all'avanguardia composto da 7 traslo-elevatori che servono 24.000 posti. L'impianto si completa con 6 baie di picking in grado di semplificare il lavoro degli operatori preposti alla preparazione degli ordini), adiacente allo stabilimento principale ed al magazzino robotizzato, tra i più all'avanguardia in Italia, la qualità del servizio ai clienti è migliorata ed ha raggiunto un livello ottimale di efficienza. L'impianto di stoccaggio e gestione degli ordini è basato su un sistema automatico di movimentazione delle merci, gestito con soluzioni Sap Wm e tecnologia Rfid per l'automazione dei processi operativi, che consente di ampliare la capacità di stoccaggio, limitare gli spostamenti intermedi dei colli e ridurre la possibilità di errore, garantendo la correttezza delle spedizioni. L'integrazione con il sistema gestionale aziendale e l'utilizzo della tecnologia Rfid permettono la tracciabilità della merce in ogni momento, consentono di monitorare il processo produttivo e di spedizione.

10 Ibidem.

L'azienda costruisce il proprio vantaggio competitivo basandosi sul valore del capitale umano (impegno dei propri collaboratori, valorizzazione delle loro capacità professionali e manageriali; rispetto e tutela dei diritti dei lavoratori, , ecc...); questo porta l'azienda a voler migliorare il proprio benessere organizzativo interno, tramite politiche di assistenza ai dipendenti. Ne è un esempio tangibile la costituzione di un asilo nido aziendale in convenzione con altre realtà della zona industriale di Dosson, che agevola i dipendenti che hanno figli in età prescolare.
L'ottenimento della certificazione ISO 14001, rappresenta un primo traguardo, nonché nuovo punto di inizio del proprio impegno ad aumentare l'efficienza nell'utilizzo delle risorse energetiche. Al fine di ridurre costantemente i suoi consumi, propone attività di formazione e sensibilizzazione del personale, in coerenza con le normative vigenti e con i valori aziendali. Inoltre, nell'ottica del miglioramento della tutela della salute dei propri dipendenti , nel 2011 stava definendo un nuovo sistema di gestione della sicurezza (secondo le linee guida OHSAS 18001:2007). Dal 2007 è particolarmente impegnata sul fronte della rendicontazione sociale: al fine di documentare la propria politica orientata alla sostenibilità sociale, ambientale ed economica e al costante investimento nella ricerca e innovazione.
Nel corso del 2010 l'Azienda ha regalato ai propri dipendenti biglietti per alcuni spettacoli il cui ricavato è stato devoluto in beneficenza. Came cancelli automatici spa sostiene il mondo dello sport cittadino sponsorizzando la polisportiva Casier, una squadra locale di calcio a 5, un'associazione ciclistica ed una squadra di pallavolo. Nel corso del 2009 ha elargito fondi ad un'associazione impegnata nella lotta contro la leucemia. Dal 2007 è impegnata sul fronte della rendicontazione sociale e nel 2010 ha pubblicato il suo 3° bilancio sociale, per documentare la propria politica orientata alla sostenibilità sociale, ambientale ed economica e al costante investimento nella ricerca e innovazione.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 3 ANNI:

Negli anni è maturata la consapevolezza che la CSR è uno strumento efficace e conosciuto per divulgare le azioni e le iniziative svolte a favore degli stakeholder. Ma sostanzialmente resta uno strumento. La cosa importante è coltivare i valori fondanti dell'azienda, ascoltando, ricercando e implementando delle azioni che abbiano significato per i collaboratori, i partner e i clienti. Tendere ad un continuo miglioramento dell'azienda a 360 gradi è un impegno che concorre ai risultati economici: se c'è soddisfazione da parte degli interlocutori che interagiscono quotidianamente con l'azienda, l'azienda semplicemente cresce. C'è una relazione reciproca in ogni caso perché dichiarare ogni anno pubblicamente attraverso l'edizione del bilancio sociale una serie di obiettivi, spinge l'azienda sia a mantenere delle promesse non sempre facili e immediate, ma anche a continuare a impegnarsi continuamente e costantemente. L'impegno intrapreso è un percorso, fatto di azioni sicuramente perfettibili, di occasioni mancate e di piene soddisfazioni. CAME si è sempre distinta per aver adottato iniziative a medio e lungo termine che portassero effettivo beneficio, a discapito a volte dei tempi di esecuzione, ma questa scelta ha sempre alla fine ripagato degli sforzi e della volontà messa in campo.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

L'impegno intrapreso è un percorso, fatto di azioni sicuramente perfettibili, di occasioni mancate e di piene soddisfazioni. CAME continua a distinguersi per una serie di iniziative che agiscono sul lungo termine: nell'ultimo periodo è stato attivato un piano di Welfare aziendale che prevede l'erogazione di servizi di varia natura per tutto il personale, il progetto CAMPUS CAME rivolto ai ragazzi delle scuole tecniche superiori in tutta Italia per la loro formazione e orientamento al lavoro e il recentissimo piano di benessere alimentare per le aziende italiane del Gruppo.

Il caso di Perlage srl – Farra di Soligo (TV)

PERLAGE

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[11]

Perlage s.r.l. è la prima azienda biologica ad essere presente all'interno del Consorzio di Tutela del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene DOCG, nonché una delle più rinomate ed importanti a livello nazionale. Perlage ha quasi trent'anni di storia; nasce infatti nel 1985, quando i 7 fratelli Nardi, il padre Tiziano e la madre Afra, hanno deciso di iniziare l'avventura dell'agricoltura e viticoltura biologica, partendo con la conversione proprio dalla Riva Moretta, lo storico vigneto nel cuore del Prosecco Superiore Docg. Una scelta soprattutto etica, dettata dalla convinzione di tutti i membri della famiglia che ambiente e salute devono essere assolutamente protetti. Nonostante i momenti difficili che hanno caratterizzato i primi anni di attività e che hanno messo a dura prova la capacità di Perlage s.r.l. di dare continuità al percorso intrapreso, soprattutto a causa della mancanza di testi specifici, ricerche e sperimentazioni sull'applicazione delle tecniche agricole nel settore biologico e biodinamico, l'azienda è riuscita a sopravvivere, a svilupparsi ed affermarsi sul mercato a livello internazionale.

Particolare attenzione viene dedicata agli aspetti legati alla comunicazione ed alla sostenibilità ambientale, due caratteristiche fondamentali per il successo di Perlage.

Ad esempio, per far comprendere meglio i valori e la filosofia che contraddistinguono questa cantina bio, all'interno dell'azienda stessa, ma anche in vigneto, sono stati allestiti alcuni "Eco point" (cartelli esplicativi) che riassumono le azioni di responsabilità sociale intraprese.

11 Ibidem.

Il primo di questi cartelli, posto in un filare, dà rilievo al significato di vino e viticoltura biologica e biodinamica, spiega come questa debba rispettare l'equilibrio naturale dell'ecosistema vigneto e quindi essere in grado di preservare la biodiversità del suolo, che permette la proliferazione degli organismi utili, microrganismi che vivono nel terreno aumentandone la fertilità e che conferiscono maggiore resistenza alla pianta. L'attività dell'uomo ha qui abbandonato l'utilizzo di antiparassitari chimici che eliminano gli insetti in modo indiscriminato, ed ha invece valorizzato l'elevato potenziale di compost, ottenuto dalla frazione umida della raccolta differenziata, dall'erba tagliata e dai residui di potatura verde, che permette di ottenere un terreno soffice, fertile e poroso che riesce ad immagazzinare una maggiore quantità d'acqua, perfetta per i periodi di siccità. Produrre biologico però rende necessario un maggiore controllo del vigneto, anche perché i prodotti naturali impiegati per la difesa sono più facilmente dilavabili rispetto a quelli chimici, richiedono un lavoro costante, che non può mai fermarsi per più di una settimana. Naturalmente tutte queste attenzioni e i rigorosi controlli sulle uve influiscono sul prezzo di mercato, lievemente superiore ai prodotti concorrenti, ma con qualità molto elevate, al top del territorio. Perlage lavora le uve che provengono da 90 ettari di terreno, 20 di proprietà della famiglia Nardi e gli altri di proprietà di fornitori dei territori limitrofi, tutti uniti nella produzione vinicola biologica e con i quali si è prima creata una rete di assistenza tecnica condivisa, che ha garantito effetti straordinari in termini di qualità del prodotto e di relazione tra aziende; in seguito è stato costituito un gruppo di acquisto dei mezzi tecnici (fertilizzanti). Tra i fornitori storici si ricorda la cooperativa di S. Michele a Manzana, con la quale Perlage ha collaborato diversi anni e con le cui uve coltivate esclusivamente tramite metodi biodinamici ha realizzato uno dei suoi prodotti top di gamma. Il termine "biodinamico" sottintende una concezione olistica della natura, che si basa sul principio per cui il terreno, le piante, gli animali e l'uomo operano assieme in un unico ciclo agricolo. In pratica, il metodo non consiste solo nel coltivare organicamente, ma anche di includere l'utilizzo di preparati naturali e di tenere in considerazione le influenze cosmiche. Ad esempio ha affascinato la descrizione della particolare tecnica del

"corno letame" che consente di riattivare i micro-organismi presenti nel suolo che migliorano la fertilità della pianta, quella del "corno silice" che, grazie agli effetti della luce sulla fisiologia vegetale della vite rende la sua crescita equilibrata. Per quanto riguarda i controlli e la conformità ai parametri stabiliti per la produzione biologica, ha influito anche la scelta del laboratorio di analisi che deve verificare l'assenza di pesticidi. In linea con il percorso intrapreso e per garantire la sicurezza e certezza del proprio prodotto, dopo attente valutazioni, ne è stato scelto uno ad Amburgo. I controlli a campione vengono effettuati su ogni carro d'uva; i campioni congelati sono conservati nel caso in cui le analisi di massa rilevino la presenza di molecole di pesticidi.

L'attenzione di Perlage verso il territorio si evince anche dagli altri Eco point che informano su come l'azienda si serve di particolari bancali certificati (ecopallet), impiega bottiglie più leggere che consentono di risparmiare ed inquinare di meno durante la fase di trasporto, utilizza cartoni in carta riciclata ed adotta un sistema di raccolta differenziata spinta. Anche se il beneficio può sembrare minimo, la sinergia che si crea grazie ai vari accorgimenti è notevole. L'adozione dei pannelli solari assicura la produzione dell'80% del fabbisogno di acqua calda e l'acquisto di certificati verdi garantisce che tutto l'approvvigionamento energetico derivi da fonti rinnovabili.

L'attenzione per il sociale ha spinto l'azienda ad ospitare 10 disabili del CEOD per i 20 giorni di vendemmia, un'esperienza stimolante sia per Perlage sia per i ragazzi e che prosegue nel tempo. Perlage collabora inoltre con le scuole superiori presenti nel territorio; recentemente ha ospitato alcuni studenti dell'istituto "G. Verdi", che hanno preparato una tesina per gli esami di maturità, sul tema dell'utilizzo di acqua (ed eventuali sprechi) in cantina. Un altro piccolo tassello che segna il percorso CSR dell'azienda.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 3 ANNI:

Negli ultimi 3 anni Perlage ha come sempre puntato all'innovazione sostenibile, continuando le sue ricerche e ottenendo risultati sempre molto interessanti. Tutto nel massimo rispetto per l'ambiente e per l'uomo. L'impegno in vigneto ha raggiunto un traguardo importante nell'ultimo periodo relativamente all'abbattimento del quantitativo di rame che, seppur di origine naturale, si accumula nel terreno. Grazie ad una serie di test effettuati in collaborazione con il Cecat, Perlage ha ridotto del 35% l'utilizzo del rame nei trattamenti.

Altra ricerca di cui si avvale la cantina è quella condotta dal professor Vittorio Rossi dell'Università di Piacenza che, con un particolare software, monitora in tempo reale l'evoluzione delle malattie fungine in vigneto mediante centraline meteorologiche. Grazie a questi strumenti si riesce ad anticiparle e conseguentemente a calibrare il dosaggio di rame da utilizzare. Un vigneto ben gestito, sano, con una costante presenza sul campo di tecnici e viticoltori specializzati porta a risultati altrettanto importanti anche in cantina, dalla riduzione di solforosa nel vino alla particolare attenzione per il mondo vegano. Traguardo che merita menzione è senz'altro anche la ricerca perseguita per il calcolo dell'impronta carbonica o carbon footprint: il dato di emissione totale della filiera produttiva di un'azienda o un prodotto, espresso in unità equivalenti di anidride carbonica, il gas di riferimento più noto per le

sue relazioni con l'effetto serra. Una ricerca effettuata in collaborazione con i professionisti di Sata Studio Agronomico e denominata WineZero. Tramite dei calcolatori di emissione, in questo caso di Ita.Ca, si riesce a stimare la quantità di gas a effetto serra prodotta durante un processo produttivo. Tutto ciò porta ad una maggiore attenzione nei confronti delle fasi più critiche e ad individuare delle soluzioni ottimali per ridurre le emissioni di CO2.

Nei confronti della società e della comunità locale Perlage si impegna nella diffusione di uno stile di vita più sano e sostenibile anche attraverso interventi a conferenze e meeting che non sono solamente circoscritti alla comunità locale, ma che abbracciano un pubblico internazionale. L'educazione alla passione e all'amore per il territorio e il vigneto viene diffuso anche fra i più piccoli e fra i ragazzi, le future generazioni, attraverso attività come la vendemmia con i bambini, collaborazioni con studenti universitari nella realizzazione di eventi e ricerche, lezioni in classe, visite in cantina e in vigneto.

Continua poi il coinvolgimento di giovani disabili del Ceod nelle varie iniziative organizzate da Perlage, nonché attività a sostengo delle associazioni benefiche del territorio, raccolte fondi e impegno locale.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

Perlage punta a svolgere le attività in vigneto intrecciando rapporti con i viticoltori circostanti, formandoli, per far crescere le coltivazioni 'sostenibili' e biologiche. E' necessario per questo coinvolgere anche il Consorzio di Tutela e la municipalità, per far capire che 'sostenibile' è più sano anche per i nostri figli. Molto importante è anche la diffusione delle storie di tutti i fornitori (Story Telling), metterle in rete e dare così ancora più forza al messaggio di tutela dell'ambiente e della salute. Perlage vuole aumentare l'attenzione nei confronti della biodiversità e anche nella scelta di viti (cloni) più resistenti alle malattie. In cantina si cercherà di migliorare l'impronta carbonica anche grazie all'inserimento di un impianto fotovoltaico, l'acquisto di auto ibride e una maggiore attenzione ai consumi di energia. In previsione c'è anche il rifacimento

del punto vendita e dell'ambiente esterno della struttura, che includerà anche un'area di degustazione e delle zone verdi, più in sintonia con l'immagine aziendale e la sua filosofia. Tutti i lavori saranno eseguiti con particolare attenzione verso la sostenibilità ambientale. Grazie a questo progetto si vogliono anche incentivare le visite in cantina, le degustazioni, la realizzazione di eventi, anche attraverso collaborazioni con le aziende turistiche della zona. Ogni singola attività che Perlage prevederà di fare nel suo futuro è mirata al coinvolgimento costante di nuove persone ad avvicinarsi ad uno stile di vita più sostenibile, anche grazie alla continuità nella partecipazione e realizzazione di conferenze, meeting e workshop sia a livello nazionale, che internazionale. L'impegno di Perlage non mancherà anche nel continuo supporto di associazioni ed eventi locali.

Sei anni sul territorio: Open Day CSR in Azienda

Quarta edizione 2012

Il caso di Aliplast spa – Ospedaletto di Istrana (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[12]

Questa azienda è nata nel 1982 e, nei suoi trent'anni di attività, si è sviluppata, cresciuta e "rinnovata" nella lavorazione evoluta della plastica: raccolta, stoccaggio, trattamento, differenziazione, rigenerazione e reimpiego. Lo stabilimento, occupa complessivamente 80.000 metri quadri e qui si svolgono tutte le operazioni di recupero, raccolta, smaltimento, controllo, rigenerazione e produzione di polimeri plastici, imballaggi in PE e lastre/bobine di film rigidi in PET.

La Mission di Aliplast è quella di proporsi, da sempre, come un partner aziendale in grado di gestire in completa autonomia ed in modo sostenibile il ciclo integrato della plastica, offrendo prodotti e servizi altamente tecnologici, in grado di assicurare efficienza, qualità costante e convenienza economica. L'azienda lavora con passione per studiare il modo migliore per offrire un servizio completo ed efficiente, tempestivo e vantaggioso sul piano economico ai suoi clienti, ma anche ai suoi fornitori. In un contesto economico volto alla sostenibilità ambientale, fornisce inoltre risposte tangibili capaci di riutilizzare concretamente e completamente i materiali plastici di scarto delle lavorazioni. Le caratteristiche tecniche dei manufatti, ottenuti dal recupero dei materiali plastici, sono qualitativamente comparabili a quelli dei materiali ottenuti dalle lavorazioni di polimeri utilizzati ex-novo e consentono un risparmio

12 rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSP 2012: "CSR e innovazione tecnologica".

nell'utilizzo di materie prime vergini. L'esperienza maturata nel settore del riciclo consente di proporsi ai propri clienti con una gamma di prodotti quali: polimeri rigenerati in PE, PET, PP, imballaggi flessibili in PE e lastra in bobina PET per la termoformatura.

Dal 15 luglio 2009, Aliplast ha, inoltre, ottenuto, da parte dell'Osservatorio Nazionale sui Rifiuti, l'autorizzazione alla gestione autonoma dei propri rifiuti di imballaggio, tramite il Sistema PARI, un circuito integrato che permette di individuare in ingresso all'impianto di riciclo i rifiuti generati dai propri imballaggi immessi al consumo, monitorandone in questo modo la raccolta. L'innovazione ed il rispetto per il ciclo dei materiali si coniuga molto bene in Aliplast.

Attraverso i dati del 2011 è possibile quantificare i numeri sul mercato della società, oltre 30.000 tonnellate di materie plastiche raccolte per il riciclaggio di PET e ben 35.000 le tonnellate di materie plastiche raccolte per il riciclaggio di PE. Questi quantitativi hanno prodotto, sempre nel 2011, ben 22.000 tonnellate di film rigidi in PET, altre 22.000 tonnellate di polimeri rigenerati e 19.000 tonnellate di film flessibile in PE LD.

Il materiale ritirato dai fornitori viene lavorato nello stabilimento di Ospedaletto di Istrana dove viene selezionato, lavato, macinato ed impiegato per la produzione di nuovi imballaggi e manufatti industriali chiudendo un circuito virtuoso di raccolta-riciclo-riuso della plastica. Il tutto viene fatto utilizzando impianti altamente tecnologici ad alte prestazioni che consentono di abbattere l'impatto ambientale ai minimi termini, dando nuova vita ai vecchi imballaggi. I processi di selezione, pulizia e lavaggio, rigranulazione ed estrusione della plastica sono svolti impiegando le tecnologie più avanzate.

Aliplast attraverso una costante ricerca e sviluppo ed una continua innovazione tecnologica, mira a dare sempre maggiore sostenibilità al ciclo di vita della plastica, raccogliendola e riciclandola con processi a basso impatto ambientale per produrre quindi polimeri e materiali da imballaggio con elevati standard di soddisfazione del cliente. La gestione con Sistema di qualità certificato dell'intera filiera produttiva ed i

continui controlli eseguiti sull'intero processo consentono di avere un monitoraggio ed un controllo totale delle diverse fasi, permettendo di ottenere prodotti di elevata qualità.

La caratteristica distintiva ed il valore aggiunto di Aliplast per l'ambiente è quella di produrre i propri film rigidi in PET con l'utilizzo di PET da essa stessa riciclato. Proprio per questa sua peculiare integrazione di attività di raccolta, riciclo e produzione di nuovi materiali da imballo, la società si propone alle aziende che mirano a migliorare le performance ambientali dei propri prodotti come partner unico qualificato per valorizzare in modo sostenibile e certificato il problema della raccolta di materiali ed imballaggi plastici esausti, trasformando un costo nell'opportunità di ottenere in cambio dei nuovi imballaggi di qualità superiore, a basso impatto ambientale ed a prezzi concorrenziali. Proprio queste ultime peculiarità sono state molto apprezzate dai mercati esteri del Nord Europa con cui avvengono buone transazioni commerciali.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 2 ANNI:

L'impegno di Aliplast sul fronte della Responsabilità è continuato, in questi due anni, dedicando ancora maggiore attenzione agli aspetti ambientali collegati alla propria attività, ed alla loro gestione all'insegna dell'efficienza, concretizzatasi nell'integrazione dell'esistente Sistema di gestione della Qualità con il Sistema di gestione Ambientale, il cui sviluppo è iniziato proprio a partire dall'analisi puntuale di tutti gli elementi della propria attività che potessero avere un impatto sull'ambiente circostante. Gli sforzi dell'azienda sono stati premiati con l'ottenimento della certificazione del Sistema posto in essere.

Inoltre, Aliplast sta concentrando i propri sforzi in termini di Ricerca e Sviluppo nell'applicazione dei polimeri rigenerati per il contatto diretto con gli alimenti, per ampliare ulteriormente la propria offerta, continuando a coniugare l'alta qualità con l'innegabile valore ambientale del riciclo dei materiali. A tal proposito, è stato ottenuto il parere favorevole di EFSA (European Food Safety Authority) circa il proprio processo di decontaminazione di polimeri e scaglie in PET, tramite impianti innovativi ed altamente tecnologici, che rendono il ciclo produttivo aziendale ancora più performante, e l'offerta commerciale ancora più competitiva nel complesso scenario internazionale con cui Aliplast si confronta.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

In Aliplast, qualsiasi obiettivo raggiunto rappresenta sempre un nuovo stimolo per continuare a crescere, ed integrare tra loro tutti i molteplici aspetti che concorrono a costruire l'azienda, ed il suo impatto sul territorio e sugli stakeholder. Alle attività rivolte all'ulteriore miglioramento delle performance ambientali, quali quelle rivolte alla massimizzazione dell'impiego di detergenti a basso impatto nel processo di lavaggio dei rifiuti plastici, ed ancor di più quelli orientati all'aumento dell'efficienza energetica ed al risparmio di fonti non rinnovabili, si aggiungono gli sforzi in termini di sicurezza (anche tramite l'adozione

di un modello di organizzazione ai sensi del Decreto 231/2001, e del Codice Etico aziendale, attualmente in fase di revisione) e di sviluppo della divisione dell'impresa dedicata alla produzione di packaging idoneo al contatto alimentare, tramite una ulteriore implementazione dei metodi di controllo della qualità e dell'ambiente di lavoro, nonché della tracciabilità dei prodotti impiegati, il tutto per garantire la sicurezza dei manufatti prodotti. L'orientamento di Aliplast, quindi, si spinge tanto nei confronti del Cliente quanto verso l'ambiente ed il territorio circostanti, per continuare ad assumere il ruolo di partner qualificato per il primo, e di elemento di eccellenza per i secondi.

Il caso di Texa spa – Monastier di Treviso (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[13]

TEXA spa, fondata nel 1992, oggi si posiziona tra i leader mondiali nella progettazione, industrializzazione e costruzione di strumenti diagnostici multimarca per autovetture, moto, camion, imbarcazioni e mezzi agricoli. Grazie alla specifica competenza nella diagnostica elettronica nel settore, TEXA vuole essere il partner ideale per i costruttori e le loro reti di assistenza autorizzate. Offre soluzioni personalizzate di prodotti e servizi fornendone l'assistenza e la formazione necessarie nei Paesi europei ed extra europei.

Il 29 settembre 2012, alla presenza del Ministro del Lavoro Elsa Fornero, è stato tagliato il nastro del un nuovo avvenieristico stabilimento all'avanguardia per tecnologia, sicurezza e sostenibilità sociale, che occupa 30.000 metri quadrati al coperto, naturale prosecuzione del precedente, su un'area totale di oltre 100.000. La struttura presenta un continuo alternarsi di luoghi di lavoro tecnologici con spazi di aggregazione quali caffè, teatro, ristorante, museo, sala giochi, internet point.

Alla base di TEXA c'è Bruno Vianello, fin da bambino appassionato di motori e meccanica, che a fine anni '80 ha avuto l'intuizione di progettare e costruire degli strumenti che aiutassero i meccanici ad affrontare l'inedito problema relativo alla diagnosi delle centraline elettroniche, la

13 rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSP 2012: "CSR e innovazione tecnologica".

cui diffusione sul mercato iniziava proprio in quegli anni. Nonostante la costruzione artigianale, gli strumenti si dimostrarono talmente intuitivi ed efficaci da sperimentare un successo travolgente. Come conseguenza, nel 1992, Bruno Vianello, insieme all'amico e socio Manuele Cavalli, fondò la TEXA, acronimo di "Tecnologie Elettroniche X l'Automotive".

Partita con dieci dipendenti, l'azienda veneta incontrò subito i favori del mercato, che la portano a produrre negli anni circa 400.000 sofisticati strumenti di diagnosi, ricarica e controllo per condizionatori auto e per l'analisi dei gas di scarico degli autoveicoli, siglando al contempo importanti accordi di collaborazione con importanti marchi nazionali ed esteri (quali Magneti Marelli, Ducati, Siemens, Gruppo Piaggio, Renault Trucks). Tra i numerosi premi ricevuti dall'impresa nel corso della sua vita è importante citarne alcuni sull'argomento:

- Trofeo d'Oro al Grand Prix Internationaux de l'Innovation Automobile di Parigi (2009)
- Trofeo dell'Innovazione ad Automechanika Frankfurt, consegnato dal Ministro dei Trasporti tedesco nel 2010;
- Premio "Galeria de Innovacion" a Madrid (2011);
- Il 14 Giugno 2011 Bruno Vianello ha ricevuto al Quirinale dal Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano l'ambitissimo Premio Nazionale dell'Innovazione, in rappresentanza della sua azienda.

Nonostante la crisi globale TEXA continua ad assumere: dal 2008 i dipendenti sono passati da 371 a 455 (nel 2000 erano 41) con un'età media di trent'anni, laureati per il 45%, tra cui circa 100 ingegneri e specialisti impegnati nella Ricerca e Sviluppo, settore nel quale viene investito il 10% del fatturato.

Innovazione, ricerca e sviluppo sono da sempre la linea guida di TEXA per raggiungere ambiziosi risultati: TEXA ha rivoluzionato il settore introducendo la videoassistenza, la telediagnosi e, nel 2007, ha siglato un importantissimo accordo di collaborazione con Google Search

Appliance, destinato a costituire la base per l'assistenza per tutte le sue nuove generazioni dei suoi prodotti.

Nel 2009 TEXA ha lanciato, prima azienda al mondo, uno strumento di diagnosi multimarca per il settore agricolo e per il settore nautico, nel 2010 è la prima a costruire e presentare una linea completa di stazioni di ricarica per impianti di climatizzazione conformi alla nuova normativa europea e nel 2011 TEXA ha presentato AXONE 4, innovativo strumento visualizzatore touch-screen che rappresenta la nuova frontiera della diagnosi sui veicoli.

TEXA è consapevole di trarre parte delle sue energie e forze dalla comunità e dal territorio: per questo agisce ed opera cercando di portare beneficio anche alla società locale e cerca di contribuire attivamente allo sviluppo culturale e formativo del territorio. Ad oggi, TEXA è presente in tutto il mondo con una capillare rete di distribuzione: commercializza direttamente in Spagna, Francia, Gran Bretagna, Germania, Stati Uniti, Polonia, Russia e Giappone tramite filiali.

Il caso di H – Farm ventures – Roncade (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[14]

Nota per essere stata più volte citata dai mass media locali e nazionali, come una delle aziende più innovative del Paese, H-Farm è un incubatore di aziende che ha sede a Ca' Tron ed è, di fatto, un "piccolo" parco tecnologico made in Italy caratterizzato da silos e cascine immerse nel verde della campagna, che opera a livello internazionale in ambito Web, Digital e New Media, favorendo lo sviluppo di startup basate su innovativi modelli di business. Da H-Farm le idee si realizzano e partono verso migliaia di destinazioni nel mondo.

Fondata nel 2005 da Riccardo Donadon e Maurizio Rossi, H-Farm è presente a livello internazionale con uffici situati in 4 Paesi: Cà Tron (Italia), Seattle (USA), Londra (Regno Unito) e Mumbai (India); rappresenta un modello di business innovativo nel panorama italiano, proponendosi al mercato con il doppio ruolo di incubatore ed investitore: offre infatti alle imprese che nascono al suo interno (startup) l'opportunità di concentrarsi sul loro business e sulle relazioni con partner esterni senza preoccuparsi di aspetti amministrativi, finanziari e di marketing. L'esposizione internazionale, oltre a dare autorevolezza e credibilità alla struttura, consente di avere accesso a mercati in grado di valorizzare maggiormente le iniziative e di guadagnare visibilità su un piano mediatico. Che cosa significa H-Farm? La H che forma il nome del progetto significa Human

14 rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSP 2012: "CSR e innovazione tecnologica".

ed indica l'obiettivo generale che mira principalmente alla costituzione di iniziative che rendano l'utilizzo di Internet più facile ed accessibile al pubblico. L'attenzione alle capacità innovative delle persone è uno degli aspetti principali della Responsabilità Sociale d'Impresa di H-farm. Infatti, H-farm è alla costante ricerca di giovani con idee in grado di interpretare Internet in modo innovativo attraverso l'applicazione di nuovi modelli di business e forme di comunicazione capaci di pensare fuori dagli schemi, in grado di progettare "l'Internet del futuro" e che siano determinati a trasformare un'idea in un business di successo. Farm invece, potrebbe avere un triplice significato:

- perché la sede è immersa nel verde in un rustico ristrutturato e l'ambiente è sempre più un valore percepito anche dalle imprese;
- perché è una fabbrica di idee e di innovazione ed un incubatore di imprese;
- perché collega l'idea della fattoria della tradizione contadina con le più avanzate tecnologie del web e dei nuovi media proiettando il contesto locale nel mondo delle tecnologie e della conoscenza.

Nonostante il suggestivo contesto naturale nel quale H-Farm si sviluppa, nel prato verde, al centro delle casette dove vivono quotidianamente le diverse start up, ci si può rendere subito conto che in quella campagna comunque si è già al centro del mondo, infatti, le reti wi-fi attive in quest'area sono oltre 20, tra cui "guest" con accesso gratuito al web.

Solo a titolo di esempio si citano due realtà incubate in H-Farm ed ora attive ed indipendenti:

1. *Grow the Planet*, una Social Web Application dedicata prevalentemente agli appassionati e ai professionisti dell'orticoltura (ma estendibile ad altri tipi di coltivazione come vigneti, oliveti o frutteti e al giardinaggio tout court), con strumenti di apprendimento, gestione, interazione avanzata e scambio di servizi e prodotti;
2. *Zooppa*, costituita nel 2007 è diventata leader nel mercato del social ADV con oltre 100 brand famosi e 150 contest. È presente in USA,

Brasile e Italia. Le aziende affidano a Zooppa le loro campagne pubblicitarie e gli utenti iscritti sono messi in competizione tra loro per vincere premi in denaro. La community di Zooppa è formata da più di 100.000 utenti e cresce giorno dopo giorno.

L'IMPEGNO CSR MATURATO IN QUESTI 2 ANNI:

Dal 2009 a oggi, H-FARM ha investito circa € 15 milioni in 55 startup, creando oltre 300 nuovi posti di lavoro e sempre di più abbiamo fatto leva sugli aspetti distintivi del nostro territorio.

Abbiamo infatti deciso di concentrarci sui progetti in cui il nostro ruolo è davvero determinante, grazie al nostro network o, in generale, al sistema imprenditoriale italiano.

Abbiamo visto che le nostre competenze e il nostro ruolo di acceleratore sono più adeguate ai business che si inseriscono nel nostro tessuto imprenditoriale di eccellenza.

Per questo lo scorso anno abbiamo dato vita ad H-ACK, il primo format di hackathon completamente dedicato al mondo delle aziende, che nasce con l'obiettivo di aiutare gli operatori del business tradizionale a trovare nuove idee e nuovi approcci di mercato attraverso strumenti digitali.

Una 24 ore non stop in cui i ragazzi si uniscono in team e lavorano per trovare soluzioni digitali, secondo le richieste e i brief dati dalle aziende.

Oggi più che mai è necessario che il mondo del digitale e quello dell'industria dialoghino: H-ACK rappresenta una formula veloce, ma allo stesso tempo concreta, per fare un primo importante passo in questa direzione.

Per i partecipanti, vincere o essere menzionati come team/idea interessante durante un H-ACK apre ad un possibile inserimento nel programma di accelerazione di H-FARM, H-CAMP.

Quest'ultimo rappresenta un'altra sfida, si tratta del primo e più completo programma di accelerazione per startup nato in H-FARM, che ha l'obiettivo di accompagnare giovani imprenditori con una brillante idea nello sviluppo del proprio progetto.

Selezioniamo due volte all'anno team di ragazzi accompagnati da una buona idea e competenze tecniche, da affinare insieme durante il percorso all'interno di H-CAMP. Molti sono i servizi che mettiamo a disposizione dei ragazzi tra i quali attività di mentoring, networking, vitto e alloggio, spazi di lavoro, eventi ad hoc, servizi tecnici e professionali con un valore complessivo superiore a 50.000 €. A questo può essere aggiunto un primo investimento che arriva fino a 15.000 € in cash. I team selezionati avranno 3 mesi di tempo per farci conoscere ed apprezzare il proprio prodotto/servizio, al termine dei quali H-FARM e il proprio network di investitori e business angel valuteranno la possibilità di procedere con un ulteriore investimento nel progetto.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

Ad oggi il fatturato aggregato delle aziende supera i 30 milioni di euro. Tra il 2014 e il 2018 sono previsti investimenti per ulteriori 10 milioni di euro. Quest'anno sono cominciati i lavori del progetto chiamato H-FARM 2 che avrà una superficie operativa di oltre 6mila metri quadrati e sarà pronto entro la primavera 2015. Il raddoppio dell'incubatore nasce con una logica precisa ovvero di fare più innovazione industriale, in stretta collaborazione con il tessuto economico del territorio. Oltre a questo spazio, daremo vita anche ad una piattaforma di 2500 metri quadrati, con all'interno una struttura polivalente di 500, che ospiterà nuove piccole imprese innovative.

Sei anni sul territorio: Open Day CSR in Azienda

Quinta edizione 2013

Il caso di Jolly Sgambaro spa – Castello di Godego (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[15]

Jolly Sgambaro spa è un'azienda storica che nasce con il primo molino nel 1937 e che negli anni passa da "piccolo artigiano" a "medio imprenditore", giungendo così alla terza generazione e che negli ultimi anni si è fatta conoscere grazie anche alle nuove confezioni di prodotto "pasta a km 0". Jolly Sgambaro, è una realtà imprenditoriale attenta alla comunicazione ed orgogliosa di aprire le porte del proprio stabilimento e del molino, alle visite didattiche già da molti anni. A tal proposito, proprio,in quest'anno, i proprietari stanno dedicando particolare attenzione al rinnovamento del percorso didattico che dal molino porta alle linee produttive del pastificio.

L'azienda utilizza per la produzione acqua di sorgente certificata che sgorga da 3 pozzi a 150 metri di profondità; la selezione del grano avviene chicco per chicco, grazie all'utilizzo di un selettore ottico che scarta i chicchi non conformi; il grano di Jolly Sgambaro è denominato Marco Aurelio ed ha una propria certificazione; la pasta Sgambaro ha un valore proteico minimo che corrisponde al valore massimo proteico di altre paste concorrenti. Al termine del contributo audiovisivo, i visitatori indossano camice e cuffia e si inizia la visita dal molino nel quale giungono i chicchi presenti nelle 30 celle, da 6 quinta li l'una, del granaio adiacente (un altro granaio è inoltre presente ne l Tavoliere delle Puglie).

La tecnologia presente in questo stabilimento è affascinante: il grano

15 rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSR 2013: "Quando la CSR germoglia nel Settore Agroalimentare".

corre attraverso tubi che lo spostano da un piano all'altro dell'edificio e che lo "accompagnano" fino alla separazione di ciascun chicco nelle varie tipologie di semole. Da lì passa anche il "prezioso" Kamut, uno dei prodotti di più elevata qualità a marchio Sgambaro. Diversamente da altri pastifici, l'azienda utilizza direttamente la semola prodotta, senza ulteriori spostamenti; il prodotto che entra in lavorazione è quindi sempre fresco e mantiene tutte le caratteristiche organolettiche, senza alterazioni. Attraversando gli ampi spazi dalle superfici piastrellate, si vedono macchinari alti come piccole torri, dove la pasta rimane per lunghi tempi di essicazione e dove viene lavorata e trafilata nei vari formati: pasta corta, pasta lunga, grano duro, farro, kamut, ecc...

Infine, il magazzino ospita temporaneamente intere corsie e bancali di coloratissimi pacchi di pasta allineati, che vengono poi venduti con due differenti marchi: "Jolly", il primo marchio storico e "Sgambaro", il marchio presente e su cui i proprietari puntano gli obiettivi per il futuro. Jolly Sgambaro è uno dei soli 3 pastifici italiani attualmente certificati; la pasta prodotta dall'azienda ha residui di pesticidi con valori "pari a zero" e al di sotto della pasta-bio, la pasta Sgambaro si può dare anche ai bambini. Tale garanzia giunge anche dal fatto che l'azienda stipula contratti ben definiti con alcune cooperative locali che si impegnano a stare al di sotto dei limiti imposti dalla legge. Inoltre, il pastificio è l'unico, a livello nazionale, che ha calcolato la propria Carbon footprint, in sintesi ha quindi calcolato il proprio impatto in termini ci produzione di CO2. Questo studio, impegnativo e costoso, ha portato all'azienda già alcuni benefici e che sul lungo periodo produrrà di certo altri effetti a suo vantaggio. Mettere nero su bianco i propri consumi ha portato l'azienda ad una maggiore consapevolezza di quanto l'attività produttiva impatta a livello economico ambienta le sociale; con i dati prodotti dallo studio della propria Carbon footprint si viene a conoscenza che: 1 kg di pasta Sgambaro impatta del 40-50 % in meno rispetto ad altri concorrenti e che è la pasta meno inquinante al mondo; i consumi di energia elettrica sono diminuiti del 30 % grazie all'utilizzo di motori ad alta efficienza e il molino adiacente allo stabilimento consente di abbattere le emissioni

relative al trasporto delle semole. Inoltre, per alcuni spostamenti vengono utilizzate alcune auto elettriche.

L'azienda si sta inoltre attivando per acquisire quote di biogas per abbassare ulteriormente la propria quota di CO2 prodotta. Gli sforzi fin qui fatti, sono stati tradotti in una nuova etichetta che sigilla le confezioni di pasta: un piede verde, che sta a significare l'impronta leggera della pasta Sgambaro, rispetto ai concorrenti. In 7 anni il marchio Sgambaro è passato dallo 0 al 70% di fatturato, grazie anche alla filosofia "low cost every day", per cui si mantiene un prezzo concorrenziale, garantendo comunque un prodotto di qualità.

Per quanto riguarda la gestione del personale, l'altro costo di gestione elevato, oltre a quello della materia prima (che incide da solo per il 70%) l'azienda ha ridotto negli anni il proprio personale, ma non ha mai applicato politiche di licenziamento particolari. La riduzione è avvenuta per il raggiungimento dell'età pensionabile. A seguito della riduzione è stata quindi gradualmente introdotta la meccanizzazione. L'attenzione al personale si esplica anche nel fatto che Jolly Sgambaro è uno dei pochi pastifici che può permettersi di non lavorare al sabato e alla domenica e nel riconoscimento di premialità per il lavoro dei collaboratori che porta così ad un'ulteriore fidelizzazione dei dipendenti e ad un turn over ridotto veramente "ai minimi termini".

Il caso di Da Re spa (I Bibanesi) – Godega di Sant'Urbano (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ... [16]

L'azienda Da Re spa vanta da generazioni un'antica tradizione nel campo della lavorazione del pane tipico veneto. Più volte ampliatasi e completamente rinnovatasi negli anni Settanta, risultava all'epoca essere uno dei maggiori panifici attivi nel Nord Est, pur senza smarrire la connotazione di azienda alimentare vocata alla realizzazione di prodotti tradizionali veneti di carattere artigianale.
Per questo motivo, l'impresa ha deciso di non trasformare gli impianti produttivi in processi completamente automatizzati, mantenendo inalterati i passaggi delicati ed essenziali di un processo di lavorazione delle paste, effettuato secondo i più rigorosi e tradizionali canoni dell'arte panificatoria, nella convinzione che i panifici cosiddetti "industriali" sfornassero certamente notevoli quantità di pane, privo però delle caratteristiche di fragranza e appetibilità che si ritrovano nella migliore tradizione artigianale. Questa rigorosa filosofia aziendale ha fatto in modo che il mercato connotasse il pane tipico Da Re, croccanti panetti stirati a mano, come un prodotto di grande e riconosciuta qualità, presente su moltissime tavole italiane e che sull'etichetta può vantare il fregio di: "prodotto modellato a mano" e "con olio extravergine di oliva 100% italiano". Nello stabilimento di Zoppè di San Vendemiano, nato dalla riconversione del precedente magazzino in unità produttiva secondaria, è presenta la linea di produzione riservata al kamut. La strategia aziendale

16 Ibidem.

Quanto riportato nel presente testo fa riferimento alla visita dello stabilimento sito in Zoppé di San Vendemiano (TV); la sede principale è sita invece a Godega di Sant'Urbano (TV).

dei Bibanesi si racchiude in 3 aspetti strettamente connessi: qualità, innovazione, tradizione.

QUALITA': a partire dalle materie prime con l'olio extravergine che arriva da frantoi pugliesi. Costa di più anche per altri aspetti, ma assicura all'azienda una costante qualità nel prodotto. L'azienda ne consuma circa 1.900 litri al giorno nei due stabilimenti. Anche le farine provengono da fornitori ai quali la ditta si affida da anni. Non si utilizzano acceleratori enzimatici, né additivi chimici, la pasta madre, infatti assicura l'autoconservazione del prodotto. E la qualità la si ritrova poi anche nel lavoro dei dipendenti addetti, che ogni 2 ore circa si turnano lungo la catena di produzione, si passa così da chi unisce capo-coda i blocchi di pasta lievitata, fino a chi preleva le buste per procedere con l'imballaggio finale.

INNOVAZIONE: la tecnologia è un elemento fondamentale. I macchinari costano in media il 40% in più rispetto ad altre ditte, ma sono praticamente perfetti. E in caso di guasto la produzione si fermerebbe per pochissimi minuti, il tempo di mettere in funzione la macchina sostituta, sempre pronta in stand by. Nei punti critici della linea produttiva, infatti, i macchinari sono tutti doppi. Da Re previene così il fattore di rischio che potrebbe portare un danno all'azienda. Ma l'innovazione più affascinante è il tempo che sta dietro ad una manciata di ricette, dalle mattine impiegate per trovare il modo ideale per lavorare il kamut ai mesi di studio per arrivare a cuocere in maniera omogenea il Bibanese più piccolo e quello più grande nella stessa infornata. E se fino a poco tempo fa sugli scaffali si trovavano solo i Bibanesi al sesamo, seguiti poi da quelli al kamut, ora la produzione si differenzia anche con la linea pizza, rosmarino, peperoncino, cipolla, olive e quella latte e miele.

TRADIZIONE: la si trova negli elementi che compongono questo prodotto, pochi, ma di qualità, fino alle mani svelte che strizzano, compattano, torcono ed allungano i pezzi di pasta che si spostano veloci sulla linea di lavorazione. E "tradizione" è anche il fatto che questa rimane, a tutti gli effetti, un'azienda familiare.

Oltre a questi, più caratterizzanti, ci sono altri aspetti che contraddistinguono questa azienda, quali l'attenzione al personale che viene coinvolto con riunioni mensili e che per primo testa il prodotto, portandolo a casa e fornendo poi alla direzione le proprie evidenze. I prodotti di scarto vengono dati ad un'azienda agricola della zona, dotata di impianto a biogas. Alcune edizioni speciali delle confezioni promuovono mostre d'arte, altre invece iniziative come quella di Save the Children è a favore dei bambini etiopi. L'azienda ha inoltre regalato una panetteria nel Benin, in Africa, dove periodicamente Giuseppe Da Re si reca per consentire a chi ci lavora di essere aggiornato sulle tecniche di lavorazione del pane.

L'IMPEGNO CSR MATURATO NEL 2014:

Nel 2014 l'azienda ha continuato ad investire le proprie risorse nell'attività di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti anche nella prospettiva di penetrare ulteriori e diversi segmenti di mercato sia nazionale che estero, proponendo una linea 100% bio e diversificando i formati delle nuove referenze. Prosegue l'impegno di marketing creativo che promuove il legame e l'accostamento del prodotto all'arte e alle sue diverse espressioni attraverso la progettazione di packaging innovativi e di pregio (entro fine anno uscirà a scaffale la quinta serie Art: "Se una notte nel tempo

Van Gogh e Tutankhamen. La sera e i notturni dagli Egizi al '900"). I recenti piani di investimento per l'ammodernamento delle attrezzature e l'automazione tecnologica riflettono una priorità dell'azienda che persegue l'obiettivo dell'eccellenza di prodotto e di processo in modo tale da garantire le migliori condizioni di lavoro in termini di efficienza produttiva, di qualità del prodotto e di benessere e confort del personale

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

Per il futuro, l'azienda ha avviato un nuovo progetto ambizioso, dove bellezza e funzionalità si fondono in un tutt'uno: la realizzazione, su una superficie di 16.500 mq, della nuova sede aziendale, costituita da 4 moduli produttivi, ciascuno autonomo (con 4 mense a misura d'uomo), un unico magazzino, uffici direzionali, una sala conferenze da 200 posti e 600 mq da adibire a mostre aperte a tutta la cittadinanza. Il progetto, già approvato dalla Regione e dal Comune, è in grado di triplicare la capacità produttiva, servendo così i nuovi mercati esteri, senza delocalizzare la produzione.
L'incremento dei volumi produttivi dovrà essere assorbito per una quota significativa (50%) dalle richieste di esportazione verso paesi UE e internazionali. In un'ottica di diversificazione dei mercati e di incremento della quota export la Da Re spa ha un programma di consolidamento e promozione dei prodotti nei mercati esteri già penetrati (Giappone, Portogallo, Belgio, Spagna, Svizzera, Brasile, Australia, Nuova Zelanda, U.S.A.).

Il caso di Perenzin Latteria srl – San Pietro di Feletto (TV)

perenzin latteria s.r.l.

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ... [17]

Dal 1991 Emanuela Perenzin, erede del nonno che fondò l'azienda nei primi anni del '900, insieme al marito Carlo Piccoli, portano avanti una tradizione che a patire da due soli tipi di formaggio iniziale, il San Pietro ed il Feletto, vanta oggi una nutrita linea di prodotti caseari che portano questa azienda a distinguersi notevolmente dalle altre. Tanti i premi nazionali e internazionali vinti dai formaggi Perenzin, che attestano come l'azienda sia attiva e sempre attenta alla qualità del prodotto. Nel 2012 inoltre i coniugi sono stati premiati Migliori professionisti del Formaggio al Concorso indetto dalla scuola Alma Caseus di Parma, e seguito direttamente dal famoso mastro assaggiatore Renato Brancaleoni.

I prodotti Perenzin sono per un mercato di gourmand, li si trova nei ristoranti, in tutti i negozi specializzati biologici, e nei negozi di delicatessen. Sono molto conosciuti anche all'estero in paesi come: Europa, USA, Canada, Hong Kong ed Australia.

Alcuni dati spiccioli per inquadrare meglio questa singolare latteria: 2 milioni i litri di latte lavorati in un anno; 35 mila circa le forme prodotte (numero non coincidente con il numero di pezzi); 30 diversi tipi di prodotti messi in commercio; 46% di latte di capra lavorato e 61% di latte "bio" lavorato; 18% del fatturato derivante dall'esportazione; 15 dipendenti (di cui 7 dipendenti de l PER) e conosciute ben 7 lingue straniere parlate. Tre i tipi di latte che vengono lavorati qui da Perenzin: vacca, capra e bufala e due le "categorie" in cui poi si declinano i vari

17 ibidem.

prodotti: “affinamenti” (stagionatura con altri ingredienti/sostanze che portano delle modifiche organolettiche quali: fieno, pepe, foglia di noce, cera d’api, tartufo) ed “ubriacatura” (con Ciock, Traminer, Prosecco, Marzemino).

Delle principali tappe che hanno caratterizzato la storia dell’azienda si ricordano il 1999, anno in cui comincia la produzione di formaggi “bio” da latte di capra, a partire da latte di un produttore del bellunese (inizialmente la produzione di formaggi da latte di capra faceva riferimento a 3 stalle per una lavorazione totale di 450 litri di latte, mentre ora l’approvvigionamento arriva invece da 13 stalle).

Dal 2005 l’impegno dell’azienda è inoltre orientato anche all’internazionalizzazione, con la partecipazione alle più rinomate fiere del settore, quale ad esempio quella di Anuga, in Germania, che vanta il primato in Europa e che ad ottobre di quest’anno ha registrato ben 6.800 espositori. Nel 2011 la Perenzin Latteria, insieme all’Associazione Famiglie Rurali AFR, dà vita all’Accademia Internazionale di Arte Casearia, che ha come scopo la condivisione della loro notevole esperienza e il know-how aziendale con altre realtà locali e singoli soggetti, organizzando corsi pratici per persone interessate ad approcciarsi al mondo caseario.

Da due anni esiste inoltre lo spazio PER - Percorsi Enogastronomici di Ricerca; si tratta di un vero e proprio cheese-bar, ristorante e negozio, tutto in unico spazio, dove, oltre ai clienti abituali, è stato creato per accogliere i turisti che si possono fermare per le degustazioni. Il locale è nato dopo un “viaggio-ricerca” di Emanuela e Carlo, in giro per l’Europa, per studiare i “locali del formaggio”. Questa scelta ha portato ad un incremento del fatturato del 50% e, anche se il fatturato del ristorante da solo, ancora non ha ripagato gli investimenti fatti, la soddisfazione relativa al numero di turisti che si sono fermati da Perenzin in questi ultimi anni ripaga enormemente gli sforzi fatti. Grazie al PER è possibile, quindi organizzare eventi musical-culturalgastronomici in questo spazio, che d’estate consente anche di godere di una magnifica vista sui colli del coneglianese.

L'IMPEGNO CSR MATURATO NEL 2014:

L'impegno etico e sociale che da sempre caratterizza l'azienda, è ulteriormente aumentato nell'ultimo anno. Questo perché la crisi economica che sta caratterizzando il Paese, ha purtroppo portato anche a degli effetti negativi sul mercato che ricadono poi sul consumatore finale. Tutto questo a discapito della qualità del prodotto finito, che non sempre nasce da materie prime eccellenti, o non sempre è esattamente il risultato di ciò che è dichiarato. Questo non è successo alla Perenzin Latteria, che si è vista costretta in alcuni casi a non accontentare il mercato con i propri prodotti di capra, biologici e convenzionali, in quanto mancava la materia prima, il latte, di qualità. La diminuzione delle vendite ha chiaramente influenzato negativamente il fatturato. Ma, allo stesso tempo, ha rafforzato l'immagine e la percezione che il consumatore finale ha dell'azienda, aumentando la fiducia e il senso di trasparenza che la caratterizza. Se la visione etica che guida un'azienda è forte e salda, non esistono giochi o sotterfugi, pur di vendere, e questo il cliente lo capisce e lo fa suo, fidelizzandosi completamente e aiutando il marketing stesso

dell'azienda, trasmettendolo in modo autonomo ad altri possibili clienti. La linea guida dell'azienda è l'alta qualità dei propri prodotti, e la fiducia che è riuscita a creare in questi anni è tale, che non deve essere scalfita da mere logiche di mercato. Solo così potrà essere ancora considerata leader nel proprio settore.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

L'obiettivo per il futuro, non è solo quello di mantenere lo standard qualitativo raggiunto negli anni, ma soprattutto implementare la formazione e la visione aziendale del personale interno. Le persone che lavorano in un'azienda sono le specchio dell'azienda stessa, e non sempre è così facile trasmettere la mission e ciò che la guida. Migliorare la formazione del personale significa anche insegnare loro a relazionarsi con i colleghi nel modo corretto, permettendo così di lavorare meglio in team, sviluppando e realizzando idee in modo più concreto ed efficace. Tutto ciò implicherà automaticamente anche una visione dell'azienda più chiara e di conseguenza un'immagine esterna migliore. Un altro

importante e fortemente sentito obiettivo della Perenzin Latteria, è il trasferimento delle proprie conoscenze casearie ad altre persone. Con la nascita dell'Accademia Internazionale dell'Arte Casearia, di cui Perenzin è fautrice, l'azienda ha organizzato più di dieci corsi e formato 250 allievi, con lo scopo di divulgare l'arte casearia tradizionale, applicata alle nuove tecnologie. Il principio che guida questi corsi e l'impegno che vede costantemente coinvolti i titolari, è migliorare la qualità dei formaggi prodotti, e la visione che i casari hanno di loro stessi. Creare un formaggio buono, o creare un formaggio nuovo con determinate caratteristiche, non è cosa semplice, e deve venire dal cuore oltre che dalla mente. Ecco perché è importante trasmettere, oltre che l'esperienza e la tecnica, la passione per questo antico mestiere.

Sei anni sul territorio: Open Day CSR in Azienda

Sesta edizione 2014

Il caso di Latteria Montello spa – Giavera del Montello (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ… [18]

Latteria Montello spa, più conosciuta come "Nonno Nanni", nasce nel 1947 quando Giovanni Lazzarin, detto "Nanni", dà vita ad una piccola latteria artigianale nel cuore della Marca trevigiana, dotata solo di caldaie a legna. Oggi figli e nipoti del Nonno Nanni mantengono la tradizione di famiglia con lo stesso impegno e la stessa antica arte, facendo di questa azienda una realtà che, pur servendosi di tecnologie e processi produttivi all'avanguardia, rispetta la qualità artigianale di un tempo, garantendo prodotti che si distinguono per naturalità e freschezza.

La materia prima lavorata arriva per la maggior parte dalle stalle del Montello, Prealpi venete e nord Italia; i controlli analitici e microbiologici sono circa sessantamila all'anno e questo consente di avere una garanzia sulla qualità del latte e del formaggio e sullo stato di salute degli animali. Inoltre la costante collaborazione tra azienda e fornitori aumenta il rapporto di fiducia instauratosi nel tempo. La catena del freddo è controllata scrupolosamente e all'interno dello stabilimento si passa da zone a +18 °C a zone a +4 °C (temperatura delle celle dove il personale transita per brevissimo tempo).

Latteria Montello si rivolge principalmente al mercato italiano, sul quale risulta secondo produttore a livello nazionale e leader nel segmento premium per gli stracchini, ma esporta con successo anche in Europa

18 rielaborazione estratta dall'EMT sugli OPEN DAY CSR 2014: "Sostenibilità & Innovazione".

(Austria, Belgio, Germania, Svizzera, Regno Unito), USA ed Hong Kong. Oltre alla linea Nonno Nanni, Latteria Montello produce anche la linea Ca' Serena (formaggi in grandi) e Nonna Rina che comprende gnocchi di patate normali e ripieni, chicche di patate, crespelle ripiene e crepes dolci.

Negli anni, l'impegno di Latteria Montello per la sostenibilità si è concretizzato nella creazione di un sistema di gestione ambientale che risponde ai requisiti della norma internazionale UNI EN ISO 14001. Di recente inoltre Latteria Montello ha partecipato ad un progetto del Ministero dell'Ambiente per il calcolo della propria impronta di carbonio (carbon footprint) relativamente a quattro prodotti: lo Stracchino classico, lo Stracchino con fermento Probiotico, la Robiola e lo Squaquerello: lo Stracchino Nonno Nanni è dunque il primo stracchino "Green"/ ecosostenibile d'Italia. Lo scorso anno, le emissioni di CO2 sono state compensate sostenendo un progetto di gestione forestale sostenibile a Mel (BL) e uno di sviluppo di energie alternative in Brasile, mentre per l'anno in corso il contributo è andato ad un progetto per la gestione sostenibile di alcune foreste in Italia e per la costruzione di un impianto idroelettrico in Turchia. Latteria Montello inoltre ha scelto di utilizzare in tutto il sito produttivo esclusivamente energia elettrica pulita, cioè proveniente da fonti rinnovabili, "a basso impatto ambientale", quali il sole, l'acqua e il vento: la garanzia dell'origine elettrica «pulita» dell'energia acquistata è testimoniata dai certificati RECS (Renewable Energy Certificate System). In Latteria Montello è anche attivo un depuratore biologico per il trattamento dei reflui che vengono alla fine utilizzati in agricoltura e sul tetto dello stabilimento di Nonna Rina è attivo un impianto fotovoltaico da quasi 2.000 mq.

L'azienda segue da sempre una rigorosa e attenta Politica della qualità e dell'ambiente, per assicurare ai propri consumatori prodotti d'eccellenza attraverso controlli accurati e il miglioramento continuo dei processi produttivi. L'azienda adotta infatti limiti più stringenti rispetto a quelli previsti dalle norme di settore per gli alimenti. Ad esempio l'HACCP è obbligatoria per Latteria Montello, ma l'azienda ha dimostrato la propria

responsabilità sociale proponendo agli allevatori che conferiscono il latte presso lo stabilimento l'HACCP alla stalla, al quale i conferenti hanno volontariamente aderito.

Il 90% delle analisi che vengono condotte nel laboratorio riguarda le caratteristiche microbiologiche dei prodotti. Durante l'anno vengono pianificati e condotti campionamenti per verificare il contenuto di grasso e proteine, che indicano il grado di "ricchezza" del latte, e il numero di cellule somatiche presenti indice del benessere delle bovine che lo hanno prodotto. Per quanto riguarda invece la gestione dei mezzi di trasporto, tutto il parco mezzi (i camion che trasportano i prodotti "Nonno Nanni") è monitorato con sistema GPS per controllare minuziosamente il rispetto della catena del freddo, anche durante il trasporto.

Latteria Montello finanzia anche alcuni progetti della Fondazione Italiana per la Ricerca sulla Fibrosi Cistica ed è membro dell'A.F.M.U., organizzazione no-profit che rappresenta i diritti delle famiglie italiane per la difesa delle persone con problemi di udito.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

L'impegno per coniugare affidabilità a sostenibilità ambientale, economica e sociale è un obiettivo che verrà perseguito da Latteria Montello anche in futuro e si concretizzerà in una serie di azioni - che ripercorrono le attività già iniziate in questi anni - per diminuire l'impatto ambientale e ridurre i consumi di risorse, tra cui: la corretta gestione e selezione delle materie prime utilizzate per la produzione dei formaggi, azioni per garantire l'eticità dei processi produttivi, l'impegno per la costruzione di un dialogo diretto con le fattorie con cui Latteria Montello collabora, attraverso il supporto ad un allevamento sostenibile degli animali e assistenza veterinaria continua da parte dell'azienda, la ricerca di soluzioni innovative per proteggere e rispettare l'ambiente - compresa la diminuzione della CO_2 - politiche di sostegno al territorio in cui Latteria Montello opera, quali il contributo ad associazioni o interventi a favore della solidarietà e della promozione culturale. Continueranno inoltre gli studi per promuovere un packaging maggiormente riciclabile e gli impegni per un consumo sempre più responsabile delle risorse all'interno dello stabilimento.

Il caso di Fornace dell'Innovazione – Asolo (TV)

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ… [19]

La Fondazione la "Fornace della Innovazione", nata inizialmente grazie alla volontà ed impegno di 44 soci, mira alla diffusione di una cultura imprenditoria le innovativa, vicina ai temi della creatività e dell'arte, che realizza nel nuovo edificio "l'incubatore di impresa[20]". Attraverso l'incubatore (l'incubazione qui è fisica e si abbina al tutoraggio ed alla formazione) si rende sistematico il processo di creazione e sviluppo di nuove imprese innovative, fornendo servizi di supporto integrati che includono spazi fisici, e numerosi servizi a valore aggiunto, legati alla locazione (impianti di climatizzazione e di allarme, reti tecnologiche e telematiche, accessi autonomi e distinti, aule riunioni ed aule di formazione) e allo sviluppo di impresa (formazione, coaching, spazi di coworking, affiancamento con esperti e networking). L'approvvigionamento elettrico è assicurato dai 70 kWp di pannelli fotovoltaici installati sul tetto.

L'incubatore è una realtà unica nel favorire la nascita di nuove imprese

19 ibidem.

20 Secondo la definizione data dalla Commissione Europea (European Commission Entreprise Directorate General, Benchmarking of Business Incubators, Centre for strategy and evaluation services, February 2002), si tratta di un'organizzazione che accelera e rende sistematico il processo di creazione di nuove imprese, fornendo loro una vasta gamma di servizi di supporto integrati, che includono gli spazi fisici dell'incubatore, i servizi di supporto allo sviluppo del business e le opportunità di integrazione e networking. L'erogazione di tali servizi e il contenimento delle spese derivante dalla condivisione dei costi e dalla realizzazione di economie di scala, fanno sì che l'incubatore d'impresa migliori in modo significativo la sopravvivenza e le prospettive di crescita di nuove start-up.

nella Marca Trevigiana[21] e nell'accrescere competenze di gestione imprenditoriale ed aziendale. Si può accedere ai moduli e diventare start-up[22] , principalmente tramite bando, dove l'imprenditore presenta un progetto, che una apposita commissione dovrà valutare. Vincere un bando non consente solo di aggiudicarsi un modulo, ma anche di ottenere agevolazioni sul canone di "affitto" ed altri benefit (anche finanziamenti agevolati). Il tempo di permanenza all'interno di un modulo è di 3-4 anni, tempo medio in cui una start-up o si trasforma in vera e propria impresa o è destinata a fallire. Le start-up che rimangono per più tempo sono quelle che si stanno radicando ed espandendo nel loro business che hanno ancora bisogno di una base di appoggio per ultimare alcuni aspetti prima di trovare un'altra sede. All'incubazione fisica, precede quasi sempre un periodo di "pre incubazione", dove c'è l'idea, ma non si hanno ancora la basi necessarie per partire e dove quindi interviene il

21 Oltre alla Fondazione la fornace dell'innovazione, che si occupa in prevalenza di start-up operanti nel settore del design e della comunicazione o comunque nel terziario avanzato, in Veneto sono presenti altri importanti "incuba tori di aziende": H-Farm ventures (TV), che supporta start- up che sviluppano prodotti o servizi nel settore di internet e de l web 2.0 (cfr. pagg. 67-71); il Parco Scientifico Tecno logico di Venezia – VEGA (VE), uno dei più importanti parchi scientifico-tecnologici in Italia, attivo nei settori più avanzati dell'innovazione tecnologica (nanotecnologie, tecnologie dell'informazione e della comunicazione e nella Green Economy); Start Cube (PD), Incubatore universitario d'impresa che si occupa di start-up in settori ad alta intensità di conoscenza quali ICT, nanotecnologie, biotecnologie e terziario avanzato; M31 (PD), incubatore di impresa privato che trasforma idee in imprese nel settore della tecnologia dell'informazione e delle sue applicazioni; l'Incubatore ex-Cnomv alla Giudecca (VE), rivolto a start-up specializzate nel terziario avanzato nell'ambito della consulenza, della comunicazione, della progettazione e della formazione; l'Incubatore Ca' Emiliani a Marghera (VE), che si occupa principalmente di PMI che operano nel comparto dei prodotti in legno, della stampa, delle costruzioni, della riparazioni degli autoveicoli, della fabbricazione di macchine elettriche e di apparecchiature elettriche, elettroniche e ottiche e l'Incubatore Ex Herion alla Giudecca (VE), che si occupa prevalentemente di PMI operanti ne l settore del terziario avanzato.

22 Il termine di derivazione anglosassone significa "partire, mettersi in moto". Rappresenta pertanto la fase iniziale di avvio delle attività di una nuova impresa, di un'impresa appena costituita o di un'impresa che si è appena quotata in borsa. (definizione di startup del dizionario di economia e finanza Treccani).

servizio di tutoraggio, così da far chiarezza su alcuni importanti aspetti legati al business plan e la sua realizzazione.

In 5 anni di piena operatività, 60 sono le start-up che sono state ospitate nei 25 moduli chiusi, di metratura variabile (per un totale di 2.000 mq di superficie), di cui si compone l'incubatore e 150 le persone coinvolte. Oggi sono presenti altre 20 start-up che stanno lavorando per diventare vere e proprie imprese.

La Fornace è effettivamente la "vecchia" fornace Hoffmann che produceva mattoni fino al 1915, situata alle pendici delle colline asolane e che poi cadde in disuso. Oggi è diventata il cuore di un particolare e interessante restauro, grazie al quale "rinasce" nei primi anni '90, per merito di un'intuizione di Confartigianato Asolo che acquisita la proprietà della relativa area immobiliare, e indice un concorso di idee per la progettazione del suo recupero, realizzato poi in due fasi di intervento tra il 1998 ed il 2005. La Fornace acquista così nuovamente un ruolo importante per il suo territorio di riferimento e simboleggia oggi, una positiva contaminazione tra "vecchio" e "nuovo", orientata ad "un'innovazione di valore". Un valore misurato e che si trasformi poi in un guadagno, visto che la sua nuova mission non riguarda più la produzione di mattoni in laterizio, ma "mattoni" che rappresentano le fondamenta su cui sviluppare nuove idee di business, che durino nel tempo. Con il primo intervento, realizzato grazie all'utilizzo di finanziamenti Europei e Regionali, si riportò quindi la fornace al suo antico splendore (questa parte viene oggi utilizzata prevalentemente come galleria d'arte e sala convegni).

Con il secondo stralcio, i lavori proseguirono con la realizzazione della parte nuova, ad opera del vincitore di un apposito Bando, l'Arch. Radames Zaramella, allora venticinquenne, che realizzò un'estensione degli spazi a dir poco singolare: se la vecchia fornace era il "cuore" racchiuso in una struttura moderna, la nuova "fornace" si trova ora nel cuore della terra; parte degli spazi (anch'essi adibiti a mostre o convegni) sono stati realizzati effettuando uno sbancamento di una collina, del quale rimane una cupola erbosa che i visitatori possono percorrere in tutto il suo perimetro e che fa accedere al suo ingresso grazie ad un percorso

pedonale che la taglia lungo il suo diametro.

Tanti gli spazi, sia piccoli che grandi, organizzati per lo sviluppo delle idee e delle imprese. Uno di questi è "spazio HUB", animato dalla Fondazione insieme alla Cooperativa il Sestante ed a Confartigianato Asolo-Montebelluna e sostenuto dai 25 Comuni del circondario; in questo spazio sono coinvolti di giovani e meno giovani che vogliano "sfornare idee". In questo ambiente si realizzano "laboratori di condivisione" dove partecipano anche i centri per l'impiego locali e le Parrocchie del territorio, con i loro giovani. Le attività che si svolgono in questo spazio sono gratuite e finanzia te da un piccolo contributo annuale che viene versato dai partner della Fondazione.

Un altro è invece denominato "Hangar", dedicato all'esposizione di pezzi di artigianato di eccellenza, accanto al quale è presente ad un ampio spazio adibito a sala convegni e dotato di show room (e che può essere noleggiato dalle aziende per l'organizzazione di eventi con i propri clienti e fornitori).

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

Il rilancio del nostro territorio passa necessariamente per la valorizzazione delle nostre produzioni tradizionali che però si devono aprire alle nuove opportunità offerte dalla tecnologia, in primis al digitale, grazie al quale i nostri artigiani possono accedere a grandi mercati. E' necessario fare un salto di qualità e imparare a creare reti e relazioni per diventare imprese e crescere su mercati sempre più competitivi. Oggi la Fornace è diventata il punto di incontro del sistema dell'innovazione del Triveneto e non solo, è necessario sempre più favorire delle occasioni di incontro affinché gli incubatori facciano sistema per diventare sempre più centri propulsori per la nascita e il sostegno alle nuove attività imprenditoriali. Cresce il numero di giovani che manifestano interesse verso il "mettersi in proprio", ascoltano imprenditori di successo e toccano con mano che "crescere si può" e "provare si deve". Vogliamo far scaturire molte opportunità da questo ambiente carico di energie e opportunità che accompagna, con strumenti personalizzati, i giovani che con entusiasmo e creatività vogliono creare il proprio business. Per fare impresa ci vuole l'idea, qui le idee non mancano e noi offriamo gli strumenti per realizzarle.

Il caso Borgoluce srl – Susegana (TV)

BORGOLUCE

LI ABBIAMO CONOSCIUTI COSÌ…[23]

Borgoluce, l'azienda che appartiene alla Famiglia dei Conti Collalto, si estende tra due Comuni della pedemontana (Susegana e Santa Lucia di Piave), in un corpo unico, occupando una superficie di 1.200 ettari, situata in parte in collina ed in parte in pianura e ricca di pascoli, boschi e vigneti. Da 900 anni questi terreni sono di proprietà dei Collalto, compresi anche i due castelli (il castello di San Salvatore, che si vede chiaramente dalla Strada Statale 13 Pontebbana, e quello appunto di Collalto).

Si compone di 2 centri aziendali dove sono impiegati circa 70 dipendenti e dove non viene utilizzato il contoterzismo (fatta eccezione per alcuni aspetti legati alla vendemmia) così da avere un controllo migliore su tutti i processi produttivi e gestionali che la caratterizzano e che fonda la propria attività sull'importanza del fare un'agricoltura economicamente e ambientalmente sostenibile, dell'avere un riconoscimento territoriale apprezzato e una tipicità, di investire sull'innovazione e sulla ricerca, anche quando il sistema burocratico diventa, a volte, più un vincolo che un'opportunità.

L'agricoltura che caratterizza Borgoluce non ha nulla né di "tradizionale" né di "bucolico". È infatti grazie all'Abate Vinciguerra, dell'Abazia di Nervesa, che nel '700 giungono i primi agronomi dalla Francia e grazie anche alle loro conoscenze, si passa da un'agricoltura di sostentamento (spesso nomade) allo sviluppo di una più organizzata e sistematica.

Oltre alla bachicoltura ed alle piantagioni di tabacco, degno di nota

23 ibidem.

è il fatto che l'azienda nella seconda metà degli anni '60 sia stata la prima in Italia ad introdurre la produzione di kiwi e che per prima l'ha abbandonata quando il prodotto divenne oramai inflazionato, così da potersi dedicare ad altre diversificazioni. Le attività aziendali sono numerose e ben differenziate, si passa infatti dal pascolo (circa 180 ettari), alla coltivazione di mais, dalla produzione di noci, alla viticoltura (circa 75 ettari a vite, con produzione di vino venduto sia sul mercato nazionale che estero) ed alla zootecnia.

Quest'ultima in particolare è da sempre un'attività che ha caratterizzato l'azienda, pur non essendone il fulcro e di certo non particolarmente redditizia. Nonostante questo riveste una sua importanza fondamentale per la sua integrazione organica nelle altre attività connesse all'azienda agricola.

La politica aziendale è racchiusa nel marchio stesso e nel nome di Borgoluce, un brand che ha 7 anni. "Borgo" deriva dalla storia locale e dalle fortificazioni, "luce" dal sole che è il motore dell'agricoltura. Il logo invece rappresenta un piccolo sistema satellitare di orbite che simboleggiano rispettivamente l'alimentazione, l'ambiente e l'energia.

E questa azienda continua a stare al passo coi tempi proprio grazie all'innovazione ed alle scelte ponderate, che la mettono sempre in ricerca di nuovi sviluppi e traguardi.

Così a metà del 2005 è stata realizzata la sala di lavorazione delle carni, in modo da seguire l'intera filiera di produzione.

Da 10 anni l'azienda produce inoltre "mais Biancoperla" ad uso alimentare (ad esempio per produrre polenta) utilizzato, in particolar modo per la produzione di alimenti per celiaci.

Tra i prodotti di punta ci sono le mozzarelle di latte di bufala, il cui latte ha un sapore più delicato rispetto a quello prodotto dalle bufale delle regioni del sud Italia. Anche in questo caso la lavorazione viene fatta artigianalmente nel caseificio aziendale. Prodotto di nicchia è infine l'olio d'oliva, che al gusto si presenta simile a quello delle zone del Garda e della Liguria, meno speziato, ma comunque richiesto.

Con i suoi 23.000 scontrini battuti in un anno Borgoluce coglie l'opportunità della filosofia "Km 0", grazie anche al fatto che l'azienda è situata lungo un'arteria stradale assai frequentata.

Fa parte di questa azienda anche il complesso agricolo di Mandre dove è possibile visitare la Frasca Borgoluce, uno spazio dedicato alla degustazione, aperto a tutti al sabato ed alla domenica, ricavato dalla ristrutturazione di una delle case coloniche presenti nella tenuta e che al piano superiore ospita un museo sulla civiltà contadina che fa respirare un'atmosfera rurale d'altri tempi, grazie alle ricostruzioni fedeli di due stanze da letto, della stanza per la tessitura, quella del calzolaio, un'aula scolastica con tanto di panierini, cartelle e testi didattici, un ufficio dell'epoca e poi quella molto ampia dedicata al lavoro nei boschi, dove sono conservati oggetti di uso quotidiano.

Altre case coloniche, già ristrutturate, a partire dagli anni '90, sono invece state convertite in attività agrituristiche e di ristorazione, alimentando così il cosiddetto turismo verde.

Borgoluce è dotato di un impianto a biogas da 1MW/h, operativo dal 2010, che consente all'azienda di produrre energia elettrica e calore

(grazie al teleriscaldamento di Borgoluce vengono riscaldate alcune utenze limitrofe) utilizzando le deiezioni animali e scarti vegetali.

Per capire quanto estesa e diversificata sia l'attività che si svolge a Borgoluce, basti pensare che oltre alle stalle ed alla Frasca, l'azienda è caratterizzata anche da altre particolarità quali: la piscina naturale, un altro museo ricavato all'interno di un mulino, la fattoria didattica e i due castelli.

Borgoluce offre infatti per le scolaresche (circa 2.500 ragazzi in età scolare nell'ultimo anno) nei periodi tra marzo/aprile – settembre/ottobre, una interessante opportunità educativa, grazie alla sua fattoria didattica, dove i ragazzi possono avvicinarsi agli animali e scoprire alcuni aspetti della zootecnia e dell'agricoltura moderna.

OBIETTIVI CSR PER IL FUTURO:

Tra i molti obiettivi che Borgoluce si pone per il futuro spicca l'intento di rafforzare la responsabilità sociale dell'azienda con azioni che mirano a massimizzare la sicurezza sul posto di lavoro e la formazione dei dipendenti. Inoltre, attraverso un continuo lavoro di ricerca teso all'innovazione, l'azienda mira all'introduzione di pratiche agricole maggiormente sostenibili dal punto di vista ambientale.

CONCLUSIONI

Per i dieci anni di attività dello Sportello CSR e Ambiente della Camera di Commercio di Treviso, si è voluto raccogliere in questa pubblicazione una delle più significative e belle esperienze di condivisione in tema di Responsabilità Sociale che ha coinvolto alcune delle nostre aziende locali.

L'obiettivo è quello di farle conoscere anche al di fuori del nostro territorio e di riuscire, grazie al loro esempio, a coinvolgere, in futuro, altre realtà aziendali in questo servizio alle imprese, che dal 2009 la Camera di Commercio di Treviso promuove come "Open Day CSR".

Ci auspichiamo che il lettore abbia colto lo spirito imprenditoriale caratterizzato da alcuni capisaldi (valori) che dovrebbero essere sempre tenuti in considerazione nell'esercizio di qualsiasi attività economica, sia produttiva che di servizi, quali: l'importanza del territorio e delle risorse umane (inteso come rapporto di fiducia e mutuo scambio di competenze ed informazioni), la condivisione di know how.

La Responsabilità Sociale d'Impresa non può essere incasellata entro schemi rigidi, infatti non vi è una norma che ne offra uno standard, per quanto nel 2011 sia stata diffusa la ISO 26000 che fornisce delle Linee Guida sull'argomento; risulterebbe quindi privo di significato concludere questa raccolta di buone pratiche aziendali con una sorta di decalogo dell'imprenditore socialmente responsabile.

Preferiamo quindi rimandare a ciascun lettore la ricerca di ciò che accomuna le 19 esperienze qui raccolte, ma vogliamo comunque riportare il pensiero di uno di questi imprenditori trevigiani che durante una di queste visite disse che **"la soddisfazione non è tanto nell'essere i migliori, quanto nel fare qualcosa per primi; imprenditore di successo è colui che per primo intraprende un certo percorso, anche se inizialmente i benefici non sono ben chiari o garantiti"**.

APPENDICE: Le attività dello Sportello CSR e Ambiente di Treviso

Lo Sportello CSR e Ambiente della Camera di Commercio di Treviso ha il compito di fornire un servizio di informazione, in primis, alle imprese sulla Responsabilità Sociale e di supportare le stesse nell'attività di autovalutazione delle performance di CSR.

A seguire si riportano le numerose attività implementate nei 10 anni di attività dello Sportello dell'Ente camerale:

COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE

- "Kit Digitale CSR", attivo su **www.csrtreviso.it** un portale interamente dedicato agli approfondimenti inerenti la Responsabilità Sociale d'Impresa;
- Newsletter tematiche mensili agli iscritti all'area riservata del sito **www.csrtreviso.it** (gratuite per le imprese trevigiane);
- Aggiornamento sezione CSR del sito camerale **www.tv.camcom.gov.it** e utilizzo del servizio di newsletter camerale e "Ciao impresa" per campagne informative sui servizi offerti;
- Distribuzione su richiesta, di pubblicazioni cartacee e/o digitali disponibili presso lo Sportello;
- Consultazione/prestito di testi in materia di CSR e tematiche ambientali, presso la Biblioteca dell'Ente camerale.

FORMAZIONE

- Corsi di formazione a distanza (modalità e-learning) sulla CSR e l'ambiente;
- Corsi di formazione gratuita in aula sui temi della CSR e del risparmio energetico in azienda;
- Formazione didattica dedicata ai docenti ed agli studenti delle scuole superiori di 2° grado, per sviluppare il ruolo ed i servizi della Camera

di Commercio di Treviso a beneficio dell'economia provinciale;

- Promozione e/o collaborazione di percorsi formativi e/o seminari con Unioncamere nazionale e regionale e Regione del Veneto;
- Attivazione di stage, in convenzione con Università e/o Istituti scolastici superiori, su temi di interesse, in ambito di sostenibilità di impresa e CSR.

RAPPORTI ISTITUZIONALI

- Centro di coordinamento del locale Tavolo Tecnico sulla CSR (con le Associazioni di Categoria della provincia di Treviso);
- Partecipazione al Comitato Tecnico Organizzativo ed al Forum Multistakehgolder Veneto, coordinato da Unioncamere regionale e Regione del Veneto;
- Protocollo d'intesa tra Camera di Commercio e Ufficio Scolastico provinciale "L'impresa, l'etica e l'ambiente entrano nelle scuole superiori della Marca Trevigiana".

SERVIZI SPECIFICI PER LE IMPRESE E COMUNITA'

- Assistenza gratuita alle aziende, interessate ad approcciarsi alla rendicontazione sociale e/o agli altri strumenti di governance (ad esempio Bilancio sociale, Carta valori, Codice etico, ecc...);
- Servizio di informazione su eventuali agevolazioni, iniziative, finanziamenti che premiano la CSR;
- Istituzione, realizzazione e gestione dell'Elenco delle imprese socialmente responsabili (vetrina di buone pratiche locali) on line su www.csrtreviso.it: il primo servizio in Italia che offre visibilità alle imprese socialmente responsabili della provincia di Treviso;
- Incontri presso aziende locali sui temi della CSR (Open Day CSR);
- Seminari informativi/workshop sulla CSR e sui temi ambientali
- Punto di raccolta Bilanci Sociali aziendali per la provincia di Treviso.

Le aziende coinvolte

ANODICA TREVIGIANA componenti estetici

aton Managing Mobility

CREDITO TREVIGIANO BCC

tecnogamma a mermec group company

Centro Riciclo Vedelago

CORVEZZO

APPLIED MATERIALS think it. apply it.

Dal 1960 GAVA IMBALLAGGI

PERLAGE

CAME CAMEGROUP freedom innovation

ALIPLAST S.p.A. ECO-TECHNO PLASTIC

TEXA For Automotive Professionals

H-FARM

perenzin latteria s.r.l.

i Bibanesi

JOLLY SGAMBARO MOLINO E PASTIFICIO

Latteria Montello

Fondazione la Fornace dell'Innovazione

BORGOLUCE

Questa pubblicazione è edita nella collana:

Profili economici

della Camera di Commercio di Treviso.

Le precedenti pubblicazioni sono:

1. I problemi finanziari delle PMI trevigiane: aspetti critici e strategie di intervento (1997)
2. Riforma fiscale e ricapitalizzazione delle imprese (1998
3. Le nuove sfide per i distretti industriali: sistemi cognitivi e reti transnazionali (1998)
4. La "rivoluzione" Euro: quali implicazioni per il finanziamento delle P.M.I.? (1998)
5. Un progetto di marketing territoriale per il distretto di Montebelluna - Offerta del territorio, contesti competitivi e possibili strategie di rilancio - (1998)
6. Immigrati: problema o risorsa? - L'immigrazione di extracomunitari nei territori evoluti con particolare riguardo alla provincia di Treviso - (1999)
7. Le opportunità dell'Euro Nouveau Marchè per le imprese ad alto potenziale di crescita (1999)
8. Guida "Crea la tua impresa a Treviso" (2000)
9. C onvegno E–commerce frontiera del nuovo sviluppo" - Tavola rotonda "Marketplace comunità e distretti virtuali. E-uforia o reali opportunità strategiche di sviluppo"(2000)
10. IL PROGRAMMA "JEV" - Agevolazioni alle imprese che intendono investire in Europa (2001)

11. Le politiche commerciali e di Marketing nel settore dell'arredamento - Ricerca sui distretti industriali del Livenza e del Quartier del Piave
12. Problematiche di internazionalizzazione dei distretti industriali della provincia di Treviso
13. La qualità nella Pubblica Amministrazione – Alcune esperienze negli enti locali
14. Analisi dell'organizzazione logistica del distretto industriale di Montebelluna
15. L'UEM, l'Euro e l'Ampliamento dell'Unione Europea
16. I Servizi integrati a tutela della Proprietà Industriale
17. Qualità e certificazione nella Pubblica Amministrazione esperienze a confronto
18. Guida "Crea la tua impresa a Treviso". (2004)
19. Atti "Giornata dell'economia" (17 Novembre 2003)
20. Premio Tesi di Laurea sull'Economia Trevigiana (6^ edizione – 2003)
21. Nuove opportunità di finanziamento per le PMI – Dalla finanza innovativa al mercato expandi – (2 Aprile 2004)
22. Atti del ciclo di incontri informativi - "La normativa sulla sicurezza e conformità dei prodotti" – Gennaio Dicembre 2003
23. Studio preliminare sui potenziali nuovi Mercati di sbocco per lo Sport System Montebellunese – Settembre 2004
24. Atti del convegno "Lean Organization per lo sviluppo dell'eccellenza e della competitività
25. "Progettiamo il nostro futuro" Il Piano di Marketing territoriale per lo sviluppo di Roncade – Relazioni del Convegno (30 ottobre 2004)

26. Atti convegno – “Le performance economiche delle imprese trevigiane attraverso l’analisi aggregata dei bilanci” – 15 Novembre 2004
27. Convegno – “Il circolo virtuoso dell’innovazione: Qualità delle risorse umane, servizi e finanza” – 20 gennaio 2005
28. Collaborazione industriale e opportunita’ di mercato nelle regioni della nuova europa
29. Il mercato delle calzature sportive della nuova Europa
30. Analisi del Mercato dell’Abbigliamento Americano
31. Il mercato del mobile - Medio Oriente, Turchia e Nord Africa
32. L’esperienza del Progetto Lisp (Local Initiatives and Social Partnership art. 65 FSE azioni innovative)
33. “Codici Etici, Conflittualità: gestione del rischio d’impresa - Atti Workshop -12 e 19 Aprile 2007
34. L’Unità per il Reimpiego di Treviso: Un caso di governo delle politiche del lavoro
35. Le prospettive di sviluppo infrastrutturale in provincia di Treviso - 2009
36. Istituzioni e territorio: la Camera di Commercio di Treviso per lo sviluppo dell’Economia locale (Anni 1995-2005)
37. Il progetto Innovation & Management of Change - Il nuovo ciclo di Laboratori per il Cambiamento per le PMI manifatturiere del trevigiano - Resoconto dell’esperienza 2008-2009
38. La banda larga: base per il nuovo sviluppo economico del territorio veneto
39. Comunicare il proprio business - Il bilancio sociale come strumento trasparemte di rendicontazione - Atti convegno
40. La gestione dell’efficienza e del risparmio energetico in azienda

Finito di stampare nel mese di febbraio 2015