



Unione Rubicone e Mare



Progetto “Impresa ParteciP.A - La partecipazione delle imprese a una nuova cultura della Responsabilità Sociale” presentato dall’Unione dei Comuni Rubicone e Mare (DGR n.1247 del 22/7/2019). CUP J39E19001940002

TAVOLO DI NEGOZIAZIONE 18 Dicembre 2020

Presentazione Indagine

“Quanto vale la Responsabilità Sociale per le imprese del Rubicone?”

ABSTRACT

Indice

Premessa

- 1. Il concetto di Responsabilità Sociale d’Impresa**
- 2. Suggerimenti per favorire iniziative di Responsabilità Sociale d’Impresa**



Unione Rubicone e Mare



PREMESSA

L'impatto atteso del progetto IMPRESA PARTECIP.A. è la valorizzazione delle iniziative di inclusione lavorativa di persone in condizione di fragilità, promosse dalle imprese, ed accrescere la disponibilità delle imprese stesse su specifiche azioni di tirocinio.

L'obiettivo dell'indagine "Quanto vale la Responsabilità sociale per le Imprese del Rubicone", attivata dopo l'incontro del Tavolo di negoziazione del 17 Giugno, è raccogliere dalla voce diretta delle imprese, la percezione, l'esperienza, le criticità e le prospettive di sviluppo delle iniziative di Responsabilità Sociale delle Imprese (RSI) del territorio Rubicone e Mare.

Periodo di sviluppo dell'indagine: Luglio-Novembre 2020

Target: 20 imprese su circa 500 imprese del territorio selezionate da indirizzari del Registro Imprese della Camera di Commercio di Fo-Ce. Strumento di indagine: Questionario online composto da circa 19 domande prevalentemente chiuse.

Target: 45 imprese del territorio segnalate da gatekeeper significativi. Strumento di indagine: intervista telefonica di approfondimento composta da circa 6 domande semi strutturate che funto da traccia per conversazioni anche più aperte.

Ad integrazione dell'indagine, sono stati consultati **13 stakeholder del territorio** in diretto contatto con le imprese (consulenti, operatori pubblici, esponenti delle parti sociali) focalizzandosi sul tema "tirocini". Lo strumento utilizzato è l'intervista telefonica composta da due domande aperte.

Va sottolineato che l'emergenza covid si è inserita con prepotenza, sia nella messa a punto delle strategie di indagine, sia nelle riflessioni degli intervistati, in quanto ha determinato uno stato d'animo e un agire che incide rilevantemente sulla percezione e sulle scelte, quotidiane e strutturali.

Gli strumenti sono stati costruiti man mano (modificati causa Covid), adeguandoli ai contenuti programmati e ponendo attenzione alla loro coerenza interna, cioè mantenendo le domande "cuore" dell'indagine e dando più spazio alla voce degli intervistati (più domande aperte).

Fase successiva del progetto

In seguito all'indagine, nel periodo Gennaio- Febbraio 2021 il progetto prevede **circa 4 incontri ristretti con imprenditori/ imprenditrici**, per commentare i risultati e fare emergere una mappa di strategie e di proposte originali da mettere in campo per accrescere la disponibilità delle imprese stesse ad attivare azioni di RSI.

1. Il concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa

1.1 Interviste telefoniche e questionari online a imprese del Rubicone e mare

Il concetto di Responsabilità sociale d'impresa era volutamente posizionata all'inizio dell'intervista/questionario: i termini ai quali più spesso si associa il concetto di RSI sono:

Benessere inteso prevalentemente per i dipendenti (quindi internamente) 60%

Investimento inteso come tempo/risorse economiche messe a disposizione per favorire benessere e produttività 42%

Solidarietà 40%

Strategia (per accelerare la competitività dell'impresa) 20%

NB la domanda prevedeva risposta multipla, pertanto i risultati sono stati qui riportati in % assolute e quindi non a somma 100.

In generale si rileva che l'emergenza da Covid 19 ha distratto le imprese da azioni rivolte all'esterno; emergono azioni concrete che le aziende hanno messo in campo, e che vengono condotte anche con una certa frequenza, ma non vengono associate al concetto di RSI:

Benefit ai dipendenti: circa il 75% degli intervistati ha richiamato innanzitutto l'attivazione di contratti di lavoro prevalentemente in favore delle donne (part-time al rientro della maternità o orari particolari) o comunque di chi abbia problemi di conciliazione (es. genitori anziani da assistere o da accompagnare a visite mediche, anche in assenza di L.104). Ulteriori deroghe sono state concesse durante il lockdown, quando la chiusura delle scuole ha imposto nuovi modelli di lavoro (es. introduzione dello smart working). Il dialogo fra impresa e dipendente è più evidente nelle piccole imprese, soprattutto in quelle appartenenti al distretto calzaturiero che stanno adottando il Protocollo del Distretto della Felicità;

Sostegno ad associazioni no profit: oltre il 30% degli intervistati ha richiamato le donazioni ad Associazioni per la Ricerca sul Cancro o altre malattie sono frequenti; ancor di più la sponsorizzazione ad **associazioni sportive** locali (ciclismo, calcio ecc.). Meno frequente l'acquisto di automezzi socialmente utili (es. per distribuzione pasti o trasporto persone disabili). Sporadici gli interventi di tutela ambientale, concepiti prevalentemente come protocolli adottati all'interno dell'azienda stessa (es. riciclo di materiale e produzione di un brand specifico);

Inclusione di persone svantaggiate: il concetto di "svantaggio" viene, nella stragrande maggioranza dei casi, immediatamente associato a quello della **disabilità fisica** e agli adempimenti di legge (obbligo di assunzione persona disabile ai sensi della L.68). **Pochi conoscono lo strumento del tirocinio** finanziato per le persone fragili o disabili certificate: anche in questo caso vi è una certa confusione tra stage, alternanza scuola-lavoro e tirocinio. Poche aziende sono state contattate per poter avviare tirocini gratuiti a

favore di persone svantaggiate e l'esperienza pare non sia andata a buon fine (persona inadeguata ai ritmi di lavoro, non competente nella mansione...).

In altri casi (circa il 18%) emerge che **non vi è la volontà di avviare tirocini**, facendo appello alla crisi attuale, alla contrazione del lavoro e alla Cassa Integrazione. In definitiva, lo strumento "tirocinio" viene considerato a fini utilitaristici per l'impresa e non per la persona.

1.2. Interviste telefoniche a Stakeholder del territorio Rubicone e mare

A fianco dell'indagine espressamente rivolta alle imprese, si è ritenuto utile alle finalità del progetto integrare lo scenario con la raccolta di considerazioni mirate allo strumento tirocinio, rivolte a stakeholder privati e pubblici in contatto quotidiano con le imprese.

Le risposte raccolte, raggruppate per analogia, sono risultate spesso "crude" e sincere:

- il **tirocinio è impegnativo per l'impresa**, che deve formare la persona mentre vorrebbe che fosse già preparata e formata, in contraddizione con lo strumento del tirocinio; non è produttivo, non lavora parimenti ad un lavoratore e non produce parimenti reddito per l'impresa. Pertanto il tirocinante COSTA all'impresa senza che questa ne tragga dei benefici;
- il **tirocinante "fragile" è da sorvegliare costantemente**, è una persona con problemi e ne può creare all'impresa, può impaurire e non avere relazioni positive con gli altri lavoratori, pertanto il presidio da parte dell'impresa dovrà essere costante determinando, di conseguenza, un aumento dei COSTI;
- il tirocinante "fragile" **può essere inserito solo nelle piccole e medie imprese**, non nelle grandi imprese. Il tirocinante fragile/disabile non può inserirsi all'interno dei turni di lavorazione perché non avrebbe un tutor costante a riferimento, vedrebbe turnare attorno a sé più persone, rendendo maggiormente instabile la relazione. In ogni caso il turno implica dei livelli produttivi alti che il tirocinante fragile non può raggiungere, quindi non "serve" all'impresa;
- il tirocinio è **uno strumento poco conosciuto** e come tale fa scaturire diffidenza e resistenza, ancor più se trattasi di inserimento di persona fragile o disabile. In quel caso sicuramente il preconetto all'inserimento si incrementa non lasciando spazio alla sperimentazione;
- il tirocinio **implica burocrazia**, quindi sottrae tempo all'impresa. Il tirocinante rallenta il lavoro e non lo favorisce;
- il tirocinio diventa **"comodo" se finalizzato alla stagionalità**, per cui si "sfrutta" la persona ad un costo nullo o ridotto, per non addivenire all'assunzione. In questo caso il tirocinante non è visto come un costo ma come un vantaggio temporaneo;



- la **persona disabile o fragile adulta è spesso già** conosciuta, nel comune di pochi abitanti, di conseguenza il tirocinio non trova la sua realizzazione in quanto l'impresa ha informazioni sul possibile tirocinante, per conoscenza diretta o per sentito dire, e quindi è restia ad accoglierlo.
- la **mancanza di sensibilità personale** e/o la ricerca esclusiva del profitto, ostacola l'imprenditore meno virtuoso, che non include nella sua mission la visione sociale dell'impresa e della comunità.

Riassumendo le risposte di questa sezione, il concetto di COSTO torna frequente e prepotente. Il tirocinante è quindi vissuto come un costo e un peso. In pratica:

TIROCINANTE FRAGILE/DISABILE = COSTO PER L'IMPRESA

E' importante quindi trovare la giusta alchimia, in modo tale che il tirocinante sia vissuto come un VANTAGGIO per l'impresa, rovesciando il concetto di COSTO in BENEFICIO.

TIROCINANTE FRAGILE/DISABILE = VANTAGGIO PER L'IMPRESA

2. Suggerimenti per favorire iniziative di Responsabilità Sociale d'Impresa

Quelle che seguono sono suggerimenti, spunti e proposte da mettere in campo sia congiuntamente che singolarmente.

- a) Puntare al **Marketing sociale** e monetizzare l'immagine dell'impresa virtuosa, ovvero dare valore all'immagine, alla visibilità alla comunicazione che lega l'impresa al valore sociale, anche attraverso meccanismi di premialità. In questo modo l'impresa trarrebbe VANTAGGIO dalla divulgazione del suo operato sociale e se ne avvantaggia sul profilo di comunicazione ed immagine, nonché di vendite. Tante le modalità per dare visibilità all'impresa: articoli specifici sui quotidiani, sui social, sui siti degli EE. LL., iniziative ad hoc, o anche iniziative pubbliche, convegni, incontri, sagre... La possibilità di premiare l'impresa virtuosa, che quindi si fregerebbe di elogi e complimenti, porterebbe VANTAGGIO di immagine all'impresa, che potrebbe farne un uso comunicativo. In questo scenario è stato inoltre richiamata la proposta di valorizzare maggiormente strumenti come Il Bilancio sociale d'impresa.
- b) **Meccanismi di Certificazione della Responsabilità Sociale** (es: marchio ETICO del CISE, Social Accountability 8000). La riconoscibilità del "bollino", la credibilità dello stesso, può essere un valore aggiunto per l'impresa, e dunque un VANTAGGIO, che potrebbe far uso della certificazione sia nelle proprie comunicazioni, sul proprio sito, o ovunque ritenga utile darne visibilità. Tutto ciò avrebbe valore se la certificazione godesse di riconoscibilità a livello non solo locale, ma piuttosto a livello nazionale o addirittura internazionale.
- c) Azioni **massicce di informazione a tappeto**, sui canali tradizionali e sui social, per mezzo stampa, radiofonia, ecc. Un'informazione completa sia sulle modalità di attivazione dei vari tipi di tirocinio che sulle opportunità dovrebbe raggiungere l'intera comunità: l'imprenditore, il familiare, il cittadino, il dipendente, il giovane, ecc. L'obiettivo è quello di tenere unita la comunità facendo in modo che tutti siano parti fondamentali e necessarie di un obiettivo più grande, più ambizioso, più sociale, che non esclude il bisognoso, che integra le diversità, che fa sentire tutti meglio. Il VANTAGGIO può essere percepito come un benessere della persona e dell'imprenditore che può essere protagonista del cambiamento.
- d) Azioni di **sostegno TRA imprese**. Alcune aziende segnalano che il "gemellaggio" tra imprese che ancora non operano ed altre che invece hanno già realizzato interventi di RSI può essere molto interessante. E alcune delle imprese che hanno risposto si sono offerte di fare conoscere la propria realtà, anche diventando testimoni in ulteriori fasi del progetto.



- e) Sottoscrizione di un **Protocollo di Rete sulla Responsabilità Sociale** fra pubblici e privati (EE.LL., Associazioni Datoriali, Organizzazioni Sindacali, Ordine dei Consulenti del Lavoro, ecc.), quale atto di responsabilità verso la propria comunità e il proprio territorio. In questo modo i firmatari si impegnerebbero a promuovere, divulgare, favorire gli inserimenti in tirocinio di persone in difficoltà, valorizzando il senso di appartenenza e di responsabilità. In questo modo si evidenzerebbe sul territorio una spiccata e condivisa volontà di promuovere iniziative sociali, mirate all'integrazione di tutti coloro che sono in difficoltà, attraverso l'inserimento in contesti lavorativi adeguati e opportuni. La comunità riconoscerebbe ai firmatari un ruolo fondamentale di responsabilità sociale mentre l'impresa sarebbe valorizzata dal senso sociale ed etico, da cui potrà trarre evidenti VANTAGGI, nuovamente legati alla comunicazione e immagine.
- f) Incentivare la **costituzione di "Contratti di rete"** che mettano in connessione le imprese (non solo le più virtuose) sul territorio anche ai fini dello scambio di buone prassi, per non disperdere i sacrifici, anche economici, intrapresi a livello individuale. Oltre alle reti tra imprese, si citano anche organismi di rete tra soggetti più eterogenei (Cooperative, Associazioni, Fondazioni) nei quali poter progettare e scambiare esperienze tra promotori e fruitori.
- g) **Costituzione di un'associazione/ fondazione ad hoc** atta a finanziare le imprese e gli inserimenti lavorativi, la cui mission sia promuovere un'azione congiunta di responsabilità sociale, nelle forme e nei modi che meglio risponderanno ai fabbisogni del territorio. Un progetto multi-stakeholder promosso dagli EELL per rafforzare il legame valoriale tra lavoro e aspetti etico-sociali. Altri intervistati lo definiscono "un grande esperimento socio-lavorativo" che coinvolga il territorio (a fianco agli EELL anche l'Università e altri attori istituzionali/privati) per mettere in atto iniziative *di restituzione* al territorio e al sociale. In ogni caso il connubio pubblico-privato è ritenuto essenziale. A questo scenario si possono collegare anche i richiami alla L.R. 14/2015 per il sostegno all'inserimento di persone in condizione di fragilità/vulnerabilità. Inoltre una parte considerevole delle imprese intervistate (quasi 20%) considera rilevante avere supporto da parte di tutor esperti o figure professionali dei servizi sociali a sostegno di interventi di inserimento lavorativo.
- h) Sviluppare un **cambiamento culturale**. L'impresa può trarre VANTAGGIO qualora le si riconosca un ruolo fondamentale per la crescita e lo sviluppo della comunità in cui opera. Se l'impresa contribuisce in modo rilevante al benessere della comunità, questa glielo riconoscerà, sia con azioni volontarie che inconsapevoli, poiché la positività e il benessere a livello inconscio stimolano comportamenti simili e di riconoscenza. E' importante attribuire al valore del lavoro il concetto di responsabilità sociale, trarre vantaggio dall'unione del concetto di lavoro e di sociale. Il sociale come strumento di business, attribuendo un nuovo ruolo e un nuovo spazio alla parola "Sociale". Da un'altra prospettiva, il cambiamento culturale viene visto come un "ribaltamento" del concetto di RSI in



“Responsabilità Umana di impresa”, facendo riferimento ad una approccio all’aiuto che è *“naturalmente rivolto alla relazione diretta con la persona”* con i suoi bisogni e caratteristiche peculiari, oltrepassando concetti astratti e indistinti come il “sociale” o la “comunità”, per avvicinarsi ad un “nuovo Umanesimo” e ad una cultura organizzativa che ponga al centro la persona.

- i) **Scambio di buone prassi, da imprenditore a imprenditore.** Far conoscere le buone prassi dello strumento del tirocinio attraverso l’esperienza vissuta da un imprenditore del territorio, meglio se conosciuto da un’ampia platea, che possa essere *testimone privilegiato* di un’esperienza positiva di integrazione in azienda di persone fragili e/o disabili. L’imprenditore restio a misurarsi con lo svantaggio potrà fidarsi della testimonianza di un imprenditore di pari livello e ruolo. L’emulazione di prassi consolidate ed efficaci potrà essere positiva per altri imprenditori. La fiducia stimola ad affidarsi a colui che crediamo testimone di positività e credibilità. Va studiato come superare lo stigma da “primo della classe” per evitare effetti boomerang come invidia e scetticismo.
- j) Finanziare **iniziative formative a favore dei dipendenti**, in materia di innovazione e di ricerca per rendere l’impresa più performante e competitiva (utilizzando i momenti di calo della produzione come ad esempio in epoca di lockdown). Sempre sul tema formazione, viene anche suggerito che fare formazione al personale interno, per l’inserimento di nuovi lavoratori con fragilità, sarebbe opportuno. In questa stessa chiave viene richiamato l’esempio del Bando Conciliamo del Ministero delle Pari Opportunità, che finanzia interventi volti al benessere lavorativo ed alla conciliazione dei tempi di vita e lavoro.
- k) **Convenzione per l’inserimento di persone fragili** in analogia con le convenzioni di inserimento lavorativo in cooperative sociali stipulate tra Agenzia regionale per il lavoro, cooperative sociali di tipo B e consorzi, attraverso le quali le imprese affidano commesse di lavoro alle cooperative/consorzi, e questi ultimi assumono lavoratori disabili in base al valore della commessa. I lavoratori disabili assunti dalla cooperativa possono infatti essere computati dall’impresa ai fini dell’adempimento degli obblighi di assunzione previsti dalla Legge n. 68/1999. Nel caso di persone fragili, non essendo obbligatoria l’assunzione, questa soluzione potrebbe giovare all’impresa che in un certo senso “scaricherebbe” il senso di colpa del non inserimento attraverso commesse di lavoro affidate a terzi (cooperative sociali)
- l) **Sgravi fiscali o incentivi economici.** In questo caso il VANTAGGIO è evidente, economico e monetizzato per una eventuale copertura dei costi che l’impresa sostiene, in particolare nell’attività di affiancamento e tutoraggio. Il tirocinante diverrebbe uno scambio economico per l’impresa che accetta l’inserimento in tirocinio svilendo però il vero significato dell’inserimento stesso. Nel caso di sgravi fiscali alle imprese che si impegnano a livello sociale si rileva la scarsa conoscenza o considerazione delle forme di defiscalizzazione esistenti a favore delle persone svantaggiate;



- m) Promuovere **relazioni commerciali** tali da stimolare i contoterzisti all’inserimento “obbligato” di persone in condizione di fragilità. La grande impresa o l’impresa che può farlo, potrebbe subordinare la commessa all’inserimento di persone fragili (similmente alle clausole sociali degli appalti). In questo caso gli inserimenti sarebbero visti nell’ottica di un obbligo e quindi resta da valutare quanto potrebbe risultare positivo ed efficace il rapporto tra la persona e l’impresa.

Una ulteriore considerazione che può favorire future azioni di inclusione lavorativa, anche sulla base di esperienze portate avanti in altri territori, consiste nell’avviare una attenta analisi con i **Servizi che si occupano di Minori**, al fine di impostare un accompagnamento proficuo fin dall’adolescenza, mirato ad intercettare e a favorire l’acquisizione di quelle specifiche competenze necessarie ad un successivo inserimento in impresa.

A sintesi generale di quanto riportato, si rimarcano alcuni aspetti ricorrenti nelle proposte raccolte, che possono essere indentificati come **“VANTAGGI trasversali che si dovrebbero generare per l’impresa”**:

- Esaltare il **valore sociale** al fine di contribuire al bene comune e alla comunità nella sua interezza ogni qualvolta sia possibile, utilizzando canali già esistenti
- Far percepire **l’impresa come Attore Sociale**;
- Creare maggiore **valore interno per l’impresa** (anche aiutando le imprese a redigere un Bilancio sociale di cui poche sono dotate)
- Rafforzare il connubio tra gli **obiettivi economici e quelli etico-sociali** all’interno delle imprese.