

A TUTTE LE AZIENDE ASSOCIATE

Verona, 28 giugno 2019

Prot. n. 77/19 – AN/mm

Circ. n. 77/FR/44 - 19

NUOVO BANDO REGIONE VENETO SULLA FORMAZIONE "L'Impresa Responsabile"

Apindustria propone un **percorso formativo completamente gratuito** pensato per dipendenti aziendali, titolari d'impresa, imprenditori e liberi professionisti; e dedicato allo sviluppo e alla crescita competitiva delle imprese venete anche in ambito internazionale.

*"Quando si pensa al mondo delle imprese, **sostenibilità e responsabilità sociale** hanno in comune un elemento fondamentale: l'impronta etica che si lascia sul territorio. Laddove le imprese si impegnano in queste aree, il territorio cambia, lo stesso lavoro cambia, le relazioni e il clima di lavoro cambiano."*

II PROGETTO:

Alla luce della premessa scaturisce una proposta operativa e concreta per sostenere la crescita di queste competenze nelle piccole e medie imprese. Il progetto si sviluppa in 4 interventi formativi:

1. WORKSHOP INTRODUTTIVO

Prassi sostenibili, performance aziendali ed etica d'impresa

4 ore

[Partecipazione obbligatoria]

2. FORMAZIONE in AZIENDA

24 ORE

Min. 6 persone

[Partecipazione obbligatoria]

+

Opzionali 24 ore

Min. 3 persone

Interventi formativi: * (descrizione interventi)

- SOCIAL AUDIT E CERTIFICAZIONI ETICHE
- IL VALORE AGGIUNTO GENERATO SUL TERRITORIO
- IL BILANCIO SOCIALE per aziende socialmente responsabili
- ORGANIZZARE L'AZIENDA per la responsabilità sociale

FR 1/3

3. FORMAZIONE in OUTDOOR

presso struttura di rilievo del contesto veronese
8 ore – Min. 3 persone
[Partecipazione obbligatoria]

4. EVENTO FINALE organizzato dalla REGIONE VENETO

[Partecipazione obbligatoria]

Tutte le attività ed eventuali spese di residenzialità saranno finanziate dalla Regione Veneto.

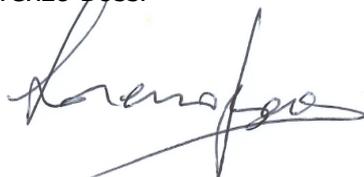
COME PARTECIPARE:

Le aziende interessate sono invitate a compilare il [format online](#) **entro venerdì 5 luglio 2019**; i posti sono limitati per questo motivo le richieste verranno prese in considerazione in ordine di arrivo.

Per ulteriori informazioni, è possibile contattare l'Ufficio Formazione di Apindustria, Valentina Bighignoli – Arianna Nadalini.

Distinti saluti.

Il Direttore
Lorenzo Bossi



FR 2/3

*DESCRIZIONE INTERVENTI

■ IL BILANCIO SOCIALE per aziende socialmente responsabili

Utilità per l'azienda: rendere conto socialmente significa "raccontare" un impegno che comprova di operare in una grande filiera coerente per l'impronta che si lascia sul territorio. Dotarsi di un cruscotto capace di raccogliere i dati del proprio atteggiamento responsabile, consente di affiancare ai dati economici e finanziari, un altro bilancio capace di descrivere valori la cui somma è "win-win" per tutti i portatori di interesse: lavoratori, territorio, management e proprietà.

Cosa imparare: gli indicatori della responsabilità sociale, le modalità narrative, gli atteggiamenti comunicativi per diffondere i contenuti, la possibilità di usare il bilancio sociale come un grande management review (riesame della direzione) per condividerlo nelle governance aziendali e farlo e metterlo a disposizione dei clienti più sensibili a questi temi.

Chi coinvolgere nell'azienda: direzione amministrativa, uffici marketing e comunicazione, direzioni acquisti.

■ SOCIAL AUDIT E CERTIFICAZIONI ETICHE

Utilità per l'azienda: sostenere le aziende nel fronteggiare le crescenti richieste di audit sociali da parte dei clienti - grandi catene di distribuzione o brand moda. Gli audit sociali sono verifiche di tipo ispettivo condotte dagli stessi clienti sulle catene di fornitura (come dicevamo rappresentate da piccole e medie imprese). Audit che comportano monitoraggi approfonditi e puntuali di aspetti riguardanti sicurezza, gestione risorse umane, adempimenti ambientali.

Cosa imparare: come affrontare questa tipologia di audit, come trasformarli da semplice adempimento "subito", in opportunità di crescita aziendale. Come valorizzare l'esito di queste attività di "inspection", quali sono le principali tipologie di audit sociali (SMETA; BSCI).

Chi coinvolgere nell'azienda: direzione amministrativa, responsabili qualità, direzioni acquisti, uffici risorse umane.

■ IL VALORE AGGIUNTO GENERATO SUL TERRITORIO

Utilità per l'azienda: prendiamo a prestito una terminologia che la letteratura in materia sembra riconoscere maggiormente alle imprese sociali (cooperative, fondazioni, enti del terzo settore). In realtà l'azione socialmente responsabile, sia che si producano bulloni, tessuti o si erogano servizi, finisce per lasciare una impronta sul territorio. Una impronta che a volte è soltanto un miglioramento delle condizioni occupazionali di un territorio, ma talvolta si spinge oltre, favorendo il miglioramento delle condizioni relazionali sul territorio, offrendo opportunità di crescita formativa ai lavoratori, stimolando attività sociali in dialogo con il territorio.

Cosa imparare: le metodologie di raccolta di questi dati, il disegno della ricerca per calcolare il valore aggiunto generato sul territorio da una impresa, la modalità per raccontarlo attraverso il bilancio sociale.

Chi coinvolgere nell'azienda: direzione amministrativa, responsabili qualità, direzioni acquisti, uffici risorse umane, uffici marketing.

■ ORGANIZZARE L'AZIENDA PER LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Utilità per l'azienda: La Responsabilità Sociale d'Impresa, analogamente ad ogni obiettivo strategico aziendale, perché sia efficacemente attuata e raggiunta richiede un percorso di innovazione organizzativa, cioè di reingegnerizzazione dei processi, delle responsabilità e delle prassi operative all'interno dell'Azienda; diventa così uno strumento per razionalizzare e rendere efficace la gestione nell'ottica di incrementare il suo impatto positivo sul territorio

Cosa imparare: le metodologie per ridisegnare i processi aziendali e renderli più efficienti ed efficaci nel perseguimento degli obiettivi di Responsabilità Sociale d'Impresa e nel soddisfacimento dei requisiti e delle attese delle parti interessate, sia interne che esterne (lavoratori, clienti, fornitori, territorio)

Chi coinvolgere nell'azienda: direzione amministrativa, responsabili qualità e produzione, direzione acquisti, uffici risorse umane, direzione commerciale e marketing.