



FEASR



REGIONE DEL VENETO



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

La Responsabilità del Consulente agricolo

Veneto Agricoltura, Agripolis - LEGNARO (Pd)

La responsabilità sociale del consulente

Mariapaola La Caria - P.R.Consulting srl



Avete compreso e messo in pratica l'idea che
siamo tutti parte di un insieme?
Vi siete convinti che se una cellula di un
organismo non si relaziona con le altre
finisce con il distruggere se stessa insieme con
l'organismo intero?

Italo Calvino

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

cos'è?

“integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”

(definizione dell'Unione Europea)

PUO' VALERE ANCHE PER IL CONSULENTE?

Chiunque abbia un ruolo che impatta su altre persone, sul territorio, sulla comunità ha la possibilità di essere socialmente responsabile.

Responsabilità

dal latino: respondere, composto di re indietro
e spondere promettere,
più il suffisso -bile che indica facoltà, possibilità.

Rispondere con abilità

Tre dimensioni di sostenibilità:

ambientale

sociale

economica

Scelta volontaria dell'organizzazione/consulente:

- tener conto del contesto socio-ambientale in cui opera
- di tutti i soggetti con cui a vario titolo entra in contatto
(stakeholder)

Benefici diretti per l'organizzazione/consulente:

- *contribuisce a creare un miglior clima interno, più sicuro e motivante;*
- *procura vantaggi relazionali col contesto esterno, agevola la creazione di rapporti improntati alla fiducia e al soddisfacimento dei reciproci bisogni;*
- *consente di sviluppare un rapporto stabile e duraturo con i clienti, basato sulla fiducia nel prodotto/servizio e nel professionista/azienda che lo offre;*
- *migliora l'immagine e la reputazione dell'impresa/del consulente;*
- *è un vero e proprio fattore di competitività: un rapporto equilibrato con il proprio territorio crea valore non solo per il consulente/ l'impresa ma anche per tutti gli altri soggetti interessati (stakeholder) > aumento del valore economico*

CAPOVOLGIAMO LA PROSPETTIVA

COSA VOGLIONO OGGI LE PERSONE?
(chi viene in contatto con il consulente)

1. Le persone vogliono sapere cosa c'è dietro l'azione delle organizzazioni
2. Le persone vogliono partecipare alle decisioni ed essere coinvolte

Conseguenze

- a) le persone vogliono maggiori INFORMAZIONI, non solo di tipo economico;
- b) le persone chiedono più RESPONSABILITA' alle organizzazioni;
- c) le persone chiedono di essere COINVOLTE nelle decisioni strategiche (o quantomeno chiedono di essere ASCOLTATE "prima" di prendere le decisioni);
- d) le persone vogliono sapere COME l'organizzazione intende raggiungere gli OBIETTIVI che si è data.

In sintesi,

le organizzazioni ed i loro leader saranno sempre più valutati non solo per i risultati immediati, ma per l'impatto a lungo termine; sugli effetti che le loro azioni hanno/avranno sul benessere sociale della comunità.

A cosa portano queste considerazioni:

Principi della responsabilità sociale

1. Responsabilità di rendere conto

Dei propri impatti sulla società, sulle persone, sull'economia, sull'ambiente

2. Trasparenza

Divulgare in modo chiaro, accurato e accessibile le politiche, attività e decisioni per cui è responsabile

3. Comportamento etico

Basato su valori di onestà, equità e integrità

4. Rispetto degli interessi degli stakeholder

Identificarli, riconoscerne gli interessi e il potere di influenza sull'organizzazione, prendere in considerazione le loro opinioni

5. Rispetto del principio di legalità

Adempire a leggi e regolamenti applicabili. A ogni livello.

RICONOSCERE LA PROPRIA RESPONSABILITA' SOCIALE

significa comprendere le relazioni esistenti tra:

- l'organizzazione e la comunità;
- l'organizzazione e i propri stakeholder;
- l'organizzazione ed i propri clienti

Dialogo costante con gli stakeholder utile per:

- aumentare la comprensione delle conseguenze delle proprie decisioni;
- incrementare al meglio l'impatto delle decisioni;
- riesaminare le proprie prestazioni per migliorarle;
- riconciliare eventuali conflitti;
- contribuire all'apprendimento continuo dell'organizzazione;
- adempiere agli obblighi legali;
- aumentare la propria trasparenza;
- creare partnership per il raggiungimento degli obiettivi definiti.

Come fare?

Le parole chiave sono:

ASCOLTO e GOVERNO DELLE RELAZIONI

Strumenti utili al consulente

Codice Etico

È un documento che definisce i principi e le modalità di condotta che ispirano le scelte aziendali. A tali principi devono fare riferimento tutti i soggetti coinvolti nell'organizzazione aziendale nei rapporti che intrattengono con gli stakeholder.

Report sociale/ Bilancio sociale

È un documento di rendicontazione sociale, con il quale l'impresa comunica periodicamente agli stakeholder scelte, azioni e risultati della sua attività. Deve rispondere a criteri di veridicità, correttezza e affidabilità delle informazioni che fornisce, necessariamente suffragate da dati oggettivi.

Essere socialmente responsabili conviene?

La risposta è SI. Essere responsabili CONVIENE e fa bene:

- alla reputazione;
- al vantaggio competitivo;
- alla capacità di attirare e mantenere lavoratori, collaboratori, partner, clienti;
- alla motivazione, all'impegno e alla produttività dei dipendenti;
- agli investitori, ai donatori, agli sponsor e a tutta la comunità finanziaria;
- alle relazioni con le istituzioni, con i mass media, con i fornitori, con i clienti (attuali e potenziali) e con l'intera comunità in cui opera.

Alcune imprese hanno capito che avviare un confronto serio con i portatori di interesse migliora la collaborazione, contribuisce ad aumentare il livello di competenza e conoscenza, rafforza la catena del valore, aumenta il capitale relazionale e il livello di fiducia.

Reciprocità, circolarità, collaborazione sono parole chiave per le organizzazioni che vogliono svilupparsi e crescere in armonia con le comunità locali.

Rossella Sobrero - Koinetica

E' stato un piacere lavorare con voi.

Mariapaola La Caria - mariapaola@prconsulting.it