

DIAMO VALORE AI NOSTRI VALORI

La Corporate Social Responsibility in cooperativa



WORKSHOP ONLINE “IL VALORE SOCIALE ED ECONOMICO DELLA CSR”

19 aprile | 26 aprile | 3 maggio | 10 maggio
h. 14.00-15.30

Informazioni: comunicazione@coopservizi.com

Proposto da



In collaborazione con



PROGRAMMA

**lunedì
19
APRILE**
**14.00
15.30**

COOPERARE PER COMPETERE: IL FATTORE COOPERATIVO COME FATTORE COMPETITIVO.

Le cooperative e la responsabilità sociale d'impresa: introduzione sulla CSR, sul concetto di sostenibilità e la misurazione dell'impatto sociale.

Nel primo incontro verranno introdotti i temi di Responsabilità sociale di impresa e di sostenibilità. Nel corso dell'appuntamento si metterà a fuoco come le cooperative, nel rispetto dei loro obiettivi statutari, svolgano già azioni di CSR che spesso, tuttavia, non vengono valorizzate e comunicate all'esterno. L'incontro si aprirà con un breve questionario di carattere generale, sui temi della CSR e della valutazione che le cooperative danno a questo aspetto strategico.

A momenti di approfondimento tematico seguiranno momenti di interazione e confronto con particolare attenzione agli aspetti anche economico-finanziari che rendono necessario, soprattutto oggi, occuparsi di Responsabilità Sociale d'Impresa.

**lunedì
26
APRILE**

LA CSR, UN VALORE COMPETITIVO OGGI E ELEMENTO DI CRESCITA PER IL FUTURO VALORE INTERNO: LA COOPERATIVA, SOCI E DIPENDENTI

Buone pratiche e case history

Nel secondo incontro sarà centrale il tema del rafforzamento del legame con i soci (shareholder) e i dipendenti. L'impatto sociale interno è fondamentale per marcare la funzione sociale della cooperativa e favorire il benessere sul luogo di lavoro, ma anche per migliorare i processi partecipativi dei soci e dei dipendenti per la definizione della strategia aziendale.

Si condivideranno azioni e processi utili al consolidamento del gruppo di lavoro, premessa per la collaborazione in azienda, necessaria a costruire un clima di fiducia e stima reciproca.

**lunedì
3
MAGGIO**

LA CSR, UN VALORE COMPETITIVO OGGI E ELEMENTO DI CRESCITA PER IL FUTURO VALORE ESTERNO: IL CONTESTO, TERRITORIO, STAKEHOLDER

Buone pratiche e case history

In questo incontro ci si focalizzerà sull'analisi dei fattori che possono dare maggiore evidenza e rendere riconoscibile la «meritevolezza sociale della Cooperativa» sul territorio e verso i propri stakeholder esterni.

Quali azioni attivare verso gli stakeholder, il territorio e il contesto generale, considerando la natura della cooperativa (già orientata verso la comunità)?

Quali benefici possono derivare da azioni di CSR in tema di credibilità aziendale?

Per di più, la rendicontazione della RSI costituisce, oggi, elemento di valutazione da parte dei policy maker nel riconoscimento del valore anche economico e finanziario di un'impresa.

**lunedì
10
MAGGIO**

DIAMO VALORE AI NOSTRI VALORI! COMUNICARE LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA:

strumenti e vantaggi - bilancio di sostenibilità - azienda cooperativa e impresa privata

Per valutare e di conseguenza comunicare l'impatto che le azioni della singola cooperativa hanno, come fattore interno ed esterno, su una comunità o su un territorio, così da definire la strategia futura è necessario partire dalla "fotografia" reale dell'impresa. L'elevator pitch prodotto dai partecipanti, che sintetizza la CSR della propria cooperativa, sarà l'elemento da cui partire per introdurre il tema dei metodi e degli strumenti utili a fotografare lo stato dell'arte e di conseguenza gli ambiti e le azioni di miglioramento. Presentazione di uno strumento che aiuti a realizzare per questo processo.

Ambiti di indagine:

- Valutazione d'impatto come primo elemento per definire la migliore strategia CSR
- Processo per la costruzione di un bilancio di Responsabilità Sociale
- Elevator Pitch: condividiamo, una prova di comunicazione efficace.

INFORMAZIONI

Gli incontri sono rivolti ai gruppi dirigenti e ai responsabili della comunicazione e del personale delle Cooperative aderenti a Legacoop Lombardia.

L'iniziativa è gratuita e il numero di partecipanti è limitato per garantire l'efficacia del confronto e delle attività pratiche.

Per iscrizioni e informazioni: comunicazione@coopervizi.com

I workshop hanno l'obiettivo di supportare le imprese cooperative nello sviluppo delle loro competenze sul tema della CSR e di rafforzare il loro approccio strategico nella relazione con il contesto in cui operano, per acquisire consapevolezza del proprio impatto sociale e valorizzarne l'elemento di competitività.

Si alterneranno approfondimenti teorici, momenti di confronto e attività pratiche.

Gli incontri saranno condotti da **Coopservizi** e **Cooperativa Pandora** che stanno elaborando metodi e modelli per la diffusione della cultura della CSR nel mondo della cooperazione.

PROGETTO FORMATIVO

Quando si parla di **Corporate Social Responsibility**, si fa riferimento alle politiche e alle attività che le imprese mettono in atto *volontariamente* per creare benessere e sviluppo, attuale e futuro, all'interno della propria azienda e nel contesto nel quale l'azienda è inserita.

COOPERARE PER COMPETERE: IL FATTORE COOPERATIVO COME FATTORE COMPETITIVO.

Da sempre la buona cooperazione è stata un fattore di coesione sociale, di crescita culturale ed economica, di promozione delle persone e della democrazia. Oggi più che mai, anche a causa dell'esperienza drammatica della pandemia, occuparsi di Responsabilità Sociale d'Impresa significa interrogarsi sul **ruolo della cooperazione come elemento qualificante e innovativo** in questo difficile scenario.

L'Agenda 2030 dell'ONU per lo sviluppo sostenibile e i Sustainable Development Goals (SDGs) forniscono una **visione integrata** dello sviluppo sostenibile basata su quattro pilastri: Economia, Società, Ambiente e Istituzioni.

In questi quattro moduli il nostro obiettivo è introdurre il tema della responsabilità sociale d'impresa e gli effetti che comporta nei confronti degli **shareholder** e degli **stakeholder che fanno parte dell'organizzazione aziendale** (dai soci, ai dirigenti, ai dipendenti) e nei confronti degli **stakeholder esterni** (comunità di riferimento e contesto in cui l'impresa opera).

"La Responsabilità Sociale d'Impresa è tante cose: occorre praticarla, condividerla e raccontarla"

I **policy makers** hanno sempre più interesse a misurare e analizzare i fenomeni di CSR per meglio orientare le loro scelte decisionali:

- Le analisi degli istituti di ricerca e statistica tendono sempre più a mettere in rilievo le **performances sociali e ambientali delle imprese (indici BES)**.
- **Gli obiettivi dell'Agenda 2030** sullo Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite sono sempre più applicati anche nelle statistiche economiche.

Anche da parte del Ministero dello Sviluppo Economico si è attivato un supporto alla promozione della Responsabilità sociale d'impresa e degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) con finanziamenti e bandi specifici che possono accompagnare le imprese in percorsi di innovazione e di crescita, con uno sguardo attento all'innovazione sociale e ambientale.

Inoltre, l'adozione di politiche di CSR è un **fattore competitivo** importante: impatta in modo sostanziale, per non dire rivoluzionario, sul modello di business, sui processi e sui prodotti dell'azienda.

COMUNICARE PER COMPETERE

La comunicazione deve essere quindi in grado di divulgare e rendere comprensibile a target diversi, per competenza e interessi – quali sono gli shareholder e gli stakeholder – l'approccio sostenibile e responsabile dell'azienda, evidenziando la congruenza tra tutti i sistemi valoriali in campo; resta altresì evidente che in tutto questo ci sia anche l'intenzione da parte dell'impresa di rafforzare la sua reputazione e quindi sviluppare una leva competitiva aggiuntiva.