

FILIERA CORTA E PATTO CON IL CONSUMATORE



Cofinanziato
dall'Unione europea

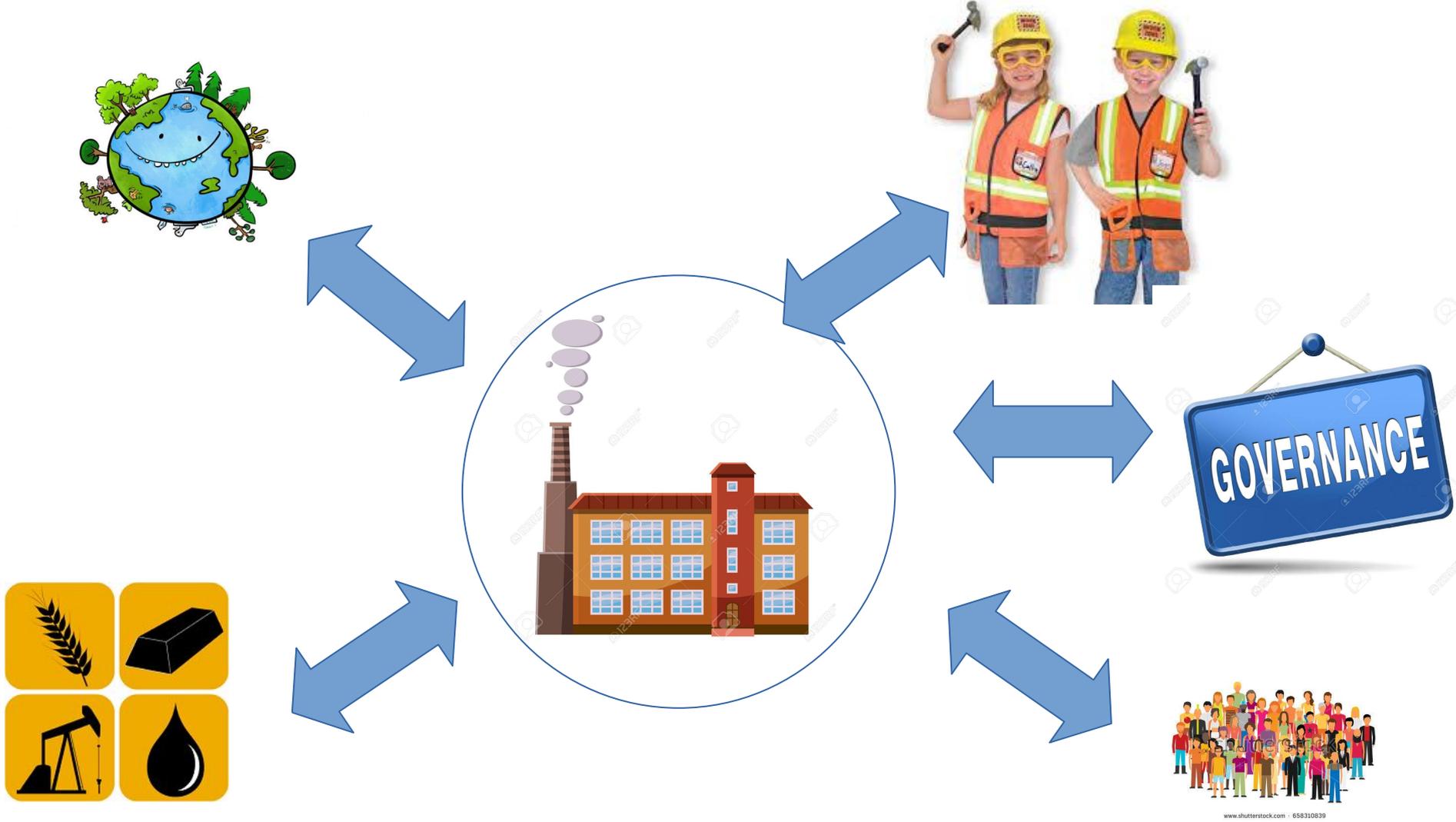


REGIONE del VENETO

Martellago (Ve) 5/10/2024



cos'è la RSI



Chi se ne occupa



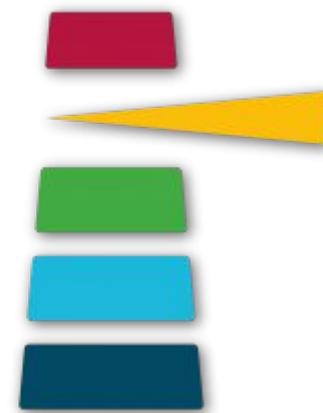
REGIONE DEL VENETO



Unioncamere
Veneto



REGIONE DEL VENETO E
UNIONCAMERE DEL VENETO:
INSIEME PER LA RESPONSABILITÀ
SOCIALE D'IMPRESA



CSR Europa

The screenshot shows the CSR Europe website homepage with a blue header. The main navigation menu includes: Discover the network, Business tools and practices, Our campaigns, Impact Maps, Our projects, and Engage with the EU. A featured article titled "Equipping Youth for the Future of Work: Making Business-Education Partnerships the New Norm in Europe" is highlighted. Below the article, there is a "Key Publications" section with a "Subscribe to our monthly newsletter" button. A cookie consent banner is visible at the bottom.

Il portale dell'impresa responsabile

This screenshot displays the "Corporate members" section of the CSR Europe website. It features a grid of logos for various companies: ArcelorMittal, BASF (with the tagline "We create chemistry"), BBVA, BRIDGESTONE (with the tagline "Your Journey, Our Passion"), Canon, Coca-Cola Europe, enel, and ENGIE.

tps://www.csreurope.org/our-campaigns

This screenshot shows the "Get equipped" section of the CSR Europe website. The main navigation menu includes: Solutions database, Reports and guides, Tools and practices, and UN Global Compact. Below the navigation, there is a grid of four resource cards: "Solutions database" (with a lightbulb icon), "Reports and guides" (with a document icon), "Tools and practices" (with a wrench icon), and "UN Global Compact" (with a person icon).

Impresa responsabile = impresa

La produzione di nuova ricchezza effettiva è da differenza tra l'utile d'impresa e le perdite dalla stessa provocate al sistema esterno.

Un sistema economico è sostenibile nel medio periodo se produce ricchezza effettiva.

Come misurare la RSI - Mise

PIATTAFORMA di INDICATORI
di RESPONSABILITÀ SOCIALE d'IMPRESA
INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ

Ministero dello Sviluppo Economico
PUNTO DI CONTATTO NAZIONALE RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Home Istruzioni Glossario Contatti

Registrazione
Registrati per partecipare ai bandi regionali RSI oppure fare un Test

Accesso imprese

Nome Utente
Password
Password dimenticata? Login

Compilazione anonima
verifica il tuo livello di responsabilità sociale d'impresa

La **Piattaforma RSI** è uno strumento creato per ottenere una standardizzazione del concetto di **responsabilità sociale di impresa (RSI)** con l'obiettivo di offrirne un quadro di riferimento unico.

Questo strumento deriva dall'implementazione del progetto interregionale/transnazionale "Creazione di una rete per la diffusione della RSI" del Piano d'azione nazionale sulla responsabilità sociale d'impresa, lanciato dalla regione Veneto nel 2012 in collaborazione con la regione Liguria.

I contenuti della piattaforma sono stati sviluppati nell'ambito di una collaborazione tra il Punto di Contatto Nazionale per la diffusione delle Linee Guida OCSE presso il Ministero dello sviluppo economico e l'Università di Genova.

Al progetto hanno attualmente aderito 16 amministrazioni regionali quali: Abruzzo, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Umbria, Toscana, Valle d'Aosta e Liguria, nonché la partecipazione dell'INAIL, dell'INEA, del Ministero dello Sviluppo Economico, del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e anche del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali.*

La Piattaforma può essere utilizzata dalle singole Regioni nell'ambito di bandi regionali o dalle altre Amministrazioni coinvolte nel progetto.

Le singole imprese possono avere accesso alla piattaforma anche in via anonima per una auto valutazione sulle proprie azioni di responsabilità sociale.

La Piattaforma di indicatori di **RSI (Responsabilità Sociale di Impresa)** è stata creata con l'intento di **migliorare le competenze e la conoscenza** delle imprese italiane in materia di condotta di impresa responsabile.



- A. Organizzazione e amministrazione
- B. Persone e ambiente di lavoro
- C. Clienti, consumatori
- D. Fornitori
- E. Ambiente naturale, comunità locale e rapporti con la P.A.
- F. Innovazione, competitività

Seleziona dimensione d'azienda

- Micro** Una microimpresa è un'impresa il cui organico è inferiore a 10 persone e il cui fatturato o il totale di bilancio annuale non supera 2 milioni di euro.
- Piccola** Una piccola impresa è un'impresa il cui organico è inferiore a 50 persone e il cui fatturato o il totale del bilancio annuale non supera 10 milioni di euro
- Media** Una media impresa è un'impresa il cui organico è inferiore a 250 persone e il cui fatturato non supera 50 milioni di euro o il cui totale di bilancio annuale non è superiore a 43 milioni di euro
- Grande** Una grande impresa è un'impresa il cui organico è uguale o superiore a 250 persone e il cui fatturato supera 50 milioni di euro o il cui totale di bilancio annuale è superiore a 43 milioni di euro

Definizioni (Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003, relativa alla definizione delle microimprese, piccole e medie imprese)

Seleziona codice ATECO

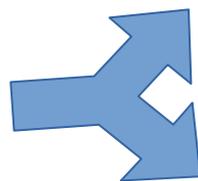
- AGRICOLTURA, SILVICOLTURA E PESCA, INDUSTRIE ALIMENTARI** Da A.01 a A.03.22.00 e C.10 e C.11
- ESTRAZIONI MINERALI, CAVE - ATTIVITÀ MANIFATTURIERE ESCLUSE FARMACEUTICHE E PRODUZIONE DI ALIMENTARI - COSTRUZIONI, EDILIZIA - MANUTENZIONI E RIPARAZIONI DI AUTO E MOTO** B.05 a B.09.90.09 - C.12 a C.33.20.09 (esclusi 21.x attività farmaceutiche) - F.41.1 a F.43.99.09 - G.45.2 a G.45.20.99; G.45.40; 45.40.3; 45.40.30
- FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA CONDIZIONATA - FORNITURA DI ACQUA; RETI FOGNARIE; ATTIVITÀ DI GESTIONE DEI RIFIUTI E RISANAMENTO** Q.35.1 a Q.35.30 - E.36 a E.38.00.09
- ATTIVITÀ FARMACEUTICHE** C.21 a C.21.20.09
- COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO (ESCLUSE "MANUTENZIONI E RIPARAZIONI" DI AUTO E MOTO), - TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO - SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE - SANITÀ, elencate a lato: da G.45.2 a G.45.20.99; G.45.40; 45.40.3; ASSISTENZA SOCIALE, CASE DI CURA - ATTIVITÀ ARTISTICHE, SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DIVERTIMENTO - SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE - ATTIVITÀ FINANZIARIE E ASSICURATIVE - ATTIVITÀ IMMOBILIARI - ATTIVITÀ PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE - NOLEGGIO, AGENZIE VIAGGI, SERVIZI SUPPORTO A IMPRESE - ALTRE ATTIVITÀ DI SERVIZI** E.40.30; H.49 a H.53.20.00 - I.55 a I.56.30.00 - Q.86 a Q.88.99.00 - R.90 a R.93.29.90 - J.58 a J.63.99 - K.64 a K.66.30 - L.68.1 a L.68.32 - M.69 a M.75.00 - N.77 a N.82.99.99 - S.94 a S.96.09.09

Autovalutazione rsi

Il Ministero per lo Sviluppo Economico mette a disposizione uno strumento gratuito per una prima autovalutazione dello stato di responsabilità sociale di una impresa

[TEST DI AUTOVALUTAZIONE RSI](#)

[risultati test](#)



LGO = [Linee Guida Ocse](#)

GRI= [Global Reporting Standard](#)

RSI (CSR) - definizione

l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate

(libro Verde Commissione Europea 2001)

Cenni: Patto con il Consumatore

Patto con il Consumatore - RSI



IMPEGNO DEL COMMERCIANTE

Incrementare la percentuale di prodotti del territorio commercializzati

IMPEGNO DEL CONSUMATORE

iscriversi ad una newsletter per ricevere informazioni commerciali

Patto con il Consumatore - RSI

1. Obiettivi del Patto:

- **Quali sono gli obiettivi principali?** Migliorare la qualità dei prodotti, garantire trasparenza nelle informazioni, promuovere la sostenibilità, rafforzare il rapporto di fiducia con i consumatori?
- **Come si misurerà il successo di questi obiettivi?** Definisci degli indicatori chiave di performance (KPI) specifici per ogni obiettivo.

2. Benefici per i Consumatori:

- **Quali vantaggi concreti otterranno i consumatori?** Maggiore scelta di prodotti di qualità, prezzi più competitivi, informazioni chiare e veritiere, servizi post-vendita efficienti?
- **Come verranno comunicati questi benefici ai consumatori?** Attraverso campagne di comunicazione mirate, eventi, social media?

3. Impegni dei Commercianti:

- **Quali sono gli impegni specifici che i commercianti si assumono?** Adottare pratiche commerciali eque, rispettare le normative vigenti, investire nella formazione del personale, migliorare la tracciabilità dei prodotti?
- **Come verrà garantito il rispetto di questi impegni?** Attraverso controlli periodici, sistemi di certificazione, meccanismi di risoluzione delle controversie?

Patto con il Consumatore - RSI

4. Ruolo delle Associazioni di Categoria:

- **Qual è il ruolo delle associazioni di categoria in questo patto?** Supportare i commercianti nell'attuazione degli impegni, promuovere il patto presso le istituzioni, rappresentare gli interessi dei consumatori?

5. Comunicazione e Trasparenza:

- **Come verrà comunicato il patto ai consumatori e alle altre parti interessate?** Attraverso un sito web dedicato, comunicati stampa, campagne pubblicitarie?
- **Come verrà garantita la trasparenza delle informazioni?** Pubblicando periodicamente report sui progressi raggiunti, rendendo disponibili i dati relativi agli indicatori di performance?

6. Collaborazione con le Istituzioni:

- **Quale tipo di collaborazione si prevede con le istituzioni?** Supporto normativo, finanziamenti per progetti di innovazione, coinvolgimento nelle iniziative di promozione del territorio?

Patto con il Consumatore - RSI

Aspetti da considerare:

- **Coinvolgi i Consumatori:** Organizza degli incontri con i consumatori per raccogliere i loro feedback e suggerimenti.
- **Sfrutta i Social Media:** Utilizza i social media per promuovere il patto e creare un dialogo con i consumatori.
- **Collabora con i Media:** Organizza conferenze stampa e invia comunicati stampa per diffondere il messaggio.
- **Valuta l'Impatto:** Misura l'impatto del patto sui consumatori e sull'ambiente attraverso delle ricerche di mercato.
- **Normativa di riferimento:** Le leggi e i regolamenti che riguardano i rapporti tra commercianti e consumatori.
- **Esempi di best practice:** Casi di successo di patti simili in altri Paesi o settori.
- **Strumenti di comunicazione:** Come utilizzare al meglio i diversi canali di comunicazione per raggiungere i consumatori.
- **Valutazione dell'impatto:** Metodi per misurare l'impatto di un'iniziativa come questa. (Indicatori di performance)

Patto con il Consumatore - RSI

TEST

Il test, da compilare da cellulare, elenca una lista di opzioni per quanto riguarda gli impegni del commerciante sul “Patto con il consumatore” e quali impegni sarebbe preferibile richiedere al consumatore.

Il link è su una pagina ad hoc di nuovares

Mano a mano che i presenti compilano il test, sullo schermo (se c'è uno schermo disponibile) appariranno i risultati



Filiera Corta

Vantaggi della filiera di fornitura CORTA:

1. Riduzione dei tempi di consegna:

- si riferisce a una situazione in cui i fornitori riescono a consegnare i materiali o i prodotti richiesti dall'azienda in tempi molto brevi, riducendo così il tempo che intercorre tra l'ordine e la ricezione della merce).
- **Vantaggi:** Maggiore flessibilità nella produzione, riduzione dei costi di magazzino, miglioramento della risposta alle richieste dei clienti.

2. Riduzione delle scorte:

- strategia di gestione delle scorte in cui l'azienda cerca di mantenere livelli di magazzino molto bassi, ordinando i materiali solo quando sono effettivamente necessari.
- **Vantaggi:** Riduzione dei costi di stoccaggio, minore rischio di obsolescenza delle merci, maggiore efficienza nella gestione della logistica.

3. Relazione stretta con fornitori locali:

- si riferisce a una situazione in cui l'azienda si affida principalmente a fornitori locali, che sono in grado di garantire tempi di consegna più rapidi grazie alla vicinanza geografica.
- **Vantaggi:** Maggiore controllo sulla qualità dei prodotti, riduzione dell'impatto ambientale legato al trasporto, sostegno all'economia locale.

Terramossa: Filiera integrata del turismo enogastronomico e cicloturistico

