

VERDE FERALPI

ANNO 5

NUMERO 3

OTTOBRE 2009

Speciale

LA SAPIENZA NASCE DALLA CONOSCENZA,
SUO PRINCIPIO È IL DESIDERIO D'INFORMAZIONE



CORPORATE SOCIAL
CSR
RESPONSIBILITY

Spedizione in abbonamento postale al 70% filiale di Brescia.



VERDE FERRALPI

VERDEFERALPI *Speciale*

Direzione, Redazione e Amministrazione
Feralpi Siderurgica S.p.A
Via C.N. Pasini, 11 - 25017 Lonato (BS)
Tel. 030 9996,1 - Fax 030 9996348
e-mail: verdeferalpi@feralpi.it

Autorizzazione
del Tribunale di Brescia n° 35/2006

Direttore responsabile:
Elisabetta Marconi

Redattori:
Ercole Tolettini - Roberto Terlizzi
Marco Leali - Cristina Wargin - Stefano Filippini

Stampa:
Colorart s.r.l.
Via Industriale, 24-26 - 25050 Rodengo Saiano (Bs)

Progetto Grafico e impaginazione:
Doppiosegno *visual communication*

SOMMARIO

S O M M A R I O

2 **Speciale**
Verdeferalpi Politiche di
Corporate Social Responsibility

3 **Una scelta consapevole**

3 **Il caso Feralpi**

5 **Il dialogo interno:**
i dipendenti come
stakeholder di riguardo

6 **Speciale**
indagine di clima

18 **Gli strumenti della CSR**

19 **1. Il Bilancio Sociale**

23 **2. Il concetto etico**

24 **La CSR un impegno**
a lungo termine



Speciale VERDEFERALPI POLITICHE DI CSR

Può sembrare la sigla di un telefilm poliziesco, ma non lo è. “CSR” significa “Corporate Social Responsibility”, ovvero “Responsabilità sociale d’impresa” e riguarda Feralpi da molto vicino. E’ un concetto complesso da spiegare in quanto comprende una moltitudine di fattori che, a livello unitario, si racchiudono nella più immediata dicitura “etica d’impresa”. In questo speciale vedremo nel dettaglio di cosa si tratti e come Feralpi abbia fatto sua questa filosofia.

A cura di:
Prof. Antonio Chiesi
Dott.ssa Isabella Manfredi



UNA SCELTA CONSAPEVOLE

Nel momento in cui si decide di sposare i dettami di CSR, un'azienda decide di andare oltre le sole logiche economiche, considerando come fondanti altri fattori di natura filantropica quali, ad esempio, il rispetto dei diritti delle persone, la trasparenza di azione e la tutela per l'ambiente. In altre parole, si tratta di una manifestazione della volontà dell'impresa di gestire al meglio tutte le problematiche che hanno un impatto sociale ed etico sulla comunità. E' una concezione innovativa, espressa per la prima volta nel 1984 da Robert Edward Freeman nel suo saggio "Strategic Management: a Stakeholder Approach" (La gestione strategica: l'approccio verso portatori d'interesse"). In realtà non era poi un concetto così nuovo perchè, già nel 1968, l'economista italiano Giancarlo Pallavicini affermò che l'attività d'impresa, pur mirando al profitto, per durare nel tempo, dovesse tenere esplicitamente conto di una serie di istanze interne ed esterne all'impresa, anche di natura socio-economica. Da allora sono passati molti anni ma, nonostante questo, nel Belpaese sono ancora poche le aziende che decidono di intraprendere questo percorso. Eppure, è evidente che oggi, un prodotto non è apprezzato unicamente per le caratteristiche funzionali, ma che il suo valore è stimato in gran parte per le caratteristiche immateriali, quali le condizioni di fornitura, i servizi di assistenza e di personalizzazione, l'immagine e, sempre di più, la storia del prodotto stesso. Questo significa che l'acquisto, oggi, coinvolge molto di più la responsabilità di scelta dell'acquirente che, nel panorama globale, ha la possibilità di rivolgersi ad una moltitudine di aziende. Oggi come oggi non si valuta più solo in base al costo, ma anche alla qualità e al "come" un'impresa produca.

IL CASO FERALPI

Il Gruppo Feralpi da anni lavora in questa direzione con risultati di grande soddisfazione. L'azienda ha inteso unificare sotto il cappello della CSR tutte le sue aziende europee, cercando di mostrarsi come impresa attenta a tutti gli effetti ai valori della responsabilità sociale. L'impegno "etico" di Feralpi è entrato direttamente nella cosiddetta catena del valore, prospettando così l'utilizzo di nuovi percorsi e leve competitive coerenti con uno sviluppo sostenibile per la collettività.

Tra gli obiettivi primari di questa politica, c'è il rafforzamento continuo della sicurezza sul

lavoro attraverso programmi mirati; l'adozione di una politica orientata al rispetto dell'ambiente promuovendo l'abbattimento delle emissioni in atmosfera con l'impiego delle migliori tecnologie disponibili; la trasparenza economica, nella convinzione che il dialogo positivo con tutte le parti coinvolte implichi il riconoscimento delle responsabilità di ciascuno.

In questo senso è di fondamentale importanza l'attività dedicata al mantenimento delle relazioni verso i cosiddetti stakeholder (dipendenti, clienti, fornitori, pubblica amministrazione, comunità di riferimento), in modo che questi possano essere sempre aggiornati rispetto al suo operato. La trasparenza, infatti, è requisito fondamentale nel percorso di CSR, in quanto l'azienda è pronta a mostrare i suoi lati positivi e, laddove ce ne fossero di negativi, trovare un modo per correggerli. I rapporti con gli stakeholder sono essenziali perché il comportamento più o meno etico di un'impresa interessa potenzialmente tutti i cittadini, ai quali non bastano astratte dichiarazioni di principi e valori: essi esigono un impegno quotidiano e credibile, frutto di una precisa politica manageriale e di un sistema aziendale organizzato a tal fine.

Per questo, nel sistema di gestione aziendale di Feralpi, l'attenzione agli stakeholder è divenuta di importanza cruciale e, nel tempo, lo sviluppo di relazioni positive è diventato un elemento di grande valore aggiunto.

Basti pensare che l'azienda ha promosso due indagini orientate alla migliore conoscenza dei due più importanti stakeholder di Feralpi: le risorse umane e la comunità locale.





Nel primo caso ha svolto un'indagine di clima aziendale per la prima volta allargata a tutto il personale operante in Italia (che approfondiremo di seguito); nel secondo caso ha svolto un'indagine di opinione sulla popolazione della città di Riesa, dove ha sede il nostro più importante stabilimento estero.

Inoltre, da quest'anno è attivo un sito internet completo e aggiornato, in cui la Sostenibilità ha una sezione dedicata e approfondita.

IL DIALOGO INTERNO: I DIPENDENTI COME STAKEHOLDER DI RIGUARDO

Nel processo di dialogo, Feralpi ritiene sia di grande importanza quello con i dipendenti. Per la seconda volta, l'azienda ha voluto realizzare un'indagine di clima per toccare con mano l'atmosfera aziendale. I risultati sono non solo interessanti, ma anche sorprendenti, tanto da meritare un approfondimento.

I RISULTATI DELLA SECONDA
INDAGINE SUL PERSONALE FERALPI:
FIDUCIA NELL'AZIENDA E NELLA
SUA CAPACITÀ DI RISPONDERE
POSITIVAMENTE
ALLA CRISI.



Nel mese di maggio 2009, con il coordinamento del prof. Antonio Chiesi, dell'Università di Milano, si è conclusa la seconda edizione dell'indagine sulle opinioni del personale Feralpi. Rispetto alla prima, svolta nella primavera del 2007 e limitata ai dipendenti di Feralpi Siderurgica, questa edizione è stata allargata a tutte le società del Gruppo che operano in Italia.

Gli obiettivi dell'indagine sono quattro:

- allargare a tutto il Gruppo l'iniziativa del 2007, allo scopo di confrontare le varie realtà aziendali,
- analizzare i cambiamenti di opinione del personale della Siderurgica, a due anni di distanza dalla precedente indagine,
- valutare il morale del personale in una fase di crisi economica,
- misurare i giudizi del personale sull'introduzione dei contratti di solidarietà.

All'indagine, concordata con le RSU e rivolta a tutto il personale, hanno aderito volontariamente 557 lavoratori, pari all'87,5% dell'organico presente in Azienda nel mese di rilevazione. Nella precedente indagine il tasso di risposta era stato del 66,5%, quindi questa edizione ha incontrato un interesse maggiore della precedente.

1. Le opinioni sulle condizioni economiche delle famiglie in tempo di crisi.

Nel complesso, il 14,6% del personale di tutte le sedi definisce "buone" le condizioni economiche del proprio nucleo di convivenza, il 46,8% le definisce discrete e il 38,6% le definisce modeste. Le condizioni economiche delle famiglie dipendono in grande misura dalla presenza di redditi plurimi. Complessivamente, soltanto il 29,6% dei nuclei di convivenza si basa esclusivamente sullo stipendio Feralpi. Nel 55,1% dei casi il nucleo familiare si giova di un secondo reddito da lavoro e per un restante 17,2% addirittura di tre o più redditi. Nella maggior parte dei casi il secondo reddito è dato dal lavoro del coniuge e in diversi casi sono presenti anche ulteriori redditi da pensione

TAB. 1 – STRUTTURA DELLE ENTRATE FAMILIARI DEI NUCLEI PER SEDE

(solo valori percentuali)	Calvisano	Dieffe	Holding	Siderurgica	Totale
Dipendono totalmente dallo stipendio Feralpi	32,1	23,1	25,0	29,5	29,6
Anche il coniuge lavora	49,5	38,9	79,2	56,2	55,1
Lavorano anche altri parenti	13,7	15,4	14,3	18,6	17,2
Ci sono anche redditi da pensione	12,8	22,2	27,3	19,2	18,4

N. B.: le somme superano 100,0%, perché si possono verificare più combinazioni di reddito per una sola famiglia.

Il confronto con le risposte date nel 2007 per il solo personale della Siderurgica, evidenzia dichiarazioni più positive nel 2009: diminuiscono coloro che definiscono modeste le condizioni della loro famiglia e aumentano coloro che le definiscono buone. Cala tuttavia di 9 punti percentuali il numero delle famiglie che riesce a risparmiare. In sostanza i lavoratori di Siderurgica si dichiarano più positivi sul loro tenore di vita, ma risparmiano meno.

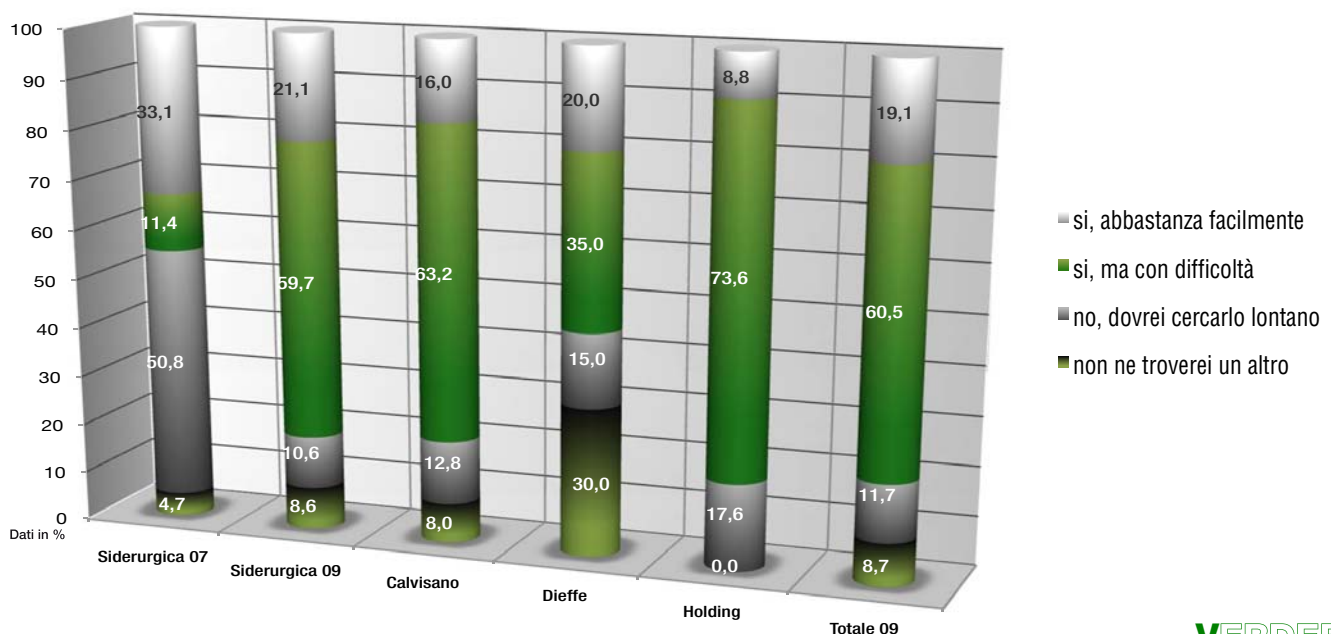
TAB. 2 – LE CONDIZIONI ECONOMICHE FAMILIARI (SOLO PERSONALE SIDERURGICA)

Condizioni economiche	2009	2007
Modeste	38,4	45,0
Discrete	48,0	45,8
Buone	13,7	9,2
Totale	100,0	100,0
Riesce a risparmiare?		
Si	38,5	47,5
No	61,5	52,5
Totale	100,0	100,0

Con il progredire della crisi economica aumenta anche la consapevolezza della difficoltà di trovare un lavoro sul mercato locale. In proposito è stata ripetuta la domanda dell'edizione precedente: "Se lei perdesse il lavoro attuale, pensa che ne troverebbe un altro in zona?". Rispetto a due anni prima, il personale Siderurgica percepisce un peggioramento del mercato del lavoro: la percentuale di coloro che ritengono di poter trovare un altro lavoro abbastanza facilmente si riduce di un terzo (da 33,1% a 21,1%), anche la percentuale di chi ritiene che lo troverebbe con difficoltà sale di quasi 9 punti percentuali. Chi ritiene che non troverebbe più lavoro raddoppia quasi (da 4,7% a 8,6%).

La figura sottostante rispecchia sia la consapevolezza del personale Holding che le proprie competenze possono essere meglio offerte sul mercato locale, sia le maggiori difficoltà strutturali del mercato del lavoro a Pomezia.

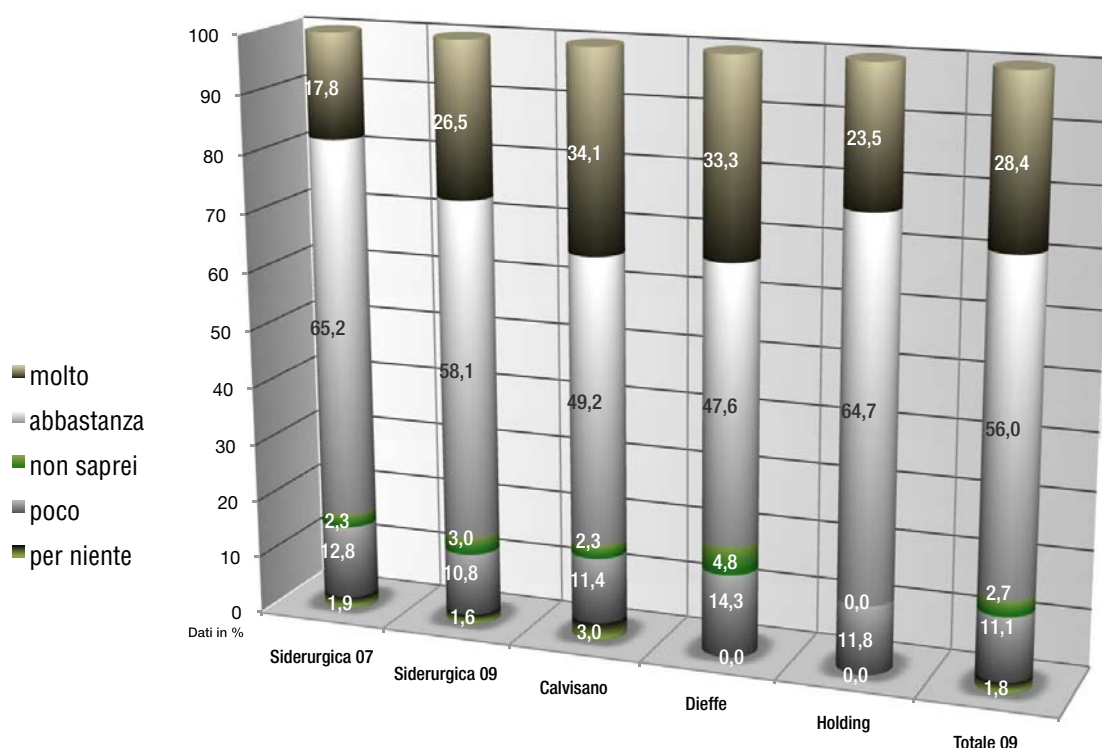
FIG- 1 – SE PERDESSE IL LAVORO ATTUALE, PENSA CHE NE TROVEREBBE UN ALTRO IN ZONA?



2. La soddisfazione sul lavoro

La soddisfazione del proprio lavoro viene espressa complessivamente con queste percentuali: il 28,4% si dichiara molto soddisfatto, il 56% abbastanza soddisfatto, l'11,1% poco soddisfatto e soltanto l'1,8% per niente soddisfatto. Il 2,7% non si esprime. Come mostra la fig. 2, i più soddisfatti del proprio lavoro sono i dipendenti di Holding e di Dieffe. Rispetto a due anni prima, i giudizi espressi dal personale Siderurgica non mutano.

FIG. 2 – IN COMPLESSO È SODDISFATTO DEL SUO ATTUALE LAVORO?



Coerentemente con il giudizio di soddisfazione, anche le risposte relative alla domanda: “Sarebbe contento se suo figlio facesse il suo stesso lavoro?” presentano risultati largamente positivi. Risultati analoghi ottengono le risposte alla domanda: “Sarebbe contento se suo figlio lavorasse in Feralpi?”. Rispetto all'indagine del 2007, in Siderurgica aumenta il desiderio che il figlio possa essere assunto in Feralpi (tab. 3). Riteniamo che il miglioramento di questo giudizio sia influenzato anche dalla crisi economica che fa percepire Feralpi come uno sbocco occupazionale relativamente sicuro di fronte alle difficoltà del mercato del lavoro.

TAB. 3 – SAREBBE CONTENTO SE IL FIGLIO LAVORASSE IN FERALPI?

(solo personale siderurgica)

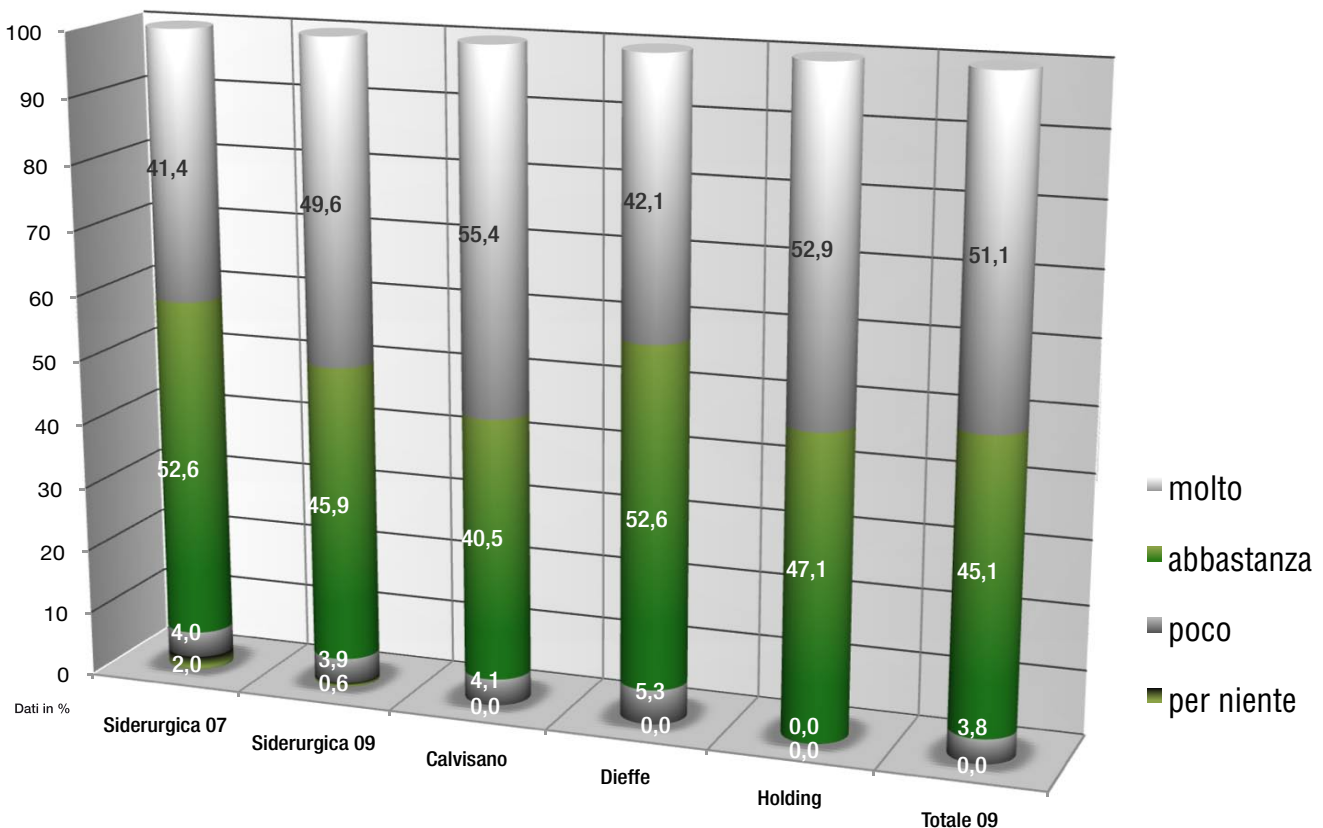
	2007	2009
Molto	19,5	31,6
Abbastanza	47,3	44,5
Poco	17,4	13,8
Per niente	15,9	10,1
Totale	100,0	100,0

Giudizi così positivi sono inoltre coerenti con la convinzione che il lavoro in Feralpi rappresenti una situazione definitiva per la maggior parte dei rispondenti. Da segnalare in particolare la “fedeltà” al posto di lavoro dichiarata dai dipendenti della Holding.

3. I Giudizi sull’Azienda

Nel complesso, oltre la metà del personale si dichiara “molto” contento di lavorare in Feralpi. Il 95,7% è molto o abbastanza contento e soltanto il 3,8% afferma di essere “poco” soddisfatto. Gli scontenti sono solo lo 0,5%. Complessivamente i giudizi sull’Azienda migliorano ulteriormente rispetto a due anni prima (dati di confronto limitati a Siderurgica). I livelli massimi di soddisfazione sono espressi dal personale della Holding.

FIG. 3 – LEI È CONTENTO DI LAVORARE IN FERALPI?



Come nell’edizione precedente, alcune domande confrontano il giudizio espresso per Feralpi, rispetto alle altre aziende della zona. Le opinioni riguardano la stabilità del posto di lavoro, le opportunità di crescita professionale, la tutela dei diritti dei lavoratori. Tutte queste domande (figg. 4,5,6) ottengono giudizi prevalentemente positivi e, per quanto riguarda il personale di Siderurgica, in lieve miglioramento rispetto al 2007.

FIG. 4 – “RISPETTO AD ALTRI POSTI DI LAVORO INDUSTRIALI E ARTIGIANALI DELLA ZONA, UN POSTO IN FERALPI OFFRE”

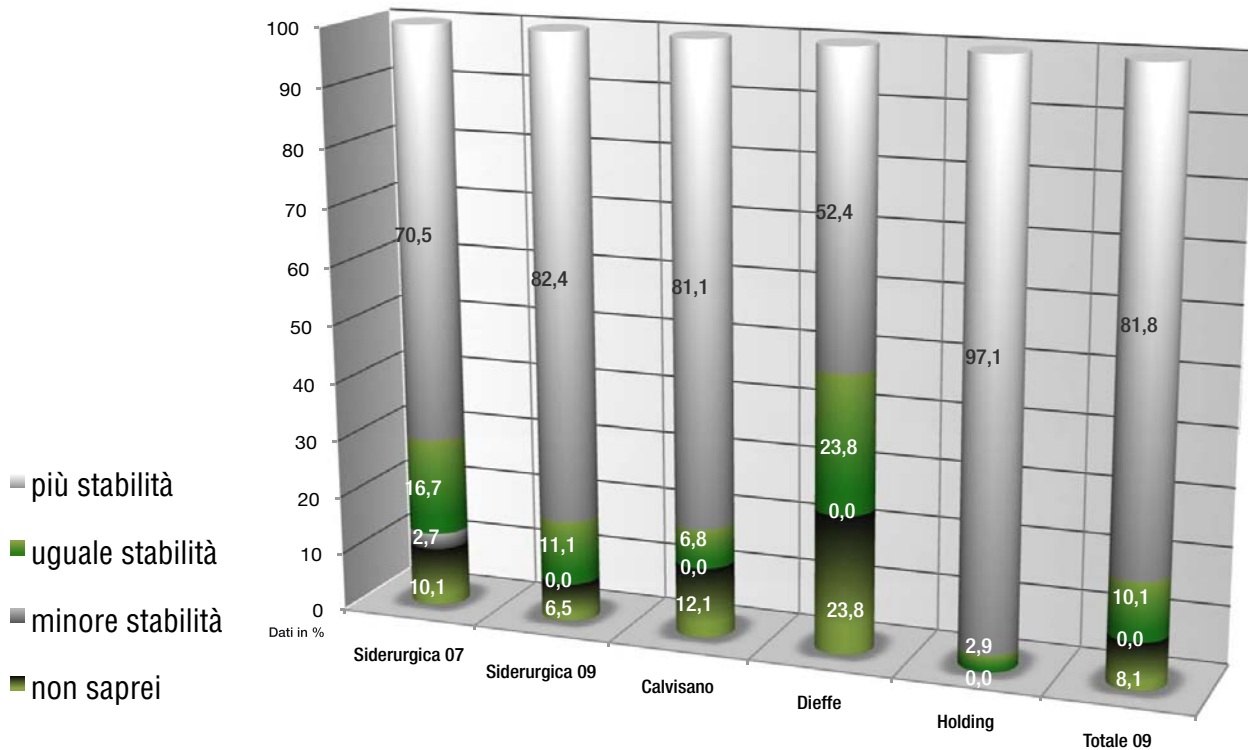


FIG. 5 – “RISPETTO AD ALTRI POSTI DI LAVORO NELLE AZIENDE DELLA ZONA, UN POSTO IN FERALPI OFFRE IN TERMINI DI CRESCITA PROFESSIONALE”

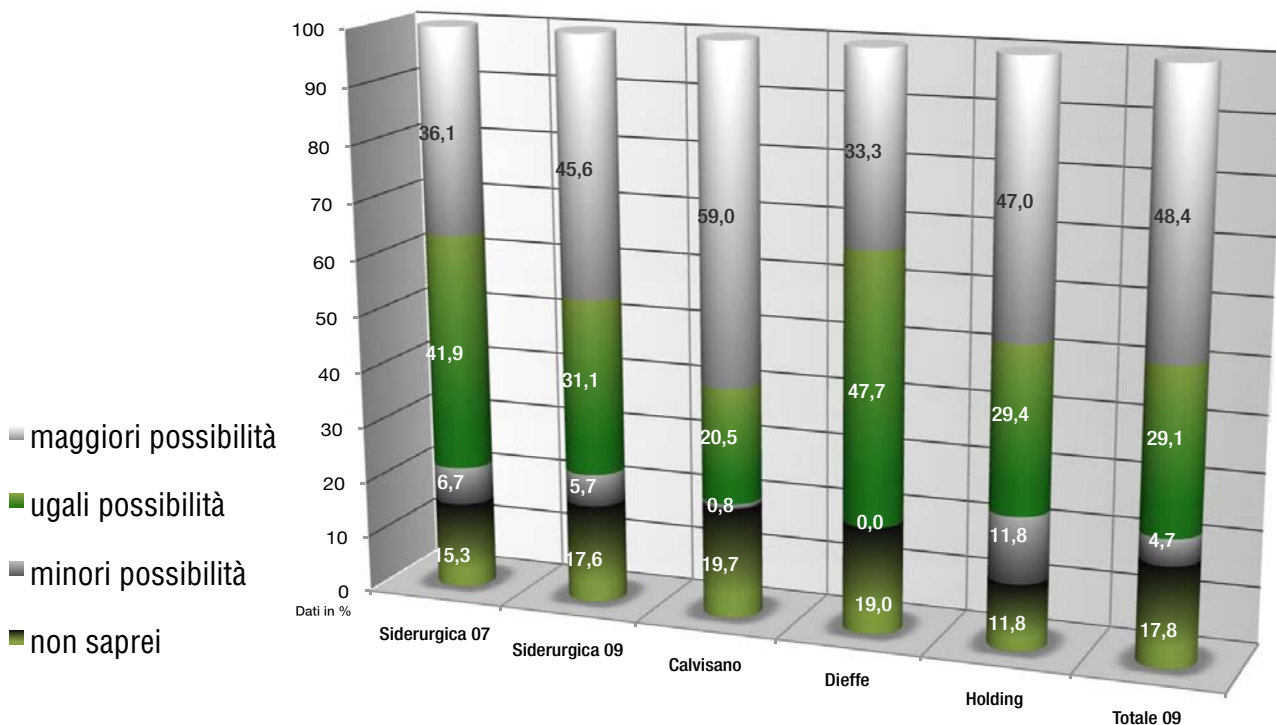
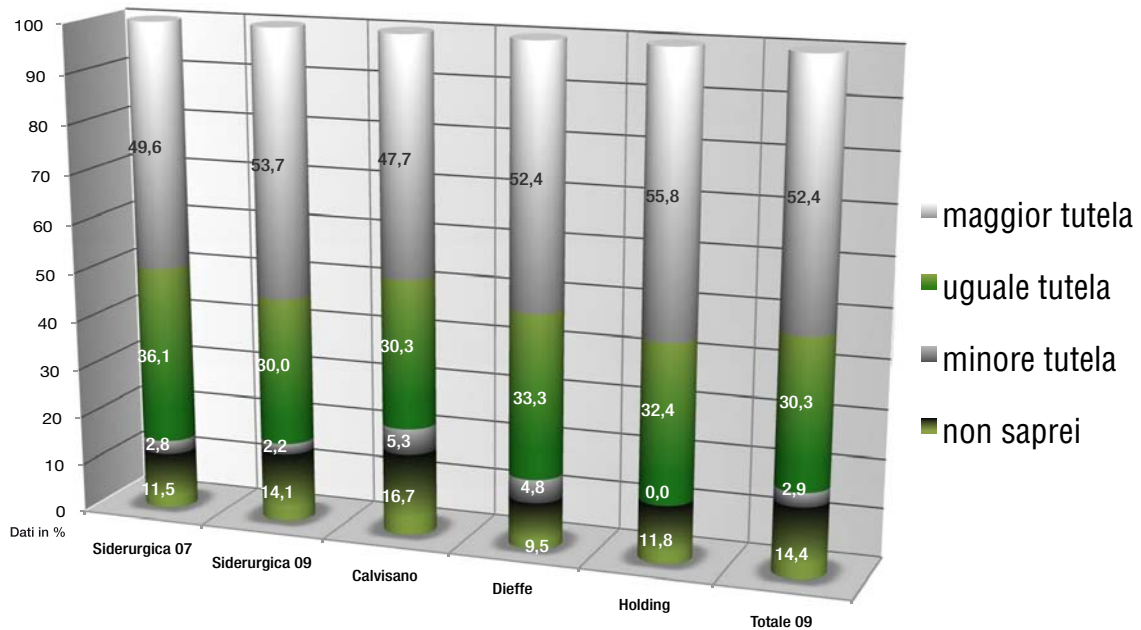
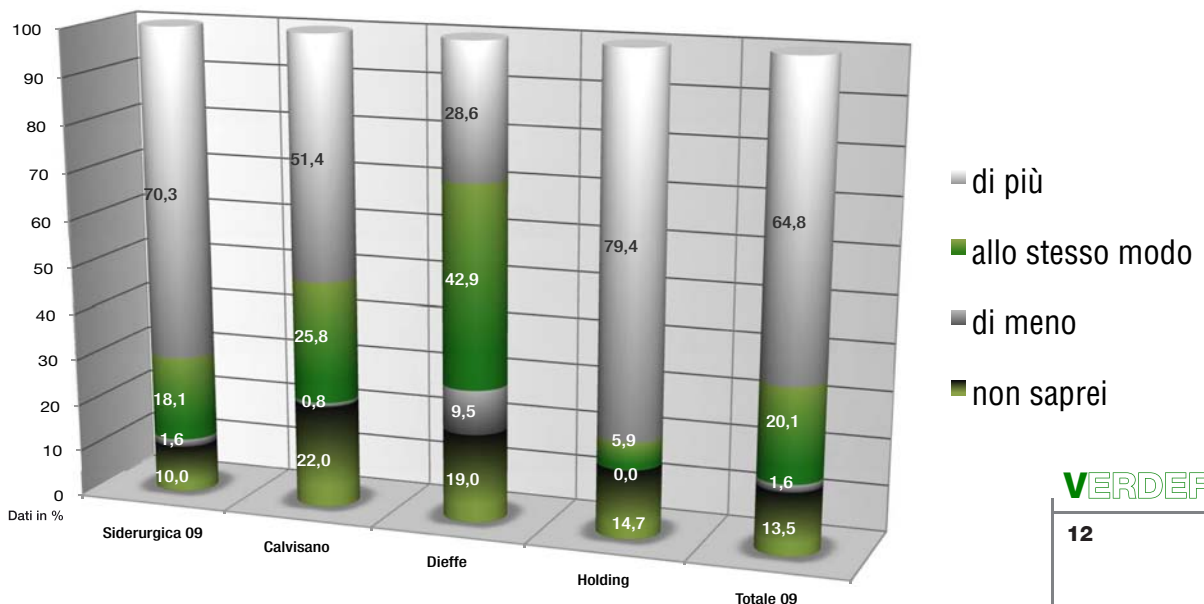


FIG. 6 – “RISPETTO AI POSTI DI LAVORO NELLE AZIENDE DELLA ZONA, UN POSTO IN FERALPI OFFRE IN TERMINI DI DIRITTI DEI LAVORATORI



Data l'importanza dei programmi di tutela ambientale e il crescente impegno finanziario e tecnologico di Feralpi in questo ambito, l'edizione 2009 dell'indagine ha previsto un paio di domande dedicate ai giudizi del personale su questo argomento. In particolare è stata posta una domanda preliminare sul grado di conoscenza degli impegni ambientali dell'Azienda. Le risposte mostrano un livello di conoscenza che non è ancora adeguatamente diffuso: il 19,8% dichiara di conoscere i programmi ambientali dell'Azienda e di avere partecipato alla loro realizzazione, il 47,4% dichiara di conoscerli, il 24,7% ne ha soltanto sentito parlare, ma non li conosce, l'8,1% non ne ha neppure sentito parlare. Inoltre, mentre a Lonato (Siderurgica e Holding) i livelli di conoscenza sono più diffusi, a Pomezia e a Calvisano i livelli di conoscenza sono relativamente più bassi. Dati questi livelli differenziati di conoscenza, i giudizi sulle politiche ambientali (fig. 7) presentano certamente margini di miglioramento, soprattutto a Pomezia dove il forte impegno dell'Azienda di fatto non viene percepito, ma anche a Calvisano.

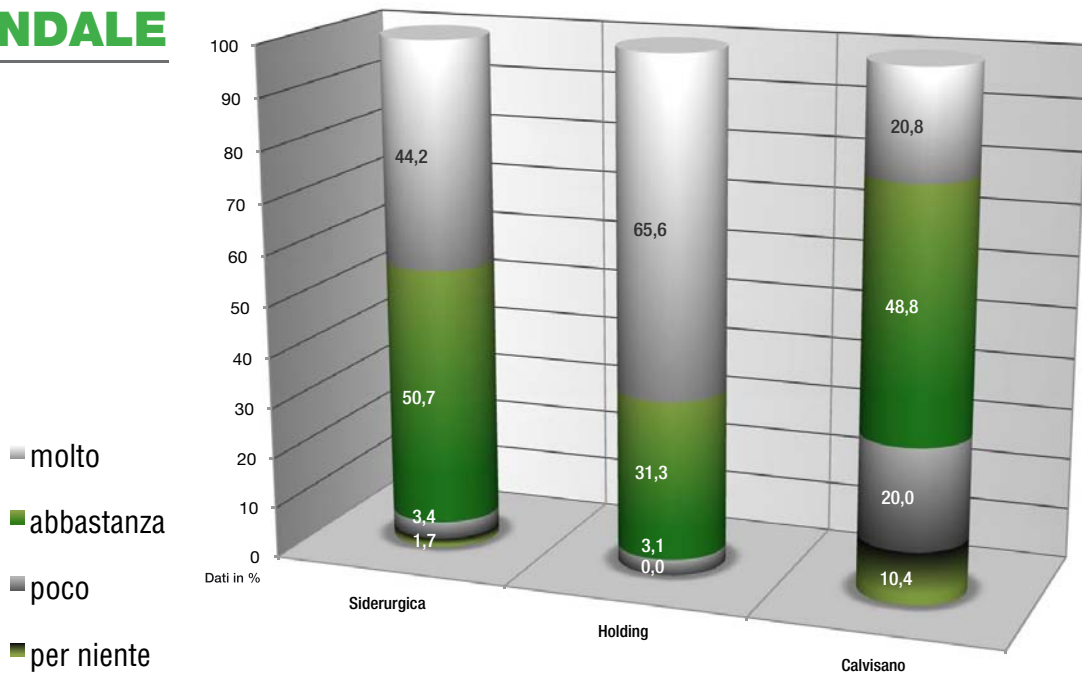
FIG. 7 – “SECONDO LEI, RISPETTO ALLE ALTRE AZIENDE DELLA ZONA, FERALPI SI OCCUPA DELL'AMBIENTE...”



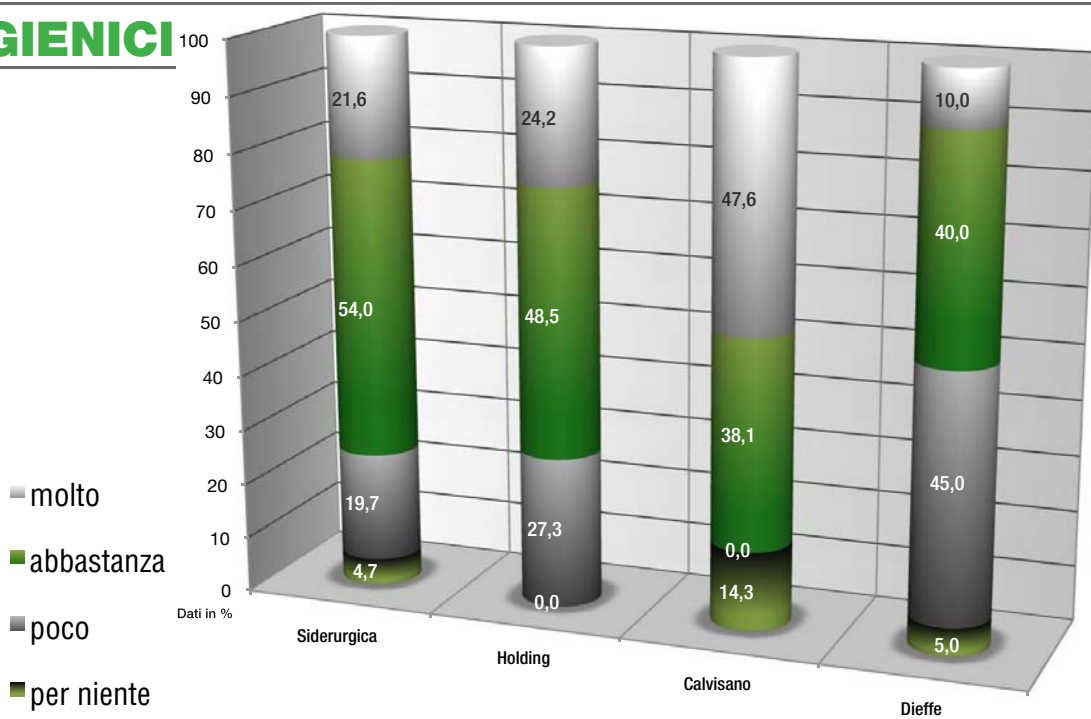
Di seguito vengono presentati i giudizi di soddisfazione espressi nelle diverse sedi per i servizi aziendali offerti.

GIUDIZI DI SODDISFAZIONE ESPRESSI NELLE DIVERSE SEDI

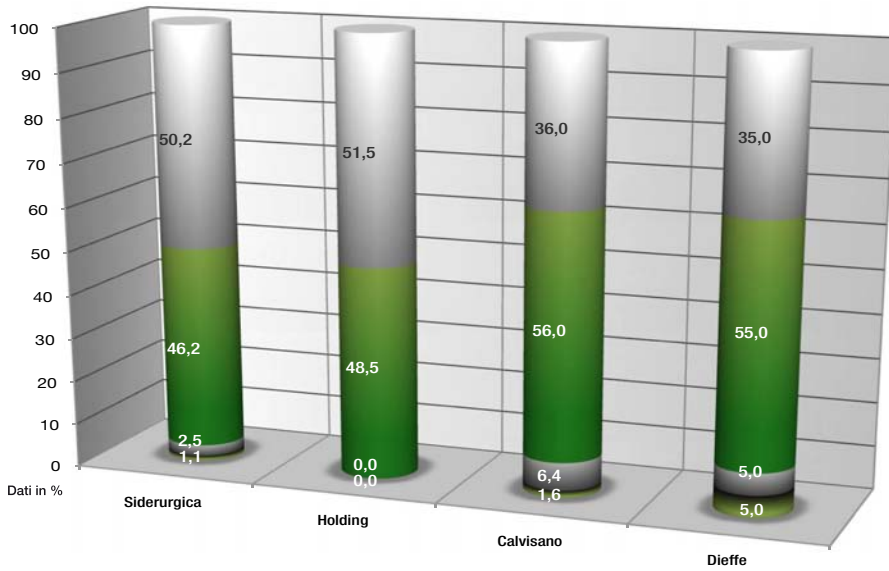
MENSA AZIENDALE



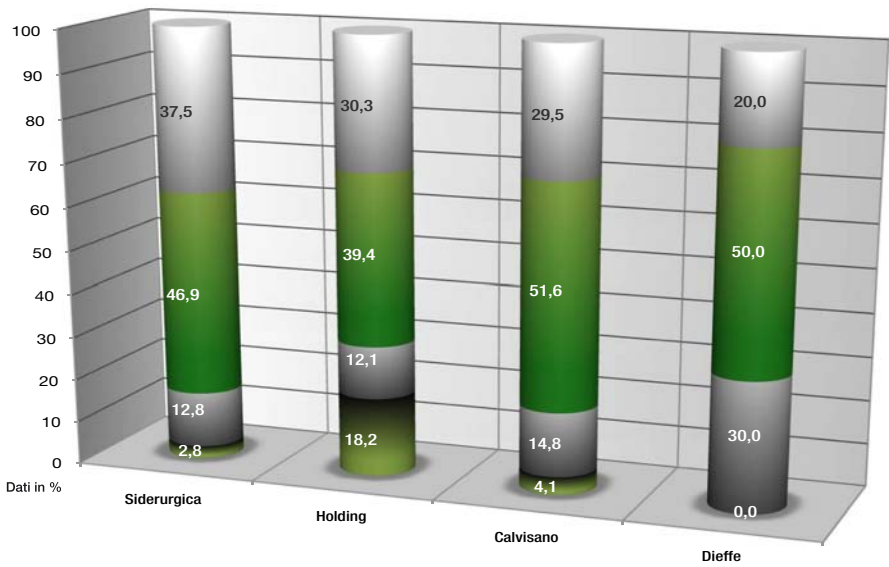
SERVIZI IGIENICI



INFERMERIA

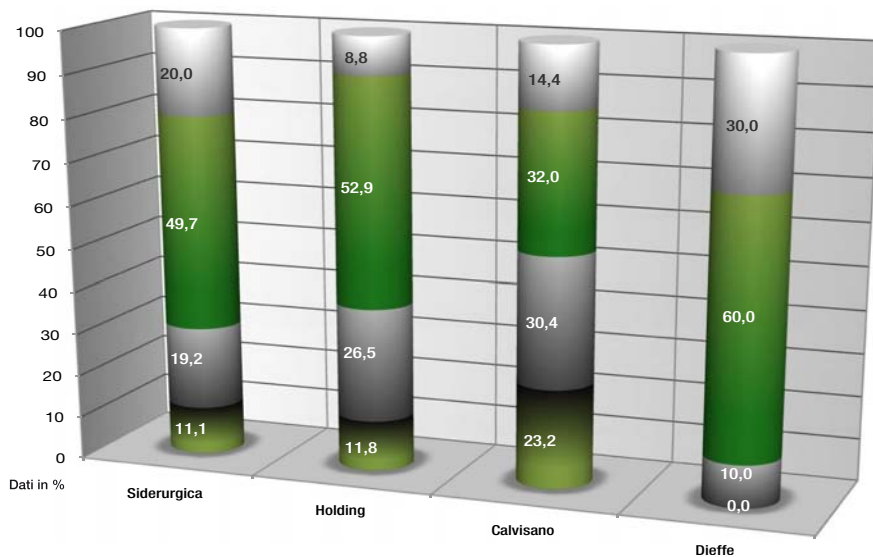


- molto
- abbastanza
- poco
- per niente



FORMAZIONE AZIENDALE

- molto
- abbastanza
- poco
- per niente

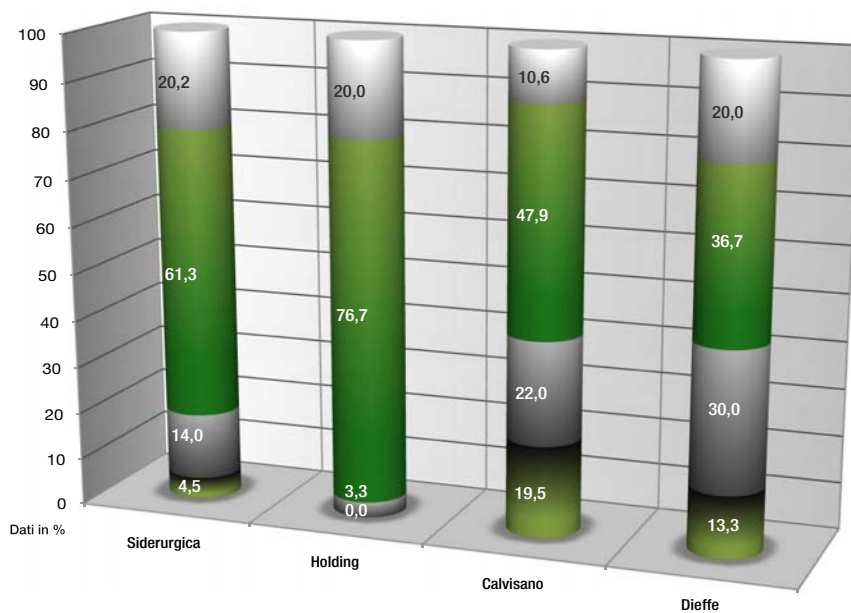


PARCHEGGI AZIENDALI

- molto
- abbastanza
- poco
- per niente

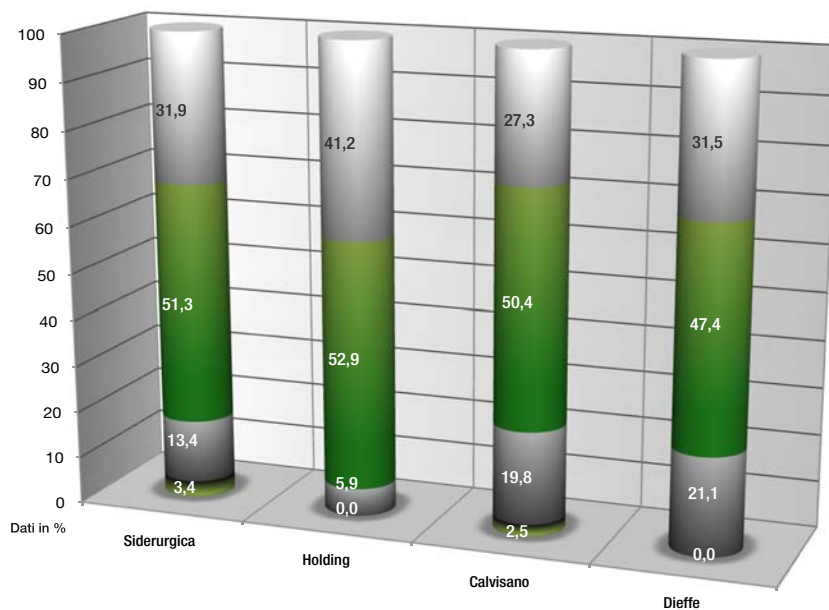
PUNTI RISTORO

- molto
- abbastanza
- poco
- per niente



SPOGLIATOI

- molto
- abbastanza
- poco
- per niente



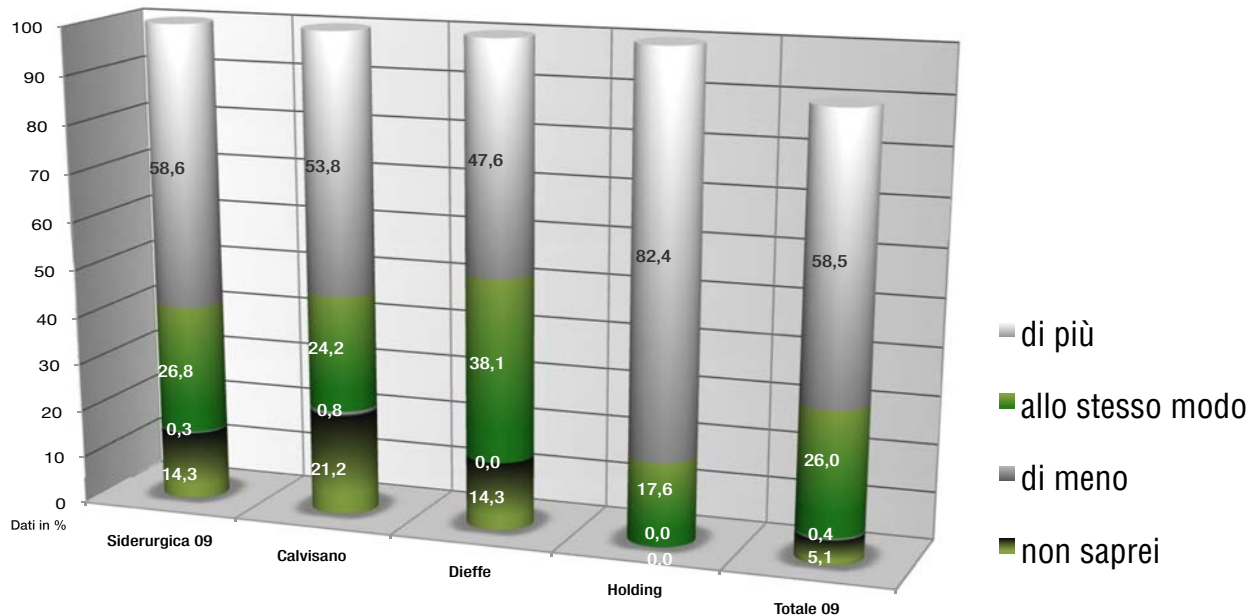
Una parte del questionario con una domanda a risposta aperta è dedicata ai suggerimenti riguardanti il miglioramento dei servizi offerti o eventuali ulteriori servizi che l'Azienda dovrebbe introdurre. A questa domanda hanno risposto 116 rispondenti (20,8%), che hanno dato 151 suggerimenti specifici. La proposta più frequente riguarda l'istituzione del servizio aziendale di lavanderia degli abiti da lavoro (38 indicazioni). Al secondo posto viene indicata la questione parcheggi (19 indicazioni), mentre le restanti indicazioni sono molto diversificate.

4. Le risposte di Feralpi alla crisi

Una parte del questionario è stata dedicata ai giudizi espressi sulla capacità di Feralpi di rispondere alla crisi in atto e in particolare sull'introduzione dei contratti di solidarietà, che rappresentano lo strumento principale adottato per la tutela dei livelli occupazionali. Anzitutto la maggioranza ritiene che Feralpi sia in condizioni migliori di altre

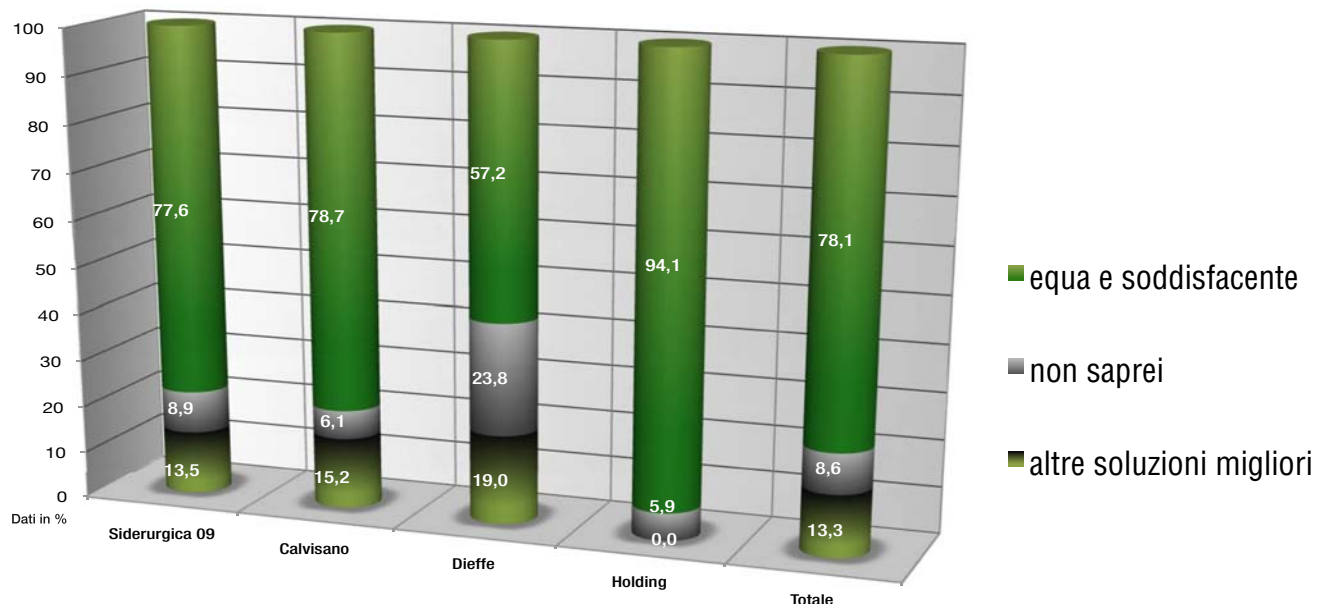
aziende di fronte alla crisi. Soltanto il 26% ritiene che se la caverà più o meno come le altre aziende e meno dell'1% ritiene che farà più fatica. Anche su questo aspetto emerge un giudizio più positivo da parte del personale della Holding. e di fronte alla crisi. Soltanto il 26% ritiene che se la caverà più o meno come le altre aziende e meno dell'1% ritiene che farà più fatica. Anche su questo aspetto emerge un giudizio più positivo da parte del personale della Holding.

FIG. 8 – PENSA CHE DI FRONTE ALLA CRISI FERALPI:



Anche il giudizio sui contratti di solidarietà (fig. 9), la cui introduzione è avvenuta praticamente in contemporanea con la distribuzione dei questionari, mostra opinioni largamente positive in tutte le sedi, con valori massimi presso la Holding (94,1%, dove però il contratto di solidarietà non viene applicato). In Dieffe il giudizio rimane favorevole per la maggioranza (57,2%), ma il 19% ritiene che sarebbe stato meglio adottare altre soluzioni.

FIG. 9 – RISPETTO A MISURE ALTERNATIVE, RITIENE CHE I CONTRATTI DI SOLIDARIETÀ SIANO UNA SOLUZIONE:



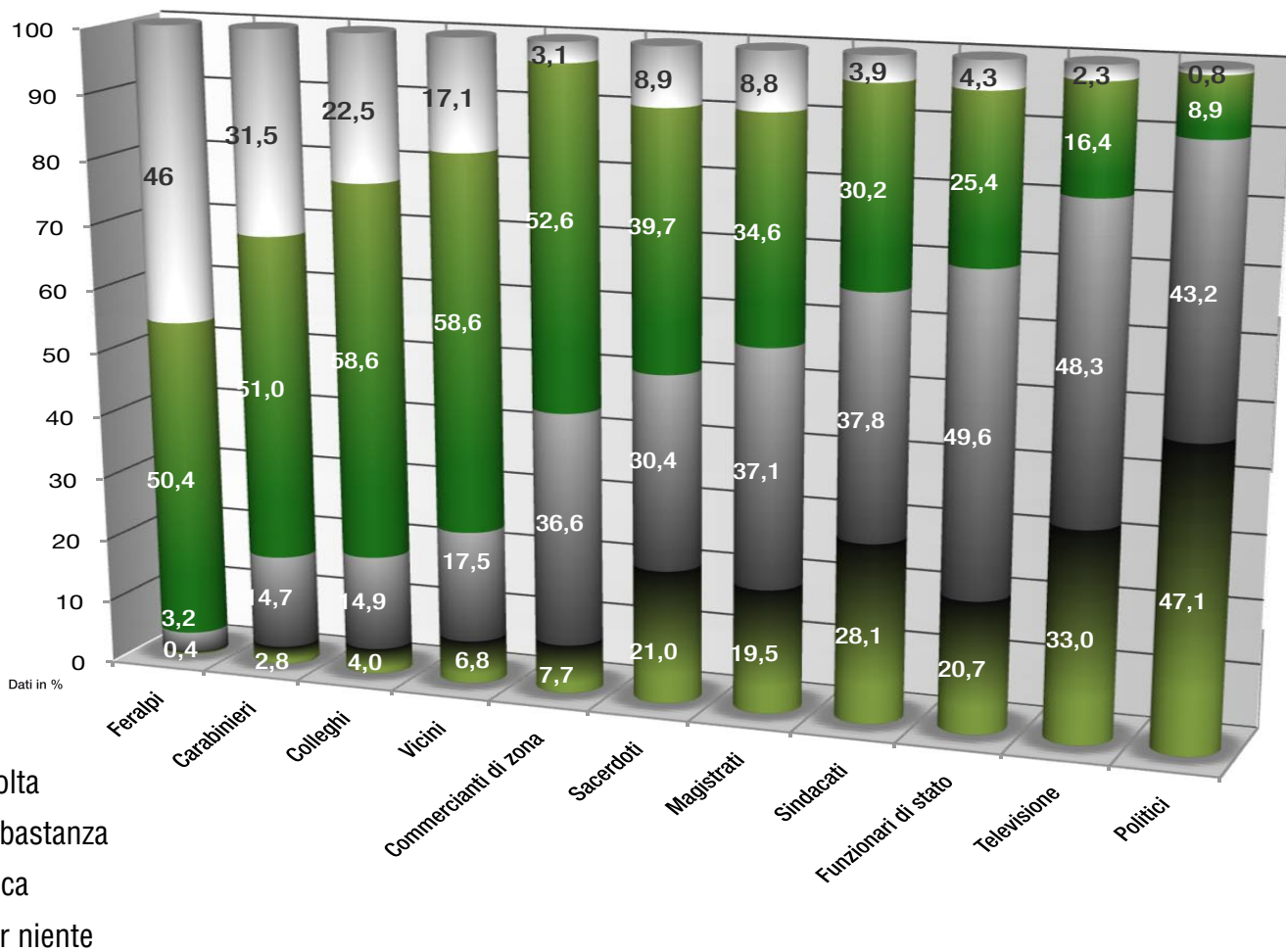
I risultati dell'indagine mostrano anche che il giudizio sui contratti di solidarietà migliora tra il personale più giovane e tra coloro che dichiarano di avere fiducia nei sindacati.

Come nella precedente edizione, è stato indagato il livello di fiducia accordato a Feralpi, inserendo una specifica opzione all'interno di una lista di istituzioni e categorie sociali utilizzata in gran parte in indagini di opinione condotte ripetutamente in passato su campioni rappresentativi dell'intera popolazione italiana.

La fig. 10 riporta i risultati su tutti gli stabilimenti indagati. La fiducia accordata all'Azienda raggiunge il 96,5% e supera quella di qualsiasi altra istituzione o gruppo di riferimento.

Se si considerano specificamente le risposte del personale Siderurgica, in modo da rendere comparabili i risultati del 2007 con quelli del 2009, emerge una crescita molto significativa della fiducia in Feralpi (+19,4 punti). Occorre però tenere presente che nell'edizione 2009 la formulazione della risposta è stata in parte modificata rispetto all'edizione precedente, togliendo la risposta "non saprei". In questo modo gli incerti, che erano particolarmente numerosi due anni prima, hanno sostanzialmente modificato in positivo il loro giudizio. Suddivise per sede, le risposte mostrano ancora una volta giudizi relativamente più positivi espressi dalla Holding.

FIG. 10 – GRADO DI FIDUCIA ESPRESSO PER DIVERSE ISTITUZIONI E CATEGORIE SOCIALI (Totale Gruppo)



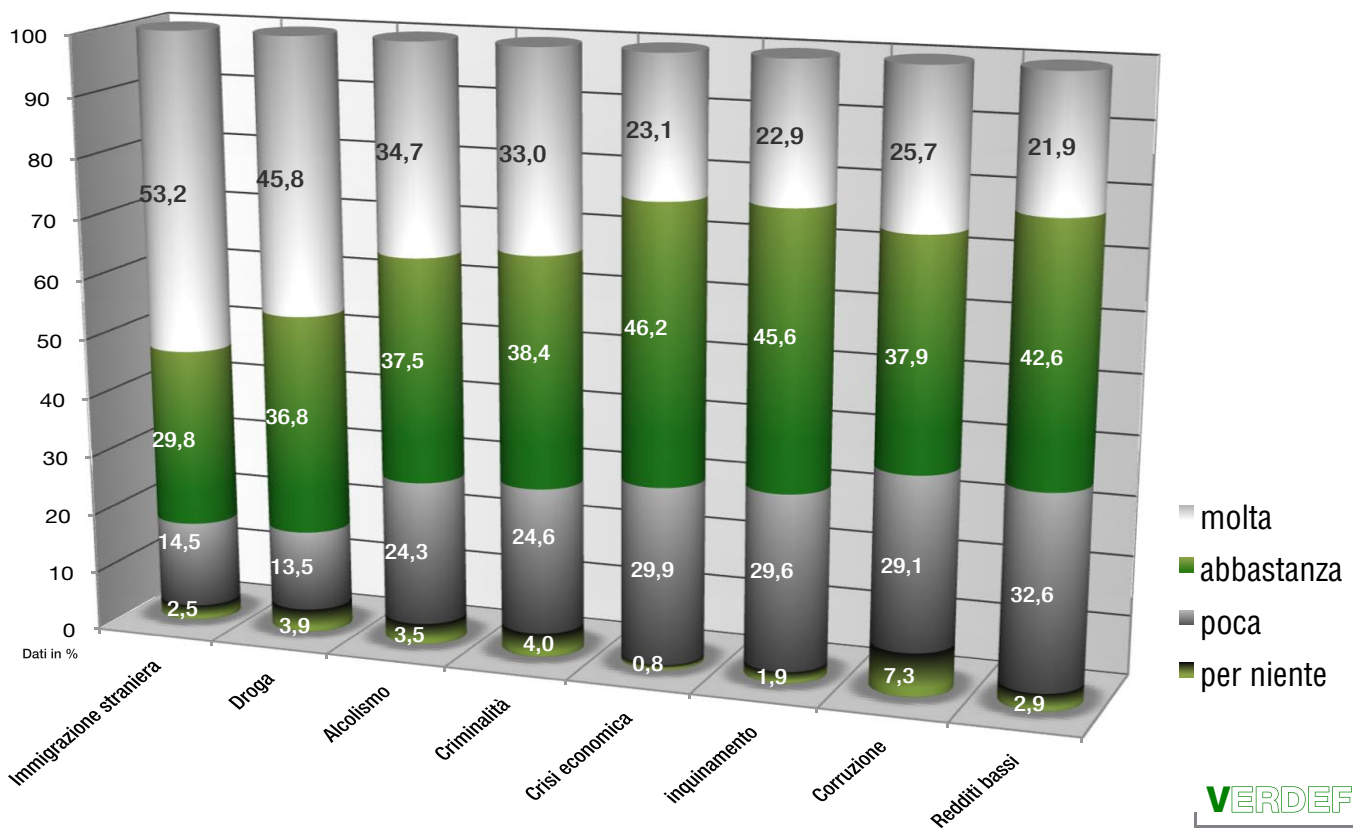
Per un confronto tra il personale Feralpi e l'intera popolazione italiana, può essere interessante ricordare i risultati della più recente indagine sul grado di fiducia nelle istituzioni, condotta a livello nazionale nel marzo 2009 da IPSOS di Milano (Sole 24 Ore del 2 Aprile 2009). Questa indagine utilizza un campione di 1.000 individui maggiorenni, su una serie di 12 riferimenti, in buona parte diversi da quelli utilizzati nell'indagine Feralpi, quindi non immediatamente confrontabili. Tuttavia, le stesse istituzioni citate vedono "polizia e carabinieri" al primo posto con l'85% di adesione (nel caso Feralpi abbiamo 82,5%), la magistratura ottiene il quinto posto con un grado di adesione del 56% (43,4% in Feralpi), i sindacati ottengono il 42% (34,1% in Feralpi), i politici ottengono il 29% (9,1% in Feralpi).

In sostanza si può concludere che i lavoratori Feralpi, relativamente meno propensi della popolazione italiana ad accordare fiducia ad alcune istituzioni nazionali, concentrano la loro fiducia nel Azienda, in modo generalizzato.

5. I problemi sociali del territorio

Una sezione del questionario è stata dedicata alle opinioni e alle preoccupazioni dei lavoratori Feralpi per i problemi sociali ed economici del territorio in una fase congiunturale particolarmente sfavorevole. Si ricorda che le opinioni sono state raccolte a più di sei mesi dallo scoppio della crisi produttiva e a pochi giorni dall'introduzione dei contratti di solidarietà negli stabilimenti del Gruppo. Il risultato evidente di questa sezione del questionario è dato dalla più alta preoccupazione espressa per i problemi sociali rispetto a quelli economici. Ai primi posti troviamo infatti nell'ordine: immigrazione straniera, droga, alcolismo e criminalità, mentre la crisi economica viene solo al quinto posto e i redditi bassi sono relegati addirittura all'ultimo posto.

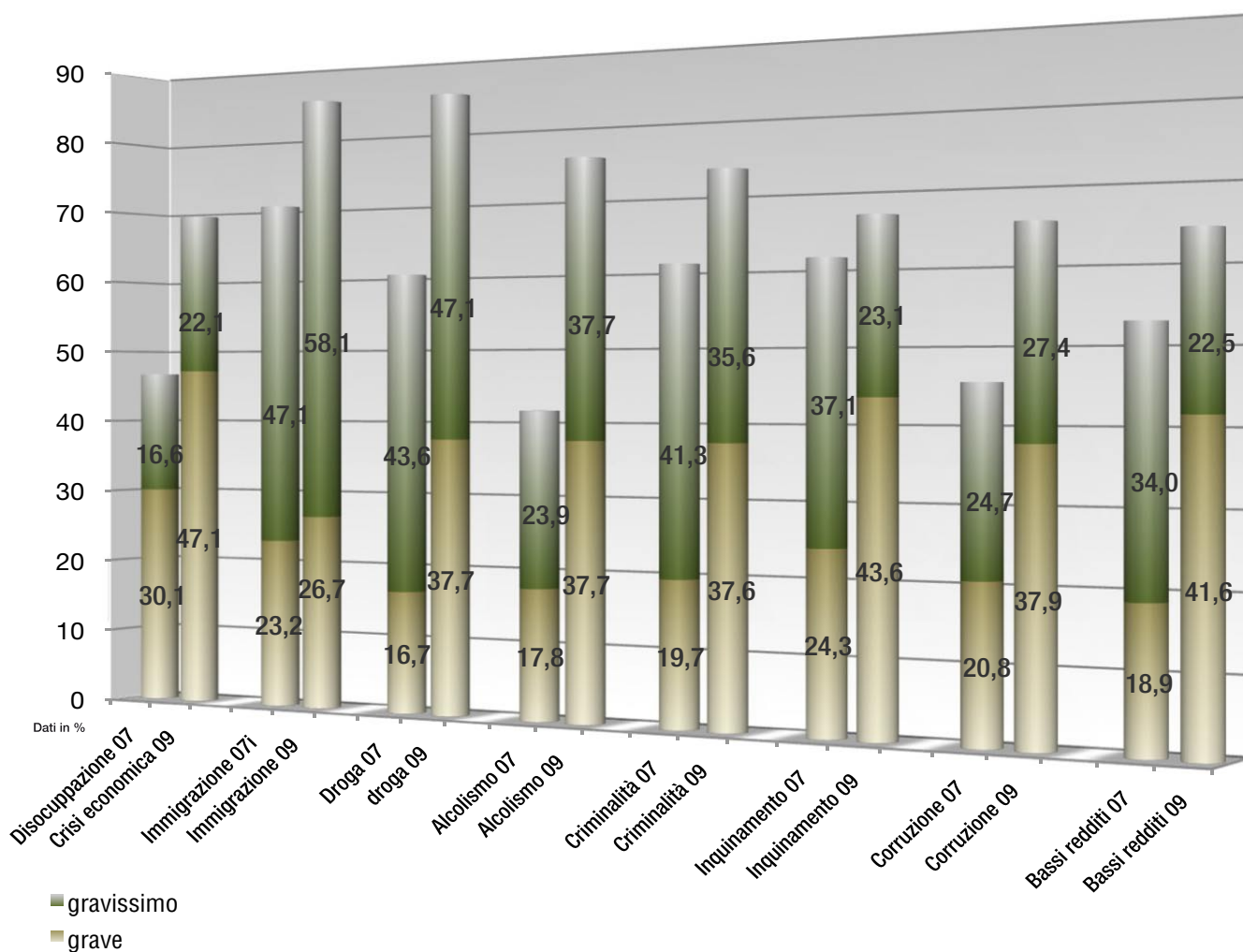
FIG. 11 – QUALI SONO A SUO AVVISO I PROBLEMI SOCIALI PIÙ GRAVI DELLA SUA PROVINCIA?



Un confronto con le risposte date nel 2007 sui problemi principali della provincia può essere fatto solo in parte, perché nel 2009 è stata esplicitamente richiesta una valutazione della crisi economica, mentre nel 2007 la domanda riguardava i livelli di disoccupazione. E' comunque evidente ed esplicito il rapporto tra crisi economica e disoccupazione. La fig. 12 permette una comparazione omogenea tra le due rilevazioni, limitatamente alla sola Siderurgica. Risulta evidente un peggioramento dei giudizi di massima gravità su tutti i problemi proposti, tranne criminalità, inquinamento, e bassi redditi. Tutti i problemi vedono invece un aggravamento se si sommano le valutazioni "gravissimo" e "grave".

A livello locale emergono differenze di giudizio sui problemi della provincia di Brescia rispetto a Pomezia, dove si dà più importanza alla crisi economica, rispetto ai problemi più specificamente sociali. Inoltre nella Holding vengono dati mediamente giudizi meno allarmati su tutti i problemi. Più in generale la percezione della gravità dei problemi è fortemente influenzata dal titolo di studio: all'aumento del livello di istruzione diminuisce fortemente il giudizio di gravità dei problemi.

**FIG. 12 – SOLO SIDERURGICA, CONFRONTO 2007-2009:
QUALI SONO A SUO AVVISO I PROBLEMI SOCIALI PIÙ GRAVI DELLA SUA PROVINCIA?**
(Risposte Gravità elevatissima ed elevata)





E' interessante però notare che, nonostante l'ampio richiamo sulla stampa della grave situazione economica globale, i giudizi su questo specifico punto, catturati dalle domande sulla disoccupazione e sui bassi redditi, non peggiorano. La disoccupazione/crisi economica sale di una posizione, ma i redditi bassi scendono addirittura dal 6° all'ultimo posto. Inversamente, il problema dell'alcolismo balza dall'ultimo al terzo posto.

In sostanza emerge:

- 1.** dal punto di vista relativo, un aggravamento particolarmente marcato dei problemi sociali (immigrazione, droga, soprattutto alcolismo), più che dei problemi economici;
- 2.** dal punto di vista assoluto, è evidente un effetto alone, che tende a vedere un peggioramento generale su tutti gli aspetti, soprattutto da parte dei lavoratori con più bassi livelli di istruzione.

6. Considerazioni conclusive

La seconda indagine sulle opinioni del personale Feralpi, allargata a tutte le sedi ubicate in Italia, testimonia l'attenzione dell'Azienda per il personale – più volte definito stakeholder strategico – e permette di rilevarne le opinioni in un periodo di forte incertezza e di preoccupazione per la crisi in atto.

Le preoccupazioni maggiori si rivolgono tuttavia al di fuori dell'Azienda e nella sfera sociale, piuttosto che in quella economica. I dipendenti Feralpi sembrano anzi rassicurati dal fatto di lavorare in un'Azienda che appare solida, tranquilla e in grado di proteggere i propri famigliari dalle incertezze del futuro. Alla percezione di un deterioramento generalizzato della situazione complessiva (quello che abbiamo chiamato "effetto alone") i dipendenti Feralpi rispondono rafforzando il loro legame, anche emotivo, con l'Azienda, concepita non solo come soggetto economico forte, ma anche come vera e propria istituzione, cioè come organizzazione che incarna valori positivi e pratiche condivise in cui potersi identificare. Entro questa fotografia di gruppo, relativamente omogenea, emergono tuttavia differenze tra stabilimenti, che indicano anche linee di intervento per ridurre la "perifericità" di alcune sedi e coinvolgere più sistematicamente tutte le componenti nell'ascolto e nel dialogo comune.



GLI STRUMENTI DI CSR

In relazione al concetto di responsabilità sociale si sono sviluppati modelli e strumenti di gestione aziendale innovativi, legati al tema dell'etica. Tra questi, il Gruppo Feralpi ne sta adottando diversi, tra cui il Bilancio Sociale e il Codice Etico. Il primo mette nero su bianco gli effetti che l'attività aziendale produce sulla comunità; il secondo dichiara gli impegni etici di comportamento che l'azienda si assume nella gestione dell'attività. Vediamoli nel dettaglio.



BILANCIO SOCIALE

Il Gruppo Feralpi ne vanta ben tre edizioni (la terza uscirà a novembre). Attraverso la redazione di questo documento viene rinnovato l'impegno verso la responsabilità sociale d'impresa, oggi a tutti gli effetti fattore identitario dell'azienda. In sintesi, la scelta personalissima di Feralpi è stata quella di tradurre la passione per l'acciaio espressa nel motto del fondatore " Produrre e crescere nel rispetto dell'Uomo e dell'ambiente" in un modello di governo che considera il capitale intangibile come prioritario per lo sviluppo del Gruppo. Crescendo negli anni, Feralpi si è resa conto che un grande gruppo industriale deve agire responsabilmente, proponendosi come garante nella tutela delle risorse umane, aperto nei confronti degli stakeholder, attento alla salvaguardia degli ecosistemi sui quali può impattare, lungimirante sulle scelte non solo economiche, ma anche sociali e sugli investimenti in ricerca e innovazione. Oggi l'attenzione all'etica non può più essere un'eccezione, ma deve essere una scelta costante, che concili lo sviluppo economico con il rispetto della persona umana.

In armonia con questo principio, espresso di recente anche dal Santo Padre Benedetto XVI, Feralpi vuole offrire un documento da mettere a disposizione di chiunque desideri capire come di Feralpi produca acciaio e cosa comporti la gestione di questa attività. Il Bilancio Sociale di Feralpi non esprime che la convinzione di come l'industria debba dare spazio ad un'imprenditoria cosciente, che sappia trarre il meglio dalla tradizione per investire su un futuro migliore e pulito. Per farlo occorre promuovere il confronto, il rispetto, il dialogo con tutti i portatori d'interesse.

Il Gruppo Feralpi vanta ormai una lunga tradizione in questo senso. Negli anni recenti l'impegno di Feralpi a favore del dialogo è aumentato considerevolmente, anche a seguito dello sviluppo aziendale che, per contro, ha reso più complesse le relazioni con tutte le parti interessate. La pubblicazione stessa delle edizioni precedenti del bilancio di sostenibilità ha favorito l'incontro tra l'azienda e i suoi stakeholder contribuendo a migliorare la conoscenza delle attività socialmente rilevanti svolte dal Gruppo.

Ma quali sono le attività che Feralpi ha promosso in questo senso? Sintetizzarle è difficile, anche perché sono tante e diverse fra loro. Di seguito ne selezioniamo alcune fra le principali, a partire

dalla pubblicazione del primo Bilancio di sostenibilità, nel 2005, che ha rappresentato non solo un'occasione di comunicazione pubblica, ma è stata oggetto di incontri con le autorità regionali, provinciali e locali, laiche e religiose. Sempre nello stesso anno, come non ricordare l'uscita del primo numero del periodico aziendale "Verde Feralpi", nato su iniziativa di un gruppo di dipendenti. Il periodico oggi è considerato un appuntamento fisso di cronaca aziendale che racconta in modo informale ma esaustivo il lavoro quotidiano e le tante iniziative che l'azienda organizza nelle comunità di riferimento, da quelle sportive fino ai diversi interventi sociali nel territorio. Dal 2007 la rivista viene distribuita anche a clienti e fornitori, diventando a tutti gli effetti un veicolo di informazione personalizzato e riconoscibile.

Il Gruppo ha sempre curato le occasioni d'incontro con l'esterno: per citarne una, il 22 novembre 2006 si è svolto presso lo stabilimento delle Acciaierie di Calvisano il convegno "Sistema di gestione ambientale Uni En Iso 14001:2004. Sostenibilità ambientale in siderurgia", cui hanno partecipato membri della giunta comunale, esponenti delle associazioni locali e rappresentanti sindacali. Il convegno, che ha suscitato grande interesse e partecipazione, è stato organizzato allo scopo di presentare la politica ambientale delle Acciaierie di Calvisano, in occasione dell'ottenimento della certificazione.

Feralpi ha a cuore anche la formazione giovanile: dal 2007 il Gruppo finanzia il progetto di apprendistato professionalizzante costituito grazie al protocollo d'intesa con la Provincia di Brescia, il Comune di Lonato, l'Ufficio Scolastico Provinciale di Brescia, l'Azienda Speciale G. Zanardelli, l'Itis Cerebotani e l'ISFOR 2000. Il progetto è il primo in Provincia a rientrare nel disegno nazionale di Apprendistato Professionalizzante, tale da poter essere considerato come "progetto pilota" a livello regionale. Sempre sulla formazione, Feralpi ha organizzato anche vari incontri tematici tra cui, lo ricordiamo, l'8 novembre 2007, una tavola rotonda alla presenza delle cariche istituzionali preposte alla formazione del Comune di Lonato, della Provincia di Brescia, della Regione Lombardia, dell'Ufficio Scolastico Provinciale di Brescia, dell'Azienda speciale Giuseppe Zanardelli, di Isfor 2000 e dell'Itis Cerebotani. L'11 aprile 2008, in occasione di un seminario ospitato al Cfp Zanardelli di Brescia, l'azienda ha messo a confronto il sistema di formazione duale tedesco con il modello dell'alternanza scuola-lavoro e il 6 novembre, presso l'Ufficio Provinciale Scolastico di Brescia, ha organizzato il convegno "Apprendistato Professionalizzante: tavola di confronto sui piani di formazione professionali", per delineare le prospettive per il futuro

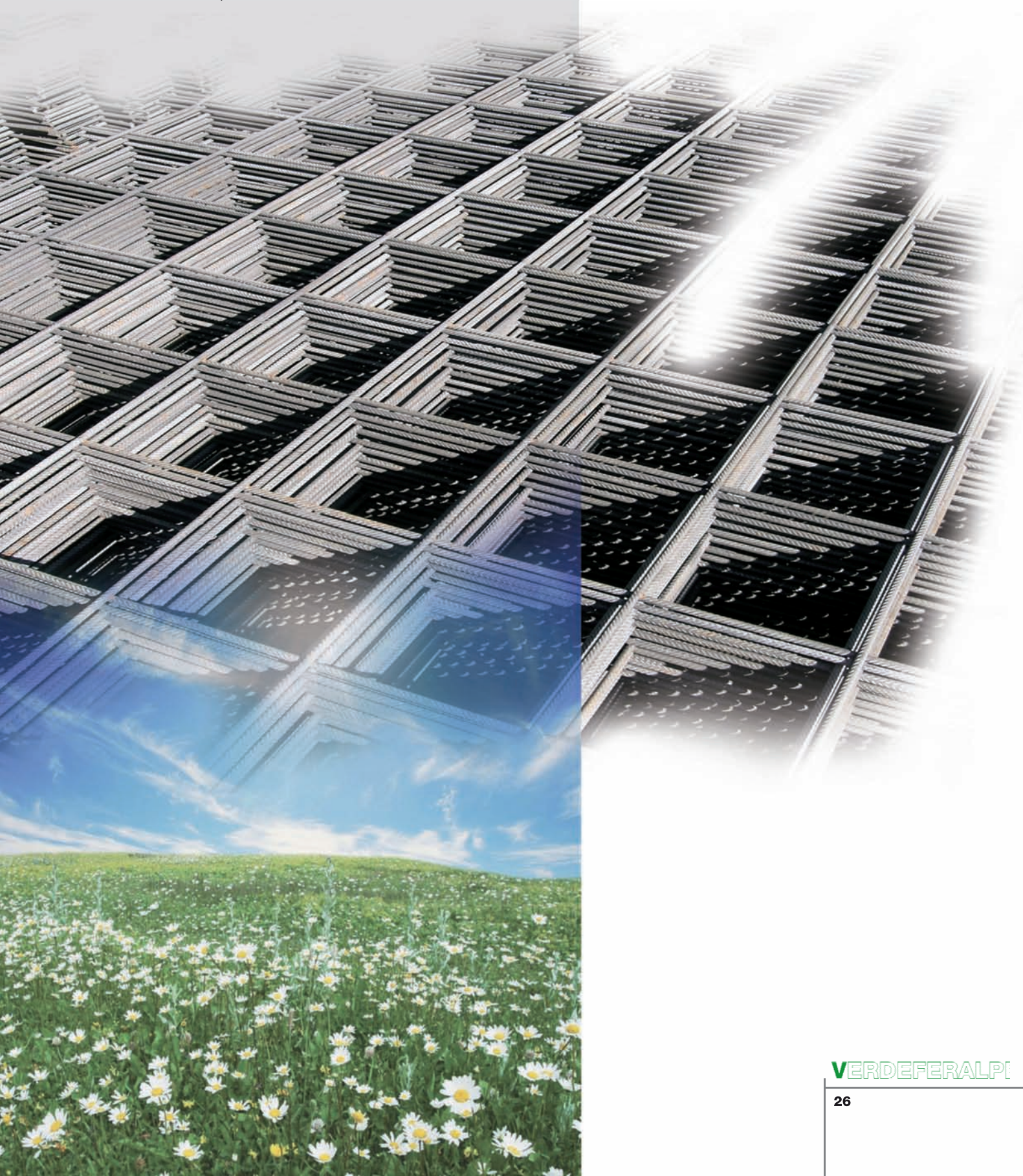


dell'apprendistato professionalizzante a livello regionale e nazionale.

Sempre nell'ambito della Responsabilità sociale d'impresa, il 16 aprile 2008 l'azienda ha dato vita all'incontro illustrativo "I risultati di una gestione sostenibile. Migliorie Tecniche e Buone Pratiche" per la presentazione dei nuovi investimenti impiantistici realizzati in virtù del protocollo d'intesa sottoscritto tra l'Amministrazione di Calvisano e l'acciaiera, che prevedeva una serie d'interventi di adeguamento degli impianti e la modifica della zonizzazione acustica.

Sono state molte le occasioni di sentita condivisione, a partire dal 1° aprile 2008, con una cerimonia nella chiesa di Viadana, promossa dalle Acciaierie di Calvisano e dal parroco don Luigi Pellegrini, per la benedizione di una targa in memoria di un dipendente prematuramente scomparso nel 2007, il sig. Battista Uberti, modello di integrità, impegno e operosità. Sempre nella direzione del coinvolgimento e del dialogo, come non citare l'evento aziendale dell'ultimo quarantennio: L'open day "Benvenuti in fabbrica" che il 7 settembre 2008, proprio in occasione del 40° anniversario della fondazione ha visto la partecipazione di circa 8.000 visitatori, l'organizzazione di 2.000 visite guidate agli impianti e l'allestimento di 30.000 mq. di esposizione, che hanno ospitato rappresentanti dell'associazionismo sociale e sportivo locale.

delle loro famiglie all'Azienda, ma anche l'interesse suscitato presso la cittadinanza in generale. Anche le altre aziende estere sono impegnate in un programma di CSR: nel corso del 2007 a sostegno delle celebrazioni organizzate per l'888° anno di fondazione della città di Riesa e nel febbraio 2008 con la presentazione del Bilancio di Sostenibilità 2005-2006 in Esf.



2 IL CODICE ETICO

Altro strumento di CSR è il Codice Etico. Feralpi ci sta lavorando da tempo e il 29 luglio 2009 ha approvato la versione definitiva. Tale documento rappresenta un importante passo in avanti nei confronti del cammino di responsabilità sociale d'impresa adottato, nello specifico con riferimento al programma di adeguamento ai requisiti del decreto legge 231 riguardante la responsabilità amministrativa delle persone giuridiche. Sigle e leggi a parte, la sua realizzazione deriva da un percorso di profonda riflessione interna sulle motivazioni che guidano l'attività, con la rivalutazione in chiave di responsabilità sociale dell'impatto che il Gruppo ha sia a livello diretto che indiretto.

Il Codice Etico diventa lo strumento principale di definizione, diffusione e tutela dell'etica degli affari all'interno dell'Azienda e nei rapporti con tutti i suoi portatori di interesse. Infatti, il Codice enuncia i valori e principi generali che ispirano l'azione quotidiana dei membri dell'organizzazione aziendale a tutti i livelli e definisce le norme di comportamento con essi congruenti e riferite specificamente a ciascun soggetto interessato più o meno direttamente dall'attività aziendale (dipendenti, clienti, fornitori, pubblica amministrazione, comunità, ecc). Essendo Feralpi un Gruppo, il Codice Etico vuole trovare concreta applicazione in tutte le società controllate e ognuna di esse dovrà occuparsi della sua diffusione e del suo recepimento. Per una diffusione più capillare, il testo del Codice sarà presente sul sito www.feralpigroup.com, sempre nella sezione "Sostenibilità".

Anche con l'introduzione del Codice Etico Feralpi si pone come interlocutore leale, consapevole di come lavora e di quanto può ancora fare. Questa consapevolezza viene dal fatto che oggi il Gruppo può dire di essere tra i primi investitori in Italia in impianti produttivi all'avanguardia, in formazione del personale, in sicurezza e in comunicazione aperta e trasparente e che tutte le aziende europee approvano e mettono in atto la missione e i valori in modo unitario e responsabile. Questo significa adeguarsi ad un nuovo panorama socio-economico e ambientale che richiede sempre maggior consapevolezza e attenzione al benessere comune, che comporta un approccio più orientato ad una visione umanistica, in cui l'economia sia davvero al servizio dell'Uomo e non viceversa.



UN IMPEGNO A LUNGO TERMINE

CSR

Il senso di intraprendere un percorso di responsabilità sociale ha valenza solo se è di lungo periodo.

Questo significa che ogni stakeholder verrà via via coinvolto e, passo passo, le occasioni saranno molteplici e studiate in una logica di miglioramento continuo.

VERDE FERRALLPI



VERDEFERALPI

PERIODICO ECONOMICO
CULTURALE
DEL GRUPPO FERALPI

1968 2008



Feralpi Group

FERALPI SIDERURGICA S.p.A.

Sede Legale: 25122 Brescia via Aurelio Saffi, 15

Stabilimento e sede amministrativa:

25017 Lonato (BS) - via C.N. Pasini, 11

Tel. +39 30 99961 ric.aut.

Fax +39 30 9132786

feralpi@feralpi.it