



ISFOL

**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA
NELLE PMI.
L'EMERSIONE DELLA FORMAZIONE
IMPLICITA E DELL'INNOVAZIONE
SOCIALE**

**Sintesi dei principali risultati
della ricerca**

di Paola Nicoletti



Unione europea
Fondo sociale europeo



DIREZIONE GENERALE PER LE POLITICHE ATTIVE,
I SERVIZI PER IL LAVORO E LA FORMAZIONE



Programmi operativi nazionali
per la formazione e l'occupazione

Il presente paper è stato realizzato da Paola Nicoletti, ricercatrice responsabile dell'attività di ricerca sulla Responsabilità sociale d'impresa nell'ambito della Struttura Sistemi e Servizi formativi dell'ISFOL. Il paper raccoglie e diffonde i principali risultati di un'indagine realizzata nell'ambito del Piano di attività ISFOL 2014, raccolti nel volume [Responsabilità sociale d'impresa nelle Pmi. L'emersione della formazione implicita e dell'innovazione sociale](#), di cui è Autrice Paola Nicoletti, edito dall'ISFOL nella Collana I Libri del Fse, 2015.

La ricerca è stata finanziata dal Fondo Sociale Europeo nell'ambito dei Programmi operativi nazionali a titolarità del Ministero del Lavoro e delle politiche sociali "Governance e Azioni di sistema" (Ob. Convergenza) e "Azioni di sistema" (Ob. Competitività regionale e occupazione), Asse Adattabilità, Obiettivo specifico 1.4 Formazione e impresa formativa, Attività 3, annualità 2014.

Riferimenti:

ISFOL

Corso d'Italia, 33
00198 Roma
Tel. (+39) 06854471
Fax (+39) 0685447334
www.isfol.it

Copyright (C) [2015] [ISFOL]

Quest'opera è rilasciata sotto i termini della licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale

Condividi allo stesso modo 4.0. Italia License.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA NELLE
PMI.
L'EMERSIONE DELLA FORMAZIONE IMPLICITA E
DELL'INNOVAZIONE SOCIALE**

**Sintesi dei principali risultati
della ricerca**

di Paola Nicoletti

Sommario

Gli obiettivi della ricerca	6
I principali risultati emergenti dall'analisi di scenario	9
I principali risultati emergenti dall'indagine.....	14
I principali risultati in merito alla formazione formale	15
I principali risultati in merito alla formazione non formale	16
I principali risultati in merito all'innovazione sociale.....	19

Gli obiettivi della ricerca

Il progetto è nato dalla volontà di proseguire il percorso di ricerca dell'ISFOL su un tema di attualità in ambito comunitario ed internazionale come quello del Corporate social responsibility, ovvero della Responsabilità sociale d'impresa, valorizzato dalle istituzioni a livello nazionale, anche a seguito del piano mirato d'azione promosso dal governo italiano.

L'indagine sulla *Responsabilità sociale d'impresa nelle Pmi. L'emersione della formazione implicita e dell'innovazione sociale* si colloca in linea di continuità con le attività di studio e di ricerca già poste in essere dall'Istituto negli ultimi due anni¹, caratterizzandosi, al contempo, come consolidamento e approfondimento del filone di ricerca dedicato allo studio delle esperienze di Corporate social responsibility nelle imprese italiane, con specifico riguardo alle piccole e medie imprese.

Ad oggi soprattutto le grandi imprese hanno strutturato il proprio impegno di responsabilità sociale, attraverso la pianificazione, la governance e la gestione dei processi di sostenibilità, la comunicazione agli stakeholder e la rendicontazione sociale, mettendo in trasparenza le attività svolte, i progressi compiuti e l'andamento dei risultati in rapporto agli obiettivi di sostenibilità prefissati.

La scommessa è quindi favorire l'emersione delle pratiche di responsabilità sociale adottate dalle imprese di dimensione minore, che seguono approcci semplificati, spesso informali di RSI nella gestione quotidiana dell'impresa, non utilizzando normalmente la rendicontazione sociale o di sostenibilità quale strumento gestionale delle politiche aziendali a forte valenza strategica.

Questo approccio, tesaurizzando i risultati emergenti dalla prima indagine ISFOL, ha consentito di analizzare il tema della responsabilità sociale e della sostenibilità economica sociale e ambientale nell'ambito delle piccole e medie imprese del nostro Paese, al fine di meglio comprendere il fenomeno e fare luce sulle peculiarità, gli aspetti critici e le potenzialità di sviluppo della RSI nelle PMI, con particolare riguardo all'emersione della responsabilità sociale, della formazione e dell'innovazione implicita. Le imprese di dimensioni più ridotte, infatti, pur agendo secondo i principi della

¹ Nicoletti P., *Responsabilità sociale d'impresa. Policy e pratiche*, Isfol, I Libri del Fse, 2014

responsabilità sociale, generalmente non seguono un metodo strutturato per comunicare le loro iniziative di CSR e dare visibilità all'impegno profuso.

L'emersione della responsabilità sociale, in particolare nelle micro-imprese, è un processo informale, non organizzato né comunicato agli stakeholder, un processo destinato a rimanere informale e intuitivo, come dichiara la stessa Commissione europea nella sua ultima comunicazione sulla CSR. È il fenomeno della "RSI sommersa", ossia di comportamenti che, seppure in linea con i dettami della responsabilità sociale non sono organizzati, identificati o comunicati agli stakeholder come tali attraverso varie forme di comunicazione, tra cui il reporting sociale o di sostenibilità. Le PMI collocate all'interno delle filiere (catene del valore) globali mostrano maggiore attenzione alla comunicazione della CSR, trainate dalle richieste delle grandi aziende multinazionali, che fanno da apripista.

Strettamente connesso è il tema dell'innovazione sociale e della formazione implicita, dell'apprendimento non formale, non convenzionale che non viene misurato e non rientra nelle statistiche, ma che è ampiamente utilizzato dalle piccole e micro imprese.

Le contraddittorie valutazioni circa il reale valore della RSI, in particolare sulla crescita delle risorse umane che operano all'interno delle aziende, ha spinto a un'analisi qualitativa delle esperienze maturate nell'ambito delle PMI, sia quelle espresse in percorsi e procedure di rendicontazione formale, sia quelle implicite che in questa tipologia di imprese vengono spesso realizzate senza una consapevole ed espressa volontà di emersione.

Gli obiettivi della ricerca sono stati pertanto quelli di:

- approfondire le politiche e le strategie messe in atto a livello nazionale, anche sulla base degli orientamenti comunitari per favorire lo sviluppo della RSI nelle PMI, i punti di forza e le problematiche specifiche che si pongono rispetto a queste tipologie di impresa. Una particolare attenzione è stata rivolta all'emersione delle pratiche di responsabilità sociale, alle aggregazioni tra imprese quale strumento di sostenibilità² e agli strumenti e linee guida di gestione e di

² Per favorire l'emersione della Responsabilità sociale d'impresa, anche le varie tipologie di aggregazioni e di reti si rivelano strumenti privilegiati di diffusione e di messa in luce delle iniziative, sia nel caso in cui il network sia stato creato da aziende con simile sensibilità alla RSI, che condividono valori e principi etici per raggiungere un obiettivo comune, sia nel caso di reti costituite da aziende con diversa sensibilità ed esperienza di sostenibilità, che si sono unite

rendicontazione sociale mirata per le PMI, quale opportunità per facilitare l'emersione. Con specifico riferimento a quest'ultimo aspetto, sono state analizzate le ragioni di una rendicontazione sociale o di sostenibilità da parte delle piccole e medie imprese, è stata fatta una ricognizione degli strumenti e linee guida di gestione utilizzabili, con particolare riguardo all'esperienza e alle prospettive del Global reporting initiative e agli specifici indicatori di sostenibilità per le PMI già individuati a livello nazionale e interregionale, ripercorrendo le diverse opportunità offerte alle imprese medie, piccole e micro per mettere in trasparenza il loro impegno e le loro iniziative di Responsabilità sociale d'impresa, innovazione e competitività;

- analizzare l'impegno nella formazione delle risorse umane quale pilastro della sostenibilità, affrontando la complessa problematica dell'emersione della formazione implicita, ovvero dell'apprendimento di tipo non formale, intenzionale, volontario ma non certificato, non convenzionale che non viene misurato, di cui non è agevole tener conto, che non rientra nelle statistiche sulla formazione continua, ma che è ampiamente utilizzata dalle piccole e micro imprese quasi come prassi quotidiana. Si tratta di una formazione sommersa, quasi spontanea, ma determinante nelle piccole e micro imprese per trasferire il know how ai dipendenti. Il passaggio di conoscenze, atteggiamenti e comportamenti avviene infatti spesso in tali imprese per affiancamento, o attraverso la formazione sul lavoro, o per autoapprendimento, piuttosto che per attività corsuali effettuate internamente o esternamente, alle quali fanno invece riferimento le attività rilevate nelle indagini statistiche.

La metodologia di ricerca utilizzata ha previsto un'attività di analisi e ricerca on desk integrata da una serie di confronti diretti con le imprese, attraverso un focus group con gli imprenditori di aziende medie e piccole, ai quali è stato successivamente somministrato un questionario focalizzato sulle

proprio per sviluppare insieme progetti comuni di RSI al fine di accrescerne l'efficacia. Sono stati al riguardo individuati e analizzati nella ricerca ISFOL due modelli decisamente significativi, poco noti, di convergenza e di aggregazione per il welfare, sia tra le stesse imprese, che tra queste e i sindacati nell'ottica della bilateralità.

attività formative, per rilevare quelle esplicite e far emergere quelle implicite.

La presente sintesi illustra i risultati delle attività di ricerca, integrate con le indicazioni delle istituzioni, delle parti sociali e delle imprese rilevate nel workshop sulla Responsabilità sociale d'impresa organizzato dall'ISFOL il 26 giugno 2014; le indicazioni di alcuni imprenditori di piccole e medie imprese emerse nel focus group di sensibilizzazione agli obiettivi della ricerca, organizzato dall'ISFOL il 24 luglio 2014 con l'ausilio della Piccola industria di Confindustria; i dati emergenti dall'indagine condotta dall'ISFOL sull'impegno delle PMI in alcune iniziative di Responsabilità sociale d'impresa, finalizzata a rilevare gli interventi di formazione espliciti e di crescita professionale dei dipendenti e a far emergere le attività formative implicite, insieme ad azioni di innovazione sociale e di Corporate welfare.

I principali risultati emergenti dall'analisi di scenario

L'indagine ha messo in luce come sarebbe erroneo intendere le piccole e medie imprese come "piccole grandi imprese"³, in quanto le peculiarità che connotano le PMI sono diverse, e possono essere sintetizzate nelle seguenti caratteristiche che si ripercuotono direttamente sulla modalità di sviluppo e l'implementazione di politiche di responsabilità da parte delle imprese di piccole e medie dimensioni⁴.

La prima specificità riguarda la matrice familiare del management d'impresa e la gestione diretta da parte della "proprietà", senza alcuna separazione tra proprietà e controllo, e con un ruolo strategico da parte dell'imprenditore/proprietario che incide direttamente sulle decisioni aziendali con le proprie propensioni e relazioni personali che, nella maggior parte dei casi, condizionano in modo rilevante le scelte dell'azienda anche in tema di impegno sociale e di sostenibilità.

La seconda peculiarità concerne il forte radicamento dell'impresa di più ridotte dimensioni nell'ambito della comunità locale di appartenenza, nel

³ Tilley F., "Small firm environmental ethics: how deep do they go?", Business Ethics: A European Review, Vol. 9 No. 1, 2000.

⁴ Sul punto cfr. ampiamente: Caroli M. e Tantalo C., *La Responsabilità sociale d'impresa nel quadro delle "Linee guida OCSE destinate alle imprese multinazionali". Un focus sulle piccole e medie imprese*, Luiss Business School con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo economico, Punto di Contatto Nazionale Responsabilità sociale d'impresa, e dell'Istituto per la promozione industriale 2010, p. 47 ss.

territorio. Tale specificità, se da un lato costituisce un elemento decisamente positivo per il collegamento dell'impegno a un naturale rapporto con il territorio e la sua collettività, dall'altro non sempre apre l'azienda agli stakeholder esterni sia nel comunicare il proprio impegno e modello di responsabilità sociale, che nel cogliere le opportunità di partnership strategiche di lungo periodo che si possono avviare con i diversi portatori di interessi. Questo perché, spesso, nelle PMI la sostenibilità ambientale e sociale viene intesa come conseguenza di un rapporto diretto e personale con i dipendenti, i clienti, i fornitori che, in quanto tale, non necessita di un'apposita, mirata e formale comunicazione dell'impegno di responsabilità e sviluppo sostenibile nei confronti della comunità, dell'ambiente di lavoro, delle radicate e nuove categorie di stakeholder rilevanti per l'impresa.

La predominanza delle relazioni personali nella conduzione del business, derivante dal numero ridotto di dipendenti coinvolti nell'attività aziendale, favorisce infatti lo sviluppo di relazioni personali basate sulla fiducia e sulla reciprocità sia tra proprietà e dipendenti, che tra questi e gli stakeholder esterni, quali i clienti, i fornitori, la collettività.

In altri termini le PMI generalmente non hanno un metodo strutturato per comunicare le loro iniziative di CSR, anche perché nella maggior parte dei casi vivono queste iniziative come una parte integrante della loro attività che non richiede evidenza all'esterno. Sarebbe invece importante che esse riuscissero a far arrivare le proprie iniziative al di fuori del loro "stretto" contesto aziendale, avvalendosi anche delle varie forme di aggregazione e di rete con altre aziende, per mettere a fattor comune risorse ed esperienze.

Al riguardo sono stati approfonditi nella ricerca sia un'interessante esperienza di rete d'impresa focalizzata proprio sulla formazione e l'innovazione sociale⁵, che un modello concreto di bilateralità tra le parti

⁵ Nell'ambito delle reti di impresa sul tema della responsabilità sociale è stata approfondita l'esperienza della rete Giunca (Gruppo Imprese Unite Nel Collaborare Attivamente) per il welfare aziendale, che ha introdotto per la prima volta a livello nazionale il concetto dell'aggregazione tra imprese per creare sinergie in grado di migliorare il benessere e la professionalità dei lavoratori delle aziende del network investendo su due leve: il welfare e la formazione dei dipendenti. Un'iniziativa costituita da un'aggregazione di dieci imprese del Varesotto appartenenti a vari settori manifatturieri (quello delle costruzioni, della plastica, della chimica, della farmaceutica e della meccanica) valorizzata anche dalla capacità di mettere insieme realtà aziendali diverse tra loro in termini di settore di appartenenza, dimensione (si va dalle grandi multinazionali alle medie aziende, fino alla Piccola industria) e approccio alle tematiche del welfare.

sociali relativo ad un progetto di welfare per le PMI⁶. Ciò nell'ambito dell'analisi della convergenza quale opportunità per la sostenibilità; una convergenza che si realizza sia attraverso le molteplici forme di aggregazioni tra imprese (reti, distretti, consorzi), che mediante modelli di bilateralità tra imprese e sindacati. Una tendenza alla convergenza, analizzata nell'indagine dal punto di vista fenomenologico e giuridico, che negli ultimi anni risulta sempre più praticata sia in ambito associativo, che nelle organizzazioni di rappresentanza, che tra le imprese e tra queste e gli attori istituzionali e sociali a livello centrale e locale.

Una terza caratteristica delle aziende di piccole dimensioni riguarda le risorse umane, che spesso rappresentano l'interlocutore primario per far leva anche sugli altri pubblici rilevanti. I dipendenti sono i primi stakeholder delle PMI e, in quanto tali, sono destinatari di molte iniziative finalizzate al raggiungimento della parità di genere, alla conciliazione vita-lavoro (ad esempio in relazione ai servizi parentali). Si dovrebbe puntare, come alcune aziende già fanno, all'engagement dei dipendenti per renderli co-promotori delle iniziative di responsabilità sociale e ambientale poste in essere anche all'esterno della organizzazione, nella comunità, valorizzando in tal modo quel prezioso veicolo di comunicazione che essi possono rappresentare sui valori sociali dell'impresa in cui operano. È questa una grande risorsa per le PMI, profondamente radicate sul territorio, che devono saper sfruttare la leva della prossimità con differenziate forme di comunicazione, da quella più strutturata alla comunicazione a un livello più informale.

Fornire al personale informazioni adeguate e coerenti sulla responsabilità sociale dell'impresa, comunicare i miglioramenti ottenuti con l'adozione di strategie di CSR all'interno dell'azienda, relativamente all'ambiente di lavoro, rilevare la soddisfazione professionale dei dipendenti, rispettare la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro, promuovere la formazione delle risorse umane e il rispetto delle pari opportunità, facilitare la conciliazione tra vita lavorativa e vita familiare (ad esempio con la flessibilità di orario per

⁶ Il modello riguarda il primo esperimento di welfare distrettuale d'Italia, che ha preso le mosse da un accordo sottoscritto dall'Unione industriale di Prato e le rappresentanze sindacali di Cgil, Cisl e Uil per costruire un modello di welfare aziendale per le micro e piccole-medie imprese dello storico distretto pratese, grazie al quale migliaia di lavoratori delle piccole aziende aderenti possono godere di quegli stessi beni e servizi offerti dai grandi gruppi industriali ai propri dipendenti.

i dipendenti) sono tutti strumenti di forte impatto che fanno sì che ciascun dipendente si senta parte di un processo virtuoso, si senta un membro del team, sia motivato e collaborativo e trasmetta l'impegno socialmente responsabile e i valori dell'azienda all'esterno, adottando anche comportamenti individuali coerenti con tali principi.

Inoltre, la conduzione spesso familiare delle imprese di dimensioni ridotte favorisce una maggiore fedeltà dei lavoratori nei confronti dell'impresa e del datore di lavoro rispetto a quanto accade nelle grandi imprese.

Le risorse umane si caratterizzano nelle PMI anche per una spiccata flessibilità in termini di velocità, efficienza ed efficacia, con la quale le loro capacità e competenze vengono adattate allo svolgimento di molteplici mansioni di diversa natura che esulano dalla attività tipica in cui il personale, soprattutto il manager, è coinvolto nell'attività aziendale. Si parla al riguardo di mansioni "multi-tasking" che sono possibili grazie all'elevato livello di coinvolgimento dei dipendenti nell'ambito di tali imprese.

Una quarta peculiarità delle PMI, che rappresenta al contempo un aspetto critico, è costituita dalla limitatezza delle risorse disponibili⁷ di diversa natura (organizzative, finanziarie, know how e skill), che spesso spinge il piccolo imprenditore verso una pianificazione strategica tendenzialmente di breve o medio termine in mancanza di una struttura sufficientemente stabile e solida tale da consentire programmazione e investimenti di più lungo periodo.

Infine le PMI si caratterizzano anche per l'informalità nei meccanismi di gestione e controllo; un'informalità conseguente al capitale di relazioni basate sulla fiducia piuttosto che su presupposti contrattuali, che conferisce a tali imprese un elevato grado di flessibilità e di capacità di risposta all'ambiente esterno che si traduce in un maggiore vantaggio competitivo rispetto a concorrenti di maggiori dimensioni caratterizzati da un elevato grado di formalizzazione e rigidità.

La Responsabilità sociale d'impresa assume, pertanto, una prospettiva diversa quando viene calata nell'ambito delle piccole e medie imprese a causa delle differenze intrinseche tra queste e le imprese di grandi dimensioni.

⁷ Sul punto cfr.: Lepoutre, J., Heene A., *Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Responsibility: A Critical View*, Journal of Business Ethics, 2006

Le suddette specificità delle PMI influiscono fortemente nell'impegno e nelle diverse modalità di sviluppo e implementazione di politiche e azioni di sostenibilità, con particolare riguardo a diversi aspetti:

- innanzitutto l'adozione di politiche di RSI è spesso di tipo implicito e non codificato, con difficoltà nella misurazione e rendicontazione del fenomeno nelle piccole e medie imprese, come è emerso già nella precedente ricerca realizzata dall'ISFOL e come hanno confermato gli esperti rappresentanti delle istituzioni, delle imprese, delle parti sociali, di organizzazioni della società civile, della consulenza specializzata nel workshop sulla Responsabilità sociale d'impresa dal titolo [Policy e Pratiche di sostenibilità nelle grandi imprese e nelle PMI](#), organizzato dall'ISFOL a giugno 2014;
- in secondo luogo la motivazione personale del piccolo o medio imprenditore nell'implementazione di politiche socialmente responsabili spesso risulta prevalente rispetto a quella strategica, di marketing e relazionale. Naturalmente sono molteplici le ragioni che spingono le aziende a realizzare e sviluppare iniziative socialmente responsabili e tali motivazioni mutano da impresa a impresa, proprio in virtù del fatto che ciascuna realtà imprenditoriale è portatrice di propri valori. Valori che maturano in un contesto di riferimento specifico che ovviamente è influenzato anche dalla dimensione aziendale e che, nel caso delle PMI, mettono in risalto e risultano legati alla concezione etica dell'imprenditore, piuttosto che ai vantaggi commerciali offerti da migliori relazioni con i consumatori e la comunità locale;
- inoltre le piccole e medie imprese sono parte integrante della comunità locale in cui operano e nell'ambito della quale sviluppano relazioni informali che si fondano soprattutto sulla loro reputazione nel contesto sociale, che le spinge ancor di più ad agire con onestà, integrità e responsabilità;
- anche l'elevata importanza che assumono le risorse umane nelle PMI porta le stesse a sviluppare molteplici politiche di gestione, anche in forme non codificate e formali. L'elevato livello di coinvolgimento dei dipendenti delle PMI in numerose iniziative esplicite e formali ed implicite di crescita professionale e di welfare aziendale è confermato

dai risultati di questa indagine qualitativa ISFOL sull'impegno delle PMI a favore dei propri collaboratori;

- infine il settore di appartenenza risulta molto importante per le piccole e medie imprese e ne influenza la cultura con riguardo all'implementazione di politiche di sostenibilità. Si delinea infatti una correlazione positiva tra la priorità strategica delle PMI e le loro attività socialmente responsabili, dal momento che le PMI che perseguono gli obiettivi dell'innovazione, della qualità e della crescita sono anche le più presenti nell'impegno sociale.

Emerge, pertanto, un quadro alquanto composito di peculiarità, aspetti critici e potenzialità di sviluppo e di emersione della RSI nelle PMI, che già in certa misura svolgono attività responsabili sul piano sociale e ambientale a vantaggio degli interlocutori esterni, con un impegno sociale locale per quanto riguarda la sfera d'azione, di natura occasionale e sovente indipendente dalla strategia commerciale.

Per tutte queste ragioni, soppesando caratteristiche tipiche delle PMI, criticità e opportunità di implementazione della RSI anche in queste aziende, si è inteso sviluppare un percorso di ricerca ad hoc, in sintonia con quello già realizzato dall'ISFOL in materia di Responsabilità sociale d'impresa, per supportare in particolare le PMI nell'emersione delle pratiche di RSI e per fornire risposte adeguate alle specifiche esigenze di tali entità economiche nell'ambito della formazione delle risorse umane e dell'emersione della formazione implicita, non codificata, non certificata, ma comunque realizzata quasi come prassi.

Nell'ambito delle attività di ricerca è stato pertanto realizzato un questionario strutturato sull'impegno delle PMI in alcune iniziative di Responsabilità sociale d'impresa relative alla Formazione e all'innovazione sociale, per rilevare quali attività formative e di Corporate welfare realizzano le PMI per le loro risorse umane e come rendono visibile questo impegno nei confronti degli stakeholder esterni, quale tipologia di formazione realizzano sui temi della responsabilità sociale, qual è l'esigenza di applicarla nelle loro aziende, per quali fasce di dipendenti.

Il questionario è stato inviato a tutte le PMI aderenti al Comitato centrale della Piccola industria di Confindustria, che si ringrazia per la preziosa

collaborazione all'indagine anche nella fase di organizzazione del Focus group con le imprese.

I principali risultati emergenti dall'indagine

L'indagine ha permesso di acquisire dati e informazioni in merito alle attività formative e di innovazione sociale relative a 22 imprese. Le medie imprese (50-249 dipendenti) rappresentano il 41% del panel, le aziende piccole (10-49 dipendenti) costituiscono il 36% le micro imprese (con meno di 10 dipendenti), rappresentano il 23% dei rispondenti.

Un dato accomuna tutte le aziende coinvolte, a prescindere dalla loro dimensione più o meno grande: nessuna di esse ha redatto un bilancio sociale o di sostenibilità, ovvero una rendicontazione delle informazioni non finanziarie, o un rapporto sociale/di sostenibilità annuale di comunicazione agli stakeholder dell'impegno economico, sociale e ambientale dell'azienda adottato nei confronti dei molteplici portatori di interesse.

Pertanto sono state rilevate con l'indagine esclusivamente le iniziative di RSI implicita, non formalmente rilevate dall'azienda, in assenza di un bilancio o di un rapporto sociale/di sostenibilità. Ciò a conferma dell'impegno e della strada ancora da percorrere affinché si diffonda e si sviluppi nelle imprese piccole e medie la cultura della rendicontazione delle attività di CSR e la conseguente applicazione degli strumenti di reporting, che vanno adattati alle specificità delle PMI.

L'assenza di un "Bilancio o Rapporto sociale" formale da parte di tutte le aziende che hanno risposto al questionario, oltre a confermare le già citate difficoltà ad applicare procedure complesse come quelle previste dall'attuale sistema, dimostra però il contestuale e diffuso impegno delle PMI per tutte le tipologie di imprese coinvolte (micro, piccole e medie), sia nella formazione formale e non formale che nell'innovazione sociale.

Tutte le tipologie di imprese intervistate svolgono, infatti, un'attività formale e non formale di formazione, anche se la quantità dei dati raccolti non è confrontabile con altri dati nazionali, sia da un punto di vista numerico sia perché le PMI coinvolte nel panel sono state prescelte con un'azione mirata tra quelle sensibili e impegnate sul tema. Allo stesso modo, anche i risultati

relativi all'emersione dell'innovazione implicita risultano per certi versi inaspettati nel numero.

I principali risultati in merito alla formazione formale

Con specifico riferimento alle singole attività rilevate, quelle formative corsuali sono state realizzate nel 2014 da parte di tutte le aziende, in eguale numero, sia attraverso specifici corsi aziendali che facendo ricorso a corsi esterni.

Dall'indagine emerge che il 76% dei dipendenti occupati nelle imprese del panel è coinvolto in percorsi di formazione formale, strutturata, seppure non tracciata e rendicontata in un'esplicita documentazione ai fini del bilancio sociale, per un totale di 9.067 ore complessive rilevate.

Per quanto concerne invece la partecipazione alle attività formative corsuali per genere, prevale nettamente la percentuale di uomini (61%) rispetto alle donne, che rappresentano soltanto il 39% dei formati.

Analizzando i dati relativi alla partecipazione degli occupati nelle PMI coinvolte nell'indagine per categoria professionale si assiste ad una diffusa concentrazione sugli operai, cui sono rivolti il 70% degli interventi formativi corsuali, seguiti dagli impiegati, che rappresentano il 30% dei fruitori della formazione formale, mentre scarsamente presenti, com'era prevedibile date le dimensioni ridotte di queste imprese, sono i quadri aziendali (0,1%) e i dirigenti (0,7%).

Va rilevato, comunque, che la composizione tra le diverse categorie professionali varia molto anche in funzione del settore di attività dell'azienda, che incide in tal senso. Infatti dall'indagine emerge che, se nei settori dell'impiantistica elettrica e delle macchine utensili si rileva una partecipazione alle attività corsuali da parte degli operai sensibilmente più rilevante di quella degli impiegati e nessuna partecipazione di quadri e dirigenti, viceversa nei servizi alle imprese e nell'Information communication technology gli operai presentano una bassa o nulla partecipazione, mentre risultano fortemente rappresentati gli impiegati e partecipano alle attività formative anche dirigenti e quadri, pur se ovviamente in misura ridotta.

Dall'indagine emerge inoltre che l'argomento prevalente cui è stata dedicata maggiore attenzione nei corsi aziendali o esterni riguarda la salute e sicurezza sul lavoro; seguono codice etico, qualità, fisco, aggiornamenti su iniziative sociali svolte e aggiornamento professionale, internazionalizzazione, bilanci, corsi di contabilità e sui social network.

I principali risultati in merito alla formazione non formale

Il secondo ambito di analisi dell'indagine ha mirato a rilevare la formazione non formale, quella non esposta dall'azienda in un proprio bilancio o rapporto annuale di RSI e che non afferisce ad attività cursuali ma alle varie tipologie di formazione individuate come implicite: formazione in affiancamento, per i giovani in stage o in tirocinio provenienti dalla scuola secondaria superiore o dall'università, per i neo-assunti, per gli addetti trasferiti o promossi a mansioni diverse; formazione sul lavoro; formazione a distanza; formazione attraverso l'informazione.

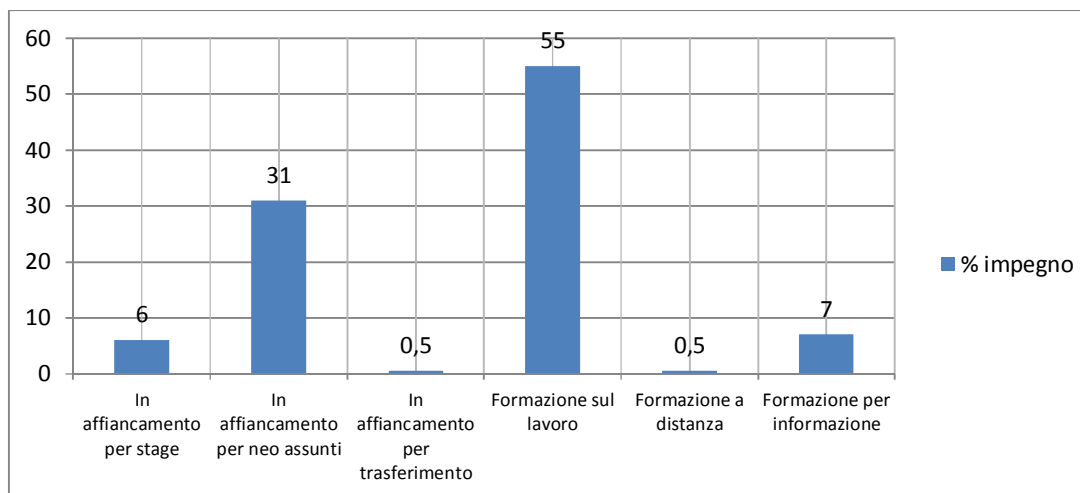
Il primo dato che emerge riguarda la tipologia di aziende coinvolte nella formazione non formale, negli interventi formativi impliciti, e il rispettivo impegno. Le piccole imprese sono numericamente le più presenti in questa tipologia formativa, anche se la percentuale di ore medie di formazione per i dipendenti si attesta nel 2014 sul 22%, mentre le medie imprese coinvolte nell'indagine, pur se leggermente al di sotto numericamente rispetto alle piccole, hanno assunto un impegno nella formazione non formale pari in media al 73%, a fronte di un 5% delle micro imprese.

Rispetto al numero complessivo di dipendenti, il 67% dei lavoratori occupati presso le imprese interessate all'indagine è coinvolto in percorsi di formazione non formale.

Come si evince dal grafico 1, la tipologia di formazione non formale cui le PMI hanno fatto maggior ricorso è la formazione sul lavoro, che ha visto un impegno del 55%, seguita dalla formazione in affiancamento per neo-assunti (31%). Molto meno consistente risulta l'impegno di formazione attraverso l'informazione (7%), così come quello di formazione in affiancamento per i giovani in stage o in tirocinio provenienti dalla scuola secondaria superiore o dall'università (6%). Scarsamente utilizzate dalle PMI coinvolte nell'indagine risultano invece sia la formazione a distanza che

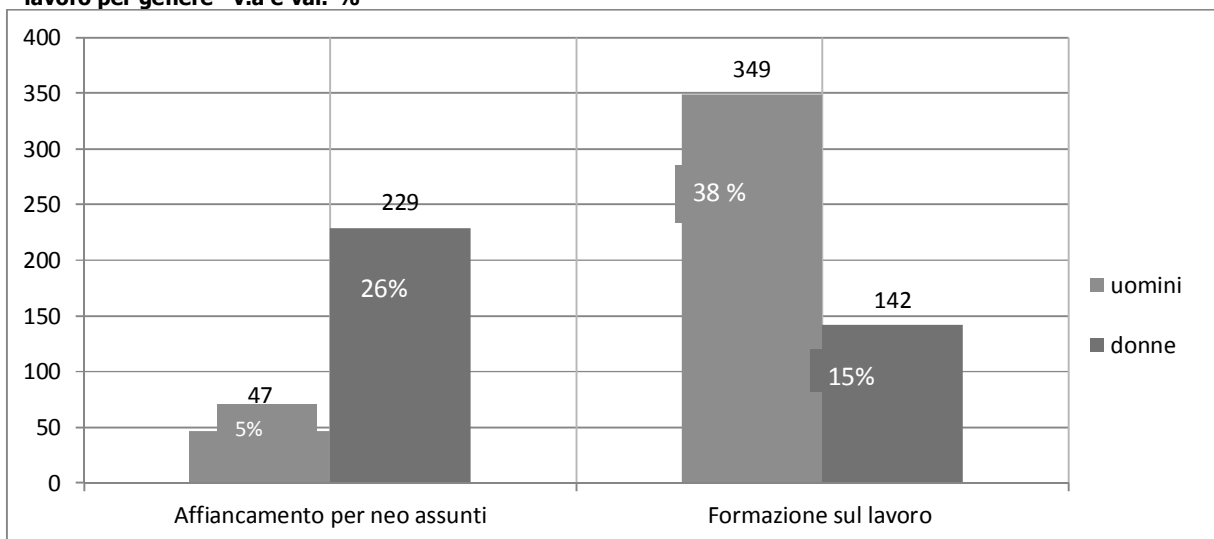
la formazione in affiancamento per gli addetti trasferiti o promossi a mansioni diverse, che si attestano entrambe su un impegno dello 0,5%.

Grafico 1 - Tipologia interventi di formazione non formale – val.%



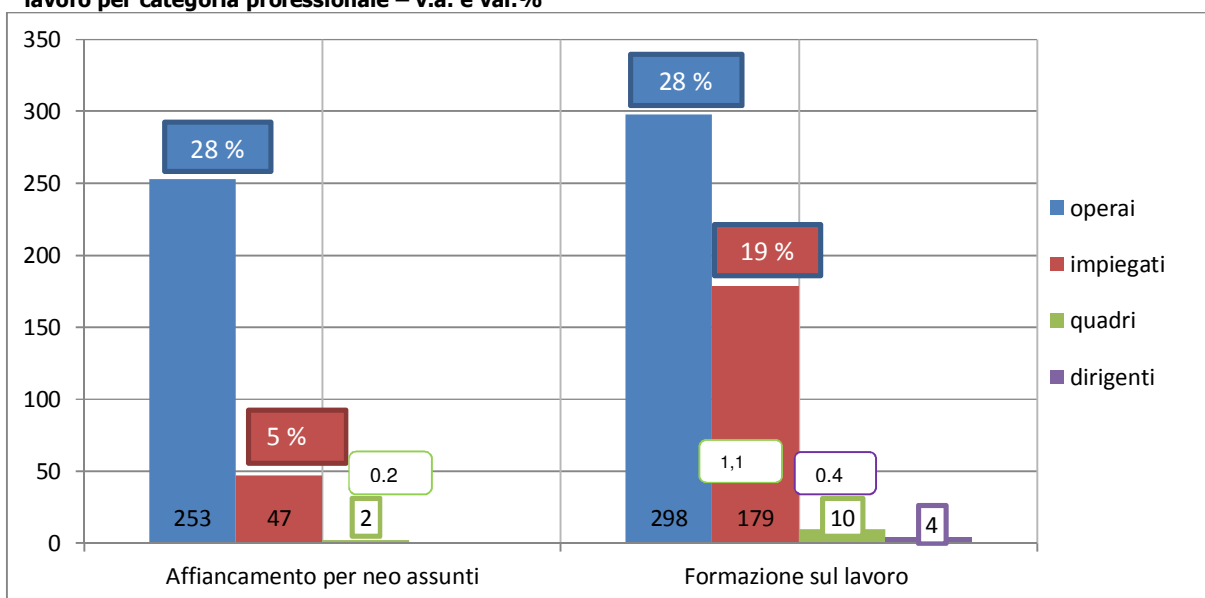
Focalizzando inoltre l'analisi sulla partecipazione per genere alle due tipologie di formazione non formale maggiormente utilizzate dalle PMI, ovvero la formazione sul lavoro e la formazione in affiancamento per neo-assunti, emerge dall'indagine che le donne sono notevolmente più rappresentate degli uomini nelle attività formative in affiancamento per neo-assunti (26% a fronte del 5%), mentre viceversa il loro coinvolgimento nella formazione sul lavoro risulta decisamente più basso di quello degli uomini (15% a fronte del 38%), come riportato nel grafico 2.

Grafico 2 - Numero di dipendenti formati in affiancamento per neo-assunti e formazione sul lavoro per genere- v.a e val. %



Per quanto concerne invece la partecipazione per categoria professionale alle due tipologie di formazione non formale maggiormente utilizzate dalle PMI (vedi grafico 3), gli operai si posizionano decisamente al primo posto, seguiti con un notevole scarto dagli impiegati, mentre scarsamente presenti, come si è visto anche per le attività corsuali precedentemente analizzate, sono i dirigenti e i quadri, occupati in misura ridotta nelle imprese piccole e medie.

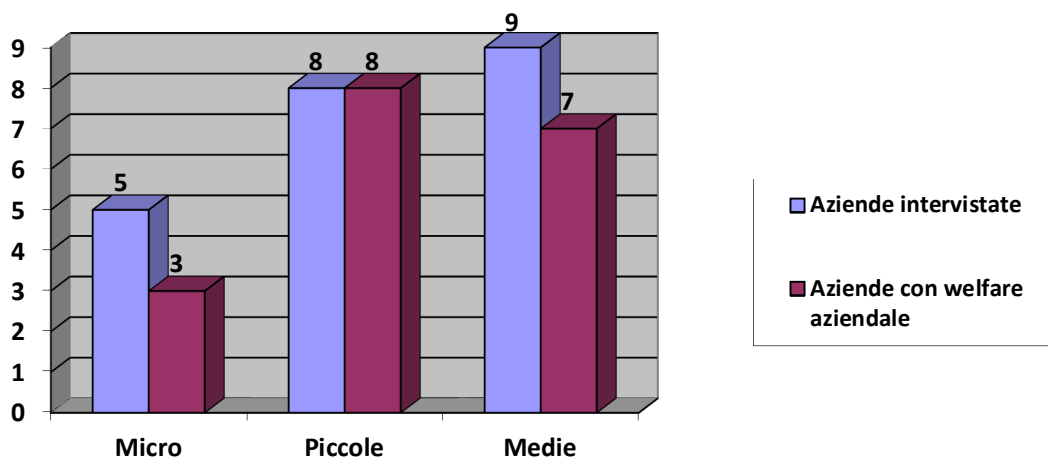
Grafico 3 - Numero di dipendenti formati in affiancamento per neo-assunti e formazione sul lavoro per categoria professionale – v.a. e val.%



I principali risultati in merito all'innovazione sociale

Come nella formazione, anche nel terzo ambito di analisi concernente l'innovazione sociale sono state rilevate azioni riconducibili agli interventi cosiddetti di natura implicita, vale a dire ad aziende che non hanno realizzato alcun Bilancio o Rapporto sociale di tipo formale. Nel grafico 4 è riportato, per tipologia, il numero di aziende che ha realizzato almeno un'iniziativa di innovazione sociale.

Grafico 4 - Aziende che hanno realizzato iniziative di innovazione sociale nel 2013 – v.a.



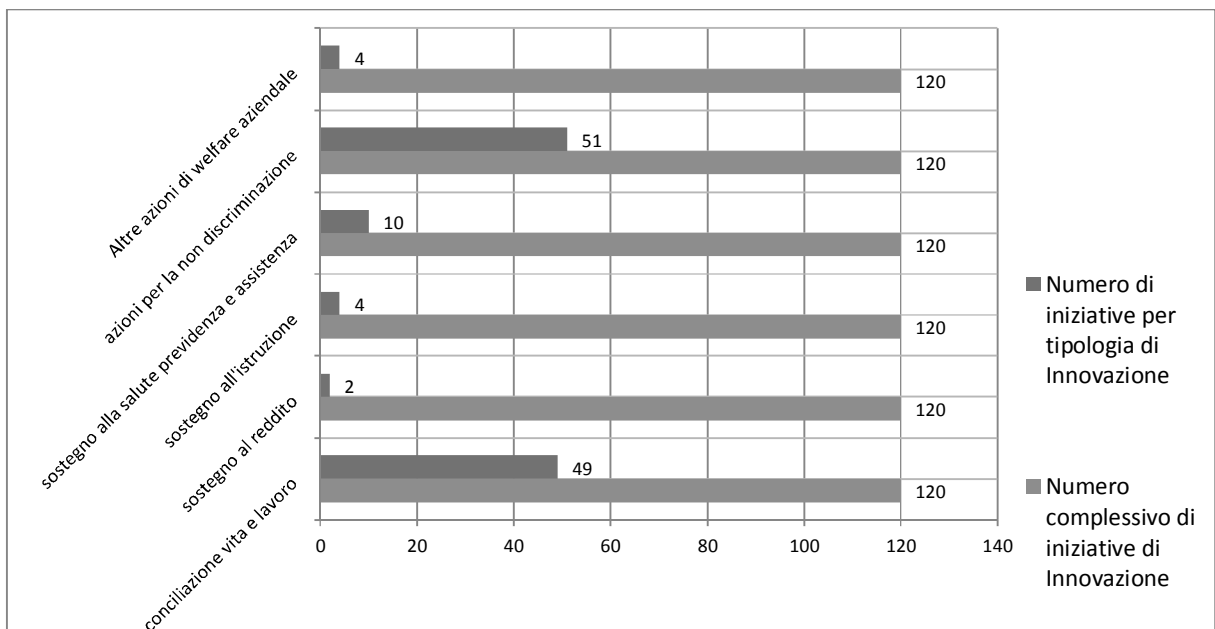
Sono state analizzate dall'ISFOL sei macrotipologie di innovazione sociale, con indicatori mirati relativamente ai seguenti contesti: misure di conciliazione tra tempi di vita e di lavoro attivate; misure a sostegno del reddito; misure di sostegno all'istruzione; misure di sostegno nell'ambito della salute, previdenza, assistenza; azioni per la "non discriminazione"; altre azioni di welfare aziendale.

Con riferimento ai suddetti ambiti, l'indagine ha permesso di individuare e classificare ben 120 iniziative realizzate, nel corso del 2013, da tutte le tipologie di imprese coinvolte. Il numero complessivo di azioni rilevate dimostra che le imprese del panel hanno promosso ciascuna più di una iniziativa di welfare aziendale, con risultati per certi versi inaspettati.

Le imprese si sono concentrate - nell'ambito delle predette sei aree in cui sono state raggruppate le differenti tipologie di innovazione sociale, riportate nel grafico 5 - soprattutto nelle iniziative di welfare per migliorare la "conciliazione tra vita e lavoro" e nelle azioni specifiche per la non discriminazione riferite alle categorie protette o deboli, donne e immigrati, a

conferma del grande impegno delle PMI verso soluzioni in grado di affrontare direttamente le nuove esigenze di welfare dei propri collaboratori. Un'analisi più dettagliata dell'impegno di Corporate welfare sul tema della "conciliazione di vita e lavoro" mette in evidenza alcune specifiche aree di intervento, con picchi del 31% sul part time verticale e orizzontale e del 25% per la flessibilità dell'orario del lavoro di particolare interesse per lavoratori ed imprese.

Grafico 5 - Numero iniziative per macrotipologie di innovazione sociale realizzate – v.a.




Per quanto riguarda invece le iniziative di "sostegno al reddito", le misure attivate si sono concentrate sulle convenzioni per l'acquisto di beni o servizi, mentre nel sostegno all'istruzione, l'impegno delle imprese coinvolte nell'indagine si è focalizzato sui permessi per facilitare il conseguimento di titoli di studio. Quanto, infine, alle iniziative di sostegno alla salute, l'azione sulla quale si concentra maggiore adesione da parte delle PMI intervistate è l'assistenza sanitaria integrativa, mentre le altre azioni di welfare aziendale attuate, oltre quelle su indicate, riguardano benefit ai dipendenti che vanno al di là degli obblighi di Legge o delle previsioni dei contratti collettivi nazionali di lavoro, principalmente il servizio di assistenza 730, ma anche convenzioni con centri medici, eventi aggregativi interaziendali, premi

individuali per meriti professionali di innovazione, premi individuali per anzianità di servizio, supporto ed assistenza al disbrigo di pratiche burocratiche personali di natura legale e finanziaria.

I dati emergenti dall'indagine e le tipologie di interventi specifici confermano l'impegno delle imprese italiane, anche quelle di piccola media dimensione, nel Corporate welfare.

Ma, per favorire e accompagnare questo trend, c'è bisogno di sostenere le PMI nell'innovare costantemente ed eccellere in ogni funzione aziendale e nel dare visibilità all'impegno profuso nella responsabilità sociale.



L'Isfol, Ente nazionale di ricerca, opera nel campo della formazione, del lavoro e delle politiche sociali al fine di contribuire alla crescita dell'occupazione, al miglioramento professionale dei lavoratori, all'inclusione sociale e allo sviluppo locale. Sottoposto alla vigilanza del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, l'Isfol svolge e promuove attività di studio, ricerca, sperimentazione, documentazione e informazione, fornendo supporto tecnico-scientifico ai Ministeri, al Parlamento, alle Regioni, agli Enti locali e alle altre istituzioni, sulle politiche e sui sistemi della formazione e apprendimento lungo tutto l'arco della vita e in materia di mercato del lavoro e inclusione sociale. Fa parte del Sistema statistico nazionale e collabora con le istituzioni europee. Svolge il ruolo di assistenza metodologica e scientifica per le azioni di sistema del Fondo sociale europeo ed è Agenzia nazionale del programma comunitario Erasmus + per l'ambito istruzione e formazione professionale.

ISFOL