

A pair of hands is shown from the bottom, cupping a glowing, translucent Earth globe. The globe is illuminated from within, showing blue and white patterns. The background is a dark, starry night sky with a faint blue and green nebula-like glow at the bottom. The overall mood is one of care and global unity.

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Uniamo le nostre
forze!!!

CHE COS'È?

Le imprese assolvono una funzione importante negli ambiti sociale e ambientale.

Esse hanno la responsabilità sociale di perseguire uno sviluppo sostenibile nello sfruttamento delle prime e di salvaguardare, nell'impiego delle seconde, la qualità delle condizioni di vita dei lavoratori all'interno e all'esterno del luogo di lavoro.

Dal riconoscimento di tale responsabilità è nata la prassi di una comunicazione sociale che integri l'informazione sui risultati reddituali con quella sugli effetti sociali e ambientali derivanti dallo svolgimento delle attività aziendali.



Class action

IN USA...

- È il terrore delle multinazionali
- È a tutela dei consumatori
- Riequilibra i rapporti di forza
- Consente all'intera collettività di costituirsi parte civile

The background of the slide is a stylized representation of the Italian flag, with green, white, and red vertical stripes. The stripes are slightly wavy and overlap, creating a sense of movement. The text is centered on the white stripe.

... ORA ANCHE IN ITALIA

Dal 1° gennaio 2010 anche in Italia diventa finalmente operativo questo strumento essenziale per la tutela dei consumatori.

È una procedura economica, snella, veloce, trasparente, garantita ed efficace.

Società petrolifere irresponsabili:

- L'industria estrattiva per "responsabilità sociale" deve agire nel massimo rispetto ambientale e sociale.
- Tra le vittime del petrolio non solo il clima e l'ambiente ma, in alcuni casi, anche i diritti umani.
- La sopravvivenza delle industrie estrattive oggi non può più prescindere dall'adempimento delle proprie responsabilità in campo ambientale e sociale: ONG attive, governi più attenti e un'opinione pubblica più sensibile renderebbero impossibile "farla franca".





**ANCHE CONSUMATORI E CITTADINI,
SOPRATTUTTO SE ORGANIZZATI, POSSONO
ESERCITARE UN RUOLO IMPORTANTE:
PARTECIPARE E/O ORGANIZZARE BOICOTTAGGI A DANNO DI
IMPRESE CHE NON RISPETTANO L'AMBIENTE E I DIRITTI
UMANI, DECIDENDO DI NON COMPRARE I LORO PRODOTTI
IL CASO NIKE E' ESEMPLARE: PIU' DI 10 ANNI FA,
L'AZIENDA OGGETTO DI BOICOTTAGGIO IN TUTTO IL MONDO
PER LO SFRUTTAMENTO DEL LAVORO MINORILE E' STATA
COSTRETTA A MIGLIORARE I PROPRI COMPORTAMENTI**

**A LIVELLO LOCALE SI POSSONO SPEDIRE LETTERE AI
GIORNALI, RACCOGLIERE FIRME E INVIARE PETIZIONI AL
SINDACO, INTERESSARE LA MAGISTRATURA**



Non serve un ambiente da proteggere ma un ambiente protetto!

Laura Altafin

Lara Chiccoli

Francesca Bardini

Laura Stefani

Marco Mariani