

INIZIATIVA COFINANZIATA DAL FONDO SOCIALE EUROPEO, NELL'AMBITO
DEL PROGRAMMA OPERATIVO DELLA REGIONE VENETO 2007/2013 – OB.
COMPETITIVITÀ REGIONALE E OCCUPAZIONE



**DGR N. 448 del 04 aprile 2014- FARE RETE PER COMPETERE –
AMBITO TEMATICO: PMI E RESPONSABILITÀ SOCIALE
AREA TERRITORIALE: VENEZIA**

Progetto cod. 2/1/1/448/2014

**“RESPONSABILMENTE COMPETITIVE, SOCIALMENTE INNOVATIVE
– PROGETTO DI MODELLIZZAZIONE”**

Ricercatore: Attanasio Massimiliano



REGIONE DEL VENETO



Obiettivo generale del progetto e output di ricerca

Obiettivo generale del progetto

La condivisione e la sperimentazione da parte delle PMI del territorio veneziano dell'importanza della Responsabilità Sociale di Impresa (RSI) come leva strategica di vantaggio delle PMI, rispetto ai mercati di riferimento e all'efficienza dei processi produttivi e organizzativi.

Primo output di ricerca

Somministrazione di interviste di profondità ad imprenditori e manager e personale aziendale della provincia di Venezia volte ad analizzare i principali strumenti innovativi di comunicazione aziendale.

Secondo output di progetto

Somministrazione di interviste di profondità ad imprenditori e manager e personale aziendale della provincia di Venezia volte ad analizzare e mappare i principali strumenti aziendali innovativi in grado di rilevare e analizzare le esigenze dei dipendenti e clienti (sentiment analysis, customer satisfaction innovative, gestione dei reclami).

Terzo output di progetto

Elaborazione di almeno 6 casi studio, case history di contesti aziendali specifici all'interno della provincia di Venezia con l'identificazione dei principali processi innovativi di successo connessi a strategie innovative nell'utilizzo del social media marketing.

La Responsabilità Sociale di Impresa



Definizione

«L'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate»

Libro Verde *Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*. Commissione europea 2001

Stakeholder: Il sistema economico-produttivo – Pubbliche Amministrazioni ed Enti locali - Ambiente e Territorio



«La responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società »

Comunicazione del 25 Ottobre 2011 (n.681) della Commissione Europea



Comunicazione della RSI

Comunicazione classica

- ❖ Etichette del prodotto
- ❖ Confezioni di imballaggio
- ❖ Comunicati
- ❖ Eventi collegati
- ❖ Relazioni,
- ❖ Poster,
- ❖ Volantini,
- ❖ Brochure
- ❖ Passaparola

Comunicazione sul web

- ❖ Siti web
- ❖ Newsletter
- ❖ E-commerce
- ❖ Social Network
- ❖ Facebook
- ❖ Twitter
- ❖ Instagram
- ❖ You tube
- ❖ Pinterest



Reperimento delle aziende

Le aziende sono state reperite attraverso indagini

Desk

Attraverso internet
(utilizzando parole chiave mirate)
Canali usati per reperire le informazioni:
siti internet aziendali - articoli della
stampa, database ecc

Field

Aziende indicate dai partner di progetto
Aziende del territorio conosciute da me
e dal gruppo di ricerca.



Testimoni Privilegiati

- Dirigente regionale
- Associazioni categoria
- Associazione consumatori
- Sindacati
- Giornalisti

Elaborazione del questionario

OBBIETTIVO



Individuare azioni innovative di RSI

Connotazione del concetto di RSI



PRESUPPOSTI

- L'espressione "*Responsabilità sociale di impresa*" risulta spesso sconosciuta o di difficile comprensione agli imprenditori
- Gli imprenditori spesso praticano azioni di responsabilità sociale ma non ne sono pienamente consapevoli

VERSIONI DEL QUESTIONARIO

AZIENDA

Maggior parte delle domande a risposta **chiusa**

Formato elettronico
(creato con i moduli di Google)



TESTIMONE PRIVILEGIATO

Maggior parte delle domande a risposta **aperta**

Formato cartaceo





Somministrazione del questionario



Questionario

AZIENDA

e-mail



1. Contattare l'azienda (spiegare il progetto)
2. Inviare e-mail con il link del questionario
3. Secondo contatto con l'azienda
4. Dare assistenza nella compilazione del questionario
5. Rendersi disponibili per una visita in azienda

TESTIMONE PRIVILEGIATO

persona



1. Inviare l'e-mail di contatto
2. Contattare il testimone privilegiato (spiegare il progetto)
3. Fissare un appuntamento per la compilazione del questionario.
4. Fare l'intervista.

Sviluppi successivi della ricerca

Raccolta dati – Analisi dei dati – Risultati – Discussioni – Creazione di un modello
Report finale

Case History di successo nell'utilizzo del social media marketing per comunicare la Responsabilità Sociale di Impresa.



IL WEB MARKETING



Il web marketing consiste in una serie di attività finalizzate a sviluppare i rapporti commerciali (vendite, acquisizioni di potenziali clienti, conversione, assistente alla clientela, brand awareness, etc.) attraverso internet con persone potenzialmente interessate (target) ai prodotti o servizi

Ambiti del web marketing:

- SEO (Search Engine Optimization)
- Google Adwords
- Social Media Marketing
- Social Media Advertising
- Direct e-mail marketing
- Banner Advertising
- Web Analytics

Social media marketing

Il Web 2.0 si può definire come uno stato di evoluzione del World Wide Web, caratterizzato (tra gli altri) dai social network, che permettono uno spiccato livello di interazione tra il sito e l'utente



Dati aziendali

- San Benedetto S.p.A.
- Viale Kennedy, 65 - Scorzè (VE)
- Anno di nascita: 1956
- Settore di appartenenza: Acqua minerale e bevande
- Produzione di acqua minerale, bevande, the, acque addizionate, Energy drink, Aperitivi (Schwepps, San Benedetto Ben's)
- dipendenti totali circa 1800
- Fatturato annuo circa 712 milioni di euro
- 98 Paesi del mondo dove vende
- <http://www.sanbenedetto.it>

Responsabilità Sociale di Impresa (RSI)

Progetto ECOGREEN

Si basa sulla produzione di prodotti che rispettano l'ambiente

Dati Ambientali

- 19,4 % di emissioni di CO₂ dal 2008 al 2012
- Fotovoltaico 2,0 MW prodotti
- 9,5 grammi di plastica per bottiglia da mezzo litro di acqua
- 50% di plastica riciclata



Comunicazione e Marketing sul WEB

Sito internet



- Alta usabilità
- Sezione dedicate ai prodotti, all'ambiente, allo sport, ai ragazzi e ai prodotti innovativi come AQUAVITAMIN.
- Sezione dedicata alla RSI: **Risorse per la vita**
- Sito facilmente consultabile

Facebook



Tematiche dei post

- Ricette abbinare ai prodotti San Benedetto
- Sport e vacanze abbinare al prodotto AQUAVITAMIN
- Tematiche ambientali e progetto ECOGREEN

Instagram



Tematiche dei post

- Foto di personaggi famosi (Regola di Cialdini: Autorità)
- Foto di persone comuni in vacanza o sport
- (Regola di Cialdini: riprova sociale)

Dati aziendali

- V73 ELGAG Srl
- Anno di nascita 2011
- V73 ELGAG Srl Via G. Pepe 12 Mestre (VE)
- Settore di appartenenza: Moda
- Tipologia di attività: Borse ed accessori design made in Italy
- Fatturato annuo > 5.000.000 euro
- Sito internet: <http://www.v73.it>

Responsabilità Sociale di Impresa (RSI)**Progetto STELLA POLARE**

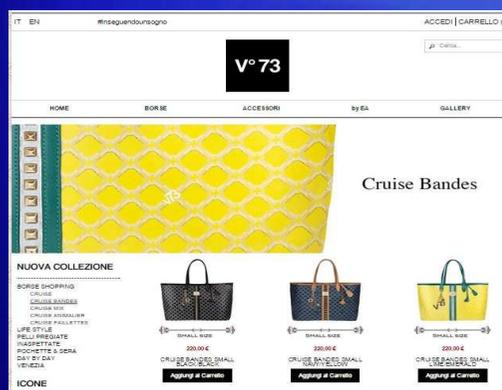
Per ogni pezzo venduto c'è una donazione a "Stella polare" associazione di Treviso che aiuta le donne colpite da cancro al seno.

Nasce dalla collaborazione tra il centro di senologia della azienda Ulss 9 e la sezione di Treviso LILT

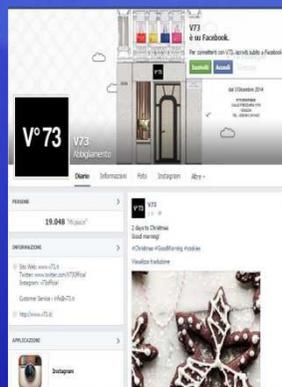
Un prodotto per le donne che aiuta le donne



Comunicazione e Marketing sul WEB

Sito internet - E-commerce

- V73 LA VITA IN UNA BORSA.
- Alta usabilità
- Facilità di uso, le schede del prodotto e le foto molto dettagliate con la possibilità di ingrandire la foto.
- Spedizione gratuita
- Sicurezza nei pagamenti

Facebook**Tematiche dei post**

- Pubblicità delle borse con link al sito e-commerce
- Eventi di moda e fashion
- Passaggi della progettazione e produzione delle borse.
- Alcune foto con donne dello spettacolo
- (Es: Elisabetta Gregoracci – Melissa Satta)

Instagram**Twitter**

Nella copertina della pagina di Twitter Si da risalto alla Responsabilità Sociale di Impresa dell'azienda, pubblicizzando una Special Edition di una borsa per LILT



- Il web marketing è strumento che si adatta alle esigenze delle aziende soprattutto delle PMI
- Consente una pianificazione flessibile delle campagne di marketing
- Non richiede budget elevati
- Elevato livello di interazione tra l'utente e l'azienda
- Può diventare un ottimo modo per comunicare le attività di RSI aziendali

**Grazie a tutti per
la cortese attenzione**