

LA STRATEGIA MULTI-STAKEHOLDER

15 Ott 2015 |  |  |



Tags [fondazione sodalitas](#), [sodalitas stakeholder forum](#)



In Italia le imprese guidano il cambiamento ma serve una multi-stakeholder strategy, ovvero: imprese e organizzazioni no profit insieme. Divulgati i dati della ricerca di Fondazione Sodalitas con FfK Eurisko durante il Salone della CSR e dell'innovazione sociale

Più di 2 Organizzazioni su 3 in Italia

promuovono progetti multi-stakeholder, coinvolgendo almeno 3 diverse categorie di interlocutori attraverso – soprattutto – il dialogo diretto. E nel 92% dei casi ne sono soddisfatte, pur non praticando sistematicamente attività di monitoraggio dei risultati raggiunti o dell'evoluzione della collaborazione multi-stakeholder messa in atto.

Questi, in sintesi, i principali risultati emersi dalla Ricerca “Dallo Stakeholder Engagement alla Multi-stakeholder Strategy”, che Fondazione Sodalitas ha realizzato nel 2015 con GfK Eurisko ed ha presentato il 7 ottobre a Milano in occasione del Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale durante l'evento “Verso una Multi-stakeholder Strategy”.

L'84% dei partecipanti all'indagine sostiene che una strategia di collaborazione multi-stakeholder favorisca l'identificazione di possibili soluzioni a problemi economici, sociali o ambientali.

Ma chi ha partecipato a questa indagine che aveva come obiettivo chiarire le potenzialità della collaborazione multi-stakeholder e mettere a fuoco i fattori che favoriscono e quelli che ostacolano lo sviluppo di una Multi-stakeholder Strategy efficace?

In una prima fase, il tema è stato oggetto di un'indagine quantitativa a cui hanno partecipato 141 Organizzazioni tra quelle aderenti al Sodalitas Stakeholder Forum (44% aziende, 28% organizzazioni della società civile, 22% esperti di sostenibilità appartenenti al mondo dell'università e della consulenza, 6% istituzioni).

È quindi seguita una fase qualitativa condotta attraverso 3 focus group di approfondimento, cui hanno preso parte 31 Organizzazioni.

Ecco i risultati:

L'81% delle Organizzazioni partecipa a progetti multi-stakeholder e lo fa promuovendoli in prima persona, da protagonista. Una percentuale, questa, che raggiunge il 90% nel caso delle imprese, che risultano in questo momento il soggetto con maggiore esperienza sul tema.

Nelle iniziative multi-stakeholder vengono coinvolte in media 3.5 differenti categorie di stakeholder. Tra queste prevalgono le istituzioni (69%) seguite da comunità (58%), dipendenti (50%), consumatori (49%), Organizzazioni Nonprofit (48%) e fornitori (44%). In quanto alle modalità di dialogo e coinvolgimento, ciò che prevale nettamente è il contatto diretto, ossia interviste personali (69%), meeting di consultazione (56%) e focus group (38%). Particolarmente limitato invece (8%) l'utilizzo di forum on line, che richiedono una gestione assidua e competenze tecniche non sempre disponibili.

La qualità e l'efficacia delle esperienze sviluppate sono giudicate positivamente dal 92% dei rispondenti (promotori o semplici partecipanti), con riferimento particolare alla definizione trasparente degli obiettivi (93%), al coinvolgimento di stakeholder rilevanti (86%), all'efficacia del dialogo (83%), alla disponibilità alla partecipazione (79%) e alla raccolta delle informazioni (77%). Ad attrarre giudizi proporzionalmente meno positivi è stata invece la modalità di monitoraggio: un'attività, questa, che spesso non viene nemmeno prevista ma che invece sarebbe utile sia per misurare i risultati della collaborazione multi-stakeholder che per rilevarne l'evoluzione nel tempo.

Al di là del monitoraggio, comunque, è estremamente diffusa l'idea che una strategia di collaborazione multi-stakeholder sia effettivamente utile per l'identificazione di possibili soluzioni a problemi economici, sociali o ambientali: lo ha dichiarato l'84% del campione. Le imprese, in particolare, rilevano ricadute positive soprattutto in termini di clima di fiducia con gli stakeholder, reputazione aziendale e rendicontazione sociale; le organizzazioni non profit sottolineano miglioramenti soprattutto in termini di rete delle relazioni sociali, visibilità e qualità delle relazioni con le istituzioni pubbliche e il mondo scientifico.

Passiamo ora ad esaminare alcune esperienze concrete:

Unicef ha avviato- coinvolgendo il Ministero dello Sviluppo Economico, il Ministero degli Affari Esteri, Fondazione Sodalitas, Università Bocconi, KPMG, Forum per la Finanza Sostenibile e Global Compact Network Italia - l'Unicef Business Lab: un percorso multi-stakeholder che mira a sostenere le imprese nel processo di integrazione dei diritti umani dell'infanzia e dell'adolescenza nelle policy aziendali e nell'analisi degli impatti diretti e indiretti sui diritti, all'interno della propria catena del valore. Tra novembre 2015 e giugno 2016 saranno programmate 4 giornate di lavoro che prevedono momenti di approfondimento, analisi di casi pratici, laboratori e attività di networking.

Zeta Service invece ha realizzato l'iniziativa "I love Viale Ortles" per riqualificare la zona Ortles di Milano (dove si trova una delle proprie sedi) in termini di pulizia, abbellimento urbano e sviluppo delle aree verdi, oltre che di integrazione. Grazie alla partecipazione all'appuntamento di Legambiente "Puliamo il mondo" e con il patrocinio del Consiglio di Zona 5 di Milano, i dipendenti dell'azienda hanno collaborato con i cittadini e i rappresentanti delle istituzioni e delle altre imprese del territorio al ripristino di aiuole, alla pulizia delle aree verdi del quartiere e alla realizzazione, insieme con 20 studenti delle classi quarta e quinta del vicino Istituto W. Kandinsky, di alcuni interventi di street art per abbellire la zona.

Il progetto "Local Content" è un'iniziativa di ricerca - condotta dalla Fondazione Adriano Olivetti in collaborazione con la Fondazione ENI Enrico Mattei - che affronta il tema della creazione di valore condiviso per la crescita socio-economica dei territori. Le rilevazioni condotte, a partire dal 2012, sul territorio del Canavese, hanno permesso di definire una metodologia generalizzabile per la rilevazione e valorizzazione del local content di un territorio, attraverso la valutazione delle risorse/beni collettivi disponibili ed il loro impiego nello sviluppo delle esternalità. Su queste basi, per Ivrea, sono state poi strutturate le azioni operative finalizzate a: coinvolgere gli stakeholder in progetti partecipativi di sviluppo del territorio; individuare le modalità migliori per la massimizzazione degli impatti generati; innescare progetti di innovazione sociale; indirizzare le strategie e le politiche di sviluppo locale verso pratiche collaborative.

#5Innovazioni è infine il progetto di condivisione digitale promosso da Sanofi con l'obiettivo di far emergere, attraverso un bando di concorso, le migliori realtà regionali che promuovono processi innovativi nella prevenzione, cura e gestione del diabete, stimolando un dialogo con le istituzioni per creare un circolo virtuoso a livello territoriale. Il bando è aperto alle realtà locali, dalle associazioni di persone con diabete e alle strutture pubbliche territoriali. Sarà un Comitato composto da esperti del mondo scientifico e delle istituzioni, che valuterà e selezionerà i cinque migliori progetti pubblicati sui social network e sul sito 5azioni.it.

“La dimensione multi-stakeholder può diventare un approccio distintivo per affrontare quei problemi che oggi sono percepiti come trasversali, e da cui dipende la capacità di mantenere, e se possibile rafforzare, la coesione sociale nel nostro Paese” ha dichiarato Alessandro Beda, Responsabile del Sodalitas Stakeholder Forum per Fondazione Sodalitas. “Quelli che abbiamo presentato oggi sono già esempi confortanti di organizzazioni capaci di lavorare insieme sul territorio per dare risposte ai bisogni delle persone e delle comunità”.

A proposito del Sodalitas Stakeholder Forum

Fondazione Sodalitas ha lanciato il Sodalitas Stakeholder Forum nel 2014 per far crescere la coesione sociale attraverso il confronto, la condivisione e la partecipazione di tutti gli stakeholder di riferimento. Nel corso del primo anno si sono incontrate per la prima volta le 3 Piattaforme tematiche in cui si articola il Sodalitas Stakeholder Forum, dedicate rispettivamente ad Ambiente, consumo e produzione sostenibile; Comunità e territorio; Lavoro e occupabilità.

Attraverso il confronto i 521 aderenti hanno iniziato a condividere le priorità verso cui orientare l'impegno comune e costruire progettualità condivise.

Successivamente, Fondazione Sodalitas ha avviato il Multi-stakeholder Lab con l'obiettivo di mettere a disposizione delle Imprese, delle Organizzazioni e di tutti gli stakeholder un percorso di ricerca e confronto costante per individuare le strategie più efficaci per generare valore condiviso.

A proposito di Fondazione Sodalitas

Nata nel 1995 su iniziativa di Assolombarda e un primo gruppo di 14 imprese, oggi Fondazione Sodalitas aggrega oltre 100 imprese leader del mercato italiano, con cui sviluppa progetti di Sostenibilità per l'Ambiente, il Lavoro, la Comunità, il Mercato. Le oltre 100 aziende che fanno parte di Fondazione Sodalitas esprimono un valore economico complessivo di 600 miliardi di €, pari a oltre il 40% del PIL, e danno lavoro a un milione di persone.

Fondazione Sodalitas promuove inoltre lo sviluppo manageriale delle organizzazioni nonprofit, e lavora a fianco della scuola formando ogni anno 3.000 giovani al mondo del lavoro. Negli anni Fondazione Sodalitas è diventata il punto di riferimento in Italia per la Sostenibilità d'impresa e per lo sviluppo di partnership innovative tra impresa, nonprofit, scuola.

Fondazione Sodalitas è partner per l'Italia di CSR Europe, il network promosso dalla Commissione Europea per diffondere la Sostenibilità d'impresa nel continente.

(D.M.)