

PRESSEKONFERENZ – 19.04.2012 - CONFERENZA STAMPA

Vorstellung des Projektes Integraktion – Presentazione del progetto Integraktion

Einführung von Bezirksvertreter Roberto Caser – Introduzione del Rappresentante comprensoriale Roberto Caser

Egredi Rappresentanti della stampa, cari colleghi imprenditori e manager,

in veste di Rappresentante del Comprensorio Burgraviato di Assoimprenditori Alto Adige con grande piacere Vi do il benvenuto a questa conferenza stampa, che abbiamo organizzato per presentare un progetto nuovo e particolare.

L'idea per il progetto "integraktion", che oggi Vi presentiamo, è nata nell'autunno dell'anno scorso e rappresenta il frutto della collaborazione tra la Provincia Autonoma di Bolzano, l'Istituto di formazione linguistica alphabeta piccadilly ed il Comprensorio Burgraviato di Assoimprenditori. Scopo dell'iniziativa è quello di offrire a Merano corsi gratuiti di alfabetizzazione primaria e secondaria (italiano e tedesco) rivolti a cittadine e cittadini stranieri quale presupposto indispensabile per la loro integrazione nella nostra comunità.

Le seguenti nove aziende aderenti alla nostra associazione hanno deciso di sponsorizzare questa iniziativa nuova:

- Alber Srl
- Birra Forst Spa
- Caser & Figli Srl
- Dr. Schär Srl
- HOPPE Spa
- Iprona Spa
- Maico Srl
- Nägele Srl
- Siebenförcher Snc.

Queste nove imprese sono esempi del sempre maggiore numero di imprenditori che nello svolgimento della loro attività prestano particolare attenzione anche alle problematiche sociali e ne tengono conto nei diversi contatti con collaboratori, clienti, fornitori, organi di informazione, politici ecc.

In altre parole, anche le imprese organizzate a livello industriale in Alto Adige fanno molto di più che produrre e vendere beni o servizi e non si limitano a rispettare le numerose prescrizioni di legge in vigore nei vari settori, da quelle sul lavoro ai vincoli ambientali. Le imprese si impegnano, spontaneamente e volontariamente, ben al di là di quanto la legge prescrive loro di fare, nei confronti dei dipendenti, ma anche del territorio e della comunità.

Gesellschaft und Politik erwarten von den Unternehmen zunehmend mehr, daß diese nicht nur auf den Gewinn, sondern auch auf das Umfeld achten. Das „Grünbuch für die soziale Verantwortung der Unternehmen“ der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2001 nimmt die Unternehmen in die Pflicht mit dem Ziel, deren gesellschaftliche Verantwortung zu fördern. Es gibt unterschiedliche Gründe, warum Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen. Einige Unternehmer betrachten es als ihre moralische Verpflichtung, einen Teil ihres Erfolges an die Gesellschaft zurückzugeben. Für andere steht im Vordergrund, die eigene Existenz zu sichern, für wieder andere geben Image- und Marketingüberlegungen den Ausschlag. Tatsache ist, dass es unter den rd. 500 unterschiedlich großen und verschiedenen Sparten zugehörigen Mitgliedsbetrieben des Unternehmerverbandes wohl kein einziges gibt, das nicht in der einen oder anderen Form soziale Verantwortung übernimmt. Viele Unternehmer und Manager bringen sich auf unterschiedlichsten Ebenen ehrenamtlich in das soziale und gesellschaftliche Leben ein und investieren damit ihre Zeit, Kenntnisse und Energie, um die Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft mitzugestalten. Musikkapellen, Feuerwehren, Sportvereine, Theatergruppen, aber auch soziale und karitative Vereinigungen werden ebenfalls großzügig von privaten Unternehmen und oft auch von den Unternehmern selber unterstützt. Aus diesen wenigen Beispielen wird schon deutlich, daß es viele unterschiedliche Formen des sozialen Engagements gibt. Es kann sich um monetäre Zuwendungen handeln - also Spenden, Sponsoring, Stiftungen u.ä.-, um die Investition von Zeit, Know how und Wissen - also Lobbyarbeit, Vermittlung von Kontakten u.ä.-, aber auch um gezielte Investitionen in den nachhaltigen Umweltschutz oder in die Aus- und Weiterbildung.

La globalizzazione ha reso assai più agguerrita la concorrenza ed è risaputo che le imprese della nostra provincia, per affermarsi sul mercato, non possono puntare sul ribasso dei prezzi, ma devono concentrarsi su prodotti e servizi spiccatamente innovativi e ad alto valore aggiunto. Anche il mercato del lavoro, del resto, è cambiato profondamente. Ed è proprio alla luce di questi cambiamenti che la responsabilità sociale espressa nella fitta rete di rapporti delle imprese acquista un ruolo strategico. Non dimentichiamo che per un'impresa è sempre più difficile trovare un equilibrio fra le diverse aspettative che è chiamata a soddisfare:

- i dipendenti sono sempre più portati a preferire un'azienda di cui andare fieri e con la quale identificarsi;
- la clientela, dal canto suo, oltre al prezzo ed alla qualità di prodotti e servizi, dà sempre più importanza alla loro provenienza ed alle condizioni in cui vengono realizzati;
- le imprese dell'indotto cercano sempre più spesso una collaborazione costruttiva e clausole contrattuali affidabili;
- la popolazione del territorio, infine, apprezza sempre di più quelle imprese che dimostrano sensibilità e responsabilità per il bene collettivo, i problemi sociali e la salvaguardia ambientale.

In questo contesto si innesta il nostro piccolo progetto "integration", con cui siamo sicuri di poter dare un buon esempio.