

CSR4 TOURISM

**Pratiche di innovazione aziendale
per la vostra impresa**

1. SOMMARIO

In questo modulo troverete:

Introduzione

Gestione dei dati

- **Gestire i dati**
- **Riportare i dati**

Strumenti di gestione dei dati

- **RSI nella gestione dei progetti**
- **Strumenti per una gestione responsabile dei progetti**

Strategie e pianificazione a lungo termine

- **Vantaggi della strategia RSI per le aziende**
- **Integrare la RSI nella strategia a lungo termine dell'impresa**

Opportunità finanziarie

- **Il quadro UE per la finanza sostenibile**
- **Opportunità finanziarie per le imprese attraverso i riferimenti RSI**

Riferimenti



2. INTRODUZIONE

La Responsabilità Sociale d'Impresa e l'innovazione sono fattori chiave per la crescita delle imprese, a maggior ragione nel settore turistico. L'industria del turismo è infatti intrinsecamente legata alla costante evoluzione delle tendenze sociali e delle esigenze ambientali di sostenibilità. Pertanto, le imprese turistiche sono continuamente messe alla prova dall'innovazione per fornire servizi e affrontare problemi in linea con gli obiettivi attuali a livello locale, nazionale o globale. Le imprese turistiche devono affrontare queste sfide come opportunità di innovazione che contribuiranno a progressi sociali e sostenibili positivi. Al centro delle pratiche aziendali che supportano la RSI, una gestione dei dati trasparente e organizzata, strumenti di gestione dei progetti incentrati sulle persone, una pianificazione sostenibile e strategie finanziarie eque sono fattori chiave per l'innovazione all'interno di un'azienda.

3. GESTIONE DEI DATI

3.1 GESTIRE I DATI

Ogni azienda produce e si basa su una quantità significativa di dati. Poiché il mondo dei dati è in continua espansione, le aziende devono gestirne una quantità sempre maggiore. Se i dati sono un asset fondamentale di un'azienda, la gestione di grandi quantità di dati può essere costosa e impegnativa. I dati vengono raccolti internamente o acquistati esternamente da clienti e utenti finali, devono essere elaborati e poi archiviati. Queste fasi richiedono molto lavoro umano e prestazioni digitali efficaci, oltre che spazio di archiviazione fisico.

Ogni fase deve rispettare le pratiche etiche, come il modo etico e trasparente di raccogliere i dati e il carico di lavoro in materia di diritti umani nell'elaborazione dei dati; ma anche essere consapevoli dell'impronta ambientale che l'archiviazione dei dati può avere, con la necessità di grandi infrastrutture per immagazzinare i centri dati, nonché l'elettricità e l'acqua consumate da tali centri. È quindi essenziale che le aziende gestiscano i propri dati in modo efficiente per affrontare queste sfide e seguire un approccio di RSI sostenibile.

I vantaggi di una buona gestione dei dati per un'azienda possono essere visti a livello interno, ambientale e finanziario. Le aziende possono scegliere di mappare i propri dati con un sistema di riferimento interno standardizzato o di avvalersi dei servizi di un'agenzia di elaborazione dati. L'ordinamento dei dati aiuta a ridurre la quantità da elaborare, riducendo così i costi di elaborazione e i requisiti di archiviazione. Contribuisce inoltre a garantire che i dati siano accurati, coerenti e riportati in modo trasparente, nonché a evitare la duplicazione dei dati, a ridurre i potenziali errori, a risparmiare tempo, a rendere i dati più facili da condividere, a garantire l'integrità della

ricerca e la convalida dei risultati, a garantire la responsabilità e a prendere decisioni aziendali migliori. Se gestito internamente, il trattamento dei dati dovrebbe essere organizzato da una persona incaricata di seguire l'approccio RSI, come il Chief Data Officer. Il Chief Data Officer non solo garantisce che l'azienda elimini i dati non necessari e contribuisca all'immagine responsabile dell'azienda, ma assicura anche che i dati siano riportati secondo le direttive RSI ed europee sulla trasparenza e la responsabilità dei dati.

Strumento di apprendimento: [Webinar about data management](#)

3.2 RIPORTARE I DATI

Rendicontare i dati significa rendere accessibili al pubblico i dati aziendali. Come si legge nella pagina del sito web della Commissione europea dedicata alla rendicontazione della sostenibilità aziendale, "la normativa dell'UE impone a tutte le grandi imprese e a tutte le società quotate in borsa (ad eccezione delle microimprese quotate in borsa) di divulgare informazioni sui rischi e le opportunità derivanti da questioni sociali e ambientali e sugli impatti delle loro attività sulle persone e sull'ambiente". La [Corporate Sustainability Reporting Directive](#) (CSRD) è stata redatta nelle leggi europee dal 2017 ed è stata adottata per la prima volta da Paesi come Francia e Danimarca. È entrata ufficialmente in vigore il 5 gennaio 2023, fornendo una nuova serie di regole sulla divulgazione delle informazioni sociali e ambientali che le imprese devono comunicare. Le imprese devono riportare i propri dati secondo gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), al fine di riferire in modo coerente e trasparente sulle attività non finanziarie delle imprese, quali:

- questioni ambientali
- questioni sociali e trattamento dei dipendenti
- rispetto dei diritti umani
- lotta alla corruzione e alla concussione
- diversità nei consigli di amministrazione delle società (in termini di età, sesso, formazione e background professionale)

La direttiva garantisce che i dati siano comunicati in modo uniforme in tutta l'UE. I dati riportati forniscono informazioni sullo stato dell'azienda. Non si tratta solo delle informazioni finanziarie dell'azienda, ma anche di quelle non finanziarie, che rispondono a domande fondamentali basate sull'approccio della RSI. La rendicontazione può avvenire attraverso un elenco di dati e cifre registrati, in un file Excel o in uno strumento di visualizzazione dei dati.

Strumento di apprendimento: [guardate questo webinar su come comunicare i dati aziendali secondo la CSRD. CSRD.](#)



4. STRUMENTI DI GESTIONE DEI DATI

4.1 RSI NELLA GESTIONE DEI PROGETTI

Il motivo principale per cui si avvia un progetto o un'impresa è la necessità di un cambiamento. Se un'azienda cerca di generare profitti, cerca anche di generare un cambiamento positivo, che sia attraverso un prodotto, un servizio, una strategia o un programma. Tuttavia, l'avvio di un progetto coinvolge molti aspetti, molto più grandi del progetto stesso. Un aspetto fondamentale di un progetto è rappresentato dalle persone che vi sono coinvolte, gli stakeholder. Queste parti interessate possono essere i clienti, i consumatori, i fornitori, il governo, le comunità locali in cui si svolge il progetto. Soprattutto nel settore del turismo, il coinvolgimento delle parti interessate è un passo essenziale dalla fase di sviluppo di un progetto fino alla sua gestione. Gestire un progetto significa anche tenere conto dell'impatto ambientale che il progetto potrebbe avere. Se un progetto viene realizzato per generare profitto, può avere un costo sulla società e/o sull'ambiente, quindi è responsabilità aziendale del progetto reinvestire i profitti per contribuire positivamente alla società e all'ambiente. I project manager hanno quindi la responsabilità di implementare le strategie di RSI in tutti gli aspetti del progetto, dalla sua creazione alla sua realizzazione. Si assumono la responsabilità dell'impatto che le attività del progetto hanno, non solo dal punto di vista legale, ma anche attraverso l'iniziativa volontaria di contribuire al miglioramento della qualità della società in generale.

4.2 STRUMENTI PER UNA GESTIONE RESPONSABILE DEI PROGETTI

Per raggiungere gli obiettivi del progetto rispettando l'approccio e le direttive della RSI, i project manager possono avvalersi di una serie di strumenti che hanno un focus ambientale o sociale. Esistono molti strumenti che possono essere applicati a tutti i tipi di imprese per garantire che il progetto segua gli standard ambientali. Per i progetti e le imprese turistiche, è necessario integrare strumenti che supportino i concetti di sostenibilità di una produzione più pulita, della gestione ambientale o dell'ecoturismo, tra gli altri. Alcuni strumenti che forniscono indicazioni preziose sull'impatto del progetto in questo settore specifico sono gli strumenti di valutazione. La matrice che segue fornisce una visione chiara di alcuni strumenti di valutazione e per quali concetti di turismo sostenibile sono maggiormente applicabili.

Ogni strumento è descritto in modo esauriente in questa [raccolta comparativa](#).

Tools	Concepts				
	Ecotourism	Cleaner production	Environmental management	Ecolabelling	Tourism carrying capacity
Sustainability Indicators (SI)	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Environmental Impact Assessment (EIA)	✓	✓	✓✓	✓	✓✓
Life Cycle Assessment (LCA)	✓	✓✓	✓✓	✓	-
Environmental Auditing (EA)	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Ecological Footprint (EF)	✓	✓✓	✓✓	-	-
Multi-Criteria Analysis (MCA)	-	✓✓	✓✓	-	-
Adaptive Environmental Assessment (AEA)	✓	✓	✓✓	✓	✓✓

Notes: ✓✓ : Tool is currently used to support the concept for sustainability assessment in tourism.
 ✓ : Tool has been used in other industries and has been promoted by tourism researchers to support the concept, but has not yet been used for tourism.
 - : Tool is not designed for and cannot be used to support the concept.

[Fonte dell'immagine](#)

5. STRATEGIE E PIANIFICAZIONE A LUNGO TERMINE

5.1 VANTAGGI DELLA STRATEGIA RSI PER LE AZIENDE

Poiché alle imprese e ai progetti viene richiesto di essere sempre più impattanti per essere in linea con le attuali problematiche sociali e ambientali, è essenziale per un'azienda avere obiettivi chiari e implementare strategie di responsabilità aziendale. Stabilire gli obiettivi di responsabilità d'impresa può essere un compito molto impegnativo ed è unico per ogni azienda, poiché gli obiettivi sono legati al marchio, alla strategia e alla cultura dell'azienda. L'adozione di un approccio alla RSI nella pianificazione e nella definizione degli obiettivi comporta numerosi vantaggi per un'azienda. Alcuni di questi vantaggi sono:

- La RSI aggiunge valore a un'azienda, contribuendo a costruire un'immagine più forte del marchio e una buona reputazione aziendale.
- La RSI contribuisce ad aumentare la competitività, in quanto l'azienda costruisce un rapporto più forte con i clienti, aumentando la fidelizzazione e le vendite.
- La RSI aiuta a ridurre i costi operativi, poiché l'azienda investe in modo efficiente.
- La RSI migliora l'impegno dei dipendenti dell'azienda e aiuta a trattenere i talenti.
- La RSI migliora l'affidabilità dell'azienda e aumenta la disponibilità degli investitori a sostenere l'azienda.
- La RSI migliora la comprensione e la conformità dell'azienda alle leggi e alle direttive, riducendo così l'onere normativo dell'azienda.

5.2 INTEGRARE LA RSI NELLA STRATEGIA A LUNGO TERMINE DELL'IMPRESA

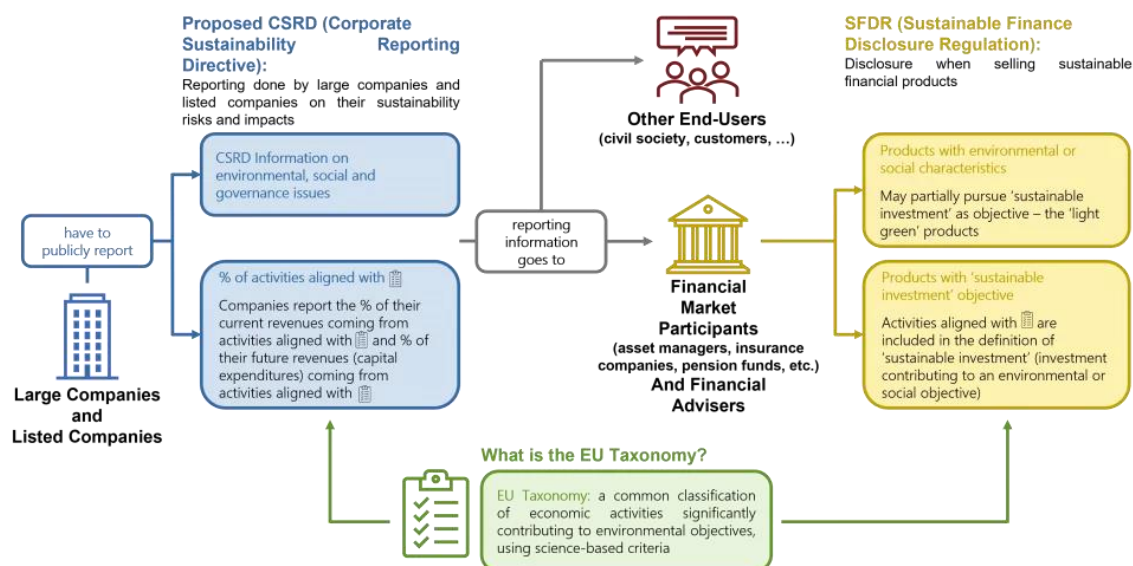
Affinché le pratiche di RSI siano efficaci in un'azienda è necessario costruire una solida strategia sociale e ambientale. Per sfruttare appieno i vantaggi dell'approccio alla RSI, la strategia a lungo termine dell'azienda deve essere allineata al marchio, trasparente, ben consolidata e orientata al pubblico. L'azienda deve avere una chiara comprensione e visione del valore della RSI e di come può essere integrata nella sua pianificazione strategica. L'integrazione della RSI nella strategia aziendale è ormai considerata una best practice e ogni azienda deve definire il proprio concetto di RSI. Un primo passo per integrare la RSI nelle strategie aziendali consiste nel raccogliere informazioni direttamente dagli stakeholder attraverso sondaggi tra i clienti, feedback dei dipendenti o valutazione dei bisogni della comunità.

Coinvolgere gli stakeholder nelle prime fasi del processo di strategia aziendale è fondamentale per identificare le aree di interesse e le esigenze comuni che possono essere implementate nella strategia aziendale, collegandole alla RSI dell'impresa. Questo primo passo porta l'azienda a stabilire i propri valori fondamentali e a sviluppare una strategia attorno ad essi che rimanga autentica nel lungo periodo. I valori aziendali e il concetto di RSI devono essere trasformati in obiettivi e risultati specifici che siano allineati con l'identità dell'azienda e che rimangano coerenti con le azioni in corso dell'azienda durante il suo ciclo di vita. Rimanere fedeli agli obiettivi aziendali a lungo termine è fondamentale per integrare con successo la strategia di RSI, così come un altro aspetto importante dell'approccio alla RSI è la trasparenza. È essenziale che i dipendenti dell'azienda siano formati sul concetto di RSI dell'azienda, affinché l'intero team lavori verso lo stesso obiettivo sulla base di conoscenze condivise. In definitiva, l'integrazione della RSI nella strategia aziendale non può escludere l'importanza di valutare, riferire e rispondere alle esigenze emergenti. I dipendenti possono essere formati. Una visione a lungo termine è quindi necessaria affinché un'azienda segua un percorso che rimanga coerente con il suo scopo e i suoi valori, pur rimanendo fedele alle pratiche di RSI.

6. OPPORTUNITÀ FINANZIARIE

6.1 IL QUADRO UE PER LA FINANZA SOSTENIBILE

In linea con la CSRD e con la spinta dell'UE a migliorare la comunicazione dei dati, anche una strategia di finanza sostenibile è menzionata come parte del Green Deal. Chiamata anche SFDR, la Sustainable Finance Disclosure Regulation richiede che le società finanziarie divulghino informazioni sugli impatti di sostenibilità dei loro prodotti finanziari, al fine di garantire una maggiore trasparenza nei processi aziendali in tutta Europa. Questa direttiva si rivolge alle società che forniscono servizi finanziari, alle banche e alle assicurazioni, ed è complementare alla CSRD, in quanto fa parte del Quadro dell'UE per la finanza sostenibile, che fissa i fattori di sostenibilità a vari livelli dell'economia. Il grafico seguente fornisce una panoramica di ciò che questa strategia comporta.



[Fonte dell'immagine](#)

6.2 OPPORTUNITÀ FINANZIARIE PER LE IMPRESE ATTRAVERSO I RIFERIMENTI

RSI

Se l'adozione di una strategia di RSI può essere considerata costosa, in realtà può portare benefici finanziari a un'azienda. Infatti, una strategia di RSI può contribuire a migliorare la performance finanziaria riducendo i costi di gestione dei dati, aumentando la soddisfazione e la fedeltà dei clienti, incrementando le capacità di innovazione interna e migliorando la reputazione dell'azienda. Pertanto, una strategia di RSI può avere un impatto positivo sui profitti dell'azienda, in quanto minimizza gli investimenti e massimizza i risultati. Questo ritorno sull'investimento può essere visto solo dopo aver sostenuto una strategia a lungo termine. Tuttavia, se un'azienda può ottenere un guadagno finanziario strategico attraverso la RSI, deve anche agire in modo responsabile e una "analisi costi-benefici" potrebbe essere un buon strumento per identificare le opportunità finanziarie che l'approccio alla RSI può portare. I benefici finanziari sono evidenziati da Orlitzky, Schmidt e Rynes, che hanno riscontrato una correlazione tra performance socio-ambientale e performance finanziaria. In effetti, dato che l'esigenza dei consumatori di fidarsi di un'azienda è oggi più forte che mai, la RSI può rappresentare un vantaggio significativo per l'azienda, in quanto i consumatori si fidano di aziende più responsabili.

In poche parole, l'adozione di una strategia di RSI da parte di un'azienda presenta diversi vantaggi finanziari:

- aumento delle vendite e della fedeltà dei clienti
- risparmi sui costi operativi
- migliori prestazioni finanziarie
- maggiore capacità di attrarre talenti e trattenere il personale

7. RIFERIMENTI

1. <https://www.sqli.com/int-en/insights-news/blog/data-governance-major-tool-your-csr-approach>
2. https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en#:~:text=in%20November%202022.,the%20digitalisation%20of%20sustainability%20information.
3. <https://www.pmi.org/learning/library/corporate-social-responsibility-means-project-manager-8368#:~:text=Project%20managers%20have%20the%20ability,company%2C%20as%20we%20as%20society.>
4. https://www.researchgate.net/publication/37621342_Concepts_and_Tools_for_Comprehensive_Sustainability_Assessments_for_Tourism_Destinations_A_Comparative_Review
5. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/esg/corporate-social-responsibility-csr/>
6. <https://hbr.org/2021/09/your-csr-strategy-needs-to-be-goal-driven-achievable-and-authentic>
7. <https://project-management.com/fulfilling-corporate-social-responsibilities-in-project-management/>
8. <https://www.ffe.de/en/publications/info-what-is-the-corporate-sustainability-reporting-directive/>
9. <https://everfi.com/blog/financial-education/why-corporate-social-responsibility-is-no-longer-something-financial-institutions-can-ignore>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.
This website reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held
responsible for any use which may be made of the information contained therein.