UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II

Facoltà di Economia

Corso di Laurea in Scienze del Turismo ad Indirizzo Manageriale

Candidata: Diana Rosa

LABORATORIO : Diritto, etica e responsabilità sociale

RESPONSABILITA' SOCIALE D' IMPRESA: IL GRUPPO

* Nata a Parma nel 1877, da una bottega che produceva pane e pasta, Barilla è oggi tra i primi gruppi alimentari italiani, leader nel mercato della pasta nel mondo, dei sughi pronti in Europa continentale, dei prodotti da forno in Italia e dei pani croccanti nei Paesi scandinavi.

* Barilla G. e R. Fratelli impiega oltre 8.000 persone e nel 2013 ha fatturato 3.198 milioni di euro.

* Alla guida dell'Azienda c'è, da oltre 130 anni, l'esperienza imprenditoriale di una famiglia che oggi, con i fratelli Guido, Luca, Paolo ed Emanuela, è giunta alla quarta generazione.

* Orientata da sempre a una corretta alimentazione attraverso prodotti semplici e genuini di uso quotidiano, eccellenti per gusto e nutrizionalmente equilibrati, Barilla si è imposta nel mondo grazie a un'attenzione costante alla qualità - frutto di forti investimenti in ricerca, innovazione e tecnologie e alla comunicazione.

IL LORO IMPEGNO:

* Offrire prodotti che contribuiscano a un’alimentazione nutrizionalmente equilibrata, eccellenti per gusto e qualità.

Ogni prodotto è realizzato nel rispetto dell’ambiente e della dignità delle persone.

I LORO PILASTRI: NUTRIZIONE

* Materie prime sicure e di alta qualità
* Ingredienti naturalmente buoni e loro derivati naturali, per accrescere il valore nutrizionale dei prodotti
* Processi che preservino la qualità dei prodotti
* Educare le persone a uno stile alimentare sano

Hanno detto NO a:

* Grassi idrogenati
* Additivi o Composti sintetici
* Coloranti
* Condensanti
* Conservanti
* OGM

I LORO PILASTRI: AMBIENTE

* Il Sistema Agri-food Industry Sustainability ha 4 aree fondamentali:
* Sicurezza Alimentare, Ambiente, Responsabilità Sociale e Animal welfare;

Alcuni risultati:

* Meno Energia utilizzata (-20% Petroleum equivalent/Prodotto finito vs ’03);
* Meno Anidride Carbonica prodotta (-18% CO2/Prodotto finito vs ’03);
* Meno consumo d’acqua (-41% m3 Acqua/Prodotto finito vs ’03);
* Più materiali riciclabili (77% dei rifiuti riciclati: +19% vs ‘03);
* Non utilizzo di elementi nocivi per l’ambiente (inchiostri, materiali di stampa, ecc.).

LE PRINCIPALI ATTIVITA' SVOLTE

* Dal 2012 il Gruppo Barilla ha rafforzato in Italia la collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare Onlus.
* Gli stabilimenti Barilla nel 2013 hanno donato alla Fondazione Banco Alimentare un quantitativo di prodotto oltre a 1.000 tonnellate in Italia.
* Codice di condotta (Social Audit Program) basato sulla SA8000
* Educazione alimentare e all' attività fisica
* Attività di promozione culturale Festival Verdi)
* Membro della Fondazione «Ospedale dei bambini di Parma»
* Fondo sanitario (donazioni apparecchiature e strumenti a Enti Sanitari)

Un approccio strutturato e globale

* Crescita durevole identificando i propri interessi con quelli generali
* L'attività imprenditoriale che asseconda, promuove, supporta e accompagna lo sviluppo sostenibile
* Continua ricerca e sviluppo di processi produttivi, prodotti e risultati volti al benessere delle persone e alla tutela dell'ambiente
* Assunzione di responsabilità pubbliche specifiche dell'azienda di fronte ai propri stakeholder e attuazione di iniziative conseguenti

Come intendiamo operare

* Partnership con Fondazione per la cittadinanza attiva (ente di ricerca e formazione specializzato sui temi della cittadinanza d'impresa e della responsabilità sociale)
* Barilla sta avviando un processo di rendicontazione sociale innovativo ed originale che la faccia risaltare tra le aziende operanti nel settore dell'alimentazione a livello globale

Le sfide

* Rendicontare pubblicamente strategie, attività e risultati di Barilla
* Rafforzare la dimensione globale di Barilla: la responsabilità sociale è un elemento comune e unificante per l'intera azienda in tutto il mondo,
* l'identità aziendale deve esprimere valore economico e valore sociale
* Il processo di rendicontazione è una leva per stimolare il cambiamento necessario, per evitare che l'azienda resti prigioniera della sua stessa reputazione e dei suoi successi passati

Le caratteristiche distintive del processo

* Confronto con requisiti e standard di eccellenza provenienti dall'esterno, con valori assoluti di riferimento e non solo con variazioni rispetto alle performance del periodo precedente
* Essere frutto del coinvolgimento della intera azienda
* Essere orientato alle priorità degli stakeholder, coinvolgendoli nel processo
* Trovare soluzioni di eccellenza legate non solo al rispetto di leggi, regole e standard; non solo filantropia
* Rendere conto dei risultati e degli effetti più che delle attività svolte o delle risorse impiegate
* Avere uno stile di comunicazione basato sulla parità con il pubblico, capace di dare lealmente informazioni sugli aspetti critici

Gli obiettivi di breve periodo

* Orientare le attività dell'azienda in funzione di una politica di responsabiltà sociale, facendo emergere: elementi di distintività, risultati
* ottenuti, punti critici e aree di miglioramento
* Produrre un "numero zero" del rapporto di sostenibilità con riferimento
* all'esercizio 2008, da rendere pubblico attorno alla metà del 2009
* Favorire la creazione di una permanente pratica di rendicontazione
* all'interno dell'azienda
* Rendere pubblico il processo a livello di istituzioni e di stakeholder
* principali

Gli obiettivi di lungo periodo

* Incorporare la responsabilità sociale nella identità globale dell'azienda:
* Rendicontare l' intera supply chain dell'azienda;
* Rendicontare gli elementi del capitale intangibile (capitale strutturale,
* intellettuale e relazionale);
* Integrare il conto economico con gli impatti sociali e ambientali del Gruppo;
* Definire obiettivi di responsabilità sociale e ambientale in sede di
* preventivo e non solo a consuntivo;
* Definire la corporate cause Barilla: individuare una causa sociale di livello globale con focus su un tema critico di portata internazionale.

LA GESTIONE DELL'AZIENDA

* Sono tre gli ingredienti di successo per le aziende che vogliono creare valore nel tempo: il primo è la gestione della cultura d’impresa; il secondo i sistemi di governo che vadano oltre la “corporate governance” per tutelare efficacia strategica ed efficienza gestionale e il terzo, la leadership.

IL GOVERNO DEL GRUPPO

* Il Gruppo Barilla è composto da circa 50 società controllate direttamente o indirettamente dalla capogruppo Barilla Holding S.p.A. con sede legale a Parma.

La partecipazione nelle società operative è detenuta in via indiretta attraverso **Barilla Iniziative S.r.l**., controllata **all'85% dalla stessa Barilla Holding S.p.A. e al 15% da Gafina B.V. La struttura organizzativa del Gruppo si basa su due società operative, Barilla G. e R. Fratelli Società per azioni e Lieken AG, controllate interamente**.

La governance delle principali società controllate italiane è strutturata in modo coerente alle loro realtà operative e, nelle società estere, fa comunque riferimento alle legislazioni locali.

LA GESTIONE DELLA **BARILLA G. E R. FRATELLI SOCIETÀ PER AZIONI** E DELLE SUE SOCIETÀ CONTROLLATE È ANALOGA A QUELLA DI BARILLA HOLDING S.P.A. IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO DELLA SOCIETÀ DI CUI AL D.LGS. 231/2001 SONO PIÙ SPECIFICI. IL CDA È PRESIEDUTO DA GUIDO BARILL A ED È COMPOSTO DA 9 AMMINISTRATORI.

CRITICHE

L’azienda, non più italiana ma americana, usa grano con tassi di micotossine altissimo, e quindi ammuffito, derivante da lunghi stoccaggi, al prezzo più basso possibile.
Ma perché accade ciò?
La storia risale al 2006 quando l’Unione Europea decise di alzare i livelli di micotossine presenti nel grano duro in modo che anche gli altri paesi, con climi più sfavorevoli, potessero produrlo. Una decisione basata su fini puramente commerciali. Oltre ad impoverire la qualità dei prodotti, infatti, la manovra rappresentò un duro colpo per i contadini del Sud Italia. Quest’ultimi, il cui grano non conteneva micotossine poiché lavorato naturalmente, furono meccanicamente esclusi dal mercato europeo.
Il discorso però era, ed è, diverso per i paesi d’oltreoceano. Per l’esportazione del prodotto in Usa e in Canada i parametri cambiano. In questo caso il grano deve avere un tasso di micotossine pari alla metà di quello accettato dalla UE per le importazioni.
In questo modo è successo che:
I prezzi internazionali del grano duro di riflesso sono crollati, circostanza favorevole per i commercianti italiani ed i monopolisti internazionali che hanno potuto acquistare il grano al prezzo più basso possibile dai contadini meridionali, messi alle strette dalle direttive europee. Questi stessi imprenditori hanno esportato poi il grano italiano migliore all’estero, lucrando sul prezzo, per poi portare da noi prodotti realizzati con il grano ammuffito, accumulatosi nei depositi, e radioattivo.
Alla luce di ciò il web, attraverso i social network, sta diffondendo il messaggio per boicottare la Barilla, principale azienda responsabile di questo disastro alimentare, incentivando gli utenti ad acquistare solo prodotti graminacei coltivati nello stivale e di agricoltura biologica.

IL NUOVO LOGO “BUONO PER TE, BUONO PER IL PIANETA” INDICA QUANTO QUESTO IMPEGNO SIA INTEGRATO NELLE ATTIVITA’ QUOTIDIANE DI BARILLA.

Il Gruppo Barilla ha una sola aspirazione: raddoppiare il fatturato entro il 2020. In un solo modo: “Buono per Te, Buono per il Pianeta”. Questo significa che Barilla si impegna a produrre e offrire i suoi prodotti alle persone promuovendo – allo stesso tempo – abitudini alimentari sane e gioiose e riducendo continuamente l’impatto sull’ambiente. Tutto questo non e fatto solamente dalle donne e uomini che lavorano per il Gruppo, ma attraverso collaborazioni aperte e trasparenti con le comunità in cui Barilla e presente oggi e si espanderà domani. La DOPPIA PIRAMIDE costr accostando la piramide alimentare a una piramide ambientale, simboleggia un messaggio semplice: ciò che e meglio per il benessere delle persone, lo e anche per la salvaguardia del pianeta. “BUONO PER TE, BUONO PER IL PIANETA” include anche l’impegno di Barilla nelle comunità in cui è presente e con cui collabora per promuovere sempre di più e meglio abitudini alimentari sane e gioiose e ridurre gli impatti sull’ambiente.