

APS: come si applica la Responsabilità sociale

Intervista raccolta da Valentina Oldani

Abbiamo fatto una chiacchierata con Anna Laura Ravera di Aps Prodotti Speciali, un'azienda da qualche tempo impegnata nel rispetto delle regole che rendono i soggetti economici responsabili socialmente. Lo slancio ideale deve andare di pari passo con l'applicazione concreta di principi alti quanto astratti: anche le Pmi possono percorrere questa strada. E pure meglio rispetto alle grandi aziende e alle multinazionali.

Anna Laura Ravera può illustrare brevemente l'attività di Aps e il suo ruolo in azienda?

APS Prodotti Speciali è un'azienda nata nel 1991 con l'ambizione di sviluppare sul mercato italiano soluzioni alternative alle pavimentazioni tradizionali, in grado di dare risposte innovative e più vicine ai bisogni di un mercato in costante evoluzione.

L'intuizione di Antonino Caneva, titolare di APS, è stata quella di voler dare un taglio diverso alla sua proposta: APS si è da subito distinta per un'offerta basata sull'approccio globale ai bisogni del cliente. La ricerca svolta a livello internazionale applicando rigidi criteri qualitativi, ha portato APS nel 1999 a creare un forte legame con Flowcrete Group, leader mondiale nella produzione e diffusione dei rivestimenti continui per pavimentazione, del quale è diventata importatore esclusivista per l'Italia. Parlo di questo perché probabilmente la cultura della sostenibilità in APS è iniziata in quel momento.

Quindi c'è stato un contagio positivo e fecondo?

Direi di sì: Flowcrete nasce in Inghilterra, territorio molto sensibile a questo tema, e sviluppa uno dei primi siti produttivi nella verdissima Perstorp, in Svezia, luogo in cui avviene l'incontro con la Polygiene, della quale ha l'esclusiva mondiale per l'utilizzo nei materiali

Panoramica dei vigneti dell'Alto Monferrato



per pavimentazione della omonima tecnologia antibatterica. Flowcrete, prima nel suo settore, proprio nel sito produttivo di Perstorp ha ottenuto, nel 2004, la certificazione Iso 14001 e dal 2005, con la carta Etica, ha assunto l'impegno per tutto il gruppo in materia di sostenibilità. Dal 2006 APS ha la certificazione di qualità Iso 9001 e dal 2008, grazie a questo clima aziendale favorevole, ha attivato l'unità di Csr formalizzando di fatto la sua posizione verso il rapporto con i suoi clienti e fornitori, il suo personale, l'ambiente e la società. La mia figura si colloca in questa visione, in quanto è stato naturale e interessante, operando già come responsabile del Servizio Qualità, mettermi a disposizione come "facilitatore" per l'integrazione fra le diverse funzioni aziendali nell'armonizzazione delle diverse buone pratiche. Anche in questo l'azienda si è confermata innovativa, in quanto pur nella dimensione di Pmi, segmento nel quale c'è ancora un approccio poco ordinato alla Csr, non c'è stata improvvisazione ma il percorso è stato preceduto da una formazione specifica che mi ha permesso di partecipare alla sessione 2007-2008 del corso per Csr manager che si svolge ogni anno presso l'Università Cattolica di Milano.

Aps è particolarmente sensibile ai temi etici e dell'ambiente: per questo sta sviluppando diversi progetti tra cui Dedicato. Ce ne può parlare?

Naturalmente l'approccio etico, per essere con-

Castello di Tagliolo
Monferrato - AL



creto e coerente, deve permeare tutte le azioni aziendali: noi di APS condividiamo la visione che il valore di un'impresa sia l'insieme di tutte le azioni che svolge, quindi è stato naturale rivolgerci anche alla società nella quale siamo nati e cresciuti. Se da un lato l'impegno per la ricerca di materiali e sistemi sempre più eco-compatibili sta caratterizzando le nostre scelte strategiche, dall'altro anche il piacere di "dedicare" una parte del nostro tempo e delle nostre risorse a progetti di responsabilità sociale d'impresa ha trovato tutti noi particolarmente coinvolti e ha contribuito a consolidare lo spirito di appartenenza. È nato quindi "Dedicato, Imprenditori e Idee per il territorio" che, insieme all'Agenzia di Comunicazione Giuliana Lazzari, si propone di impiegare una parte delle risorse delle rispettive aziende a favore di progetti specifici di promozione del Territorio e di sostegno al progetto Cigno (Come Immaginare la Gestione di una Nuova Oncologia) che si impegna a favore dei malati oncologici e dei loro familiari. "Dedicato" si sostiene attraverso la vendita di una linea di prodotti enogastronomici prodotti nel nostro territorio (primo fra tutti il Dolcetto di Ovada) che possono essere acquistati direttamente dalle nostre aziende e il cui ricavato viene poi impiegato per il sostegno economico dei progetti.

Perché la vostra azienda si interessa di ambiente, territorio, qualità del lavoro e della vita e non solo di profitto. Come si legano le due "filosofie"?

La domanda mi riporta immediatamente ad un concetto scaturito da una delle nostre riunioni e diventato motto aziendale: "il primo profitto di un lavoro sta nella gioia del farlo"; la nostra filosofia aziendale ha da sempre dato priorità assoluta alla soddisfazione del cliente perché è sinonimo di successo dell'impresa e quindi del business, ma siamo fortemente convinti che un'azienda che vuole realizzare una strategia mirata a proporsi come partner affidabile nel tempo, non può prescindere dall'Essere e quindi diventa naturale applicare la stessa attenzione riservata al business a tutte le componenti che determinano il successo, *in primis* le persone coinvolte a vario titolo e livello nei processi aziendali e all'ambiente nel quale si realizza.

Cos'è per voi la Responsabilità sociale d'impresa? Come si realizza nei fatti e nella quotidianità aziendale?

La Responsabilità sociale d'impresa per noi è impegnarci a perseguire gli obiettivi aziendali

cercando di declinare in ogni aspetto e per quanto possibile, le buone pratiche che ci possono permettere di fare profitto in modo etico e coerente.

Il concetto di applicazione della buona pratica è il fondamento sul quale si basa l'azienda che vuole fare della Csr una guida concreta, perché applicare una buona pratica significa "andare oltre" l'obbligo di legge. Vuol dire coinvolgere sia il *management* aziendale sia i colleghi nell'implementazione del sistema di gestione; significa adottare strategie per minimizzare gli impatti ambientali dalla raccolta differenziata all'impiego di materie prime o componenti riciclati o riciclabili, attuando una formazione continua del personale. Significa avere un'idea precisa circa la gestione delle risorse umane che preveda uno sviluppo dei talenti e delle professionalità individuali finalizzate alla crescita personale, e attenti programmi rivolti alla riduzione al minimo dei possibili rischi e malattie professionali, cercando continui *feed-back* da parte delle persone coinvolte per la verifica dei singoli livelli di gradimento e soddisfazione.

Non sono esclusi da questo processo i fornitori, verso i quali è assunto un impegno di correttezza e viene effettuato un sistematico coinvolgimento e monitoraggio sulle tematiche di Csr.

Anche i clienti/consumatori sono coinvolti in questo percorso perché a loro viene dedicata l'implementazione della ricerca verso nuovi prodotti sempre più rispondenti alle esigenze in termini di garanzia, eticità, sicurezza e impatto ambientale. I clienti dell'azienda che si impone



Main group di APS

Responsabilità sociale

un percorso di Csr vengono gradualmente coinvolti nel processo attraverso la comunicazione della strategia adottata e sollecitando un ritorno, spesso con questionari di *customer satisfaction*.

Naturalmente tutto ciò non può prescindere dalla gestione delle relazioni con il territorio, perché viene spontaneo, all'azienda che percepisce come "valore" la soddisfazione di attuare questo percorso, comunicarlo e condividerlo con la comunità nella quale opera e dalla quale provengono le risorse umane che la compongono, siano esse locali o internazionali.

Quello che cerchiamo di condividere con altri imprenditori, soprattutto delle Pmi che sono la spina dorsale dell'economia italiana ma ancora troppo poco coinvolte in questo percorso, è che la Responsabilità sociale d'impresa non è, nella sua essenza, un'azione di filantropia o un costo fine a sé stesso, ma deve essere vissuto dall'azienda come una parte fondamentale della strategia gestionale mirata al miglioramento di tutto il processo aziendale.

Naturalmente questo funziona se l'azienda ha come obiettivo una permanenza sul mercato di lungo periodo e se la dirigenza ne è convinta in

modo genuino, perché chi "bara", con sé stesso o con la società, viene facilmente scoperto. Di più: nella dimensione della Pmi, come peraltro nella grande industria, la responsabilità sociale può essere declinata come vero e proprio strumento di gestione delle crisi, sia in termini di prevenzione sia in termini di governo delle criticità in atto. È implicito quindi che Csr è anche una vera e propria leva strategica in grado di essere valore aggiunto per le realtà che ci hanno creduto.

Ci può parlare del codice etico Aps?

Il codice etico, poco diffuso fino a pochi anni fa fra le aziende Italiane, è da tempo espressione dell'impegno socio-ambientale di chi lo redige; in Italia ha cominciato a diffondersi inizialmente attraverso la condivisione da parte delle filiali italiane dei codici etici già presenti nelle multinazionali estere.

Il valore del codice etico è direttamente proporzionale all'impegno che ogni struttura mette nella sua applicazione in quanto, di per sé, è un'insieme di buoni propositi che, se vengono enunciati per convenienza, ha valore puramente simbolico.

Per noi di APS e per le Pmi (purtroppo ancora troppo poche) che lo hanno emanato, è una guida, condivisa con tutte le persone che fanno parte della nostra organizzazione, e la dichiarazione all'esterno dei valori attraverso i quali si sviluppa il nostro modo di fare impresa.

Come cambierà o aumenterà il vostro impegno su questi temi nel futuro?

Nella realtà riteniamo che l'impegno in CSR sia un modo di fare azienda, quindi come tale non misurabile nella filosofia; misurabili invece sono gli obiettivi concreti attraverso i quali si manifesta e si testimonia all'esterno. Per l'anno in corso abbiamo in previsione di realizzare il nostro primo *report* di sostenibilità attraverso cui cercheremo di fare il punto su quali indicatori concreti sono variati dall'approccio strutturato delle buone pratiche in materia socio-ambientale. Contemporaneamente continueremo a proseguire il nostro impegno nel *network* (APS è membro del *Csr Manager Network Italia*) nella convinzione che la condivisione e la testimonianza possano portare al miglioramento della qualità delle scelte aziendali, quindi alla diffusione di un modo di fare business etico, proficuo per la soddisfazione dell'azienda e che a cascata si ripercuote su chiunque ne sia a vario titolo coinvolto.



Linea di vini "Dedicato"