

Le nuove frontiere del counseling  
Terzo convegno nazionale  
Assocounseling  
Counseling e  
responsabilità  
sociale

Maria Grazia Ganzina

Firenze 14/15 aprile 2012

# Obiettivo

Accrescere il senso di appartenenza delle risorse umane, creare un ambiente armonico, positivo e propositivo verso un crescita professionale e una convinta adozione della Responsabilità sociale d'Impresa come strumento strategico e competitivo per costruire una nuova visione.

# La Commissione Europea

Aveva precedentemente definito la "responsabilità sociale delle imprese" (RSI) come "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate"

La responsabilità sociale delle imprese riguardava gli interventi delle imprese al di là dei loro obblighi giuridici nei confronti della società e dell'ambiente.

## Una nuova definizione Bruxelles, 25 ottobre 2011

La Commissione propone una nuova definizione di RSI come **"responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società"**. Il rispetto della legislazione applicabile e dei contratti collettivi tra le parti sociali rappresenta un presupposto necessario per far fronte a tale responsabilità. Per soddisfare pienamente la loro responsabilità sociale, le imprese devono avere in atto un processo per integrare le questioni sociali, ambientali, etiche, i diritti umani e le sollecitazioni dei consumatori nelle loro operazioni commerciali e nella loro strategia di base in stretta collaborazione con i rispettivi interlocutori.

# Principi

I principi fondamentali della responsabilità sociale per le Piccole Medie Imprese (PMI) sono, la trasparenza ed il comportamento etico, nonché la comunicazione e la relazione all'interno di una rete di individui, di gruppi e di organizzazioni che hanno degli interessi nei confronti delle PMI .

# La Responsabilità Sociale d'impresa

è strettamente connaturata alla gestione delle relazioni con gli Stakeholder e al loro coinvolgimento.

**Relazione è la parola chiave.**

Essa deve essere capace di rappresentare un'opportunità di crescita professionale e personale per tutti, deve fornire soluzioni concrete e vincere le resistenze e le difese sempre presenti nelle organizzazioni.

# Il counselor empatia e relazione

CSR è “ un modo di essere” CSR è ascolto, dialogo,  
relazione, empatia.

La relazione è l’approccio più diretto e comprensibile  
da parte dell’impresa per capire e quindi attuare la  
Responsabilità Sociale.

Essa si concretizza infatti nel momento in cui un’impresa  
pone attenzione alla relazione con i suoi interlocutori,  
cercando di tener conto e di incorporare nella sua ragion  
d’essere, nella sua strategia, alcuni obiettivi di tipo  
relazionale.

# La Sensibilità Empatica

Deve arrivare al centro del nuovo stile manageriale

La condivisione, la collaborazione, lo sforzo di crescere, nascono dal "credo" nello stesso obiettivo. E' giusto dichiarare che l'obiettivo di un'azienda sia non solo l'utile, ma *il bene della comunità* e la comunità non è solo quella che sta fuori le mura aziendali, ma è anche quella che sta all'interno, le persone che ci lavorano.

# Clima

L'importanza del clima aziendale per la **collaborazione tra il personale**

Il clima di benessere in azienda va costruito

Il clima organizzativo è una dimensione di misura della relazione all'interno di un'organizzazione.

**Collaborazione vuol dire prima di tutto capacità di ascolto e dialogo**

# Ascolto

Un'organizzazione che voglia capire le dimensioni della soddisfazione, della motivazione e del clima, deve disporsi all'ascolto. Solo ascoltando, possiamo comunicare e creare relazione.

L'ascolto attivo consente di instaurare **un clima di fiducia**. I leader che sanno ascoltare, lavorano in modo sincronico con gli altri, con chiarezza di intenti e obiettivi, dimostrando la loro passione e il loro impegno, ma soprattutto profonda considerazione per le persone.

# Fiducia

È questo un principio legato alla motivazione e alla cultura d'impresa anche se spesso viene ignorato e perciò rappresenta un punto critico.

Se e nella misura in cui un manager è riuscito a conquistarsi e a conservare la fiducia dei dipendenti, anche il clima sarà sostanzialmente positivo e il manager avrà ottenuto qualcosa di estremamente importante. Se invece non esiste fiducia di fondo tutti gli sforzi per costruire un ambiente motivante, saranno vani, senza fiducia non può esserci nessuna relazione.

# PERCORSO

A fronte di quanto detto, la prima cosa da fare è capire i bisogni delle persone, evidenziando tutti i fattori positivi e negativi per definire poi le necessarie azioni che non sono da considerarsi come la soluzione globale al problema.

La soluzione sarà il **percorso** che si andrà ad innescare e che non avrà una fine, perché, in quanto miglioramento, potrà solo essere continuo. CSR è continuità.

La proposta che segue è l'ossatura, una prima bozza, che sarà da dettagliare, approfondire e verificare in ogni suo passaggio nel momento in cui verrà approvata.

# 1° fase

## Gli incontri

- Organizzare alcuni *incontri della durata di un'ora*: ad ogni incontro parteciperanno i dipendenti singolarmente o in gruppo ristretto
- L'obiettivo è raccogliere le loro idee, provare ad elencare le negatività e le positività dell'azienda, le possibili soluzioni, cogliere i diversi atteggiamenti e comportamenti nei riguardi di questo percorso.

## 2° fase Il gruppo di lavoro

*Definizione di un unico gruppo di lavoro*, sufficientemente eterogeneo, composto dai responsabili e **maestranze**, con il quale iniziare ad integrare in maniera costruttiva quanto raccolto negli step precedenti.

Scopo del gruppo sarà confrontarsi, fare e definire proposte, verificare le attività svolte ma soprattutto *ascoltare e trasferire*. Tutto quanto si possa pensare o trovare come proposta o soluzione per attivare un **percorso di CSR** in azienda, non ha alcuna valenza se l'idea principale non è condivisa in primis dai vertici aziendali, poiché da loro deriveranno scelte e comportamenti che saranno l'espressione o la negazione di tale orientamento.

## **Caso Pratico**

**Il mio ruolo, counselor, nell'azienda XY, è stato quello di ascoltare le motivazioni e le esigenze sia del titolare che dei lavoratori - collaboratori, per poter unire le forze verso un unico obiettivo: il miglioramento del clima aziendale e la garanzia di un percorso di formazione continua, verso una convinta adozione della CSR in azienda.**

**GRAZIE**

**Maria Grazia Ganzina**

**E-mail : [mgg@counselingteam.it](mailto:mgg@counselingteam.it)**

