



Il progetto Sa.Rete è promosso da piccole imprese tutte certificate Sa8000. Il raggruppamento nasce dalla forte volontà degli imprenditori di organizzare una rete tra imprese certificate Sa8000 che possa divenire un'occasione non soltanto di condivisione di buone prassi, confronto e monitoraggio di processi gestionali, ma che possa anche trasformarsi in una opportunità di crescita e sviluppo, attraverso la condivisione fattiva di un percorso. Si tratta di una esperienza "organizzativa" nuova che parte non dall'affinità dell'attività svolta, ma dalla condivisione di un modo di fare impresa e di essere impresa sul territorio.

Le aziende della rete rappresentano classici esempi di micro e piccole imprese toscane, radicate nel proprio territorio, alcune a conduzione familiare e che hanno saputo rafforzare nel tempo la propria posizione di mercato grazie all'innovazione di processo e di prodotto, all'attenzione verso i lavoratori e al costante rapporto con tutte le parti interessate.



Aziende partecipanti al progetto:

TIPOGRAFIA ROSSI

Sinalunga (Si) - www.tipografiarossi.com

C E Chimica Edile s.r.l.

Castiglione della Pescaia (Gr) - www.chimicaedile.it



Massa - www.c-m-o.it



C.R.T.
CENTRO REGIONALE TOSCANO
PER I SERVIZI E L'INFORMATICA CNA - SRL

Firenze - www.crt.toscana.it



Signa (Fi) - www.duvaws.com

SIMIANI S.p.A.

Scarperia (Fi) - www.simiani.it

Progetto finanziato nell'ambito del DOCUP
obiettivo 2 con fondi FESR, Stato, Regione Toscana



Regione Toscana



consumo e
produzione
responsabili

un'opportunità
per aziende e
consumatori

La componente sociale del consumo

Ogni volta che un consumatore acquista un prodotto compie un'azione che ha risvolti economici evidenti: dando la preferenza ad un prodotto piuttosto che ad un altro si condiziona il mercato, si esprime una preferenza.

Se ci soffermiamo a cercare le motivazioni che ci spingono alla scelta di un prodotto è facile individuarne due molto forti: la qualità ed il prezzo.

Ma la globalità dei mercati e dei processi impongono a chi produce e a chi consuma una nuova sensibilità verso un aspetto importantissimo: l'impatto sociale della produzione e del consumo.

Spesso dietro al prodotto che acquistiamo si nasconde una storia fatta di scarsa attenzione verso l'ambiente e verso le condizioni sociali, se non addirittura uno sfruttamento che può arrivare fino alla riduzione in schiavitù dei lavoratori, spesso appartenenti alla fasce più deboli.

Un consumo migliore è necessario

Per migliorare l'impatto sociale della produzione c'è una unica via: preferire e consumare prodotti che rispettino i valori sociali che nel tempo si sono perduti in nome della corsa al massimo profitto.

I consumatori devono sempre più prendere coscienza di questo fenomeno ed agire di conseguenza. Solo così le aziende che producono con criteri diversi saranno costrette ad adeguarsi e a divenire *socialmente responsabili*.

Un consumo migliore è possibile

Da qualche anno a questa parte in molte aziende sta maturando una coscienza sociale che le porta ad essere *parte attiva nel cambiamento*, attuando politiche di Responsabilità Sociale di Impresa.

Scegliendo le merci prodotte o commercializzate da questi soggetti i consumatori hanno la possibilità di orientare il mercato verso scelte di impatto sociale positivo.



Lo standard SA8000

Per creare al proprio interno un sistema di gestione della responsabilità sociale, le imprese hanno a disposizione uno strumento ormai consolidato: lo standard SA8000.

SA8000 è una norma internazionale, emessa dall'organizzazione SAI international.

La rispondenza delle organizzazioni a tale standard può essere certificata da appositi enti abilitati, e garantisce che l'azienda ha valutato il proprio impatto sociale ed intraprende azioni di miglioramento.



*un progetto socialmente responsabile,
un'opportunità per le aziende
e per i consumatori.*

Dalla passione di alcuni imprenditori, tutti certificati SA8000, nasce questo progetto che ha una duplice utilità: da un lato promuove presso i consumatori la coscienza dell'aspetto sociale dell'attività economica, e dall'altro implementa una rete di conoscenze e di servizi tra le aziende partner.

