

### 1. Azienda – Dati generali

<b>Nome dell'Azienda:</b>	<b>Zeiringer GmbH &amp; Co. KG</b>
<b>Area di attività:</b>	Sistemi di riscaldamento e energia
<b>Attività principali:</b>	Installazione e manutenzione del sistema di riscaldamento, fornitura idraulica ed energetica
<b>Città/Paese:</b>	Murau, Austria
<b>Anno di nascita:</b>	1957
<b>Numero di filiali dell'azienda (2004):</b>	1 in Austria
<b>Sito Internet (se disponibile):</b>	<a href="http://www.zeiringer.net">www.zeiringer.net</a>
<b>Numero di dipendenti:</b>	Full Time 35, Part Time 5, Donne 8, Uomini 32
<b>Giro di affari annuale (€):</b>	3.000.000

### 2. Attività nel sociale – Argomenti principali

<b>Aree di attività nella responsabilità sociale (CSR):</b>	<input type="checkbox"/> Etica imprenditoriale <input type="checkbox"/> Luogo di lavoro <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente <input checked="" type="checkbox"/> Mercato <input type="checkbox"/> Comunità
<b>Risultati del CSR</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Prodotti nel rispetto dell'ambiente e sistemi di riscaldamento <input checked="" type="checkbox"/> Sensibilizzazione della comunità locale e regionale in merito al riscaldamento e all'ambiente.
<b>Motivi Principali per essere Responsabili</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Valori dell'amministrazione e filosofia aziendale</li> <li>▪ Realizzare un cambiamento del riscaldamento nel rispetto dell'ambiente</li> <li>▪ Aumentare la sensibilità verso il riscaldamento e il riciclo nel rispetto dell'ambiente. Esempio dato dall'azienda stessa</li> </ul>
<b>Alcuni esempi di iniziative del CSR nelle aree identificate:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formazione professionale dei dipendenti per renderli consapevoli e pronti ai cambiamenti del mercato nel settore dell'energia</li> <li>▪ Creazione di una coscienza ambientale nella regione</li> <li>▪ Sostegno attivo ai clienti per cessare di installare centrali di riscaldamento a petrolio nei nuovi edifici</li> </ul>
<b>Le pratiche sociali sono integrate all'interno di una più vasta strategia di affari? Sì/No? In che modo?</b>	<p>Si. L'intera strategia aziendale è stata cambiata con "Öko-Zeiringer" la strategia ecologica ambientale dell'azienda. La strategia del CSR è orientata direttamente verso le attività economiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ I dipendenti vengono formati sui sistemi e prodotti ecologici</li> <li>▪ La priorità è implementare e far conoscere la strategia ecologica "Öko-Zeiringer" nelle propria azienda, prima ancora di entrare nel mercato</li> <li>▪ Tutte le attività di pubblicità e di marketing sono organizzate per cambiare la filosofia dell'azienda, così da diventare un sostenitore dell'energia sostenibile e pulita</li> </ul>
<b>Benefici economici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formazione e motivazione dei dipendenti a fronte del fatto che nella regione sono gli unici esperti in questo campo</li> <li>▪ Nuovi clienti e nuovi mercati</li> <li>▪ Ottima reputazione per diventare esperti responsabili</li> <li>▪ Maggior visibilità nei mezzi di comunicazione</li> <li>▪ Sviluppo sostenibile dell'azienda – soluzioni future mentre il prezzo del petrolio continua ad aumentare</li> </ul>
<b>Gruppi di Azionisti/ Beneficiari destinati alle pratiche sociali del CSR:</b>	<p>I principali beneficiari sono il nostro pianeta e I clienti ma nel momento in cui il commercio sostenibile è una strategia integrata all'interno delle operazioni dell'azienda, gli altri beneficiari sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunità locali e regionali impegnate nello sviluppo sostenibile</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ I dipendenti acquistando conoscenza tecnica che sta diventando sempre più importante</li> </ul>
<b>Benefici per la società e gli azionisti:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aiuto grazie alla preparazione dell'azienda per promuovere il riscaldamento ecologico nella comunità</li> <li>▪ Riduzione dell'impatto ambientale</li> </ul>
<b>A chi e come l'azienda ha comunicato le proprie azioni:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Il proprietario dell'azienda ha incominciato guidando una macchina a energia solare (come "strumento di marketing" nella piccolo città di Murau ed ha alzato inevitabili discussioni nella comunità)</li> <li>▪ Partecipazione in prima persona del titolare dell'azienda nella manifestazione locale: "Energievision Murau" (visione dell'energia per la città di Murau)</li> <li>▪ Comunicazione e informazione direttamente ai clienti dagli impiegati formati sui sistemi energetici ecologicamente sostenibili</li> <li>▪ Comunicati stampa e informazioni vengono pubblicati direttamente sul sito internet dell'azienda</li> <li>▪ Partecipazione a competizioni</li> </ul>
<b>Premi/Certificazioni/Marchi di onore</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ÖGUT Umweltpreis 2002 (Premio Nazionale Austriaco per aziende impegnate nel sostenere l'ambiente)</li> </ul>
<b>Difficoltà incontrate nella realizzazione delle Buone Pratiche:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Difficoltà nel cambiare: I dipendenti di Zeiringer hanno installato per anni, e alcuni anche per decenni centrali di riscaldamento a petrolio. Ha richiesto un notevole sforzo superare lo scetticismo dei dipendenti per quanto riguarda la qualità e la funzionalità dei sistemi di riscaldamento alternativi</li> <li>▪ Investimenti nella formazione: I dipendenti vengono costantemente formati su tutti gli aspetti dei sistemi di energia ecologicamente sostenibile che rappresentano un grande investimento per la compagnia</li> <li>▪ Comunicazione con I clienti: I cambiamenti nella strategia e nella filosofia dell'azienda ha provocato confusione nei clienti che utilizzavano centrali termiche a petrolio. L'amministrazione aziendale ha incontrato alcune difficoltà nel comunicare ai clienti la nuova politica di "Öko-Zeiringer" di non installare più il riscaldamento centrale a petrolio nei nuovi edifici. Questo non è stato capito da molti clienti che hanno temuto che l'azienda non si occupasse più delle centrali di riscaldamento a petrolio ed alcuni sono passati alla concorrenza, ma l'azienda è riuscita a compensare queste perdite grazie a nuovi clienti interessati alla strategia ecologica</li> </ul>
<b>Fonti di informazione:</b>	-

### 3. Pratiche responsabili di affari– Descrizione

Zeiringer GmbH & Co. KG è un'azienda a conduzione familiare fondata a Murau, in una parte poco conosciuta dell'Austria, nel 1957. Si occupa di installazione e manutenzione di sistemi di riscaldamento, fornitura idraulica e energetica. Attualmente lavorano al suo interno 40 dipendenti.

Quando nei primi anni novanta Ms. Zeiringer Junior rilevò l'azienda da suo padre, decise di cambiare totalmente la filosofia dell'azienda introducendo il concetto di ecologia. Tutto cominciò da una fiera campionaria, dove Ms. Zeiringer Junior rimase colpita da una macchina che funzionava sfruttando l'energia solare. Comprò questa macchina per se e incominciò ad interessarsi di sistemi di energie alternative. Come risultato, anche l'intera cittadina incominciò a parlare dell'energia alternativa.

Tutti i dipendenti parteciparono a incontri di formazione sui sistemi di energia alternativa e l'azienda incominciò a riorganizzare ecologicamente il suo sistema energetico. Ms. Zeiringer Junior cambiò il sistema di riscaldamento della sua azienda installando un sistema ecologico e non installando più centrali di riscaldamento a petrolio a partire dal 2005.

Ms. Zeiringer ha fatto un grosso lavoro di informazione per aumentare la consapevolezza riguardo i sistemi centralizzati di riscaldamento alternativo; un punto importante è stato quello di essere riusciti a cambiare la mentalità dei suoi dipendenti. Molti di loro, infatti, durante la loro vita lavorativa avevano installato solo centrali di riscaldamento a petrolio, per questo lo scetticismo verso la nuova filosofia aziendale era grande.

L'azienda ora si chiama "Eco Zeiringer" e i dipendenti sono fieri di essere degli esperti di sistemi di energia alternativa, unici nella regione. L'azienda, grazie a questa strategia ecologica ha guadagnato nuovi clienti.

Quando è stata individuata come esempio per il progetto del CSR, Ms. Zeiringer ha reagito con scetticismo. Non conosceva infatti l'espressione "responsabilità sociale in azienda" e ha detto "il mio unico desiderio è portare avanti i miei interessi in modo etico ed umano nel rispetto dell'ambiente".

### 4. Utilizzo della formazione

#### A) Informazione aggiuntiva sull'utilizzo di questo caso di studio nella formazione (test di verifica: vasta area di buone pratiche del CSR)

Zeiringer è un'azienda a conduzione familiare da 50 anni. Dai primi anni novanta è amministrata da Ms. Zeiringer Junior che ha stravolto la filosofia aziendale introducendo un nuovo modo di amministrare eticamente sostenibile. Infatti, installando sistemi energetici, è un'azienda che ha un impatto diretto sull'ambiente.

Questo esempio di CSR può essere utilizzato sia per il campo ambientale che per il campo economico.

#### B) Suggerimenti pedagogici sull'utilizzo di questo caso di studio nella formazione (test di verifica: vasta area di buone pratiche del CSR)

##### Argomenti di discussione:

- Continua conoscenza ed esperienza richiesta agli amministratori e ai dipendenti in tecniche/sistemi/processi/prodotti ecologici
- Ruolo di formazione professionale continua nelle PMI
- Importanza della comunicazione quando avvengono cambiamenti nella filosofia e nella strategia dell'azienda (in azienda/dipendenti/comunicazioni esterne/clienti)
- Esigenza di supporto di una PMI nello sviluppo della strategia dell'CSR
- Effetti su un'azienda familiare nel momento in cui avviene il turn-over generazionale (passaggio padre-figlio)
- Ritorno ad investire nella ricerca per nuove tecnologie nel campo dello sviluppo ambientale