

1. Azienda - Dati generali

Nome dell'Azienda:	Triip Ltd.
Area di attività:	Stampa
Attività principali:	Stampa e design
Città/Paese:	Tartu/Estonia
Anno di nascita:	1993
Numero di filiali dell'azienda (2004):	1
Sito Internet (se disponibile):	www.triip.ee (in Estonian)
Numero di dipendenti:	Tempo pieno 15; Donne: 9; Uomini: 6
Giro di affari annuale (€):	900 000

2. Attività nel sociale – Argomenti principali

Aree di attività nella responsabilità sociale (CSR):	<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
Risultati del CSR:	<input checked="" type="checkbox"/> Management ambientale <input checked="" type="checkbox"/> Business e prodotti sostenibili <input checked="" type="checkbox"/> Rapporto ambientale e misure <input checked="" type="checkbox"/> Partecipazione della comunità e dei dipendenti
Motivi Principali per essere Responsabili:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Esperienze personali, interessi, visione del mondo e valori dei responsabili di azienda ▪ Per differenziare l'azienda dai concorrenti ▪ Creando un ambiente, dove vogliono lavorare ogni giorno ▪ Attenzione per i dipendenti: interesse per una collaborazione a lungo termine, senza licenziare, ma facendo il possibile per portare al massimo la produttività in un ambiente e in un'atmosfera favorevole ▪ Contribuendo alla consapevolezza dello stile di vita in condizioni favorevoli, aiutando i dipendenti e le loro famiglie
Alcuni esempi di iniziative del CSR nelle aree identificate:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uso di energia verde per rispondere al bisogno di energia ▪ L'edificio dell'azienda è stato ristrutturato utilizzando materiale ecologico ▪ Conservando la propria foresta che è stata piantata dai dipendenti e dalle loro famiglie ▪ Introducendo Green Print (stampa ecologica) sul mercato dell'Estonia
Le pratiche sociali sono integrate all'interno di una più vasta strategia di affari? Sì/No? In che modo?	Sì: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Richiamando i clienti che sostengono lo sviluppo sostenibile e la produzione ecologica ▪ Differenziandosi dai concorrenti
Benefici economici:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Differenziazione del mercato grazie alla produzione responsabile ecologica ▪ Clienti leali ▪ Motivazione aumentata nei dipendenti, riducendo al minimo il loro turn over ▪ Rafforzando il datore di lavoro che ricerca personale ▪ Buona reputazione, incominciando a conoscere l'Estonia attraverso una maggior attenzione per i media (TV, articoli di giornale)
Gruppi di Azionisti/ Beneficiari destinati alle pratiche sociali del CSR:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dipendenti, management ▪ Clienti ▪ Fornitori ▪ Società in generale, ambiente

Benefici per la società e gli azionisti:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un più sano, felice, prestigioso, produttivo e creativo ambiente di lavoro per gli impiegati ▪ Aumentando la consapevolezza ambientale, diffondendo una visione della vita più ecologica per tutti, partendo dall'interno dell'azienda ▪ Migliorare l'ambiente – sostenendo il riciclaggio, sostenendo le foreste, utilizzando energia rinnovabile
A chi e come l'azienda ha comunicato le proprie azioni:	<p>Clienti, soci e società in generale:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sito dell'azienda e sito di Green Print ▪ Mezzi di informazione ▪ Materiali introduttivi per le agenzie di pubblicità ▪ Un banner su internet relativo all'ambiente e allo stile di vita ecosostenibile
Premi/Certificazioni/Marchi di onore	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Certificato di energia pulita preso nel 2001 ▪ Nel 2003 in un concorso per l'azienda più impegnata nel settore ambientale, organizzato dal Dipartimento Ambientale della Città di Tartu, Triip Ltd. è stata premiata per la sua produzione sostenibile a livello ambientale
Difficoltà incontrate nella realizzazione delle Buone Pratiche:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Il concetto di Green Print è una novità e richiede molte energie per sensibilizzare la società
Fonti di informazione:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Green Print http://www.rohelinetrykis.ee/indexen.php (in Inglese) ▪ Triip Ltd. Environmental Report 2002-2004 http://www.triip.ee//jalg.pdf (in Estone)

3. Pratiche responsabili di affari– Descrizione

Nel 2001, il negozio di stampa Triip Ltd. ha adottato numerose norme eco-sostenibili nelle sue attività.

Nel febbraio 2001, il negozio di stampa ha cominciato a riciclare la carta e il cartone. In Agosto, l'ufficio e il negozio di stampa sono stati trasferiti in un nuovo edificio, ristrutturato utilizzando materiali ecologici. In Dicembre, Triip ha ricevuto il certificato per l'energia pulita (comprando più di 6000 kWh di potenza all'anno da fonti di energia pulita) e ha cominciato a misurare il consumo annuale (concetto di rintracciabilità ecologica) in misure assolute (kg, kWh, m³ etc.). Ad altri utilizzatori di energia pulita è applicato lo sconto del 5% su tutti i prodotti e i servizi.

Dal 2002, Triip Ltd. ha cominciato a pubblicare il suo rapporto ambientale, che è consultabile sul sito internet della società.

All'inizio del 2003, la società ha adottato la sua politica ambientale e la sua strategia ecologica.

Nelle attrezzature dello stabilimento e dell'ufficio, la tecnologia ambientale è difficile da applicare. Come esempio delle azioni annuali, l'azienda cura i propri alberi, piantati dai dipendenti. In aggiunta a ciò, altre azioni ambientali sono state iniziate insieme.

Oltre alle azioni interne per lo sviluppo ambientale, Triip Ltd. promuove operazioni ambientali in altre industrie – nella silvicoltura (contro l'eccessivo sfruttamento e la distruzione delle foreste), negli stabilimenti della carta (comprando materiale da fornitori, certificati dal comitato per la tutela delle foreste)- e inoltre diffonde una sensibilità verso la tutela dell'ambiente tra i consumatori invitandoli a riciclare i loro rifiuti.

Una parte della missione di Triip Ltd. consiste nell'introduzione di Green Print nel mercato dell'Estonia. Il progetto è stato sviluppato in collaborazione tra Triip Ltd e Estonia Fund For Nature ed è stato introdotto in una speciale pagina Web creata dalla società (per ulteriori informazioni visitare il link)

Grazie al servizio a Green Print, i clienti possono sostanzialmente e facilmente ridurre il loro impatto sull'ambiente:

- Nell'inchiostro di Green Print, vengono utilizzati oli e resine naturali invece del petrolio.
- In Green Print viene utilizzata solo carta certificata e riciclata.
- Green Print è prodotto nel negozio ecoambientale di Triip Ltd.
- Una parte dei soldi ricavati della vendita di Green Print vengono donati al fondo per la natura dell'Estonia.

Chi utilizza il servizio di Green Print ha la possibilità di avere sulle sue pubblicazioni il logo di Green Print e per i testi successivi la frase: "stampato su carta riciclata e certificata FSC. L'inchiostro per la stampa viene prodotto con oli e resine naturali". Questo promuove una sensibilità ambientale non solo in aree simili ma anche per un pubblico più ampio ovunque questi prodotti sono stati distribuiti. Inoltre, la lista dei clienti di Green Print viene pubblicata sul sito internet Green Print di Triip Ltd. (per ulteriori informazioni visitare il link).

Nel Maggio del 2005, Triip Ltd ha iniziato una campagna che presenta Green Print per spingere i loro clienti a scegliere il nuovo prodotto. La promozione prevede una riduzione del prezzo di Green Print rispetto al prezzo di una stampa normale e vengono donati semi di un albero con le istruzioni per piantarlo a chi fosse interessato. Questa promozione si è sviluppata in un souvenir/regalo per i clienti e i partners e contribuisce all'aumento di sensibilità verso lo sviluppo sostenibile delle foreste in Estonia.

Grazie a tutte le azioni descritte, Triip Ltd. è l'azienda di stampa più impegnata nel settore della tutela ambientale in Estonia.

Nei rapporti con i dipendenti, Triip Ltd stima molto gli impiegati e le loro famiglie. Ci sono numerose attività organizzate insieme (ad esempio l'attività descritta sopra di piantare gli alberi). Anche, l'ufficio dell'azienda è stato progettato per un'atmosfera piacevole e rilassata, dove per i dipendenti risulta piacevole lavorare.

Triip Ltd. È sponsor di eventi pubblici su larga scala e manifestazioni sportive (battaglia dell'Est – competizione giovanile internazionale di Brake-dance, Simpel Session – evento di sport giovanili estremi, Associazione di Windsurfing dell'Estonia, "Volle" associazione di pallavolo dell'Università di Tartu) e culturali (Estonia Drama Festival).

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)

Cos'è Energia Verde:

Eesti Energia in collaborazione con il Fondo Estone per la Natura ha lanciato un progetto chiamato "Energia Verde" basato sui principi dello sviluppo sostenibile.

Il prodotto "Energia Verde" corrisponde all'intenzione da parte di Eesti Energia di promuovere l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile in Estonia e di essere fautore di una mentalità ambientale sostenibile. L'utilizzo di 100% di energia rinnovabile come alternativa all'energia da idrocarburi è un passo considerevole verso una società più pulita e più sana. "Energia Verde" è venduta sotto forma di certificati appartenenti a 4 categorie. I certificati delle categorie I e II sono stati pensati per grandi clienti di Eesti Energia, i certificati della categoria III si rivolgono a piccole società ed amministrazioni pubbliche mentre i certificati della categoria IV sono indirizzati a clienti privati. Il numero di certificati "Energia Verde" è limitato.

Ogni certificato "Energia Verde" venduto supporta l'attività di finanziamento del Fondo Estone per la Natura in progetti specifici. Dai ricavi delle vendite di "Energia Verde", il Fondo Estone per la Natura aiuterà vari progetti finalizzati alla conservazione della Natura e alla protezione ambientale.

"Energia Verde" è un prodotto di solida reputazione e mette l'accento sul fatto che l'acquirente del prodotto è ambientalmente responsabile e sviluppa comportamenti sostenibili.

Il caso può anche essere usato per mostrare le vaste aree delle azioni per il CSR:

- Luogo di lavoro
- Comunità

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

Alcuni suggerimenti su come utilizzare il caso di studio per la formazione:

1. AMBIENTE

Per capire come un ufficio potrebbe lavorare in un ambiente sano giorno dopo giorno, dividere i partecipanti in 3-6 gruppi. E date loro il seguente compito:

Accade spesso che molte aziende potrebbero operare in condizioni ambientali migliori, questo le aiuterebbe anche a risparmiare, se solo ci pensassero di più. Pensare ad un ufficio di medie dimensioni di una PMI con circa 50 impiegati del proprio paese. Cosa potrebbero fare nel quotidiano per migliorare la loro condizione ambientale e ridurre i loro consumi?

Considerare tutti i differenti processi che avvengono in un ufficio.

Dare al gruppo 20 minuti per il brainstorming facendo scrivere le soluzioni. In base al numero di partecipanti, si possono commentare i risultati in differenti modi. Potrete attaccare i flip charts sul muro e permettere a tutti i partecipanti di vedere cosa hanno fatto gli altri gruppi. I vari gruppi possono lasciare un loro membro vicino ai flip chart per spiegare la loro idea agli altri. Dopo un primo giro, chiedere ad alcuni di esprimere un giudizio sull'esercitazione. Oppure, chiedere ad alcuni gruppi (o a tutti, a seconda del tempo a disposizione e al numero di gruppo partecipanti) di fare la presentazione del loro progetto. In conclusione, fare il sommario dei punti chiave della presentazione.

2. MERCATO

Per comprendere la realtà e le sfide che nascono con l'introduzione sul mercato di un nuovo prodotto, dividere i partecipanti in gruppi di 3-6. dare ai gruppi le seguenti informazioni:

L'inserimento di Green Print sul mercato dell'Estonia non ha ancora raggiunto il suo potenziale – c'è ancora una mancanza di comprensione, conoscenza, disponibilità e supporto al prodotto. Voi come Consiglio Esecutivo di Triip dovete decidere come procedere. In mezz'ora, preparate una bozza di un possibile progetto a punti su come poter convincere nuovi clienti a scegliere Green Print (ricordate le risorse che avete come PMI e il profitto che dovrete effettuare nel lungo termine).

Dopo mezz'ora, dovrete chiedere ad alcuni gruppi (o a tutti, a seconda del tempo a disposizione e del numero di gruppi presenti) di presentare il loro progetto. Gli altri dovranno fare i commenti e le analisi. Dovrete finire l'esercitazione chiedendo ai partecipanti di presentare i fattori chiave per introdurre un nuovo prodotto ai clienti.