

1. Azienda- Dati generali

Nome dell'Azienda:	NaturaPura Ibérica, SA
Area di attività:	Tessile
Attività principali:	Prodotti di cotone colorati naturalmente
Città/Paese:	Braga /Portogallo
Anno di nascita:	1999
Numero di filiali dell'azienda (2004):	1
Sito Internet (se disponibile):	www.naturapura.pt (also in English)
Numero di dipendenti:	Tempo pieno: 7; Part Time: 1; Donne: 7; Uomini: 1
Giro di affari annuale (€):	480.000 (forecast 2005: 800.000)

2. Responsible Business Practices – Main Topics

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"/> Biodiversità <input checked="" type="checkbox"/> Pproduzione sostenibile <input checked="" type="checkbox"/> Sicurezza del consumatore
Motivi Principali per essere Responsabili:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Differenziazione del mercato ▪ Marchio registrato: "marca ecologica" ▪ Fiducia del cliente
Alcuni esempi di iniziative del CSR nelle aree identificate:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sostegno all'UN e ai governi locali per il progetto di sostituzione delle piantagioni di coca con piantagioni di piante di cotone nella regione delle Ande e dell'Amazzonia ▪ Prodotti di cotone biologico certificati con il marchio Europeo eco-label ▪ Assistenza ai suoi fornitori per migliorare le condizioni ambientali del processo di produzione
Le pratiche sociali sono integrate all'interno di una più vasta strategia di affari? Si/No? In che modo?	La strategia dell'azienda si è basata fin dall'inizio sulla costruzione di una nicchia di mercato di consumatori sensibili alle tematiche ambientali e all'alta qualità, al comfort e alle caratteristiche ipoallergeniche del cotone biologico
Benefici economici:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Differenziazione del prodotto ▪ Concentrazione di una nicchia di mercato in crescita ▪ Aumento della fedeltà dei clienti sensibili alle tematiche sociali ed ambientali
Gruppi di Azionisti/ Beneficari destinati alle pratiche sociali del CSR:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contadini del Sud America ▪ Clienti ▪ Vicini
Benefici per la società e gli azionisti:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Biodiversità delle specie di piante di cotone ▪ La comunità sociale
A chi e come l'azienda ha comunicato le proprie azioni:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sito Web ▪ Commercio equo-solidale ▪ Seminari ▪ Brochure dell'azienda e cataloghi dei prodotti ▪ Vendita ed imballaggio ▪ Programmi di educazione ambientale nelle scuole locali
Premi/Certificazioni/Marchi di onore:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ European Eco Label (PT 16/01)
Difficoltà incontrate nella	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La complessità e la durata del processo di certificazione (inizialmente

realizzazione delle Buone Pratiche:	<p>nel campo in Portogallo)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificazione e formazione dei partners/fornitori industriali ▪ Sintonia del processo di produzione
Fonti di informazione:	

3. Pratiche responsabili di affari– Descrizione

NaturaPura, “marchio ecologico puro”, è un’azienda piccola ma in continua crescita, con una strategia di business basata su prodotti di alta qualità 100% naturali, venduti a prezzi costanti solo in negozi selezionati in alcuni dei più esigenti mercati del mondo. L’azienda è in continua crescita e sostiene contemporaneamente progetti ambientali e sociali.

NaturaPura Iberica, SA è fuori dal tradizionale mercato tessile portoghese delle medie imprese. Il signor Ressurreição, il fondatore, ingegnere tessile e imprenditore, visitò le Ande negli anni novanta e rimase colpito dalle piantagioni di cotone colorate naturalmente. Notò che le varietà di cotone verdi e marroni avevano un basso valore di mercato e rischiavano l’estinzione. Venne a sapere di un progetto locale, sostenuto dall’Un, che mirava a salvare queste specie in via di estinzione, proponendo la sostituzione delle tradizionali piantagioni di coca con piante di cotone. Come ingegnere tessile, il signor Ressurreição capì le proprietà uniche del cotone biologico -coltivato senza utilizzare pesticidi- e pensò di produrre una nuova serie di prodotti di alta qualità, extra soft e ipoallergenici.

Questo avrebbe richiesto maggior sforzo nella ricerca, ma il signor Ressurreição la considerò una sfida e decise di organizzare tutto per il primo esperimento.

Durante l’attività, il signor Ressurreição pensò che sarebbe stato conveniente lanciare un nuovo marchio e costruì un’immagine fortemente legata alle caratteristiche del prodotto e così nacque NaturaPura e divenne un’azienda indipendente nel 1999.

Nel frattempo conobbe la certificazione Eco Label Europeo e decise di richiederla, ottenendola dopo due anni di tentativi e di difficili procedure, perché era la prima volta che un’azienda tessile la richiedeva in Portogallo.

L’organizzazione del processo di fabbricazione è stata lunga e costosa, ma alla fine si è conclusa con una nuova serie di prodotti che è stata lanciata nel 2002.

NaturaPura acquista le sue materie prime naturali direttamente dai produttori e verifica che tutto il processo di trasformazione avvenga in modo naturale senza l’uso di pesticidi e coloranti. I diversi colori sono ottenuti utilizzando un appropriato mix di cotone colorato naturalmente e tutto il processo viene monitorato attentamente.

Non è stato facile trovare manodopera locale in grado di applicare questo processo di produzione e così, all’inizio, NaturaPura ha assistito i produttori nella messa a punto del loro macchinario. Oggi è molto usato, ma ancora soggetto alla verifica periodica per accertare la purezza del prodotto finale.

Il contatto con la squadra di NaturaPura rivela la loro passione per l’azienda. Sanno che stanno lavorando per un’azienda che si distingue dalle altre e sono felici di condividere le loro esperienze con gli ospiti in visita. Il bilancio della vita lavorativa è preso seriamente: gli orari sono flessibili, purché il lavoro venga fatto.

Le porte di NaturaPura sono aperte alla comunità locale in differenti modi:

- Adibendo una stanza di formazione per le iniziative, gli incontri e le sessioni di formazione delle istituzioni locali.
- Sostenendo organizzazioni ambientali e iniziative di educazione ambientale locale.
- Sostenendo iniziative culturali e organizzazioni per lo sviluppo regionale.
- Presentando il loro esempio di gestione del business negli incontri e nei seminari sull’innovazione, la sostenibilità, il CSR e l’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)

Il principale interesse per NaturaPura come caso di studio è rappresentato dal fatto che con il suo impegno ambientale, unito ad abilità tecniche adatte è riuscito a creare un nuovo concetto di affari. L'immagine dell'azienda è fortemente rafforzata dalla certificazione del marchio Europeo di Eco Label, uno strumento di forte distinzione.

Questo caso può rappresentare un esempio per le pratiche del CSR nel Marketing e nell'Ambiente, ma il nostro consiglio ai docenti è quello di utilizzarlo come esempio di sinergia di affari tra i due settori.

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

1) Argomenti di discussione:

- Parole che potrebbero essere associate a una marca come NaturaPura
- Importanza della biodiversità per la sostenibilità del nostro Pianeta
- Agricoltura biologica contro l'uso massiccio di pesticidi
- Impatto positivo sia a livello locale che globale provocato sostituendo le piantagioni di coca con quelle di cotone
- Impegno dell'azienda nell'educazione ambientale locale

2) **Marchio ecologico europeo:** visitare il sito web <http://www.eco-label.com/> e spiegare il concetto a tutti i partecipanti. Si potrebbe anche inserire la definizione nel glossario del progetto del CSR.

3) La globalizzazione è una delle cause principali della crisi del settore tessile in Europa. Un elevato numero di aziende sono in difficoltà o stanno chiudendo. NaturaPura ha investito molto in R&D, nel marchio Eco Label, costruendo un marchio e un'immagine aziendale. La crescita delle vendite è circa del 100% per il terzo anno di fila, ma l'azienda solo ora sta raggiungendo il picco più alto. Invitare i partecipanti a commentare i **valori dell'azienda e a confrontarli con quelli di un'azienda tessile tradizionale.**

4) NaturaPura ha cominciato a vendere in piccoli negozi, ha aperto il suo primo negozio nel Novembre del 2004 e il secondo un anno dopo. L'azienda ha intenzione di aprire in franchising. Discutere con i partecipanti dei principali aspetti delle **relazioni tra il franchising principale e tutti gli altri.** Utilizzando se possibile un esempio di franchising.