

Contatto diretto per progetti vincenti

Prosegue l'interazione continua tra la Cc-Ti e le associazioni di categoria affiliate. Emergono soluzioni innovative su tematiche d'attualità

Le associazioni di categoria rappresentano, per la Svizzera, un vero e proprio plus valore. Contiamo nel nostro Paese oltre 100'000 associazioni, attive in diversi ambiti.

La rilevanza di questa forma giuridica per il tessuto sociale elvetico è di primaria importanza, e la Cc-Ti lo sa bene, annoverando tra i propri associati, oltre a quasi 1'000 soci individuali, anche 44 realtà associative. Si tratta di un vero e proprio punto di forza per la nostra struttura, che, quotidianamente si interfaccia con differenti settori economici rappresentati da queste entità. La collaborazione che nasce da queste interazioni ci porta a migliorare costantemente i nostri servizi e calibrare al meglio le nostre azioni verso il territorio.

Da molti anni sono affiliate alla Cc-Ti delle realtà importanti per l'economia ticinese, rappresentative di settori professionali molto diversi fra loro, ma che agiscono insieme e creano un tessuto economico cantonale ricco di caratteristiche positive. Motivo che ci rende orgogliosi e ci spinge a puntare ancora maggiormente al dialogo con le differenti entità.

Sono ben 44, dicevamo, le associazioni che hanno aderito alla Cc-Ti. Tra esse si spazia attraverso tutti i settori professionali esistenti. Ogni realtà possiede missioni e obiettivi propri, e si confronta regolarmente con dinamiche interne al proprio settore. Tutti

i collaboratori della Cc-Ti hanno costantemente relazioni con i Comitati delle diverse associazioni, in quanto vi sono anche alcune di esse che hanno deciso di affidarci la gestione del loro Segretariato. Citando qualche esempio, possiamo facilmente dimostrare quanto vasta sia la rappresentanza associativa, e soprattutto trasversale su molteplici settori della nostra economia: Ticinomoda, Federcommercio, Spedlogswiss Ticino, Lugano Commodity Trading Association, Associazione Installatori Elettrocisti Ticinesi, Unione Professionale Svizzera dell'Automobile – sezione Ticino, ASA – Associazione Svizzera d'Assicurazioni, ecc. (per una panoramica più completa e l'elenco esaustivo degli associati collettivi, potete consultare l'apposita sezione dedicata sul nostro sito web: www.cc-ti.ch/servizi/associazioni).

Le tematiche di dialogo fra la Cc-Ti e gli associati collettivi riguardano sia argomenti comuni che soddisfano molteplici necessità, come pure soluzioni mirate che nascono dall'interazione e riguardano i bisogni settoriali. Molte idee sono individuate e vengono poi proposte dall'associazione affiliata alle proprie imprese, con nuovi servizi e misure settoriali di qualità.

Da sempre abbiamo ribadito l'attenzione verso la Responsabilità Sociale delle Imprese (RSI) quale risposta alla gestione di problematiche legate all'ambito economico,

ambientale e sociale. La RSI offre infatti un approccio metodologico.

In questo senso, oltre agli indicatori scelti per la nostra valutazione interna in termini di sostenibilità (rileggete qui i risultati: www.cc-ti.ch/responsabilita-sociale-delle-imprese-la-cc-ti-si-valuta), ci siamo fatti interpreti delle diverse voci e necessità degli associati verso questo ambito. Abbiamo potuto sviluppare competenze specifiche per l'accompagnamento e lo svolgimento di analisi e progetti aziendali ed associativi legati alla RSI, con l'obiettivo di dare delle linee guida ai soci per azioni concrete di governance sostenibile.

Nell'articolo a pagina 17, sono riasunte alcune delle nostre azioni in termini di RSI.

Scoprite l'esperienza di viscom sulla sostenibilità, dalle parole del suo Segretario Stefano Gazzaniga, sulla prossima pagina.

Senza sostenibilità non c'è futuro

di Stefano Gazzaniga,
Segretario viscom Ticino



Il dialogo con la Cc-Ti è sempre stato basilare per la nostra associazione, sin dalla nostra affiliazione. Vi è sempre stata una comunicazione costruttiva e aperta in entrambe le direzioni, che ci ha resi più forti e rappresentativi a livello ticinese e svizzero.

viscom, sul piano nazionale, e con la sua sezione ticinese, è l'associazione di settore leader nel campo della comunicazione visiva, rappresentando gli interessi di oltre 600 aziende (dati relativi al territorio nazionale). Tra i nostri soci annoveriamo tipografie classiche e ditte che operano nei settori della concezione, progettazione, produzione di prodotti stampati e digitali.

Per la nostra realtà il tema della sostenibilità è sempre stato molto importante, soprattutto per riuscire a differenziarsi dalla concorrenza estera. Da alcuni anni abbiamo implementato un codice etico a livello svizzero; un marchio di sostenibilità composto da certificazioni varie che portano ad un punteggio all'interno di una classifica e, a seconda delle misure scelte, mettono l'accento su un aspetto sostenibile piuttosto che un altro; e una Whitelist ticinese, firmata da 38 dei 42 soci della nostra sezione.

Le aziende che intendono presentare domanda d'ammissione ed essere socie della viscom devono, obbligatoriamente, rispettare il codice etico (www.viscom.ch/upload/codice_etico.pdf). Questo strumento ha l'obiettivo di considerare equamente gli interessi di clienti, concorrenti, dipendenti, opinione pubblica, dell'associazione e dei suoi membri in contrapposizione alle pratiche commerciali sleali nell'ambito della comunicazione visiva. Il codice mira pure alla protezione degli interessi legittimi di tutti gli associati, dell'opinione pubblica e dell'ambiente.

Parallelamente a ciò, il nostro ranking, visibile all'indirizzo www.viscom.ch/?side=2, presenta l'impegno degli associati verso la sostenibilità ambientale. Grazie a diverse certificazioni, ci

siamo autoregolati con un punteggio attribuito in una "classifica" pubblica, dove, per chi la consulta, è facile sapere che le aziende presenti sono sostenibili.

Rientrano qui misure come la certificazione FSC (elementi essenziali per una gestione forestale rispettosa dal punto di vista ambientale, nel nostro caso la carta e derivati); l'analisi energetica; le emissioni di CO₂; ecc.. Questo marchio di sostenibilità è sviluppato in collaborazione con l'Ufficio federale delle costruzioni e della logistica (UFCL).

Infine vi è la Whitelist, già creata in Ticino nel 2013, che alcune aziende presenti sul territorio hanno adottato come principio per i propri acquisti in fatto di prodotti stampati.

La Cc-Ti, forte della sua esperienza di auto-certificazione portata avanti con Quantis, e della grande competenza maturata sul tema, ci ha fornito diverse consulenze mirate. Ci ha, in primis, seguito nell'implementazione di indicatori preparati in accordo con il GRI (Global Reporting Initiative) della nostra Whitelist, che rappresentano le linee guida per il reporting di sostenibilità.

In Ticino abbiamo potuto contare sull'adesione alla Cc-Ti e alla collaborazione diretta (anche) su questo tema, per rilanciarlo tra le aziende operanti del settore. Sarà uno dei cavalli di battaglia per il 2017. Crediamo che, grazie alla Cc-Ti, e quanto fatto finora dalla nostra associazione, possiamo accogliere con favore le sfide future che ci presenterà il mercato, arrivando pronti e preparati alle novità in corso.