

Per un progetto che punta alla perfetta integrazione dell'azienda e dei dipendenti nella comunità locale

Un premio per la responsabilità sociale

Assegnato alla vitivinicola San Matteo di Creazzo l'Ethic Award 2006



Milano. La Vinicola San Matteo di Creazzo ha vinto ex aequo l'Ethic Award 2006 - il premio alla responsabilità sociale e di impresa, organizzato e promosso da Gdoweeek - il settimanale di retail edito da Gruppo Editoriale GPP in collaborazione con Kpmg Advisory. La 5ª edizione ha premiato le migliori 10 iniziative di responsabilità sociale ed impegno etico sostenute dalle aziende che operano nei beni di consumo e nella distribuzione, che nel corso dell'anno 2006 si sono distinte per impegno, attenzione e sensibilità verso iniziative legate allo sviluppo sostenibile.

La San Matteo ha vinto il primo premio per il progetto aziendale di responsabilità sociale che coinvolge ogni attività dell'impresa, dai prodotti, ai dipendenti e le loro famiglie. «Una iniziativa complessa - dice la motivazione - volta alla perfetta integrazione e salva-

guardia dell'ambiente oltre che della comunità locale nella quale è inserita l'azienda. Un esempio concreto e importante di responsabilità sociale di impresa».

Con l'azienda vitivinicola vicentina è stata premiata Nordiconad per il progetto di collaborazione con la cooperativa Ghanacoop, per la distribuzione di prodotti equosolidali provenienti dal Ghana. «Un'iniziativa che racchiude in se un duplice obiettivo: un "progetto di autosviluppo per una comunità ghanese di 600 persone" insieme ad un "percorso concreto di integrazione", attraverso la costruzione di un ponte commerciale tra comunità immigrata e popolazione residente nella terra di origine».

«L'attenzione ai valori etici e alla sostenibilità sono parti integranti della mission di Gdoweeek e noto con piacere che in questi anni è cresciuta

l'attenzione ai valori di sostenibilità da parte delle imprese, anche se spesso tali valori vengono vissuti come singolo strumento di marketing. Ma va tuttavia sottolineato che sempre più aziende italiane ed estere guardano ai valori di sostenibilità quali elementi centrali e determinanti del proprio modello di business». Così ha commentato Luigi Rubinelli, direttore di Gdoweeek, a corollario della consegna degli ambiti riconoscimenti.

Tutte le iniziative ed i progetti in concorso sono stati valutati da una giuria composta da autorevoli rappresentanti di associazioni benefiche, no-profit, ambientaliste, di consumo, e del mondo della ricerca. I parametri di valutazione sono stati: obiettivi, aspetti innovativi e distintivi del progetto, durata, risorse coinvolte, investimenti, risultati ottenuti e mission aziendale.