

"QUALE FUTURO PER LE IMPRESE?"

Eurocons, Eurofidi e Euroenergy presentano il loro quarto "Rendiconto Sociale".

*L'incontro è stata l'occasione per un più ampio dibattito
sull'attuale situazione economica del Paese e sulle previsioni di uscita dalla crisi*

Roma, 17 settembre 2013 – Si è tenuto oggi il convegno **"Quale futuro per le imprese?"** moderato dal giornalista economico **Fabio Tamburini**, che ha visto coinvolti nel dibattito **Massimo Nobili**, presidente Eurocons ed Eurofidi, **Luciano Serra**, presidente Euroenergy, **Maurizio Casasco**, presidente Confapi, **Giorgio Gobbi** della Segreteria Tecnica per l'Eurosistema e la stabilità finanziaria della Banca d'Italia e **Adriana Mauro**, Dipartimento per l'Impresa e l'Internazionalizzazione del Ministero dello Sviluppo Economico. L'incontro ha fornito inoltre l'occasione per presentare il quarto **Rendiconto Sociale di Eurocons** (realtà leader nella consulenza aziendale alle imprese), **Eurofidi** (la più grande società in Italia di garanzia fidi) ed **Euroenergy** (azienda che opera nel campo delle fonti energetiche rinnovabili).

*«Malgrado il momento difficile, è importante per le piccole e medie imprese costruire un nuovo percorso di crescita – ha affermato **Massimo Nobili**, presidente di Eurocons e di Eurofidi – assunto questo che ha caratterizzato la strategia di Eurocons in particolare in questi ultimi anni, dedicando energie e sforzi nel proporre servizi di consulenza capaci di fornire alle imprese clienti e socie gli strumenti necessari per continuare a valorizzare le loro attività. E proprio per sottolineare quanto sia importante per noi lo Stakeholder "impresa cliente e socio" è nata la redazione del Rendiconto Sociale 2012 che evidenzia come il cliente sia al centro delle strategie e delle azioni conseguenti di Eurocons e di Eurofidi».*

In uno scenario economico-finanziario complesso, come è stato evidenziato durante l'incontro, **Eurocons** ha focalizzato sempre di più la propria attenzione e le proprie strategie sui clienti, con soluzioni customerizzate per lo sviluppo di una piccola media impresa anche nei momenti di congiuntura negativa; **Eurofidi** ha permesso alle imprese socie, nonostante le difficoltà del si-



COMUNICATO STAMPA

Ufficio Stampa

Alessandra Romano, Dario Pagano, Lucia Vergnano

T +39 011 24191 | F +39 011 238283 | ufficiostampa@eurogroup.it

stema creditizio, di ricevere quasi 1,4 miliardi di garanzie nel corso dello scorso anno e ha confermato una politica delle garanzie anticiclica; **Euroenergy**, che ha concluso i primi esercizi completi di operatività realizzando tra il 2011 e il 2012 quasi 50 impianti, ha diversificato il portafoglio servizi e partendo dal fotovoltaico, è passata agli impianti a biomassa, a cogenerazione, a bassa concentrazione e all'idroelettrico.

*«L'edizione del Rendiconto Sociale 2012 è stata realizzata per la prima volta a tre voci con la presenza di Euroenergy, presentata in modo più completo e strutturato rispetto agli anni scorsi – ha spiegato **Luciano Serra**, presidente di Euroenergy –. La scelta di offrire alle imprese la consulenza sul risparmio energetico e la realizzazione chiavi in mano di impianti di produzione energetica da fonti rinnovabili si è dimostrata lungimirante, soprattutto pensando al fatto che le imprese italiane oggi devono sostenere costi energetici del 35% superiori rispetto alla media europea. Le sinergie con Eurocons e Eurofidi, per le attività di finanza agevolata e di garanzia al credito sono il grande valore in più che siamo un grado di offrire alle imprese clienti di Euroenergy, insieme all'eccellenza dei servizi, alla professionalità delle risorse e all'attenzione per le specifiche esigenze dei clienti».*

Le ricette per provare a uscire dalla crisi non mancano. Le Camere di Commercio sono per esempio impegnate in prima linea nell'attività di sostegno al mondo delle imprese, spesso in collaborazione con le strutture di garanzia.

*«Per dare fiducia al nostro sistema imprenditoriale, così da rilanciare lo sviluppo del territorio e i consumi delle famiglie, ormai da anni abbiamo adottato, tra le più concrete misure anticrisi, la strategia del sostegno all'accesso al credito per le Pmi attraverso i confidi, per promuovere la competitività delle nostre imprese e veicolare nuove opportunità di crescita, con l'obiettivo di attenuare l'impatto recessivo e la stretta creditizia e dare una boccata d'ossigeno alle aziende. In un momento economico così delicato – ha dichiarato, proprio in occasione della redazione del lavoro, **Ferruccio Dardanella**, presidente di Unioncamere – le Camere di Commercio sono in-*



COMUNICATO STAMPA

Ufficio Stampa

Alessandra Romano, Dario Pagano, Lucia Vergnano

T +39 011 24191 | F +39 011 238283 | ufficiostampa@eurogroup.it

fatti chiamate a dare risposte sempre più efficaci e veloci alle imprese, in modo da permettere loro di resistere alle sferzate della crisi».

Soprattutto nei momenti di crisi è necessario avviare la riflessione su un modello di business socialmente responsabile, con l'impegno delle imprese a massimizzare la creazione di valore non solo per gli azionisti ma anche per le altre parti interessate e la società più in generale, individuando e cercando laddove possibile di prevenire e mitigare eventuali impatti negativi sul sistema.

*«Mancano politiche economiche, fiscali e creditizie adeguate per essere competitivi con gli altri Paesi in modo tale da poter riprendere la strada della crescita nel miglior modo possibile – ha sostenuto **Maurizio Casasco**, presidente Confapi –. Per uscire dal tunnel bisogna continuare a credere nelle azioni di sistema svolte sia da realtà come Eurogroup, di consulenza aziendale a 360° e di agevolazione per l'accesso al credito, sia da strutture come la Confapi di sostegno alle politiche del lavoro, della competitività e soprattutto del credito per le Pmi italiane».*



L'edizione 2102 del Rendiconto Sociale di Eurocons, Eurofidi e Euroenergy

Il Rendiconto Sociale è il documento che consente a tutti gli *stakeholder* (i portatori di interesse) di comprendere e approfondire meglio la conoscenza dell'organizzazione e dell'identità societaria di **Eurocons**, di **Eurofidi** e, da quest'anno, anche di **Euroenergy**, dell'impatto delle loro azioni sui diversi territori presidiati e, soprattutto, proseguire nel processo di comunicazione che consenta di qualificare ulteriormente il ruolo delle tre società e la loro capacità di relazione con i diversi interlocutori.

L'edizione del **Rendiconto Sociale 2012** si propone di evidenziare:

- il processo di **stakeholder engagement** – sia interno che esterno - avviato fin dalla prima edizione del Rendiconto Sociale;
- le **relazioni che intercorrono tra Eurocons, Eurofidi ed Euroenergy** e le logiche di presidio del marchio Eurogroup;
- il nuovo modello distributivo e le iniziative messe in atto durante l'anno per raggiungere con maggiore efficacia **i Clienti**;
- la valorizzazione delle **persone** che rappresentano le realtà societarie e i loro valori fondanti;
- un quadro complessivo e articolato delle **attività svolte nel 2012** utile per aumentare, anche sotto il profilo etico e sociale, le conoscenze e le possibilità di valutazione da parte di tutti stakeholder;
- la determinazione **del Valore Aggiunto** delle tre società e la sua ripartizione tra gli stakeholder.

L'edizione è caratterizzata da immagini di mani, sia in copertina sia nelle aperture dei capitoli, per rappresentare in tal modo la creatività e la vitalità del fare impresa. Perché **"il futuro è nelle nostre mani"**.



Il **Rendiconto Sociale 2012** è articolato in **cinque capitoli**:

1. Introduzione (presentazione generale del rendiconto)
2. Realtà che crescono
3. La relazione con gli stakeholder
4. Clienti, persone e territori
5. Valore Aggiunto

Per la redazione del **Rendiconto Sociale 2012**, è stata realizzata, grazie ad interviste alle direzioni e al management aziendale, un'approfondita analisi dei rapporti che intercorrono tra le tre realtà organizzative e i loro *stakeholder* (Eurocons, Eurofidi ed Euroenergy condividono infatti una parte significativa e rilevante degli interlocutori di riferimento), seguita da un processo di razionalizzazione e riflessione su quali siano gli aspetti più importanti dell'agire economico e sociale, su cui le tre società vanno a incidere maggiormente.

Il processo di redazione ha consentito di presentare le prerogative e i valori espressi dalla tre realtà societarie nelle loro attività quotidiane ed è il presupposto per avviare una riflessione più ampia su un modello di business socialmente responsabile.

Il rendiconto, quindi, consentendo di esplorare gli effetti delle azioni di Eurocons, Eurofidi ed Euroenergy, sui diversi territori regionali, conferma la volontà di trasparenza nei confronti di tutti gli stakeholder. **Trasparenza e innovazione che sono tra i principi cardine della responsabilità sociale delle imprese.**