

**LA SINDROME DI NARCISO**  
 «La Corporate Responsibility è parte integrante della corporate reputation»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

**LA SINDROME DI NARCISO**

«Si parla molto di responsabilità sociale e ambientale delle aziende, ma spesso viene vissuta come un costo in più da sopportare e non come un asset strategico per migliorare la reputazione dell'azienda presso gli stakeholder»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

**LA SINDROME DI NARCISO**

«L'etica e la trasparenza sono fondamentali: le aziende che basano realmente il proprio operato su questi valori hanno maggiori chance di successo»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

**LA SINDROME DI NARCISO**

«Il bilancio sociale è un mezzo pubblicitario per trasferire la propria immagine presso gli stakeholder»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

**LA SINDROME DI NARCISO**  
 «La Corporate Social Responsibility è argomento esclusivo di multinazionali e di grandi aziende»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

**LA SINDROME DI NARCISO**  
 «Certificazione etica e certificazione ambientale sono usate solamente come leva comunicativa»

Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow

freebrand

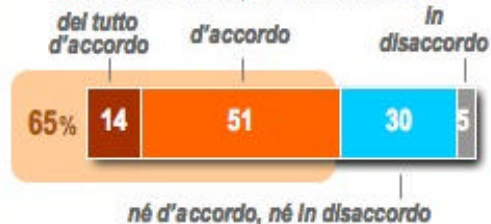
**LA SINDROME DI NARCISO**  
 «In materia di sicurezza sul lavoro e di salvaguardia ambientale è necessaria una legislazione univoca a livello internazionale»  
 Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow freebrand

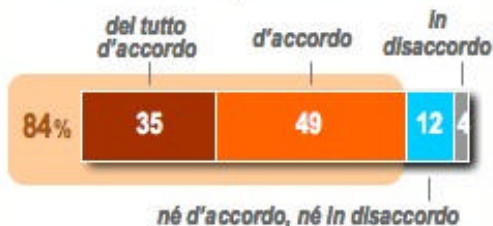
**LA SINDROME DI NARCISO**  
 «Le scelte in tema di Corporate Social Responsibility devono essere assunte congiuntamente a quelle in tema di business e agli stessi livelli decisionali»  
 Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow freebrand

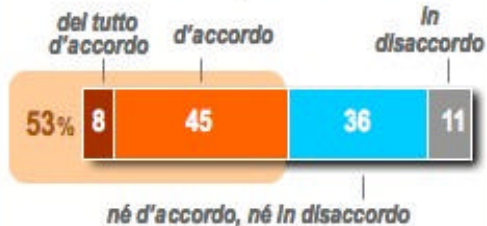
**LA SINDROME DI NARCISO**  
 «Ad una marca non si chiedono più solo prodotti e performance, ma anche responsabilità sociale e ambientale»  
 Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow freebrand

**LA SINDROME DI NARCISO**  
 «L'assunzione di responsabilità sociale sta diventando, anche in Italia, elemento fondante di una corporate reputation positiva»  
 Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow freebrand

**LA SINDROME DI NARCISO**  
 «L'assunzione di responsabilità sociale e' oggi volontaria: dovrebbe essere regolamentata da leggi ad hoc e resa obbligatoria»  
 Livello di accordo rispetto all'affermazione



Valori % 804 manager, maggio 2007

Tomorrow freebrand