

La **Corporate social responsibility (Csr)** o responsabilità sociale d'impresa parte dalla provocazione che sia possibile un'etica del fare impresa solo a patto di una presa in carico della responsabilità di ciascuno nei confronti del sistema più ampio in cui è inserito, in termini tecnici verso tutti gli *stakeholder* coinvolti. L'effetto collaterale è un ritorno proprio per il business in termini di comunicazione, reputazione, sostenibilità, fidelizzazione e miglioramento del clima interno. Il convegno, organizzato a Milano da **Assintel**, l'associazione di categoria che riunisce le aziende informatiche (Ict), ha affrontato questi temi con il contributo di esperti come **Paolo D'Anselmi**, studioso di Csr e il sociologo **Domenico De Masi**, nonché **Sergio Casartelli**, instancabile promotore della Csr attraverso la cultura della donazione del sangue nelle aziende. Ha aperto i lavori **Daniela Ceruti**, vicesegretario generale vicario e direttore del personale della **Confcommercio** di Milano. Oltre a ricordare l'operosità e l'impegno sociale delle



arti e dei mestieri dei milanesi nei secoli, ha ammesso di come abbia dovuto ricredersi sulla funzione della donazione di sangue in Associazione. "Quando anni fa mi chiesero di poter organizzare le prime raccolte, pensai fosse una scusa per prendersi una giornata di riposo. Poi invece ho visto non solo l'apprezzamento dei donatori dipendenti di poter donare in ufficio senza ulteriori spostamenti, ma anche che non se ne andavano a casa. Questo è un bell'esempio di fusione fra valore sociale e valore per le aziende." Sono seguiti gli interventi tecnici di **Paolo D'Anselmi** (percezione della Csr nelle imprese e rifondazione della stessa in modo meno formale e più sostanziale), di **Sergio Casartelli** sul significato del progetto B2Blood con Assintel e del sociologo **Domenico De Masi** (sulla perdita di tensione sociale nelle imprese e sui trend di comportamento nel 2020). Quindi si è svolta una tavola rotonda dal titolo "*Ma la Csr fa bene al business?*" con il contributo di alcune aziende. **Bruno Soresina**, presidente di **Siam 1838**, società di for-

Ripensare la responsabilità sociale d'impresa



mazione politecnica, sostiene di sì, a patto che sia sentito e partecipato dalla mente e dal cuore. Infatti finché le iniziative sono promosse dall'alto e sono solo finalizzate al ritorno per l'azienda (in termini di attrattività come posto di lavoro o di riduzione dell'assenteismo) non è



detto che il ritorno ci sia. Secondo lui, che è stato per tanti anni amministratore delegato di **Siemens** e più di recente presidente di **Atm**, "quando invece si mette in azione il cuore e si fanno circolare anche i valori portati dai dipendenti allora si creano momenti magici, oltre ogni aspettativa". Ha ricordato ad esempio la volata da nord a sud del Gruppo ciclisti di Avis Siemens (gruppo attivissimo da tanti anni), ricevuti a Roma a metà corsa dal Santo Padre (vedi foto sopra). "L'iniziativa dei donatori aveva avuto molteplici effetti positivi: un maggior affiatamento tra gli stabilimenti del nord e del sud e, in seguito, più interscambio e facilità di comunicazione, nonché il rapporto più alto in Europa tra donatori di sangue e dipendenti", commenta Soresina. Un'altra volta, poi, in occasione di una epidemia di Salmonella nello stabilimento di Marcanese,

era andato personalmente in Svizzera a procurare i vaccini. In quell'occasione l'assenteismo era sceso davvero, dal 32% al 12%. Oppure l'effetto calmante e collaborativo dell'asilo nido nello stabilimento più difficile di Atm.

Gabriele Mutti, **It architect in Bms Italia**, invece ha spiegato come si possa essere responsabili anche senza un aggravio di costi per l'azienda. Nel suo caso è stato adottato a livello aziendale la carta di credito Aviscard con i costi di attivazione a favore di Avis. Il vantaggio per i sottoscrittori è stato l'accesso ai servizi della prevenzione, interni ed esterni ad Avis Milano, a condizioni agevolate.

Lodovico Gropo, invece, già vicepresidente **Sap** (promotrice di B2Blood insieme a **Oracle Italia**, **Ca Technologies ed Esprinet**), oggi è responsabile fund raising di **Informati senza frontiere** e ha raccontato quante iniziative anche a basso costo (ad esempio con pc dismessi da aziende) si possano attivare per portare internet e la tecnologia del computer dove ancora non c'è: non solo nei villaggi africani ma anche nelle carceri e negli ospedali pediatrici italiani.

COME ADERIRE AL PROGETTO



Le aziende che vogliono aderire al progetto, indipendentemente dal settore merceologico, possono chiamare la segreteria Avis

tel. 02.70635.201
o mandare un email a **info@avismi.it**

UNA NUOVA VIA ALLA CSR

Nel suo intervento, **Paolo D'Anselmi**, esperto di politiche pubbliche e Csr, è partito dai risultati del sondaggio svolto da **Assintel** sulla percezione che le aziende hanno della responsabilità sociale (132 le aziende rispondenti). La **Csr** si posiziona ai margini, in posizione periferica rispetto al business e non oltre gli adempimenti di legge. La maggioranza vede la **Csr** come aggiuntiva al *core business*, come tentativo delle aziende non-profit di integrarsi col mondo profit e considera altri i problemi reali, ossia l'accesso al credito, i ritardi nei pagamenti, l'erosione dei margini. Tuttavia, nello stesso sondaggio ci sono dei chiaro-scuro che lasciano intravedere delle possibili vie d'uscita. Le stesse aziende intervistate riconoscono infatti per la quasi totalità che la **Csr** è *prendere consapevolezza dell'impatto complessivo dell'azienda sulla società, incluse le attività che non vengono inserite nel conto economico* e non è d'accordo che *nei rapporti con il cliente non si evidenzino questioni di responsabilità sociale perché i rapporti commerciali non sono soggetti a considerazioni di natura etica*. In altre parole, ha spiegato D'Anselmi, vuol dire che molti, ma non tutti, sono d'accordo che l'etica ha cittadinanza nel commercio e il progetto **B2Blood** ne è un esempio concreto.

Il fatto che la **Csr** risulti adatta anche alla micro-impresa (con meno di dieci dipendenti) è un buon punto di partenza per proporre alla piccola e media impresa una lettura meno marginale della responsabilità sociale, ossia per rifondarla su basi più aderenti al business.

Queste aziende infatti sono soggette a concorrenza e "accountability", devono cioè rendere conto di ciò che fanno rispetto ai 6 milioni di lavoratori delle aziende monopolistiche non soggette a concorrenza, tutte le grandi aziende pubbliche e private italiane.

In questa logica può dunque far la differenza, in modo positivo per la sostenibilità nel tempo (diventando preferibili come fornitori), fare le cose richieste dalla legge in modo meno formale e più sostanziale. "Possono darsi da soli la Csr prima che altri le costringano, ossia le banche e le grandi aziende se decidono di mettere una serie di paletti alla filiera



Il barbiere di Stalin - Critica del lavoro (ir)responsabile è la riflessione di Paolo D'Anselmi, consulente del Cnr, esperto di politiche pubbliche e di Csr, che sta aiutando l'Avis su questi temi e sul bilancio sociale.

Il volume è stato omaggiato dall'autore a tutti i partecipanti al convegno.

LA CSR in AZIENDA

73%

Csr aggiuntiva, esterna al core business

61,4%

I problemi reali sono l'accesso al credito, i ritardi nei pagamenti, l'erosione dei margini

95%

Csr è prendere consapevolezza dell'impatto complessivo dell'azienda sulla società, oltre il conto economico

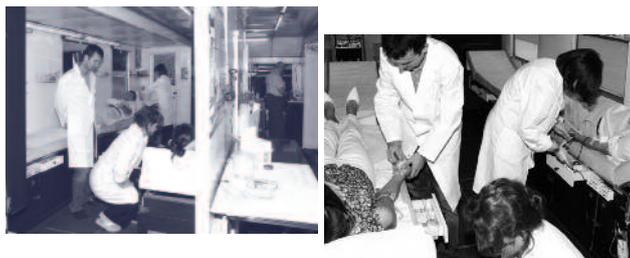
79%

Nei rapporti con il cliente si evidenziano questioni di responsabilità sociale

86,4%

Csr adatta anche alla micro-impresa con meno di dieci dipendenti.

dei fornitori", precisa D'Anselmi. In pratica fare bilanci più trasparenti, corsi sulla norme di sicurezza che poi vengano rispettate e non licenziare per non trovarsi sguarniti alla ripresa (anche se nella piccola azienda c'è una coesione sociale che allontana questo rischio più che nella grande azienda) sono esempi di concreta Csr. "Presentare dei bilanci decenti, ossia essere onesti non è solo da fessi, ma anche rivoluzionario e può attivare un circolo virtuoso. Così facendo infatti le pmi e le loro rappresentanze possono e debbono alzare il dito e chiedere al settore pubblico e ai monopolisti loro quanto lavorano. Potrebbero esigere di vedere la loro accountability", conclude D'Anselmi.



TOCCA ALLE IMPRESE fare CULTURA SOCIALE

Sergio Casartelli, promotore del progetto per la diffusione della donazione di sangue lungo la filiera delle società informatiche riunite in Assintel (B2Blood, vedi i dettagli su Avis&Milano 1/2011), ha spiegato i presupposti culturali di questa iniziativa di Csr. È infatti compito dei capi trasmettere la Csr ai propri uomini in azienda, visto che è dove si trascorre la maggior parte del tempo. "Dall'azienda si può pretendere di più per la crescita individuale e collettiva delle persone, perché dopo la scuola c'è il vuoto, non ci sono altri luoghi di aggregazione a parte, da qualche tempo, il social network che non vanno trascurati come opportunità di scambio, evoluzione di idee e progetti", spiega Casartelli. In particolare il progetto B2Blood dà un contributo concreto alla crescita dei valori sociali in azienda; riconosce i bisogni del territorio più prossimi (come gli ospedali) e sottolinea l'inderogabilità dell'intervento. "La cura è un diritto-dovere costituzionale, che non si può garantire se mancano sangue e organi. Non è più rinviabile a meno non si ammetta di disinteressarsi degli altri".

D'altronde il tema del sangue non muove solo sentimenti altruistici, ma anche egoistici se si pensa che in qualsiasi momento potremmo averne bisogno noi e i nostri cari. La questione si risolve solo con la solidarietà reciproca. E il modello di B2Blood dà la possibilità anche ai piccoli di partecipare, organizzando raccolte interaziendali. Infine il progetto ha un modello replicabile, caratterizzato dalla sinergia con gli organismi di rappresentanza, con riferimento a



quello spaccato aziendale ma non solo, dal coordinamento del messaggio, dell'organizzazione e dell'attività e dall'impegno per la salute e la prevenzione dei collaboratori. "Sette anni ci sono voluti per realizzare questo progetto ma ce l'abbiamo fatta", conclude Casartelli. Che, come D'Anselmi, conta molto su uno dei risultati del sondaggio per il futuro della Csr: per l'83,3% delle aziende l'ict è preciso compito delle imprese contribuire alla costruzione di una "coscienza sociale" al di là del mero profitto.

LE AZIENDE PROMUOVONO SALUTE E DONAZIONE DEL SANGUE

63%

pensa che i dipendenti percepiscano il supporto aziendale alla loro salute come un beneficio apprezzabile

62%

pensa che la salute dei dipendenti sia strettamente legata al core business dell'azienda

74%

pensa che il clima aziendale, i rapporti interpersonali e il benessere dei singoli siano strettamente collegati ai risultati economici e finanziari dell'impresa

97%

è d'accordo che un'associazione di categoria spenda del tempo per sviluppare iniziative di Csr come B2Blood

91%

pensa che la donazione di sangue non faccia perdere tempo ai dipendenti

94%

d'accordo che la donazione di sangue crea un momento di aggregazione e favorisce un sentimento che sostiene il singolo come parte di un tutto.



2020 DIECI TREND DI DOMENICO DE MASI

(disponibili per esteso sul sito www.avismi.it)

Longevità

- L'Aids e molti tipi di cancro saranno debellati; la fecondazione artificiale e la clonazione umana saranno all'ordine del giorno; il biossido di carbonio dell'atmosfera sarà reso innocuo.
- Un cittadino su tre avrà più di 60 anni. Vivrà più a lungo chi è più scolarizzato e con relazioni sociali intense. Si diventerà vecchi nell'ultimo anno di vita.

Tecnologia

- Le auto saranno all'idrogeno e teleguidate. Per la legge di Moore, la potenza di un chip raddoppia ogni 18 mesi, quindi nel 2020 sarà piccolo quasi quanto un neurone umano e la sua potenza supererà un miliardo di transistor.
- I computer svolgeranno tutte le mansioni ripetitive, molte flessibili e alcune attività creative.

Economia

- Il Pil pro-capite nel mondo sarà di 15.000 dollari, contro gli attuali 8.000. La classe media rappresenterà il 50% della popolazione. L'Africa resterà il continente più povero. L'Europa dei 27 resterà il più grande blocco economico, con la migliore qualità della vita.
- La Cina avrà un Pil uguale a quello degli Usa, con le maggiori riserve valutarie e le maggiori banche.

Lavoro

- I lavori manuali e quelli intellettuali ma esecutivi saranno assorbiti dalle macchine, trasferiti nei Paesi emergenti o affidati a immigrati.
- I creativi (30%) occuperanno la parte centrale del mercato, garantiti e retribuiti. Lavoreranno senza orario né sede, in un "ozio creativo" in cui lavoro, studio e gioco si confonderanno tra loro.

Ubiquità e plasmabilità

- Il mondo sarà come un'unica piazza capace di rappresentare tutto l'amore e tutto l'odio possibile, in contatto con chiunque senza muovere un passo. Tele-apprenderemo, tele-lavoreremo, tele-ameremo, ci tele-divertiremo.
- Grazie alla chirurgia plastica, l'estetica dei nostri corpi potrà essere modificata a piacimento.

Tempo libero

- Ogni ventenne avrà davanti a sé più di 600.000 ore di vita.
- Per gli addetti a mansioni esecutive: **60.000 ore di lavoro**, cioè un decimo della vita adulta; **240.000 ore per la cura del corpo** (sonno, cure, ecc.); **300.000 per il tempo libero**, cinque volte superiore al tempo di lavoro.

Androginia

- Le donne vivranno almeno tre anni più degli uomini e saranno il 60% dei laureati. Molte donne sposteranno un uomo più giovane di loro e avranno un figlio senza avere un marito.
- I valori fin qui coltivati dalle donne (estetica, soggettività, emotività, flessibilità) avranno colonizzato anche gli uomini. Entrambi condivideranno le attività di produzione e di cura. Prevarrà l'androginia.

Etica

- Il mondo sarà più ricco ma resterà ineguale. Una mucca da latte in Europa riceverà un sussidio di 913 dollari, mentre un abitante dell'Africa sub-sahariana riceverà 8 dollari.
- L'etica dei professionisti costituirà il loro requisito più apprezzato. Per avere successo, ci toccherà essere galantuomini.

Estetica

- I credenti si appelleranno soprattutto alla fede, i laici soprattutto all'estetica che diventerà uno dei principali fattori competitivi e chi si dedicherà ad attività estetiche sarà più gratificato.
- Le tecnologie saranno più precise di quanto occorra a coloro che le useranno: quindi la qualità formale degli oggetti interesserà più della loro scontata perfezione tecnica.

Cultura

- L'omologazione globale e la biosfera prevarranno sull'identità locale. La maggiore produzione e trasmissione del sapere avverrà secondo il criterio di "molti per molti" (Wikipedia, Facebook).
- Il Washington consensus (mercato + pluralismo + libertà) sarà insidiato dal Beijing consensus ("socialismo di mercato" + partito unico + autoritarismo).



**IL SO
CIO
LOGO**

DOMENICO DE MASI

Professore ordinario, titolare della Cattedra di Sociologia del Lavoro presso l'Università La Sapienza di Roma.