



# RESPONSABILMENTE



**Assessore  
Roberto  
Cassago**

## *L'importanza del dialogo*

*di Roberto Cassago\**

L'evento speciale "Vicini alle imprese un anno dopo" organizzato all'interno del Salone "Dal Dire al Fare 2009" è stata l'occasione per incontrare le 31 imprese che hanno intrapreso con la Provincia di Milano un percorso di innovazione responsabile. L'iniziativa è stata da me fortemente voluta per poter parlare in modo diretto con degli imprenditori della piccola e media impresa che è la spina dorsale del nostro sistema paese e che ben rappresenta il tessuto produttivo lombardo.

Il dialogo è importante: le osservazioni fatte sul progetto "Vicini alle imprese" e i racconti della loro esperienza di fornitori di enti pubblici ci hanno dato degli spunti di riflessione.

La prima va a consolidare quanto già era nelle mie intenzioni e cioè cercare di ricorrere il meno possibile al "massimo ribasso" per gli acquisti dell'ente; questo sistema infatti è spesso controproducente, perché rischia di strozzare le aziende, inducendo anche a comportamenti non trasparenti, e di offrire beni e servizi scadenti ai cittadini. Quindi è importante ricorrere a tutti gli strumenti che ci offre la normativa, per esempio utilizzando "l'offerta economicamente più vantaggiosa" con cui si valuta sia il prezzo che la qualità del prodotto e in questo senso può essere valutata anche la sua sostenibilità a livello ambientale e sociale. La seconda riguarda l'apprezzamento del lavoro svolto con il progetto "Vicini alle imprese" che ha fornito aiuto concreto alle aziende sensibili al tema della responsabilità sociale. Per questo daremo presto il via al secondo ciclo del progetto che, partendo da incontri formativi mirati, offrirà la possibilità ad altre imprese iscritte all'Albo fornitori di ottenere un'attestazione in tema di responsabilità sociale e a quante ci hanno già seguito di confermare o migliorare i risultati ottenuti.

\* Assessore al Provveditorato della Provincia di Milano

## **La Provincia di Milano al salone "Dal Dire al Fare 2009"**



**Università Bocconi: la  
Provincia di Milano  
protagonista al Salone  
della responsabilità  
sociale d'impresa "Dal  
Dire al Fare" del 29 e  
30 settembre 2009.**

### **In questo numero**

- "Vicini alle imprese" un anno dopo
- "Dal Dire al Fare 2009" ospite dell'Università Bocconi
- Lo strano caso della signorina CSR: assolta con la condizionale

## “Vicini alle imprese” un anno dopo

Due le iniziative che hanno caratterizzato la presenza della Provincia di Milano al Salone “Dal Dire al Fare 2009”. La mattina del 30 settembre si è aperta con l’evento speciale “Vicini alle imprese un anno dopo” durante il quale l’Assessore Roberto Cassago ha incontrato i protagonisti del progetto “Vicini alle imprese”, aziende e stakeholders, con i quali prima sono stati ripercorsi i punti salienti del progetto e poi, nel corso di un dibattito molto informale, sono stati affrontati problemi e prospettive degli acquisti pubblici. Il confronto è poi proseguito nel



laboratorio “Piccole e medie imprese e strumenti per affrontare la crisi: l’innovazione socialmente responsabile” dove, dopo un intervento dell’assessore Roberto Cassago che ha immediatamente ripreso e messo a frutto quanto emerso dell’incontro precedente, un pubblico attento ha seguito la relazione del prof Sergio Campo dall’Orto, Direttore di ALINTEC. L’intervento, partendo da una ricerca di ALINTEC pubblicata sul sito della Provincia di Milano - Settore Attività economiche e innovazione, ha

sottolineato l’importanza della collaborazione tra ricerca e industria per essere innovativi e quindi competitivi sul mercato. Se questa collaborazione ha una lunga tradizione tra la grande industria e l’università, in particolare in Lombardia con il Politecnico di Milano, è necessario ora implementare il rapporto con la piccola e media impresa che sempre più spesso è la punta di diamante del nostro sistema produttivo. Poi è stata presentata una ricerca condotta dalla Provincia di Milano sulle imprese che hanno partecipato al progetto “Vicini alle imprese” per misurarne soddisfazione e capacità di reazione alla crisi. I dati hanno sottolineato da un lato l’utilità del progetto e i risultati concreti raggiunti, dall’altro la connotazione innovativa e propositiva delle imprese sensibili alla responsabilità sociale. Più della metà di esse ha risentito parzialmente dell’attuale difficile congiuntura economica e quasi tutte hanno reagito principalmente cercando nuove opportunità di mercato e comunque continuando a puntare sulla propria specificità di azienda responsabile. Partendo da questi dati il professor Alfonso Gambardella, docente di Economia aziendale e gestione delle imprese presso l’Università Bocconi, ha analizzato la crisi attuale riuscendo a darne una spiegazione precisa e al tempo stesso vivace e limpida anche per chi del pubblico non fosse un addetto ai lavori. Quella di questi mesi

è una crisi della domanda, perché alla fine qualcuno si è trovato con un sacchetto vuoto in mano e questo ci



ha reso tutti un po’ più poveri rispetto alla ricchezza che credevamo di avere, ma non dell’offerta che può ancora mettere in campo le proprie capacità per battersi sul mercato. Ne è seguito un bel dibattito che, nonostante il tema non facile, ha tenuto molti dei partecipanti nella sala anche oltre l’orario programmato. In conclusione per entrambe le iniziative il bilancio è stato molto positivo, la spinta giusta per continuare ad operare al meglio per la diffusione e lo sviluppo della responsabilità sociale d’impresa.

Le due iniziative della Provincia di Milano al salone “Dal Dire al Fare 2009”: l’evento speciale **“Vicini alle imprese un anno dopo”** ed il laboratorio **“Piccole e medie imprese e strumenti per affrontare la crisi: l’innovazione socialmente responsabile”**

## “Dal Dire al Fare 2009” ospite dell’Università Bocconi

### La sede

Inaugurata da Mario Monti ed animata da numerosi laboratori



ed eventi speciali, la quinta edizione del salone della responsabilità sociale d’impresa si è svolta negli originali spazi del nuovo edificio dell’Università Bocconi di Milano, situato tra viale Bligny e via Roentgen e nato dal progetto degli irlandesi Grafton Architects. Le geometrie, gli spazi sospesi, l’illuminazione naturale, i materiali recuperati dalla tradizione locale ed adattati allo stile contemporaneo e la grande vetrata che collega visivamente il foyer principale con la strada hanno reso molto suggestivo il clima del salone.

### Le novità di quest’anno

La quinta edizione del Salone è stata tutta nuova nella struttura e nei contenuti. La parola d’ordine è stata “venite a confrontarvi, discutere, imparare” e non più “venite a vedere e a farvi vedere”. Gli spazi sono stati progettati ed articolati al fine di agevolare il confronto e la discussione in tema di RSI. Sono

stati aboliti i classici stand e sono stati introdotti spazi accoglienti ed invitanti al dialogo. Inoltre una sequenza di pannelli ha dato vita a una grande mostra sulla Responsabilità Sociale progettata con la collaborazione scientifica dell’Università Bocconi. Ciascuna impresa ha avuto a disposizione un pannello in ha illustrato il proprio percorso di Responsabilità Sociale: un approccio pragmatico al tema per consentire al visitatore di confrontare e di capire cosa significa essere responsabili.



### Gli spazi

Sfruttando a pieno le potenzialità offerte dal nuovo edificio della Bocconi, gli spazi sono stati progettati in modo innovativo. È stata prevista la “Meeting Area” per l’incontro e lo scambio tra le organizzazioni partecipanti. Il “Temporary Stand” in cui, a rotazione, gli espositori hanno avuto la possibilità di entrare in contatto con i visitatori. I “Corner Informativi” per l’esposizione e la distribuzione dei materiali nonché la super tecnologica aula magna, sede del convegno inaugurale.

Scambio e confronto sono stati alla base di tutte le attività del Salone. L’allestimento curato dalla Natuzzi, sponsor della



manifestazione, composto di divani e poltrone a sacco morbide e colorate, ha completato in modo caratteristico gli spazi messi a disposizione dalla Università Bocconi, dando al salone un’impronta esclusiva anche sotto il profilo del design.

La quinta edizione del salone “Dal Dire al Fare” si è svolta negli originali spazi del nuovo edificio dell’Università Bocconi di Milano, situato tra viale Bligny e via Roentgen e nato dal progetto degli irlandesi Grafton Architects

## Lo strano caso della signorina CSR<sup>(\*)</sup> : assolta con la condizionale.

### Un verdetto inconsueto

Impossibile per il Presidente della Corte, professor Stefano Liebman, trovare una formula più convenzionale nel processo alla CSR tenutosi al salone “Dal Dire al Fare 2009” lo scorso 30 settembre presso l’Università Bocconi.

### L’accusa

Il Pubblico accusatore, il brillante Filippo Astone, giornalista de “Il mondo”, ha definito la signorina CSR come un costo inutile per le imprese perché toglie dividendi agli azionisti e distoglie l’impresa dal suo scopo principale che è il semplice profitto. Inoltre, secondo l’accusa, questa signorina troppo agghindata in realtà confonde le idee ai consumatori non portando loro nessun vantaggio concreto. In pratica sarebbe una manipolatrice delle coscienze oltre che una parassita della società.

### La difesa

L’Avvocato della difesa, il professor Giorgio Fiorentini, con toni più moderati ma assolutamente fermi, ha cercato di smontare queste pesanti accuse interrogando i testimoni : CSR Manager di grandi imprese (Microsoft, Vodafone, Edison) ed esperti di CSR (Vigeo, Idea etica) tra cui anche una studentessa neo-laureata.

### Il processo

La veemenza stessa del controinterrogatorio del pubblico ministero ha dimostrato l’infondatezza della prima accusa: di certo le imprese non perdono il loro denaro investendo in CSR. Le risorse spese, in proporzione ai bilanci, non sono poi molte e il ritorno di immagine è buono. Ma è possibile mostrarsi in pubblico a braccetto con la signorina CSR e poi non praticarla? Le testimonianze e le informazioni disponibili lo negano. L’effetto boomerang è in agguato e ormai tutti sanno che è meglio non pubblicizzare la propria correttezza se si può essere facilmente smentiti. Chi ci ha provato ha pagato un prezzo molto alto in termini non solo reputazionali ma

anche di fette di mercato. Più incerto il giudizio sulla seconda accusa: confondere le idee ai consumatori e non portare alcun vantaggio reale. Le testimonianze aziendali hanno dimostrato che, anche se le imprese certo non ci perdono stipendiando la signorina CSR, quest’ultima porta “anche” vantaggi ai cittadini, per esempio se frequentandola l’impresa inquina di meno o si impegna nel riciclaggio, questo concorre a migliorare la vita di tutti.

### Il punto di svolta

A questo punto è emerso il nodo cruciale del problema: cosa può fare e ha fatto la signorina CSR per dimostrare la propria buona fede? La risposta è semplice: non può essere autoreferenziale, per essere seria deve essere pronta a confrontarsi all’esterno dell’azienda con chi può rappresentare l’interesse dei cittadini presenti e futuri.

### Il profilo dell’imputata

Lo scopo dichiarato delle azioni della signorina CSR è veramente importante: fare in modo che le imprese si impegnino per rendere possibile uno sviluppo sostenibile che non impoverisca noi e neanche le generazioni future. E’ uno scopo che ci riguarda tutti, anzi una battaglia che dobbiamo vincere. Con tutti i mezzi, quindi anche con la signorina CSR che, per quanto un po’ sventata data la sua giovane età, ha già dato consistenti segni di carattere (come l’effetto boomerang di cui sopra) e di maturazione (per esempio essendosi ormai distanziata dalla beneficenza, cosa positiva ma non necessariamente indice di responsabilità sociale).

### Il giudizio finale

I pregi e i difetti della signorina CSR hanno diviso la giuria tra innocentisti e colpevolisti. Bene ha fatto il Presidente della Corte a raccogliere dai diversi pareri gli elementi comuni. Il giudizio “assolta con la condizionale” infatti sintetizza l’auspicio condiviso di veder crescere questa ragazza contraddittoria, insieme alla speranza di un futuro

migliore. Ma ugualmente tutti concordano sulla necessità di tenerla d’occhio: non deve frequentare solo le grandi imprese e gli esperti di comunicazione ma deve confrontarsi con la società e impegnarsi a crescere. Meno apparenza e più concretezza da cercarsi magari in progetti più piccoli ma vicini ai cittadini, portati avanti anche da imprese di minore dimensione. Questa la “condizione” per la signorina CSR per essere credibile.

(\*) Pseudonimo inglese della Signorina RSI o Responsabilità Sociale d’Impresa



## Processata la responsabilità sociale d’impresa

Koinètica in collaborazione con CSR Manager Network ha organizzato al Salone “Dal Dire al Fare 2009” un “Processo alla CSR” per parlare di impegno sociale della aziende con una modalità diversa. Ne riportiamo una cronaca “romanzata” ma fedele ai contenuti.