



ECONOMIA SOSTENIBILE/2. L'ora del bilancio di sostenibilità per le imprese italiane

L'impegno di generare valore sul territorio

Un investimento in attività di Csr di oltre 3,5 milioni di euro in Italia destinati a una rete di solidarietà sempre più ampia e variegata di realtà grandi e piccole. Il caso **Mapei**

di Luigi Dell'Olio

Sport, formazione, cultura e volontario nei paesi in via di sviluppo. Le iniziative di Csr messe in campo da **Mapei**, multinazionale italiana della chimica, sono interessanti non solo per la pluralità di ambiti sui quali interviene, ma anche per la logica che governa i diversi interventi. Un processo evolutivo che ora si prepara a una nuova tappa: il primo bilancio di sostenibilità. Ne abbiamo parlato con **Adriana Spazzoli**, direttore marketing e comunicazione dell'azienda e presidente di Sodalitas, associazione di riferimento nel nostro paese sui temi della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa.

Iniziamo dall'incubazione. Da quali esigenze, aspettative, obiettivi nascono gli interventi di **Mapei nel campo della Csr?**

Il programma è nato grazie a un'innata sensibilità della nostra famiglia e dalla linea indicata dal fondatore Rodolfo **Squinzi** per l'azienda. Il piano che abbiamo oggi, e che pensiamo di adottare anche in futuro, è frutto di una serie di iniziative di solidarietà attivate nel corso del tempo, per sostenere le persone in difficoltà, che oggi si sono sviluppate fino a formare una rete di solidarietà sempre più grande, ricca e coinvolgente. Attualmente **Mapei** collabora con associazioni, fondazioni, enti e comunità che si occupano di generare valore sul territorio. Questa sensibilità non è soltanto attiva sul mercato italiano. Tutte le consociate del gruppo hanno adottato programmi

di responsabilità sociale analoghi a quello dell'headquarter.

Molte aziende vorrebbero investire in questo campo, ma non lo fanno per carenza di budget o perché i responsabili Csr faticano a far passare ai piani alti il piano d'intervento. Avete provato a stimare il "rendimento" di un'iniziativa in questo campo?

Non essendo a scopo di lucro, per queste iniziative non vengono calcolati ritorni di immagine.

Adriana Spazzoli, direttore marketing e comunicazione **Mapei**





SCENARI

A quanto ammonta il budget messo a disposizione?

L'investimento destinato alle attività di Csr di Mapei è di oltre 3,5 milioni di euro in Italia, suddiviso tra contributi a fondazioni culturali, donazioni ad associazioni di beneficenza e fornitura di prodotti e sistemi Mapei a titolo gratuito per sviluppare progetti sociali, mentre gli investimenti all'estero sono calcolati a parte. Seguiamo numerose attività. Tra queste, molte sono piccole, ma non per questo di minor importanza.

Può citarci le più importanti?

Tra le grandi fondazioni culturali, le principali sono il Teatro alla Scala e l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia che sosteniamo in qualità di Socio Fondatore. Un'altra importante fondazione che ci sta molto a cuore è la Fondazione Guggenheim con la partecipazione a Guggenheim Intrapresa, il primo progetto di Corporate Membership in un museo, di cui fanno parte molte importanti imprese che sostengono l'attività della Collezione Peggy Guggenheim di Venezia. Tra le altre iniziative che uniscono all'aspetto culturale una grande valenza benefica, ricordiamo la Celebrity Fight Night Foundation, la serata musicale di raccolta fondi per finanziare i progetti di ricerca medico-scientifica promossi dalla Fondazione Andrea Bocelli e dal Muhammad Ali Parkinson Center. O ancora il Concerto della Croce Rossa Italiana - Comitato di Milano, che si occupa di attività di carattere socio-assistenziale a sostegno dei più vulnerabili. Abbiamo sostenuto anche le mostre Art Déco e Piero della Francesca presso i Musei San Domenico, organizzati dalla Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì, in collaborazione con il Comune, per finanziare i progetti della Fabbrica del Sorriso di Mediafriends

Il ritorno economico delle strategie di Csr

Sull'importanza delle strategie di Csr per creare un ambiente positivo di lavoro, promuovere il brand aziendale sul territorio e favorire l'immagine dell'azienda tra i consumatori non ci sono dubbi. I problemi sorgono quando si tratta di ottenere il via libera dal top management per il piano messo a punto, assicurando che il ritorno dell'investimento può essere stimato con sufficiente approssimazione.

In realtà, ci sono ambiti della Csr nei quali un progetto di questo tipo non è poi così complesso. Come quello energetico: se si tratta di sostituire un vecchio impianto inquinante con uno più "sostenibile", si può partire dal costo per acquistare e montare il nuovo per poi indicare la tempistica di rientro dall'investimento grazie ai minori consumi della soluzione innovativa. E lo stesso vale per l'ambito ambientale: se, ad esempio, l'obiettivo è di ridurre gli sprechi avviando un processo di riciclo. Lo stesso non vale quando le strategie di Csr riguardano l'ambito delle risorse umane. Ne abbiamo parlato con **Giovanni Rossi**, segretario generale di Fondazione Adecco per le Pari Opportunità.

Come si "ripaga" un investimento sulle risorse umane?

È vero che non esistono criteri scientifici per stimare i ritorni di simili iniziative, ma diverse ricerche internazionali mettono in relazione la propensione a curare le esigenze personali con le ricadute in termini di business per le aziende. Uno studio Nielsen segnala una generale propensione dei consumatori a boicottare i prodotti di aziende ritenute socialmente non responsabili.

Un'indagine di Pwc segnala come, soprattutto tra i giovani, vi sia scarso interesse verso le aziende che non fanno Csr. Mettendo insieme queste due ricerche e altre simili si arriva a una conclusione inequivocabile: chi non mette in atto iniziative di responsabilità sociale fatica a conquistare tanto i clienti, quanto le risorse umane che possono tenere alta la competitività sul mercato.

Un'azienda aperta alla diversità, all'inclusione e alla responsabilità sociale è un'azienda più apprezzata dai dipendenti, riconosciuta sul territorio, con una capacità di attrazione e di fidelizzazione maggiore. Educare al lavoro e accompagnare i giovani e i soggetti con svantaggio verso il mondo del lavoro risulta determinante per aumentare la loro consapevolezza nelle scelte professionali e massimizzare così la loro occupabilità.

Torno alla domanda iniziale: si può calcolare il Roi di un'iniziativa di questo tipo?

Stiamo strutturando dei sistemi di analisi dei risultati dell'inclusione all'interno delle aziende che collaborano con noi. Nei 15 anni di vita, la fondazione ha promosso 385 progetti, destinati a 7.689 persone, di cui 5.200 orientate e 4mila integrate in azienda. La Fondazione ha potuto raggiungere questi incredibili risultati grazie al sostegno delle aziende del gruppo Adecco, che hanno investito circa 5,7 milioni di euro in erogazioni.

Come è strutturata la fondazione?

Si tratta di un ente privato senza scopo di lucro costituita nel 2001 con lo scopo di sviluppare progetti di educazione e istruzione al lavoro finalizzati all'inserimento o

SCENARI



al reinserimento nel mercato del lavoro di gruppi di persone che hanno difficoltà nella ricerca di occupazione. La mission è contribuire alla realizzazione di un mercato del lavoro più inclusivo e accessibile, caratterizzato dai principi di non discriminazione e pari opportunità, nel quale ogni persona abbia la possibilità di esprimere il proprio potenziale e valorizzare la propria diversità.

Può farci qualche esempio di iniziative realizzate?

Mi viene in mente il progetto Win, dedicato alle donne vittime di abusi o in difficoltà, in condizioni di emarginazione sociale. Il ruolo della fondazione è di sostenerle in un processo di integrazione e di inserimento lavorativo, che permetta loro di affrancarsi dalle situazioni di disagio in cui vivono (ad esempio, l'indipendenza economica data dal lavoro permette a molte di loro di allontanarsi da mariti violenti e così via).

Ai giovani è dedicato invece il progetto "Proiettati nel futuro", sviluppato in collaborazione con l'Istituto di Istruzione Superiore P. Boselli di Torino. L'iniziativa mira a orientare al mondo del lavoro gli studenti con fragilità al termine del percorso scolastico con lo scopo di creare continuità tra la scuola e la scelta dei successivi percorsi di formazione professionale o lavorativi. Dal 2012 a oggi hanno partecipato alle diverse edizioni oltre 60 ragazzi. ■



Giovanni Rossi, segretario generale di Fondazione Adecco per le Pari Opportunità

Onlus per la ricerca, prevenzione e cura dei tumori infantili.

Ci sono anche iniziative in altri settori?

Siamo molto attivi anche nello sviluppo di progetti sociali attraverso la fornitura di materiali e prodotti Mapei e l'assistenza tecnica. In questo modo abbiamo contribuito alla realizzazione di diversi edifici, tra cui recentemente il progetto voluto dalla Fondazione Francesca Rava per la costruzione di cinque edifici scolastici a Cascia e a Norcia, le zone colpite dal sisma del Centro Italia. Oppure il progetto CasArché che, grazie alla fornitura gratuita dei nostri prodotti, ha visto nascere una casa comunitaria per madri e bambini in difficoltà. Abbiamo contribuito alla riqualificazione della Cascina don Guanella, nella provincia di Lecco, che ospita giovani e ragazzi che vivono situazioni di disagio nel loro percorso scolastico o professionale. Ancora, con i nostri prodotti abbiamo contribuito alla realizzazione del nuovo Centro Nazionale della Lega del Filo d'Oro, che si dedica alla cura dei bambini sordociechi.

Qualche esempio sull'estero?

In Uganda siamo intervenuti per il centro di eccellenza in chirurgia pediatrica di Emergency, progettato da Renzo Piano. I nostri laboratori di ricerca e sviluppo hanno messo a punto un innovativo sistema per la realizzazione della struttura ospedaliera con la tecnica del pisè. Per altro, Mapei aderisce a Fondazione Sodalitas, che promuove la sostenibilità d'Impresa in Italia, e ad altre fondazioni che si occupano di responsabilità sociale come, ad esempio, la Fondazione E4Impact

che ha l'obiettivo di formare imprenditori nei paesi Sud sahariani attraverso l'erogazione di Global Mba in Impact Entrepreneurship e sviluppare così un management locale in grado di generare ricchezza e opportunità di lavoro. Inoltre, per quanto riguarda il nostro paese, da due anni a questa parte siamo partner del Cresco Award - Città Sostenibili, il concorso che premia i comuni d'Italia che presentano i migliori progetti di sviluppo sostenibile del territorio. Sosteniamo l'iniziativa anche con un nostro Premio Mapei che provvede alla fornitura di una consulenza tecnica qualificata Mapei per la valutazione degli interventi che devono essere attuati per la realizzazione del progetto.

Spesso le aziende si lamentano della mancanza di competenze tra i giovani che hanno da poco terminato gli studi. Come vi muovete su questo fronte?

Abbiamo attivato un progetto di alternanza scuola-lavoro che coinvolge una decina di istituti a indirizzo perito chimico e/o perito geometra e tutte le sedi e gli stabilimenti italiani del gruppo.

Chiudiamo con uno sguardo alle persone. Quali sono le risorse impegnate nelle iniziative di corporate social responsibility?

Ho già detto del personale impegnato nelle attività di ricerca e sviluppo e di consulenza, alle quali va aggiunta l'assistenza tecnica in cantiere. Il personale del reparto comunicazione e marketing, sotto la mia direzione e in base alle linee guida corporate, dà un forte contributo in questa direzione, impegnandosi ad attivare e seguire tutte queste iniziative. Attualmente stiamo seguendo con una società di consulenza esterna la redazione del primo Bilancio di Sostenibilità relativo all'anno 2016, che salvo imprevisti dovrebbe uscire a fine settembre/inizio ottobre. ■