

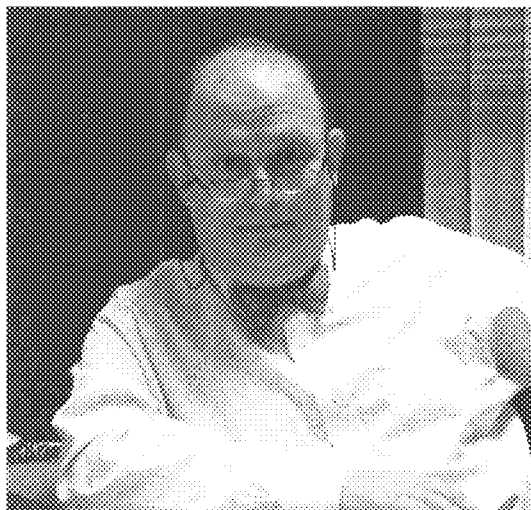
Creare i presupposti per il cambiamento

Il Csr manager in Italia è una figura rara e inconsueta, come anche la Csr, nella realtà delle imprese italiane. Primo presidente del Csr Network Manager di Altis, Roberto Zangrandi, responsabile del Csr di Enel, spiega come conta di dare maggior peso alla professione

E' da poco il primo presidente del Csr Network Manager di Altis e vive questa carica con estrema serietà e convinzione. Del resto Roberto Zangrandi, responsabile del Csr di Enel, lavora in un'azienda che, con il suo contributo, nel giro di un'anno è passata dal 17mo al sesto posto della classifica mondiale delle imprese responsabili. Dal suo ufficio di Milano dove lo si può trovare alcuni giorni della settimana (gli altri opera da Roma), spiega i programmi del Network per quanto riguarda la Csr italiana. Programmi estesi e impegnativi...

Come nasce il Csr Manager Network?

"E' figlio di Altis, Alta Scuola Impresa e Società dell'università Cattolica di Milano ed è un'intuizione di Mario Molteni che ne è direttore generale e animatore. Da tre anni Altis organizza, tra l'altro, un master incentrato sulla figura del Csr manager. La naturale conseguenza di questa attività è stata associare i partecipanti in un network. Era emersa la necessità di uno scambio veritiero, franco e senza fronzoli di esperienze per analizzare in modo proficuo ciò che è stato fatto sino ad ora di buono, e meno buono, nel campo della responsabilità sociale d'impresa".



Roberto Zangrandi, specialista di Csr

Quali il programma del Network?

"Attualmente, in Italia, il Csr manager è una figura rara e inconsueta, come di fatti è la Csr nella realtà delle imprese italiane. Il primo punto del programma consiste nel dare corpo alla professionalità di quanti si occupano di questo argomento. Il che significa anche attivare processi di riconoscibilità. Per questo, una delle prime iniziative che stiamo organizzando è una connessione marcata con le associazioni professionali 'verticali' che operano nel nostro Paese. Il primo incontro, già pianificato, sarà con l'Associazione dei direttori del personale. L'obiettivo è accendere una luce su una figura emergente con la quale non hanno ancora fatto i conti. Parallelamente è previsto un incontro di scambio operativo con Ferpi (la Federazione che riunisce i professionisti delle relazioni pub-

bliche). Dobbiamo chiarire con loro il fatto che nella Csr c'è molta comunicazione, ma che c'è molto di altro. Cercheremo insomma di tessere una trama trasversale alle professioni sulla quale innestare conoscenze e iniziative. In più, sempre nell'ambito della qualificazione della professione del Csr manager e della riconoscibilità, c'è bisogno di un percorso istituzionale. Per questo, abbiamo avviato i contatti con Cecilia Donaggio, sottosegretario del Ministero della Solidarietà sociale, cui è delegato il tema in questione. Organizzeremo incontri per delineare un percorso operativo di Csr delle aziende, al di là del 'vecchio' programma Csr-Sc proposto dall'ex ministro Roberto Maroni e di come evolverà nei prossimi mesi. Un aspetto fondamentale per il Network sarà mantenere costante il livello di apertura e franchezza che abbiamo raggiunto. Sino ad ora, ogni incontro (30-35 persone sono sempre presenti) è stato interessante e stimolante. Uno dei doveri del suo Comitato di gestione (vedi box) è mantenere sempre elevato il livello culturale e offrire ai membri stimoli, idee e riflessioni utili".

Un programma impegnativo...

"Sì, e non è tutto. C'è un terzo punto programmatico che riguarda un allargamento forte delle attività di Csr. Lavoriamo sul mainstream della responsabilità d'impresa per capire quale è la sua possibile estensione all'interno delle grandi aziende e in quelle piccole. Sappiamo che in Italia il 98% delle imprese è costituito da pmi. Non possiamo forzare le aziende, i cui consigli di amministrazione sono piuttosto dei consigli di famiglia, a fare passi più lunghi della gamba e a dotarsi di un Csr manager. Non sarebbe rea-

lista. Preferiamo piuttosto coinvolgere attori istituzionali nella diffusione della Csr a livello territoriale, nelle filiere produttive o nei distretti. Mi riferisco a Sassuolo, dove si fa la ceramica, a Carpi dove la 'specialità' è la maglieria. Se riuscissimo a motivare una organizzazione forte ad applicare alcune misure di responsabilità ambientale sarebbe un grande passo. Se, ad esempio, le aziende riuscissero ad adottare un protocollo ambientale comune di relazione con gli stakeholder e se, di conseguenza, rendicontassero, sarebbe altrettanto importante. E ancora, se una filiera produttiva riconoscesse, la sostenibilità della catena di fornitura o se concordasse tempi di pagamento massimi, sarebbe altrettanto importante. Non parlo necessariamente di Csr in senso stretto. Tuttavia, la cooperazione creerebbe per automatismo figure di referenti per l'applicazione degli standard stabiliti. Perché la Csr o la imponi per legge - e su questo non siamo d'accordo - oppure la stimoli".

Quali reazioni avete raccolto sino ad ora?

"Moltissimi imprenditori ritengono ancora che la responsabilità sociale d'impresa sia ancora un costo. Ma ci sono i presupposti per un cambiamento. Recentemente ho partecipato a un dibattito a Parma nel quadro della Settimana della cultura, organizzato dalla Commissione cultura di Confindustria (che è quella cui fa capo il discorso sulla Csr). Quello è stato il primo passo di Confindustria sulla terreno della Csr. Per noi è stato l'inizio di un percorso di scambio. Prossimamente incontreremo Giuseppe Schlitzer, responsabile in Confindustria per la Csr".

Roberto Zangrandi

Dal giornalismo alla comunicazione, alla Csr

Roberto Zangrandi, 50 anni, è responsabile della Corporate Social Responsibility di Enel. Nell'azienda ha in precedenza ricoperto l'incarico di Responsabile dei piani di comunicazione societari e successivamente dell'Identità e dell'immagine. Dopo avere lavorato per 13 anni nel giornalismo economico finanziario (Espansione, Capital, Il Mondo), ha ricoperto l'incarico di Capo

ufficio stampa estero e successivamente di Responsabile relazioni esterne per la Germania per Fiat S.p.A. Rientrando in Italia ha lavorato per due anni come Senior Partner e direttore della sede di Roma della società di consulenza in direzione e organizzazione aziendale Methodos S.p.A. di Milano. Ha studiato Scienze politiche e Sociologia ed è giornalista professionista dal 1978.

Che eredità rimane del progetto Csr-Sc lanciato dall'ex Ministro Roberto Maroni?

“Era un progetto ambizioso anche rispetto all'Europa. La sua attivazione è stata parziale, essendo mancati i due pilastri portanti: i punti della valutazione e della defiscalizzazione sono rimasti completamente privi di meccanismi attuativi per tutta la passata legislazione. Per quanto riguarda il primo, osservo che la sostenibilità non si può autocertificare, ma deve esserlo da parte di un organismo di origine istituzionale. E' stato anche un errore permettere detrazione dall'imponibile fiscale della solidarietà connessa alla responsabilità d'azienda, e non la defiscalizzazione come promesso. Mancando questi due aspetti, il progetto è stato un meraviglioso esercizio, anche se deve esserne riconosciuto il valore. Spero che non vada tutto perso, anche se bisogna capire quale sarà il nuovo percorso. Resta comunque il fatto che, sino ad ora, le aziende che hanno promosso strategie e progetti di responsabilità sociale lo hanno fatto sulla spinta del mercato, senza una minima contestualizzazione istituzionale. Il fatto che ora, anche grazie al Csr Network Manager si sia creato ed evidenziato un maggiore interesse sull'argomento, indica volontà di cambiamento. Probabilmente il principio della volontarietà ha bisogno di essere aiutato e sostenuto”.

La ricetta di Enel?

Negli ultimi cinque anni abbiamo spinto molto sul pedale della responsabilità e in modo molto

concreto. Il che ha significato avere incrementato l'affidabilità dei meccanismi di governance finanziaria, economica e ambientale con conseguenze inevitabilmente positive. Abbiamo formato 4.500 fra manager, quadri e dipendenti. Mille quadri con responsabilità di struttura sono stati istruiti in aula sui contenuti della Csr e sulla politica di responsabilità di Enel. Altri dipendenti sono stati informati e formati nel corso di apposite conferenze. Abbiamo anche confezionato corsi di diverse sessioni, della durata di tre ore l'una, accessibili tramite l'Intranet. E recentemente abbiamo messo in Rete un approfondimento di tre ore realizzato in cinque lingue. Rivolto a 48mila persone è assegnato come obbligatorio nel percorso di autoistruzione a distanza previsto dal nostro sistema. Siamo anche andati oltre, individuando nuove regole contro la corruzione. “Tolleranza Zero alla corruzione” è una procedura interna che si aggiunge al codice etico attenta alla relazione venditore-cliente e a quella fornitore-acquirente. Stiamo infine portando a termine una procedura incentrata sui diritti umani che allineerà le pari opportunità di tutti i dipendenti Enel nel mondo. Proximamente, infine, comunicheremo novità in fatto di responsabilità ambientale, un fronte sul quale stiamo facendo molto. Confermeremo il giudizio dato dal Dow Jones Sustainability Index, a proposito del nostro sistema di reporting ambientale, come il migliore realizzato sul panorama internazionale”.

MADELA CANEPA

Il Csr Manager Network**Primo, promuovere la responsabilità sociale nel contesto economico italiano**

Roberto Zangrandi di Enel è il primo presidente del Csr Manager Network, la rete dei manager italiani che nelle rispettive aziende si occupano di presidiare le tematiche della responsabilità sociale. Le altre cariche sono attribuite a Sebastiano Renna (Granarolo), vice presidente, e a Mario Molteni (Altis - Università Cattolica), direttore. Nel Comitato di gestione del Network sono inoltre presenti Primo Barzoni (Palm), Cristina Catellani (Roche Diagnostics), Danilo Devigili (Global Strategy), Sergio Tonfi (Philips), Mauro Zanandrea (Mazzali) e Stefania Bertolini (Isvi). Gli obiettivi del Csr Manager Network sono molteplici: 1) offrire,

mediante workshop interni, occasioni di condivisione delle conoscenze tra gli associati; 2) promuovere la responsabilità sociale nel contesto economico italiano; 3) fornire una rappresentanza a chi elabora e pratica la responsabilità sociale verso il mondo delle imprese, nei rapporti con il Governo e le Istituzioni; 4) promuovere ricerche rilevanti per gli associati, i cui risultati saranno presentati nel convegno annuale. Il Network è stato fondato il 9 febbraio 2006 ed è promosso da Isvi e Altis, Università Cattolica. Conta attualmente 44 membri appartenenti ad aziende di varie dimensioni e operanti in differenti settori industriali.