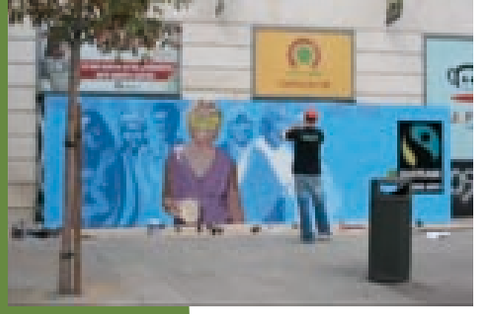
RESPONSABILITÀ SOCIALE

1

2



3

Altavia si fa paladino dei prodotti **equo-solidali**. Blueprint costruisce un impianto **fotovoltaico**. Box Marche **sostiene lo studio** dei figli dei propri dipendenti. Cemit aiuta **8 associazioni** con il portale Donami.org. CSQ investe 1.300 euro l'anno per la **cura del cancro**. Epson favorisce lo studio dei **cambiamenti climatici**. Grafinvest aderisce al progetto di **tutela delle foreste**. Luxoro aderisce al progetto **Lifegate Impatto Zero**. Pixart.it aiuta il **dialogo interculturale** a Venezia. Ricoh entra nella classifica delle **aziende più responsabili**.

1. Pannelli fotovoltaici realizzati dall'azienda grafica Blueprint.
2. Il diploma che attesta la sensibilità ambientale di Grafinvest.
3. I murales commissionati da Altavia Iberica per conto di Fair Trade.
4. Il certificato del sostegno dato dal CSQ alla Fondazione ABO.
5. L'apertura del festival letterario Incroci di Civiltà sponsorizzato da Pixart.it.
6. La campagna Epson a favore dei bambini peruviani.

Anna Aprea
giornalista
aprea.a@ilpoligrafico.it

ABO PROJECT
C.S.Q. S.p.A.
Premio
DEDIZIONE E SOSTEGNO ALLA RICERCA
2003-2008
per aver sostenuto con continuità e costanza
la ricerca scientifica ABO
Dr. Massimo GION
Presidente Associazione ABO
Ing. Eduardo LICCARDI
Presidente ABO Project
VENEZIA, Gennaio 2009

4

5

6

RESPONSABILITÀ PER CONIUGARE ETICA E PROFITTO

Si può pensare a un'azienda corretta, animata da buoni sentimenti, espressione di un'etica diversa da quella che respiriamo tutti i giorni… si può pensare una cosa del genere senza sentirsi Alice nel paese delle meraviglie? E si possono immaginare imprenditori grandi e piccoli capaci di muoversi, in tempi di crisi, in modo solidale, corretto, trasparente? Domande difficili, è vero, domande a cui la povera Alice risponderebbe così, come nella sua bellissima fiaba, ricordate? «Se io avessi un mondo come piace a me, là tutto sarebbe assurdo: niente sarebbe com'è, perché tutto sarebbe come non è…».

Responsabilità e sviluppo

Ma torniamo al nostro mondo dove scopriamo che, anche in tempi come quelli che viviamo, si trovano non poche aziende grafiche certificate SA8000: Arti Grafiche Boccia, Grafica Metelliana, Coptip, Grafiche Effesei, Rotopress International, Rubbettino, Tipolitografia Fabrianese, tanto per citarne alcune. Vi sono poi esempi di imprenditori che amministrano le loro faccende con attenzione alla comunità, alle istituzioni, ai collaboratori, alle associazioni umanitarie. Tutte cose che, sia ben chiaro, vanno al di là dell'ovvio rispetto della legalità o dell'adeguamento a norme SA8000 che certificano più o meno l'impegno etico, e si riferiscono invece a quel di più che volontariamente l'azienda esprime… certo nella convinzione di ottenere una contropartita sul piano dell'immagine, ma anche di farlo per il piacere di farlo punto e basta.

Fare bene facendo del bene

Vero e proprio "campione di responsabilità" nel panorama delle imprese grafiche italiane è Box Marche, azienda di packaging con sede a Corinaldo nelle Marche, alle spalle una lunga storia di premi, certificazioni, progetti sociali che hanno ricevuto importanti riconoscimenti. «Guidare un'azienda con la massima attenzione al benessere e alla formazione dei propri dipendenti, ma anche dei propri partner, dei fornitori, della comunità territoriale vuol dire essere affidabili su tutti i piani: non solo sul piano dell'immagine ma su quello della reputazione imprenditoriale», dice il titolare Tonino Dominici.

Innovare e accrescere il valore dei prodotti

Muoversi in modo responsabile, questo si sa, non può essere solo un'operazione d'immagine, una strategia di facciata, come si dice. È piuttosto una nuova cultura, una modalità diversa di fare impresa che, dice Dominici, «porta valore permanente al business e aumenta la competitività». Un discorso che vale anche in tempi di crisi, precisa l'imprenditore marchigiano, proprio quando è necessario accrescere il valore innovativo dei prodotti. «È proprio quando occorre trovare soluzioni nuove che ci aiutino a vendere che è importante che tutti - e soprattutto le persone che lavorano in azienda - siano molto soddisfatti: sono loro infatti che contribuiscono alla ricerca, al valore aggiunto, al successo».

Una nuova cultura d'impresa

Ma quale posto occupa il comportamento responsabile tra i criteri di scelta di un'azienda grafica? È un po' presto per dirlo: il settore ha appena cominciato il suo cammino verso la sostenibilità e la responsabilità sociale, com'è facile intuire, è strettamente legata a questo percorso. Un viaggio di esplorazione del nuovo e del possibile. Dice Daniele Fiasca, capo della direzione tecnica e servizi redazionali della Mondadori: «Direi una bugia se dicessi che questo è un aspetto centrale nella selezione di un fornitore: in un immaginario ordine di priorità la responsabilità sociale dell'azienda grafica non è al primo posto, ma di certo già ora è nella griglia di quei criteri che valutiamo».

Integrare l'azienda nella comunità sociale

E tuttavia, come spiega Emilio Scirea, production manager di Mondolibri, la responsabilità sociale è una spinta necessaria, improrogabile: «Ogni piccolo passo che

Luigi Onesti

ha 37 anni ed è il giovane e brillante Managing Director Sales and Marketing di Cemit Interactive Media (Gruppo Mondadori), importante azienda che opera nel marketing relazionale. Per le associazioni non profit l'azienda cura tutta la sfera della comunicazione, dal telemarketing alla progettazione fino all'invio di mailing. A Luigi Onesti abbiamo rivolto alcune domande per chiarirci le idee sul tema della Responsabilità Sociale.

La pianificazione delle campagne Cemit coinvolge tutti i media in un'ottica di integrazione. Dalla realizzazione creativa di mailing alla loro stampa, al fulfillment e all'invio. In un'ottica di integrazione, in diversi progetti, vengono coinvolti, come rafforzativi delle campagne di marketing diretto, i media above the line appartenenti al Gruppo Mondadori.

CEMIT INTERACTIVE MEDIA

In che senso possiamo dire che la Responsabilità Sociale d'Impresa è un modo per fare business?

Nel senso che il pubblico non valuta i prodotti o i servizi solo per le loro caratteristiche estetiche o funzionali: il loro valore oggi è sempre più apprezzato anche per caratteristiche di tipo etico e morale. Dunque integrare una visione etica all'interno di una visione strategica rende di fatto le aziende più competitive.

Come si realizza questa integrazione tra l'azienda e la società?

Intanto va detto che l'azienda non è una monade, deve proiettarsi fuori di sé coinvolgendo le comunità locali nelle quali opera, i suoi partner, i fornitori, i clienti, i consumatori, i propri dipendenti: realizzare progetti che siano in grado di portare benefici lungo tutta la filiera produttiva.

Ma si tratta di costi in più per l'azienda...

Qui sta il punto: non stiamo parlando di un aumento di costi ma di un'opportunità di crescita. Di più, è una vera e propria strategia per superare la crisi: ponendosi in modo costruttivo e trasparente nei confronti di tutti i portatori di interesse, l'azienda cresce.

Faccia qualche esempio.

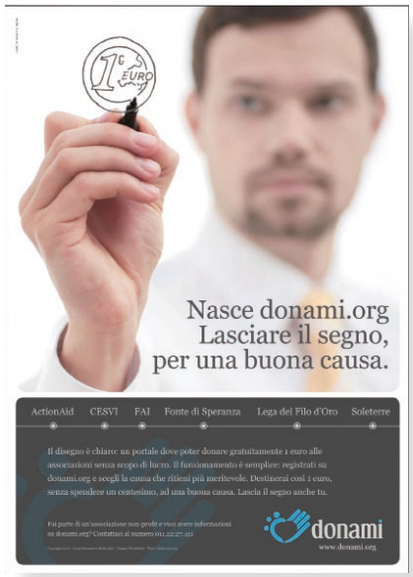
Si può citare il caso Ferrarelle e Unicef, partner per il progetto 'Eritrea, acqua e igiene nelle scuole'. Grazie a un'iniziativa di Cause Related Marketing a favore dell'UNICEF (in cui Ferrarelle ha donato più del 10% del ricavato delle vendite delle confezioni da 6 bottiglie) i volumi di venduto sono cresciuti del 3,2%. Ma ci sono tanti altri casi, non finiremmo di elencarl....

Cosa possono fare le aziende per avvantaggiarsi con attività di questo tipo?

Il direct marketing rappresenta lo strumento principe attraverso cui si può raggiungere, discriminando positivamente, il target interessato a questi progetti. Noi di Cemit lavoriamo con molte associazioni non profit: possiamo dunque individuare quelle più giuste in relazione al progetto.

Per quali attività ci si può rivolgere a voi?

Siamo specialisti nella creazione di banche dati, raccogliamo i nomi, li classifichiamo, studiamo il profilo e il comportamento, organizziamo appunto archivi e li utilizziamo – per conto delle aziende clienti – per mettere a punto azioni di marketing mirate.



Donami.org è un progetto creato da Cemit allo scopo di destinare un fondo speciale a diverse cause umanitarie. Il fondo è suddiviso in base alle preferenze degli utenti. Chiunque voglia aderire va sul sito Donami.org, si registra, seleziona il progetto cui desidera contribuire e, per ogni nome registrato, Cemit versa 1 euro a favore dell'associazione umanitaria indicata.

Il mailing realizzato da Cemit per una campagna di sensibilizzazione a favore della Lega del Filo d'Oro che sostiene i piccoli sordociechi.

siamo capaci di compiere in termini di sensibilizzazione delle aziende in questa direzione contribuisce a un'evoluzione di tutta la nostra società».
Se l'impresa è di per sé un fatto sociale non può non giovarsi di operazioni sociali. Sembra un gioco di parole ma non è così. Perché la realizzazione di un progetto (che sia fatto per favorire i dipendenti, la comunità, i clienti, l'ambiente o i diritti umani non importa) induce sempre una positiva reputazione dell'azienda, migliora i rapporti con tutti gli interlocutori, clienti, partner, fornitori, cosa che a sua volta reca un vantaggio all'esercizio dell'attività.

Essere responsabili crea profitto

Molte ricerche ormai lo confermano: progetti qualificati e credibili fidelizzano i clienti, aumentano l'indice di gradimento di prodotti e servizi, ampliano la base sociale di riferimento dell'azienda, ne migliorano la visibilità e l'immagine, producono risparmio. E se vogliamo proprio dirla in sole tre parole, eccole: incrementano la redditività. «Certo» dice Tonino Dominici «tutto vero, ma bisogna avere una visione che non scada nell'immediato, nel qui e ora; le azioni sociali proiettano l'azienda nel futuro, bisogna essere in grado dc

PICCOLI PASSI RESPONSABILI

Altavia difende il consumo solidale

Per conto di FairTrade, Altavia Iberica si è impegnata a favorire il consumo di prodotti equo-solidali attraverso una serie di murales, ispirati a questo tema, realizzati nelle principali città spagnole da importanti artisti di strada.

Box Marche premia i figli dei dipendenti

L'azienda di Corinaldo conferisce un premio ai figli dei dipendenti che conseguono risultati positivi a scuola. "10" all'esame di terza media comporta un premio di 500 euro. Più di 95 alla maturità 1.000 euro. 108 e oltre alla laurea 1.500 euro.

CSQ aiuta la ricerca sul cancro

Il CSQ sostiene la Fondazione ABO sponsorizzando progetti condotti da una rete di centri di ricerca e reparti ospedalieri diffusi in tutto il mondo e attivi da molti anni nel campo dell'Applicazione delle Biotecnologie in Oncologia.

Grafinvest tutela le foreste del Congo

L'azienda ha deciso di compensare l'emissione di 1.026 kg di CO_2 dovuti alla produzione della sua brochure aderendo a un progetto di tutela della foresta di Samboko-Ituri nel territorio della Repubblica Democratica del Congo.

Pixart.it sponsorizza un festival letterario

Pixart.it sostiene la terza edizione del festival della letteratura "Incroci di Civiltà", evento culturale di respiro internazionale promosso dal Comune di Venezia e dall'Università Ca' Foscari, Facoltà di Lingue e Letterature straniere.

Blueprint installa pannelli fotovoltaici

L'azienda grafica di Bernate Ticino ha completato l'impianto fotovoltaico più grande della Provincia di Milano, che produrrà annualmente 432.418 kWh e che comporta una riduzione di emissioni pari a 229.613,958 kh di CO_2.

Cemit sostiene 8 associazioni umanitarie

Creato da Cemit Interactive Media, Donami.org è un portale dal quale gli utenti possono alimentare un fondo destinato a diverse cause umanitarie. Si sceglie la causa da sostenere, ci si registra e Cemit, per ciascun utente registrato, dona 1 euro al progetto prescelto.

Epson si fa sentinella della natura

Epson ed Epson Meteo sponsorizzano il progetto Osservatorio Oasi del WWF per lo studio dei cambiamenti climatici. Tre nuove centraline meteorologiche sono state installate in alcune oasi per una rilevazione più ampia dei dati.

Luxoro aderisce a Lifegate Impatto Zero

Aderendo al progetto Lifegate Impatto Zero, che prevede il calcolo della quantità di emissioni di CO_2 risultanti dalla propria attività, Luxoro compensa le emissioni con la piantumazione di alberi nel Costarica e nel Parco del Ticino.

Ricoh tra le 100 aziende più etiche del mondo

Ricoh Company Ltd., tra i massimi produttori di tecnologia multifunzione per la stampa professionale, è entrata nella classifica "World's Most Ethical Companies 2010" elaborata dall'istituto Ethisphere che si occupa di diffondere la cultura della RSI.