



La responsabilità sociale e ambientale non è un moda, ma una necessità per le imprese e il loro futuro.

Il 4/12/07 è stato tenuto il *primo convegno nazionale di CSR Manager Network Italia*, organizzato da ISVI e ALTIS presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore. L'evento è stata un'occasione nella quale puntare l'attenzione sui temi della responsabilità sociale e ambientale d'impresa come fattore di distinzione e vantaggio competitivo per le PMI italiane.

Varie imprese, note per il loro particolare impegno nella CSR (Corporate Social Responsibility), hanno presentato le loro iniziative di responsabilità sociale svolte durante l'anno e si sono confrontate su vari aspetti tra cui in particolar modo quello dei vantaggi economici conseguiti.

È stata identificata la figura del CSR Manager che: si occupa delle tematiche della responsabilità sociale, promuove il dialogo con gli azionisti per capire le attese dei portatori d'interessi dell'azienda (clienti, fornitori, dipendenti, comunità).

Il CSR Manager Network Italia è la rete nazionale dei Manager che nelle aziende presidiano le tematiche della responsabilità sociale. È stato promosso nel Febbraio 2006 da ISVI e ALTIS e attualmente conta più di 80 membri.

Il CSR Manager Network Italia risponde all'esigenza di un tavolo di lavoro in cui gli operatori possano:

- confrontare criticamente le proprie esperienze,
- identificare le vie di miglioramento e di innovazione,
- dialogare con le rappresentanze dei vari stakeholder,
- incontrare i protagonisti delle esperienze più evolute a livello europeo e internazionale.

Il Network si rivolge a tre profili di manager operanti in imprese di ogni dimensione:

- manager impegnati in varie funzioni (comunicazione, amministrazione, personale, controllo interno, affari societari, qualità, ecc.) che dedicano ai temi della CSR una quota del proprio tempo lavorativo,
- manager che già dedicano l'intera attività ai temi della CSR,
- manager che intendono acquisire competenze per dedicarsi alla CSR in futuro.

In questo contesto l'attenzione che Palm ha sempre dimostrato verso i temi del sociale e del rispetto per l'ambiente, anche attraverso la promozione di buone pratiche come il Network **“Imprese**

amiche dell'ambiente", è in primo luogo un vantaggio competitivo per il rispetto delle comunità locali e degli ecosistemi. Quindi massima attenzione alla soddisfazione dei dipendenti, dei clienti, della comunità locale e ovviamente la massima correttezza nei rapporti con tutti gli altri attori in vario modo coinvolti/interessati dalla attività dell'impresa.

L'idea di Palm è che anche il pallet e gli imballaggi in legno possono comunicare valori sociali e ambientali parlando di un prodotto e di un'azienda, diventano parte attiva e responsabile di una catena di fornitura sostenibile (Green Supply Chain), considerati non un costo ma un valore di sostenibilità nella borsa della spesa del cittadino/consumatore.

L'integrazione tra impresa e territorio è avvenuta attraverso il progetto del "pallet a km zero CO2", che basa la sua forza sulla filiera corta (con reperimento della materia prima nel territorio circostante l'azienda). Ciò consente una notevole riduzione dei camion in circolazione, (la materia prima di solito proviene dal centro Europa) con conseguente diminuzione delle emissioni di CO2 e altri gas inquinanti, apportando in questo modo un contributo positivo alla qualità dell'ambiente ed alla salute umana del cittadino consumatore.

In conclusione la responsabilità sociale d'impresa, sviluppata in tutta l'azienda anche attraverso il perseguimento della mission aziendale e il CSR manager e supportata da una efficace comunicazione, esprime tutte le attenzioni dell'azienda nei confronti dell'ambiente e del sociale, perché trova consenso e condivisione sia nei valori che nelle aspettative della persona.

Per ulteriori informazioni sul CSR Manager Network Italia scrivere a: segreteria@isvi.org