

1 aprile 2021 17:04

## [Dibattito Aperto] Responsabilità sociale per la rigenerazione delle periferie



Cariplo, Assolombarda e Fondazione Sodalitas hanno da tempo avviato, in collaborazione col Comune di Milano, alcune linee di azione coerenti col Piano Quartieri e con le altre iniziative promosse dall'amministrazione comunale negli ultimi anni per aumentare la vivibilità delle aree periferiche della città. L'emergenza Covid-19 ha rallentato la conclusione dei lavori e rafforzato l'urgenza di un'iniziativa congiunta, finalizzata a contenere gli effetti della pandemia con azioni inclusive e di sostegno concreto alle famiglie e di rinforzo alla coesione sociale. In questo contesto, i tre enti promotori intendono favorire il coinvolgimento delle imprese milanesi nei processi di rigenerazione urbana in città.

A questo scopo hanno incaricato la Fondazione Social Venture Giordano dell'Amore di realizzare un'indagine demoscopica sulle attività di responsabilità sociale promosse dalle imprese e una mappatura delle iniziative realizzate con lo scopo di migliorare il contesto sociale e ambientale in cui operano. Le imprese più attive sono state coinvolte in alcuni focus group per approfondire le motivazioni, i ruoli agiti, i risultati prodotti e le criticità affrontate nella progettazione e nella realizzazione di iniziative di questo genere.

Il Quaderno "RESPONSABILITÀ SOCIALE PER LA RIGENERAZIONE DELLE PERIFERIE Imprese ed esperienze sul campo" sintetizza i principali risultati della ricerca, promossa da Fondazione Cariplo, con l'obiettivo di rispondere alle esigenze conoscitive di tutti

gli attori interessati e contribuire all'attivazione di nuove iniziative di riqualificazione sociale e ambientale del territorio.

Il rapporto descrive, attraverso schede sintetiche di pratica consultazione, ma ricche di riferimenti puntuali, i bisogni oggetto di intervento di volta in volta e i servizi o le attività sviluppate per rispondere a essi. Può essere uno strumento di grande utilità per amministrazioni locali di dimensione metropolitana, o anche minore, per suggerire delle modalità attraverso le quali mappare le fragilità emergenti nel territorio e facilitare pratiche di collaborazione fra pubblico, privato e terzo settore con l'obiettivo comune di ridurre le disuguaglianze e le varie forme di povertà esistenti, che come abbiamo potuto constatare nel corso del 2020 si sono acuite a causa della pandemia, colpendo in particolare giovani e donne.

In ogni scheda viene indicato il partenariato che ha portato avanti l'azione, che comprende gli uffici competenti dell'amministrazione comunale, l'Università, l'impegno della CSR aziendale e le associazioni del territorio. Sono riportati discorsivamente i risultati conseguiti e le prospettive future, ossia le linee di evoluzione del progetto.

Gli interventi di apertura, a firma dei Presidenti dei tre enti, inquadrano la responsabilità sociale come "elemento di riflessione e progettazione per "azioni collettive" integrate nelle politiche pubbliche cittadine" (Alessandro Spada, Assolombarda), l'impegno delle imprese a favore delle aree più fragili come "fattore-chiave per le loro stesse prospettive di crescita e sviluppo" (Enrico Falck, Sodalitas) e la rigenerazione delle periferie come "una grande possibilità per riattivare dal basso i legami delle comunità e dare nuova vita a spazi e pezzi di città" (Giovanni Fosti, Cariplo).

Sempre quest'ultimo osserva: "Nelle nostre città persone che vivono a pochi chilometri le une dalle altre possono essere in realtà lontanissime per opportunità, desideri e possibilità; si manifestano infatti differenze profonde tra persone che hanno accesso a una qualità della vita elevata (benessere, formazione e cultura) e persone che ne sono escluse. Se questo era vero fino a ieri, oggi lo è ancora di più perché la pandemia sta aumentando questo divario: la crisi non ha colpito tutti in modo uguale e sta aumentando povertà e disuguaglianza. Questa situazione di squilibrio sociale mina la tenuta delle nostre comunità e la possibilità di crescita di ciascuno."

## **LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE**

I dati presentati nella ricerca si riferiscono a 126 imprese, principalmente di dimensioni grandi (69%) o medie (21%) associate ad Assolombarda e/o a Fondazione Sodalitas, selezionate sulla base di una provata esperienza nell'ambito della CSR e/o di una partecipazione attiva agli incontri degli organi delle due organizzazioni. In particolare, i dati sono tratti, in 49 casi, dalle risposte ad uno specifico questionario online, inviato a circa 600 imprese e, negli altri 77 casi, dai siti internet istituzionali delle imprese, da cui si sono ricavate informazioni sufficienti per costruire schede di sintesi ispirate al questionario di rilevazione dell'indagine.

Una specifica domanda del questionario era volta a indagare quali fossero i fattori che rappresentano gli ostacoli più difficili da superare per un'impresa intenzionata a impegnarsi in iniziative di CSR, maggiormente in grado di scoraggiare tali intenzioni, fino a bloccare del tutto l'azione. Il fattore citato più spesso come ostacolo per la realizzazione di interventi di CSR è la difficoltà di misurare e comunicare i risultati (38%). Altri fattori rilevanti sono la mancanza di risorse economiche disponibili (33%) e la mancanza di incentivi (24%). Meno importanti

sembrano le mancanze di un'area dedicata, personale qualificato e obblighi normativi.

Tale risultato è interessante in una duplice chiave di lettura. Da un lato, infatti, assumendo un'interpretazione più ottimistica, il dato sottolinea l'importanza attribuita alla possibilità di apprendere dalle esperienze svolte, cercando di migliorare sempre di più l'impatto generato per i territori e le comunità coinvolte. Dall'altro, sotto un'ottica più realista, esso evidenzia quanto sia sentita dalle imprese la necessità di generare con le azioni di CSR realizzate importanti ricadute in termini di reputazione e di immagine dell'azienda.

Il 79% delle aziende analizzate gestisce il tema della CSR in modo esplicito e strutturato. La quota sale all'88% fra le aziende che si rivolgono ai consumatori finali, all'87% fra le aziende che operano sul mercato globale, all'84,5% fra le imprese di grandi dimensioni e all'83,3% fra le imprese attive nei servizi. Da un'analisi di regressione condotta sui dati raccolti, il driver principale di tale scelta sembrerebbe costituito dalle dimensioni, ma, a parità di altre condizioni, anche l'ampiezza del mercato di riferimento sembra giocare un ruolo significativo. Fra le aziende che dichiarano di aver strutturato da un punto di vista organizzativo la CSR, il 55% ha posto tale tematica in capo a un/a CSR Manager, il 10% in carico all'AD o al DG, il 9% a una figura aziendale.

Fra le 49 aziende che hanno risposto al questionario online, solo 31 hanno indicato le risorse investite rispondendo all'apposita domanda. Osservando le poche risposte raccolte emerge una forte polarizzazione, con 8 imprese che hanno dichiarato di aver impiegato fino a un massimo di 50mila euro, 14 meno di 100mila euro, 9 oltre il milione di euro e 4 con un ammontare di risorse superiore ai 5 milioni di euro. I mercati di riferimento degli attori interessati sono quello locale per l'8,6%, il 27,3% l'ambito Nazionale e il 64,1% su scala Globale. Riguardo alla localizzazione degli interventi, il 59% delle imprese realizza una parte degli interventi di CSR direttamente all'interno dell'azienda, il 12% nel quartiere in cui l'impresa ha sede, il 5% in altri quartieri dello stesso comune.

## **LA CSR TRADOTTA SUL CAMPO: LE ESPERIENZE**

Venti casi di progetti virtuosi, implementati nella Città metropolitana e promossi da imprese singole o associate e da fondazioni (di impresa e non). Per ogni progetto, sono descritte le categorie di bisogni cui questo risponde. Per farlo, si sono utilizzati due diversi standard: i Sustainable Development Goals (SDGs) – i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile promossi dalle Nazioni Unite nell'ambito dell'Agenda 2030, riconosciuti e utilizzati a livello internazionale – e la classificazione dei bisogni già utilizzata nell'indagine sulle imprese.

Ogni scheda riporta le coordinate geografiche del luogo di realizzazione del progetto, le specifiche azioni attivate, i risultati ottenuti, le eventuali prospettive future, la composizione dei partenariati, le modalità di partecipazione dell'impresa promotrice (le stesse utilizzate nell'indagine sulle imprese). Ciascuna iniziativa persegue vari obiettivi, mediamente tre, e mette in campo azioni specifiche, per la realizzazione delle quali sono coinvolti partner differenti, soprattutto enti del Terzo Settore, ma non mancano collaborazioni strutturate con gli enti locali (Comuni e Municipi) e con istituzioni di ricerca (Politecnico di Milano). Il fattore comune resta il tema della rigenerazione urbana.

Gli obiettivi maggiormente ricorrenti, condivisi da entrambe le tipologie di enti promotori, ossia fondazioni e imprese coinvolte, sono Inclusione sociale (9 progetti), Luoghi di socializzazione e Infrastrutture di quartiere (7) e Contrasto alle povertà (6), seguiti da Aree verdi (4), Inclusione lavorativa, Housing e

Attività culturali e di socializzazione (3). In 2 casi sono perseguiti Sostegno ad attività sportive o culturali, Qualità di vita dei bambini, Miglioramento salute, Integrazione stranieri e migranti, Alimentazione, e Strutture sportive. In un unico caso al centro dell'attenzione è posta l'Occupabilità giovani, Abbandono scolastico e NEET, Stili di vita salutari.

## **ESEMPI EMBLEMATICI FRA LE ATTIVITÀ CULTURALI E DI SOCIALIZZAZIONE**

Il progetto Off Campus San Siro è promosso da Polisocial, il programma di responsabilità sociale del Politecnico di Milano. L'obiettivo è costruire un nuovo rapporto del Politecnico con la città, mettendo alla prova i propri metodi di insegnamento per immergerli nella realtà locale, legandoli a luoghi e persone del territorio. Inaugurato il 17 aprile 2019, è un ambiente laboratoriale di circa 130 mq che ospita al suo interno uno spazio di lavoro, sviluppo di progetti, ricerca responsabile e didattica innovativa; un archivio di quartiere; uno spazio dedicato a incontri, riunioni e attività culturali o educative aperte al quartiere e alla città; uno sportello per l'educazione alla legalità promosso dall'Università Bocconi; uno sportello di orientamento e promozione della cultura dell'abitare collaborativo giovanile. L'iniziativa prende spunto anche da importanti esperienze estere, come quelle delle università di Harvard, Sheffield e Chicago. Nello specifico, gli Off Campus si propongono come spazi fisici per la co-progettazione collocati in alcuni quartieri di Milano, spesso periferici, e si caratterizzano come luoghi attenti allo sviluppo di nuove competenze, maturate dagli studenti e dai docenti grazie al lavoro in contesti reali; allo sviluppo di processi inclusivi di produzione della conoscenza; co-design e sviluppo di progetti, come modalità di sostegno diretto agli attori e alle comunità locali. Nuovi Off Campus sono in progetto e apriranno nei prossimi anni in altri quartieri della città di Milano.

Un'altra esperienza sul campo degna di nota è il programma A2A Educational che, nel solo 2019, ha coinvolto oltre 70mila docenti e studenti in tutta Italia. La mostra "Il gioco delle 4R" ha accolto oltre 5mila visitatori nel corso di due anni scolastici. La campagna #AmbienteaScuola, dopo un primo anno di lavoro su un gruppo pilota di scuole (11 istituti comprensivi di Milano) oggi interessa tutte le scuole secondarie di I grado della città (34 mila studenti). Nell'ambito dell'iniziativa del Comune di Milano "Eventi nei quartieri", sono stati coinvolti 2.500 bambini. La sede didattica museale Casa dell'Energia e dell'Ambiente, in Piazza Po, coi suoi percorsi "Rifiuto da scarto a risorsa", "Conoscere l'energia" e altre iniziative didattiche di Fondazione AEM, coinvolge oltre 7mila bambini all'anno, fra scuole primarie e secondarie di I grado. La sede Amsa di via Olgettina ospita i bambini della città per esplorare i mezzi della raccolta differenziata e giocare con uno spettacolo di magia sui rifiuti, mentre per le scuole secondarie di II grado e le università sono aperti gli impianti di termovalorizzazione di Silla 2 (Figino) e la Ricevitrice Nord elettrica di Milano (zona Ponte Nuovo), una delle cabine elettriche più importanti della città, che alimenta una consistente parte della rete di distribuzione milanese.

Iniziative che dimostrano come il rammendo delle "poliferie", la rigenerazione urbana e la costruzione della felicità pubblica passino attraverso una lenta e faticosa pratica progettuale orientata all'impatto sociale, che permette di costruire relazioni di reciproco aiuto e investe quotidianamente sulle capacità delle persone, affinché la loro antifragilità permetta di interpretare questa e le future crisi traendo vantaggio da eventi casuali, non solo resistendo agli shock con resilienza ma rinnovandosi o inaugurando percorsi inediti, imparando e migliorando attraverso ogni sfida imprevista.

In particolare, gli sforzi educativi testimoniati nel testo rappresentano il nucleo di un modello di sviluppo locale che, attraverso la produzione culturale e il

presidio delle organizzazioni culturali, persegue il potenziamento del capitale umano e sociale, condizione necessaria per poter cogliere le opportunità esistenti. Il sentiero stretto della prosperità inclusiva passa attraverso l'investimento sulle persone che costruiranno il futuro. È questa la vocazione della partecipazione culturale, il suo carattere trasformativo della società. Tali esperienze assicurano a quanti sono a rischio emarginazione una vita dignitosa e danno loro una prospettiva di cambiamento per emanciparsi, ma sono utili a tutti per esprimere il proprio potenziale alla ricerca della propria fioritura umana.

La qualità della vita dipende dagli atti di cura quotidiana, come quelli raccolti in questa pubblicazione; in un momento storico come quello presente, di fronte alla prolungata crisi dei corpi intermedi e agli effetti della pandemia che rischiano di dilagare, ogni sforzo per tener insieme le comunità di vita delle nostre città è essenziale e andrebbe riconosciuto, incoraggiato, favorito. Gli spunti contenuti possono essere di ispirazione per aver contezza dei bisogni, delle sperimentazioni di successo e delle formule individuate per creare sinergie. La responsabilità sociale d'impresa rappresenta in questo senso una pratica di economia civile capace di ricucire il senso di appartenenza, un elemento cardine per la creazione di valore condiviso, fuori e dentro i perimetri aziendali e come terreno di riflessione e progettazione per "azioni collettive" fortemente integrate nelle politiche pubbliche cittadine. È su tali basi che si poggia il futuro sostenibile della nostra economia e società.

## NOTA

L'immagine in copertina fa parte delle fotografie che accompagnano la lettura del Quaderno. Esse sono state scattate da persone senza fissa dimora dell'Associazione RiScatti onlus. Nata nel 2014 e cresciuta anche grazie alla collaborazione con Fondazione Cariplo, l'Associazione aiuta persone che attraverso la fotografia scoprono, o riscoprono, un talento, una vocazione o un obiettivo in cui realizzarsi.

## SITOGRAFIA:

<https://www.fondazionecariplo.it/it/strategia/osservatorio/quaderni/responsabilita-sociale-per-la-rigenerazione-delle-periferie-imprese-ed-esperienze-sul-campo.html>

## ABSTRACT

*"Corporate social responsibility for the regeneration of the suburbs" is a survey promoted by Cariplo Foundation, Assolombarda and Sodalitas that maps and describes the commitment of companies to the most fragile areas of Milan. The volume presents corporate social responsibility as an element of reflection and planning for "collective actions" integrated into urban public policies; the commitment of companies as a key factor for their own growth and development; and the urban regeneration of the suburbs as a great possibility to reactivate the social bonds within communities and give new life to spaces and parts of the city. A path to react to the pandemic through the attitude of antifragility, improving at each shock.*

## Fonti

[\[Dibattito Aperto\] Progettare il futuro](#)

[\[Dibattito Aperto\] Quale Cultura per quale sviluppo nello scenario post-Covid?](#)

[\[Dibattito aperto\] Empatia e intelligenza collettiva per reagire alla/e crisi](#)

[\[Dibattito Aperto\] La chiamata alle Arti: la nuova edizione del Forum dell'arte contemporanea ai tempi della pandemia](#)

[\[Dibattito Aperto\] Da un tempo eccezionale a una nuova realtà provvisoria](#)

[\[Dibattito Aperto\] Progettare il futuro. Parte 2](#)

[\[Dibattito Aperto\] Un futuro più giusto. E la cultura per farlo](#)

[\[Dibattito Aperto\] Progettare il futuro. Parte 3](#)

[\[Dibattito Aperto\] Rimediare Ri-Mediare](#)

[\[Dibattito Aperto\] I nuovi centri culturali: persone, ambienti, relazioni, flussi, reti](#)

[\[Dibattito Aperto\] Cultura e creatività: il soft power dell'Italia per la ripresa](#)

[\[Dibattito Aperto\] Sud, welfare culturale e corpi in trasformazione. Una mappa](#)

[\[Dibattito Aperto\] 100 Italian Architectural Conservation Stories](#)

[\[Dibattito Aperto\] "The Art of Reopening". Un'indagine del National Endowment for the Arts](#)

[\[Dibattito Aperto\] Artigiani dell'innovazione a scuola](#)

[\[Dibattito Aperto\] Societing 4.0, o della reciprocità come modello socio-economico](#)

[\[Dibattito Aperto\] La Coesione Sociale. Una nuova missione strategica per il servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale](#)

agenzia di stampa

# CULT

Agenzia giornalistica **AgCult**

registrazione al Tribunale di Roma 195/2017

Via Cattaro, 28 - 00198 Roma

[redazione@agcult.it](mailto:redazione@agcult.it)