

Csr e' anche sostegno alle comunità'. Ricoh restituisce i ricordi portati via dallo tsunami



Le attività di Csr delle aziende spesso coincidono con eventi tragici come lo **tsunami del 2011**. Un progetto della **Ricoh** appena terminato ridà ai proprietari i propri ricordi. Le foto recuperate, ripulite e digitalizzate sono infatti state mostrate perché venissero riconosciute e ritirate.

IL PROGETTO – Si chiama [**“Save the Memory Project”**](#) ed è l’idea con cui Ricoh ha recuperato, restaurato e restituito 90.000 foto alle persone delle zone del Giappone colpite dallo tsunami nel 2011. In totale ha portato al **recupero e al restauro di 400.000 foto andate disperse e danneggiate**.

Con l’aiuto di organizzazioni locali e di numerosissimi volontari, le foto sepolte dal fango e dai detriti sono state lavate, asciugate, digitalizzate e archiviate in un database sul cloud. Ad ognuna è stato assegnato un codice univoco e le foto sono state organizzate in categorie. Le ricerche possono essere effettuate presso uno dei 5 photo center locali. Quando una persona ritrova una foto che le appartiene, l’originale e tutti i dati associati le vengono restituiti.

RICOH E LE COMUNITÀ’ COLPITE DALLO TSUNAMI – E’ però soltanto

una delle iniziative con cui la società – che ha la sua sede principale a Tokyo ma è presente in oltre 200 Paesi – ha deciso di offrire un supporto alle popolazioni delle aree colpite dello tsunami.

Ha infatti pensato ad un **programma di supporto per le scuole elementari** ed eventi a Higashi Matsushima attraverso il Ricoh Science Caravan “Try to be a copier machine!”. Inoltre è stato dato un **supporto nella ricostruzione dell'attività della pesca a Minamisanriku** (prefettura di Miyagi) con il coinvolgimento ogni anno di circa 200 dipendenti.

Sono stati organizzati poi eventi per presentare i prodotti della regione Tohoku presso gli uffici aziendali del Gruppo. E l'azienda ha partecipato al progetto dell'Associazione giapponese dei dirigenti aziendali “Ippo Ippo Nippon”. Infine, le **donazioni** tramite il Ricoh Social Contribution Club “FreeWill”, un'iniziativa nata peraltro dal basso, dai dipendenti.

TSUNAMI E CSR – Naturalmente, già nei giorni seguenti all'evento, molte aziende hanno attivato raccolte fondi per le popolazioni asiatiche. Alcuni volontari, un centinaio, [hanno subito iniziato a rovistare tra le macerie alla ricerca di fotografie](#), unico modo per far sopravvivere il passato della comunità, che deve anche vedersela con archivi e biblioteche distrutte.

Nella prefettura di Miyagi il progetto ha seguito le stesse linee guida di quello della Ricoh: **raccolta, pulitura, digitalizzazione**. C'è chi ha puntato, dunque, sulla raccolta fondi, c'è chi ancora oggi – come Ricoh – cerca di sostenere quelle popolazioni che il tempo spesso ci fa già dimenticare, c'è chi come la **Fujitsu** ha deciso di supportare la **ricostruzione** materiale dei luoghi devastati, nel suo caso supportando la rinascita e lo sviluppo della città di Tohoku, inserendo il progetto nel suo [piano di sostenibilità](#).

10 consigli per generare davvero valore con la CSR



Valore per gli shareholder, valore per le comunità locali, valore per gli stakeholder: è questo che deve contenere e creare un programma di Csr. Spesso invece il valore generato da certi programmi passa in secondo piano, mentre è la leva che dovrebbe spingere qualsiasi decisione di aziende, community e partners che interagiscono sul piano della sostenibilità. Non a caso, [spesso i programmi di Csr nemmeno vengono letti](#). Ecco qualche strategia e consiglio utile, direttamente dalle parole di un esperto, [Wayne Dunn, presidente del CSR Training Institute](#).

1 – TROVA PARTNER STRATEGICI

La Csr è una pratica costosa da portare avanti in solitaria. Le partnership possono essere un valido aiuto per allargare la rete, ma occorre un lavoro di pianificazione che può andare fuori dai binari se non maneggiato da esperti. In particolare sono 2 i punti chiave: occorre un **allineamento di interessi** verso un obiettivo comune e occorre dare ai partner un'idea misurabile dei **vantaggi di una relazione a lungo termine**.

2 – COMUNICA, MA ATTENZIONE ALLA STRATEGIA

Mai dare l'impressione di mettersi su un piedistallo da cui si urlano regole. **Comunicare il giusto messaggio alla giusta audience e nel giusto momento** è complicato, in più bisogna far sì che questo pubblico sia una spugna e lo assimili in fretta. Sbagliare strategia può distruggere quel valore. E mai dimenticare che parte del pubblico – che deve cogliere l'utilità del programma di Csr – è interno, è l'azienda

stessa.

3 – SBLOCCA IL POTENZIALE INTERNO

Le opportunità strategiche a volte sono a un metro dalla tua scrivania. I colleghi possono essere preziosi per **identificare il valore da trasmettere**. Spesso il trucco è integrare gli obiettivi di Csr nelle operazioni aziendali. Un esempio? Training per i dipendenti impegnati nelle comunità locali.

4 – SERVONO OCCHI NUOVI

La familiarità e l'abitudine creano cecità. A volte uno sguardo diverso vede opportunità e sfide nuove che uno sguardo coinvolto non vede affatto. In più, chi vede le cose per la prima volta pone molte domande, che chi ha a che fare con lo stesso problema ogni giorno dà per scontate. Dove si genera valore? Un estraneo potrebbe notarlo al primo sguardo.

5 – BASTA BUONISMO E FRASI FATTE

Non si fa Csr per salvare il mondo o per salvare villaggi. **Non è filantropia.** E' piuttosto qualcosa che ha a che fare con il risk-management e, appunto, con la creazione di valore per le comunità, gli stakeholder o la società in senso lato.

6 – I TUOI PARAMETRI DI MISURAZIONE SONO CORRETTI?

La temperatura non si misura con un metro da sarto. **Ogni azienda ha suoi parametri e suoi obiettivi.** Non ha senso importare schemi esterni. In ogni caso, non si può gestire al meglio qualcosa che non si sa o non si può misurare, nella Csr c'è una frase che spesso si ripete: "*Non puoi misurare ciò che non puoi misurare*". **I tipi di misurazione utilizzati devono essere coerenti con il progetto e devono essere semplici**, altrimenti costano tanto, generano frustrazione e non servono. Il riferimento lampante è a certi report o standard che alla fine tendono a misurare le cose sbagliate nel modo sbagliato. Inutili. Occorre piuttosto un'analisi preliminare sui motivi che spingono un'azienda ad investire in un certo progetto e,

poi, analisi sistematiche per monitorarne l'andamento verso quei motivi. Sono metriche ad hoc, personalizzate, specifiche di ogni situazione. Non significa che i framework di Csr riconosciuti a livello globale vadano ignorati; significa che vanno associati ed integrati a schemi interni.

7 – FOCUS

Alcuni programmi cercano di essere tutto e cercano di rivolgersi a tutti. Bisogna invece **focalizzarsi su obiettivi precisi, anche di budget**, altrimenti saranno denaro e tempo sprecati.

8 – RIVEDERE SISTEMATICAMENTE LO STATUS QUO

Anche i programmi di Csr invecchiano, semplicemente perché cambiano le condizioni esterne. Vanno rivisti periodicamente e va considerato sempre quanto incidono sui budget. Perché il programma è stato avviato? Quali erano i propositi iniziali? Valgono ancora? Sono stati raggiunti risultati finora? E' stato prodotto valore per qualcuno? Qualcosa potrebbe essere riorganizzato? I partner attuali sono effettivamente utili? Ce ne sarebbero di nuovi?

9 – ALLINEARE

E' una delle parole d'ordine. **Gli interessi di shareholder e della società devono essere allineati** in modo che si generi valori per entrambi. Tutto questo esplorando nuove opportunità, anche di partnership.

10 – QUESTIONE DI TEMPO

Il valore si genera con il tempo. Ma poi quanto dura la sua eco? Spesso si riesce a generare valore proprio pensando in termini di tempo. Cosa si può generare oltre il periodo attuale? Quali ricadute avrà il programma di Csr? A quel punto è chiaro che si possono compiere ragionamenti anche economici.

Il rogo del pilota giordano spacca l'Isis, lo Stato islamico prepara un piano di comunicazione di crisi



Le terribili immagini del pilota giordano, Muat al-Kaseasbeh, arso vivo nel video diffuso da Isis non hanno sconvolto solo gli occidentali. La decisione di giustiziare, in maniera così violenta e drammatica, un islamico e di mostrarne l'atroce morte tra le fiamme a tutto il mondo, non è piaciuta neanche ad alcuni simpatizzanti dello Stato Islamico.

Una reazione non del tutto imprevista dai comunicatori online di Isis, se è vero che appena 10 minuti dopo la prima diffusione del video, nei forum jihadisti circolavano delle vere e proprie "note di linguaggio" che i disseminatori più attivi nel web avrebbero dovuto utilizzare nelle discussioni che, sicuramente, sarebbero nate a seguito dell'evento.

Agendo come una qualsiasi organizzazione internazionale, lo Stato Islamico ha realizzato – presumibilmente nei giorni compresi tra il 3 gennaio, quando sarebbe stato giustiziato al-Kaseasbeh, e il 3 febbraio, giorno in cui è stato diffuso il video – un vero e proprio piano di comunicazione di crisi.

Un documento che ha persino un nome (terribile, quanto la vicenda che ne ha decretato l'origine): "Moaz è stato bruciato vivo, di seguito la giustificazione islamica per questa tipologia di atto". Praticamente una guida – piuttosto dettagliata – da utilizzare in risposta tutte le proteste e alle obiezioni mosse da simpatizzanti islamici inorriditi da quanto successo.

Secondo il sito vocativ.com, che attua un costante monitoraggio del deepweb, l'autore sarebbe uno dei moderatori del forum Al-Platform che, stando a quanto si legge nel testo in arabo, deve aver faticato molto a trovare frasi adatta. Non vi sono infatti giustificazioni religiose provenienti dal Corano ma solo frasi generiche, che mostrano tutta la debolezza della motivazione in esse contenuta. In quella considerata centrale viene consigliato di dire, a chi dovesse lamentarsi dell'accaduto, che "molti studiosi oggi ritengono che sia una cosa positiva bruciare la vittima". Ma, in realtà, il Corano vieta espressamente di bruciare le persone.

Le obiezioni nate in seguito alla terribile vicenda di Muat al-Kaseasbeh non sono le prime mosse all'operato di Isis nei confronti delle esecuzioni di islamici. La decapitazione di Peter Kassig, l'ostaggio statunitense che si era convertito all'Islam, aveva sollevato alcuni dubbi nelle comunità online facenti capo a Isis. Il caso di al-Kaseasbeh però ha creato maggiori problemi, sia in termini di giustificazione sia di impatto. Anche tra i più fedeli a Isis ardere vivo un islamico – per quanto traditore e "maiale" come era stato definito nel terribile hashtag lanciato a dicembre su twitter [#SuggestAWayToKillTheJordanianPilotPig](#) (suggerisci un modo per uccidere il pilota giordano maiale) – è qualcosa che va decisamente oltre la guerra in nome del Califfato.

Apple ritira l'accordo stampa a Computer Bild per un video sul Bendgate



Computer Bild, la rivista di informatica più venduta in Europa, si è vista ritirare l'accordo PR da parte di Apple dopo la pubblicazione di un video in cui un giornalista testava la resistenza dell'iPhone 6 Plus.

La redazione di **Computer Bild** ha scritto che l'ufficio stampa Apple in Germania sta reagendo in modo inquietante: *“invece di rispondere alle domande sul perché l'iPhone 6 Plus è così sensibile, un manager dell'azienda ci ha chiamati per dirci che la redazione di Computer Bild non riceverà più dispositivi Apple in prova e non sarà più invitata agli eventi ufficiali”*. Il video incriminato vede un giornalista di Computer Bild testare la resistenza dell'iPhone 6 Plus. Come già visto in tanti altri filmati, si fa forza al centro del dispositivo con i pollici e si prova a piegare la scocca dell'iPhone. Ormai è diventata una moda, ma come ha confermato Consumer Report la resistenza dell'iPhone 6 Plus è superiore a quella del 6 e a quella di altri smartphone in commercio, malgrado nessun

dispositivo possa essere considerato indistruttibile. Per la cronaca, l'iPhone 6 Plus inizia a piegarsi sotto una forza di 45 chili.

Detto di quanto ormai siano ridicoli e inutili questi test fatti con le mani, il ritiro di un accredito stampa per un semplice test è forse eccessivo, soprattutto se si considera che Computer Bild è la rivista di informatica più venduta in Europa, disponibile in nove diversi paesi.

Computer Bild ha anche inviato una lettera aperta a Tim Cook, nella quale viene espresso un pensiero condivisibile:

Questo è davvero il modo con cui la vostra azienda vuole trattare i media che forniscono ai clienti dei test sui vostri prodotti? Pensate davvero che il ritiro di un accredito possa avere un effetto intimidatorio su di noi? Per fortuna non dobbiamo fare affidamento ai dispositivi che Apple ci fornisce. Per fortuna, un sacco di lettori sono disposti a pagare per la nostra rivista, e questo ci permette di rimanere indipendenti. Siamo quindi in grado di acquistare i dispositivi e di fare i test che preferiamo. Anche quei dispositivi di produttori che temono l'autonomia di giudizio di Computer Bild.

Cristina Gabetti: “la migliore forma di educazione ambientale è l'esempio”



Cristina Gabetti fino a 40 anni è stata inviata alla redazione spettacolo delle news a Mediaset. Poi qualcosa è cambiato e ha scelto di concentrarsi sull'impatto ambientale dei nostri stili di vita. Sono nati così **Tentativi di Eco Condotta** (Rizzoli, 2008), che ha dato il via alla rubrica *Occhio allo Spreco* su *Striscia la Notizia*, poi il libro di approfondimenti **Occhio allo Spreco: consumare meno e vivere meglio** (Rizzoli, 2009, edizione economica BUR 2010) e, per bambini, **Tondo Come il Mondo**, edito nel 2010 da Giunti Progetti Educativi con **Fondazione Ambiente**.

Il suo ultimo lavoro è **A Passo Leggero – piccoli esercizi di introspezione e circospezione**, edito due mesi fa da Bompiani e nato sulla scia della rubrica omonima che Cristina ha tenuto sulle pagine estive del **Corriere della Sera**. Una collezione di esperienze intime che hanno un risvolto universale, arricchita dai disegni dell'artista **Ramuntcho Matta**, che invitano a guardare con curiosità al mondo che ci circonda.

D) Cristina, nel suo ultimo libro affronta il tema dell'empatia come punto di partenza per costruire una nuova

società. Può spiegarci meglio il concetto?

R) *L'empatia è la nostra naturale predisposizione a essere connessi con gli altri. È ciò che ci consente di sentire ciò che sente l'altro e mi pare un veicolo strategico per diffondere il piacere di essere parte integrante della vita. Sono anni che ricerco, sperimento e diffondo soluzioni per evolvere verso un futuro di prosperità per tutti, ma la qualità del fare emerge prima di tutto da un modo di essere. Nel mio nuovo libro coniugo esperienze vissute a più prospettive con la voce scientifica di Giacomo Rizzolatti, scopritore del neurone specchio o neurone dell'empatia, e i disegni dell'artista Ramuntcho Matta, con l'intento di stimolare ogni piano dell'essere, affinché chi legge possa riconoscersi e possa sentirsi invitato a entrare in sintonia con l'onda di rinnovamento che scuote il nostro pianeta.* È molto facile perdere la bussola, sentirsi scoraggiati, disorientati, ma credo che con piccoli esercizi di introspezione e circospezione sia possibile scorgere spiragli di luce e illuminare nuovi percorsi possibili.

D) Come si è avvicinata all'ambiente?

R) *Mi sono sentita chiamata, in quanto madre, ad alleggerire la mia impronta ecologica in modo da contribuire a colmare la voragine tra ciò che sappiamo e come ci comportiamo. Strada facendo, ho avuto prova del potere cumulativo dei nostri gesti e il potere che abbiamo, attraverso scelte che nascono dal cuore e dal desiderio di conoscere la lunga filiera di effetti che queste hanno sugli altri, di fare la differenza. La matrice del mio impegno è nel fare, cosciente del lusso che abbiamo di poter ancora scegliere e con il senso d'urgenza di fare il più possibile per scongiurare il peggio.*

D) Quali sono i piccoli gesti quotidiani che compie per tenere una condotta ecosostenibile?

R) *Ogni mia scelta è mediata dalla coscienza e dalla conoscenza. Faccio del mio meglio per sostenere filiere che rispettano la salute di chi lavora e dell'ambiente e, laddove sono costretta a compromessi, punto sulla qualità sacrificando la quantità. I miei libri, e la rubrica Occhio allo spreco,*

*che ho scritto e condotto per 5 anni a **Striscia la notizia**, sono zeppi di azioni pratiche. Quando il desiderio di vivere a passo leggero si manifesta, le soluzioni si trovano. Bisogna essere aperti, curiosi e creativi. E quando le risorse singole non consentono di arrivare alle scelte desiderate, entra in gioco il sostegno della comunità.*

D) Come trasmette ai suoi figli il valore del rispetto per l'ambiente? e loro come lo recepiscono?

R) Vivendo. La migliore forma di educazione è l'esempio...

D) Nel corso della sua vita ha avuto modo di vedere realtà diverse: New York, Connecticut, Torino, Milano, recentemente la California. Che tipo di sensibilità ha riscontrato e riscontra nei confronti dell'ambiente in tutte queste realtà?

*R) La società americana è più veloce e di conseguenza le buone pratiche si diffondono rapidamente. **Noi italiani viviamo in un paese naturalmente predisposto alla sostenibilità che non mettiamo a sistema.** Anche se i comportamenti eco sensibili dovrebbero essere un punto di partenza e non una meta, **le mode aiutano a promuovere il cambiamento e, in un mondo che sembra aver perso il giusto ordine di priorità, è utile usarle per velocizzare una transizione necessaria.** Dunque, abbracciamo le soluzioni a noi più consone, valorizzando le opportunità che abbiamo a portata di mano.*

D) Che tipo di cultura ambientale pensa ci sia al momento in Italia? quanto c'è ancora da fare?

R) La cultura ambientale deve uscire dalla nicchia, ma le rendite di posizione rallentano il processo. Guardo ai piccoli progressi con la speranza che si sommino fino a raggiungere un punto di svolta su larga scala. Più che mai la perseveranza di chi applica soluzioni a prova di futuro è necessaria per aprire gli occhi a chi non sa vedere i benefici a lungo termine.

D) Lei ha anche curato delle pubblicazioni per bambini: quanto le famiglie di oggi educano i loro figli al valore della sostenibilità?

*R) Sono felice perché il mio libro *Tondo come il Mondo viaggia* da 4 anni nelle scuole italiane. Proprio ieri, insieme*

all'assessore all'educazione del comune di Milano Francesco Cappelli e Nino Tronchetti Provera di **Ambienta**, che ha dato vita al progetto e che lo sta facendo crescere, abbiamo consegnato il primo di 1500 kit destinati a tutte le classi di 3,4,5 elementare a Milano. Il libro, distribuito gratuitamente, sta raccogliendo **una comunità sempre più grande di giovani amici della Terra**, bimbi che si appassionano e che sono fieri di diffondere le loro buone pratiche. Una grande soddisfazione A volte, per i grandi, cambiare significa prima disfarsi di abitudini sbagliate, mentre **per i bambini il percorso è più breve**.

D) Cosa significa per lei decrescita felice?

R) Significa **consumare meno e vivere meglio**, come recita il sottotitolo del mio secondo libro *Occhio allo Spreco*. Indica un fenomeno che preme dal basso, un antidoto alla cultura dell'eccesso ma anche una naturale conseguenza della crisi economica. Credo però che per evolvere collettivamente dovremo cambiare il significato della parola crescita, passando da un indice quantitativo a uno qualitativo. Cioè, **crescita evolutiva...e ovviamente sostenibile**.

D) Qual è il sogno ambientale che vorrebbe realizzare?

R) Sogno **una società rigenerante, rispettosa, prospera, capace di onorare i diritti fondamentali dell'uomo e della Terra**, e accolgo ogni opportunità possibile per contribuire a renderla concreta. Vorrei aprire un dialogo per facilitare i percorsi ai cittadini motivati a diventare più responsabili. Ci sono troppi intoppi lungo il percorso e penso sia necessario unire le proposte ad analisi chiare sulle criticità. Nella conversazione va inserito anche l'impatto che le tecnologie stanno avendo sulla qualità della nostra vita e delle relazioni, perché il cambiamento dirompente che è in atto va condiviso al fine di **cogliere le opportunità per accelerare una svolta verso modelli di vita sostenibili**. Se questa conversazione potrà trovare spazio in TV sarò felice, ma sto pensando anche alla radio, perché è uno strumento adatto per condividere esperienze e per elaborarle.