

ATTUALITÀ ECONOMIA

di Francesco Anfossi

PARLA PAOLO BERTOLUZZO, A CAPO DI VODAFONE ITALIA

IN CERCA DI BUONE AZIONI

IL VERO PROFITTO? MIGLIORARE LE CONDIZIONI SOCIALI DEL PAESE IN CUI SI OPERA. L'ESPERIENZA VINCENTE DELLE FONDAZIONI.

«**H**o letto con interesse la *Caritas in veritate*. In particolare mi hanno colpito alcuni passaggi molto importanti sul valore del dono. Credo che un'azienda possa farli propri e tradurli in quotidianità». A parlare così non è un teologo o un esperto di dottrina sociale della Chiesa, ma il manager di una multinazionale delle telecomunicazioni: l'amministratore delegato di **Vodafone Italia Paolo Bertoluzzo**.

Bertoluzzo ha voluto approfondire il tema della responsabilità sociale dell'impresa nel IV seminario della Fondazione **Vodafone** che si è tenuto alla Camera dei deputati il 3 marzo scorso, dal titolo "La nuova economia: il ruolo delle imprese e lo sviluppo del non profit", cui hanno partecipato, tra gli altri, il nuovo presidente dello Ior **Ettore Gotti Tedeschi** e il vicedirettore generale di Confindustria **Daniel Kraus**. Il manager condivide la tesi esposta dal presi-

dente di Intesa San Paolo **Giovanni Bazoli**, autore di un saggio su *Chiesa e capitalismo* (Morcelliana) che ruota intorno all'enciclica sociale del Papa: non spetta solo alla politica, ma anche agli attori del ciclo economico assicurare il benessere e l'uguaglianza sociale, far entrare nel mercato frange di popolazione che finora ne sono rimaste ai margini.

Ragionare sul lungo periodo

«Credo che sia importante partire da un principio», spiega Bertoluzzo, «le aziende sono create per fare profitto nel lungo periodo. Se si mantiene questa prospettiva vuol dire che è fondamentale un'etica quotidiana nella gestione d'impresa. Significa rispettare le leggi del Paese in cui si opera. La società civile, la legalità, l'ambiente, diventano un patrimonio dell'azienda. Ma anche i singoli individui: clienti, fornitori, dipendenti, comunicatori, stakeholder.



Vi è poi il concetto di sostenibilità: allora io guardo ai miei clienti come un patrimonio da sviluppare».

Da tutto questo nasce il concetto di responsabilità sociale di impresa. «Credo che si vada diffondendo», aggiunge Bertoluzzo. «Alla **Vodafone** Italia esiste un team specifico che se ne occupa, ma non credo che si possa delegare l'etica di un'azienda a un ramo aziendale o a una squadra di persone. Tutti devono fare la loro parte». In questo caso cambia anche il concetto di merito, che non è più solo la capacità di fare profitti ma di migliorare la comunità in cui è calata l'impresa. «È fondamentale operare correttamente nei confronti dei clienti e degli altri protagonisti e comprimari di una comunità imprenditoriale».

Vi è poi lo strumento delle Fondazioni, fiore all'occhiello di **Vodafone**. Non è un caso che la prima sia stata creata proprio dal ramo italiano della multinazionale inglese. «Siamo molto orgogliosi della sua competenza sul territorio, abbiamo realizzato opere che vanno da Scampia al quartiere Librino di Catania. Una cinquantina di nostri clienti hanno la possibilità di lavorare a tempo pieno in progetti di solidarietà a spese dell'azienda. Ma ora vogliamo fare un passo avanti: coinvolgere nei progetti di solidarietà trenta milioni di clienti **Vodafone**. Un sogno? No, una sfida».



Il quartiere di Catania San Cristoforo, sede di un progetto finanziato dalla Fondazione Vodafone. In alto: Paolo Bertoluzzo.