



Oggi convegno in Camera di commercio

LE IMPRESE LOMBARDE INVESTONO 800 MILIONI IN CULTURA

La crisi non rallenta lo sforzo sociale

Quasi un'impresa su 5 sostiene attività culturali

Il simbolo: il 34,2% pronta a promuovere il Duomo di Milano

Milano, 10 ottobre 2011. Tra gli imprenditori lombardi che promuovono la responsabilità sociale, quasi uno su cinque (19,4%) sostiene attività culturali per un investimento complessivo pari a circa 800 milioni. Prima per investimenti risulta la provincia di Milano, con circa 271 milioni, seguita da Brescia (106 milioni di euro l'esborso in comportamenti virtuosi) e Bergamo (82 milioni). Il 34,2% si dichiara disposto a sostenere il Duomo di Milano con un'attività promozionale perché simbolo della città e dei suoi abitanti, credenti e non. Più della metà investe in cultura per una motivazione etica ed ideale, il 10,5% per promuovere l'immagine aziendale e lo sviluppo dell'impresa e il 7,9% per migliorare i rapporti con le istituzioni. E la crisi non riduce l'azione di responsabilità sociale in iniziative culturali. Oltre un imprenditore su due dichiara che è rimasta uguale (60,5%), per circa uno su nove è aumentata (10,5%) e solo il 2,6% dichiara di averla sospesa del tutto durante la crisi. Emerge da un'elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati del registro imprese e dell'indagine "La responsabilità sociale delle piccole e medie imprese" del 2010, per il convegno di oggi in Camera di commercio sul tema "Partenariato pubblico – privato nella conservazione e valorizzazione del patrimonio storico culturale: finanza, sponsorizzazione, partecipazione".

Gli aiuti per il Duomo delle imprese milanesi attraverso la Camera di commercio nel 2010: 365 mila euro destinati al restauro della guglia maggiore. Qui sotto la targa consegnata da Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio, che ricorda l'assegnazione del contributo, a Angelo Caloia presidente della Veneranda fabbrica del Duomo di Milano. Si tratta di 365 mila euro messi a disposizione dal mondo delle imprese, tra Camera di commercio (200 mila euro), con Unione-Confindustria Milano, Assolombarda, Assimpredil Ance, Coldiretti Milano e Lodi, Compagnia delle Opere di Milano, Legacoop Lombardia e Unione Artigiani della provincia di Milano.



*“Le azioni di responsabilità sociale delle imprese rappresentano un elemento importante per la conservazione e il rilancio dei beni culturali diffusi sul nostro territorio - ha dichiarato **Marco Accornero**, membro di giunta della Camera di commercio di Milano -. L'impresa milanese è conosciuta per l'attenzione e la capacità di legarsi alla realtà circostante con effetti di valorizzazione degli elementi simbolici e di appartenenza”.*

*“Il restauro e la valorizzazione dei beni architettonici - ha dichiarato **Claudio De Albertis** presidente di Assimpredil Ance e membro di giunta della Camera di commercio di Milano - costituiscono elementi su cui puntare per il miglioramento e la capacità attrattiva e di accoglienza della nostra città. Le imprese del nostro territorio che operano in questo campo hanno creato una filiera qualificata e di eccellenza. Con l'iniziativa “Milano nei cantieri dell'arte” puntiamo a mettere in luce il patrimonio storico della città e il suo recupero, anche in vista di Expo 2015”.*

Spesa in responsabilità sociale delle imprese impegnate sugli emarginati (in milioni di euro)

Provincia	Imprese attive	Spesa in responsabilità sociale delle imprese per attività culturali (in milioni di euro)
BERGAMO	16.763	82
BRESCIA	21.563	106
COMO	8.768	43
CREMONA	5.485	27
LECCO	4.742	23
LODI	3.152	16
MANTOVA	7.642	38
MILANO	55.105	271
MONZA E BRIANZA	12.370	61
PAVIA	8.715	43
SONDRIO	2.983	15
VARESE	12.494	61
LOMBARDIA	159.782	786

Elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati del registro imprese al quarto trimestre 2010 e dall'indagine sulla responsabilità sociale delle imprese del 2010

**Imprenditori lombardi impegnati in responsabilità sociale
che sostengono attività culturali**

Perchè promuove la responsabilità sociale in iniziative culturali all'interno della sua impresa?	
Non risponde	(7.9%)
Motivazione ideale/etica dell'imprenditore	(55.3%)
Per l'immagine aziendale	(10.5%)
Per lo sviluppo dell'impresa	(10.5%)
Per migliorare i rapporti con le istituzioni	(7.9%)
Per migliorare i rapporti con i clienti	(2.6%)
Per migliorare i rapporti con il personale	(5.3%)
Altro	(0%)
Non so	(0%)

Come prende forma la responsabilità sociale in iniziative culturali per la sua impresa?	
Non risponde	(5.3%)
Nei fatti, con l'attività di tutti i giorni	(55.3%)
Con l'ottenimento di certificazioni	(15.8%)
Con la redazione dello statuto sociale	(2.6%)
Con la redazione del bilancio sociale	(2.6%)
Con il codice etico	(10.5%)
Altro	(7.9%)
Non so	(0%)

Con la crisi, si è ridotta l'azione di responsabilità sociale in iniziative culturali della sua impresa?	
Non risponde	(0%)
No, non facevamo nulla neanche prima	(0%)
No, è aumentata	(10.5%)
No, è rimasta uguale	(60.5%)
Sì, si riduce dall'1% al 3%	(5.3%)
Sì, si riduce dal 3% al 5%	(0%)
Sì, si riduce dal 5% al 10%	(2.6%)
Sì, si riduce dal 10% al 30%	(2.6%)
Sì, si riduce dal 30% al 50%	(7.9%)
Sì, si riduce dal 50% al 70%	(0%)
Sì, oltre il 70%:	(5.3%)
L'abbiamo per ora sospesa del tutto	(2.6%)
Non so	(2.6%)

Lei sarebbe disponibile come impresa a sostenere il Duomo di Milano con un'attività promozionale?	
Sì perché il Duomo è il simbolo di tutta Milano sia per credenti che non	(34.2%)
Sì perché è simbolo dei cattolici	(0%)
No perché è un simbolo religioso e deve essere affidato alla responsabilità della Chiesa	(13.2%)
No, in questo momento non ho disponibilità per queste iniziative	(26.3%)
Altro	(10.5%)
Non so	(15.8%)

Emerge dall'indagine sulla responsabilità sociale delle imprese del 2010