

Il caso

I programmi di Anima
responsabilità sociale
anche nelle imprese

I programmi di Sabrina Florio, neo-presidente dell'associazione

Un' "Anima" per le imprese obiettivi sono etica e rispetto

Il gruppo no-profit, sotto l'egida della Uir, promuove la responsabilità sociale e il reinserimento di chi perde il lavoro
DANIELE AUTIERI

PORTARE i valori della responsabilità sociale e della sostenibilità nelle piccole e medie imprese di Roma: è il programma che Sabrina Florio vuole realizzare come nuovo presidente di Anima, l'associazione *no-profit* nata nel 2001 e promossa dall'Unione degli Industriali e delle imprese di Roma. La Florio, presidente dell'azienda farmaceutica So.Se.Pharm, succede alla guida di Anima a Ilaria Catastini, presidente di Hill & Knowlton Gaia, e ha già una

lunga serie di progetti. «Come prima cosa – spiega – vogliamo fare in modo che Roma diventi il laboratorio dell'iniziativa lanciata da Confindustria per l'applicazione degli indici di sostenibilità alle Pmi, così da portare nel piccolo i valori di rispetto per l'ambiente, di integrazione con il territorio in cui si opera, di sana e corretta amministrazione».

Il nuovo presidente di Anima è pronto a lanciare inoltre il progetto "Città dei mestieri", mirato al reinserimento lavorativo di chi ha superato i 50 anni ed è rimasto senza lavoro. «È un'iniziativa che mi sta molto a cuore – commenta la Florio – perché particolarmente importante per il momento economico che stiamo attraversando. Il nostro intento è quello di favorire un dialogo costante tra l'impresa e la forza lavoro in modo da far conosce-

re le opportunità ma anche le eccellenze professionali dei singoli che spesso non vengono adeguatamente valorizzate».

Obiettivi ambiziosi, sui quali il nuovo presidente di Anima sarà supportato da un consiglio direttivo di provata esperienza e competenza, caratterizzato da spirito di collaborazione e di volontariato manageriale, con rappresentanti di aziende da Enel a Terna, da Fs alla Bnl. «Anima – spiega Sabrina Florio – esalta i valori in azienda e l'economia di mercato. Cerchiamo di diffondere valori forti e condivisi, la cui antitesi è stata la causa dell'attuale crisi economica»

