

IL BENESSERE DELLE AZIENDE E QUELLO GLOBALE

di **Ornella Barra**

Il dibattito sulla responsabilità sociale d'impresa è oggi più vivo che mai. Le imprese stanno diventando sempre più consapevoli di come, assieme ai profitti e alla creazione di valore per gli azionisti, sia necessario contribuire al benessere della società nel suo complesso e mantenere un impegno della massima serietà nei confronti dell'ambiente e di tutti gli stakeholder.

Nel definire i suoi obiettivi di fondo come nel decidere quali iniziative intraprendere, l'impresa ha il dovere di attingere al suo patrimonio valoriale, quell'insieme di principi morali che definiscono la sua etica e che si manifestano quotidianamente attraverso il lavoro dei suoi collaboratori. Solo creando una cultura comune intorno a questi valori e impegnandosi nel promuoverli, con un coinvolgimento diretto dei vertici che devono dare l'esempio, l'azienda può costruire un serio approccio di sostenibilità.

Le imprese del settore sanitario hanno tra i loro obiettivi principali il miglioramento delle condizioni di salute delle persone. Esse giocano un ruolo fondamentale per il benessere e il progresso della società e, consapevoli dell'impatto che hanno sulla vita delle persone, sono spesso all'avanzamento

guardia nella definizione di modelli di responsabilità sociale, di possibile ispirazione anche per altri settori.

In particolare, il mondo della farmacia ha una vocazione naturale in questo senso. Con la loro presenza capillare sul territorio e la loro competenza accessibile, le farmacie sono un avamposto strategico per coinvolgere i cittadini e diffondere una migliore cultura della salute. In ogni parte del mondo, ci sono esempi di come in farmacia si possano realizzare campagne che permettono al tempo stesso di fare prevenzione tra i cittadini e raccogliere fondi per sostenere la salute dei più deboli.

Unendo le forze con il mondo del no-profit, le farmacie parte di **Walgreens Boots Alliance** agiscono come un'infrastruttura a sostegno della salute di bambini, madri, giovani in età scolare e persone colpite dai tumori. Un esempio è «Get a Shot. Give a Shot.», progetto in collaborazione con la **UN Foundation**: per ogni vaccinazione somministrata in una farmacia **Walgreens** doniamo un vaccino a un bambino bisognoso e dal 2013, siamo arrivati a 50 milioni di vaccini. Insieme a **Vitamin Angels**, abbiamo fornito vitamine essenziali a oltre 200 milioni di bambini e madri vittime di

malnutrizione, sia nei Paesi a più basso reddito, sia nelle aree più povere di Paesi come gli Stati Uniti.

Contribuire al benessere della collettività è parte della missione aziendale di una realtà globale nell'universo della salute come la nostra. Ogni giorno, questa convinzione ispira il lavoro migliaia di persone, che traducono in azioni concrete i valori fondamentali dell'azienda: fiducia, cura, dedizione, innovazione e partnership.

L'idea di fondo è semplice e altrettanto forte: l'impresa deve crescere in maniera sostenibile e la crescita è sostenibile solo se avviene a beneficio di tutti gli attori. Si cresce assieme, stringendo alleanze, mettendosi intorno a un tavolo con l'imperativo di superare le differenze e trasformare le stesse in dinamiche positive.

La farmacia è anche parte di una filiera in cui occorre promuovere equità e opportunità con interventi mirati e decisivi. Occorre un serio impegno per contrastare i fenomeni di sfruttamento della manodopera, sostenere le politiche di inclusione per le donne, le minoranze e le persone con disabilità - sono questi gli ambiti su cui bisogna agire per innescare un cambiamento positivo a li-

vello sociale ed occupazionale.

Senza dubbio, tutto questo non avrebbe senso se non ci si occupasse anche della salute dell'ambiente in cui viviamo. La tutela delle risorse naturali deve essere parte integrante degli obiettivi di responsabilità sociale. Contribuire all'abbattimento delle emissioni di CO₂, ridurre drasticamente l'impiego della plastica, ridurre l'uso di sostanze chimiche nei prodotti: è sulla base di queste priorità della collettività che un'impresa come deve orientare oggi le strategie di business e politiche di investimento.

Come ripeto spesso, un'azienda non può definirsi davvero grande se non pensa agli altri. È questo il convincimento profondo che penso debba permeare le grandi organizzazioni, a tutti i livelli, affinché tutti si sentano coinvolti verso una missione più alta. Perché le imprese giocano un ruolo fondamentale nel tessuto sociale e - con le idee, la passione e l'impegno dei propri collaboratori - possono fare molto, anche più di quanto già fanno, per il progresso della collettività.

Chief Operating Officer e Presidente del Comitato per la Responsabilità sociale di Walgreens Boots Alliance

© RIPRODUZIONE DI SERVIZIO

**CRESCITA
SOSTENIBILE
E CULTURA
DEL VALORE
SONO OBIETTIVI
DELLE IMPRESE**

English translation

The wellbeing of corporates and of the global community Sustainable Growth and a Culture of Values are Businesses' Goals

Today the debate on corporate social responsibility is more alive than ever. Companies are becoming increasingly aware that, along with profits and the creation of value for shareholders, it is necessary to contribute to the wellbeing of society as a whole and to maintain a commitment of the utmost seriousness towards the environment and all stakeholders.

In defining its fundamental goals as well as in deciding what initiatives to undertake, the company has the duty to draw on its heritage of values, that set of moral principles that define its ethics and that are manifested daily through the work of its collaborators.

Only by creating a common culture around these values and engaging in their promotion - with the personal involvement of senior managers, who must lead by example - can the company build a trustworthy sustainability approach.

One of the main purposes of healthcare companies is certainly the improvement of people's health conditions. They play a fundamental role for the well-being and progress of society and, aware of the impact they have on people's lives, they are often at the forefront in defining social responsibility models, of possible inspiration also for other industries.

In particular, the world of pharmacy has a natural vocation in this area. With their widespread location and accessible expertise, community pharmacies are a strategic hub to engage citizens and promote a better culture of health. In every part of the world, there are examples of pharmacy campaigns that promote preventive healthcare among citizens and simultaneously raise funds to support the health of the weakest.

By joining forces with non-profit organizations, Walgreens Boots Alliance's pharmacies operate as an infrastructure to support the health of children, mothers, school-aged young people and people affected by cancer. An example is "Get a Shot. Give a Shot." in collaboration with the UN Foundation: for every vaccination administered in a Walgreens pharmacy, we donate a vaccine to a child in need and since 2013, we have distributed 50 million vaccines. Together with Vitamin Angels, we have provided essential vitamins to over 200 million undernourished children and mothers, both in lower-income countries and in the poor areas of countries such as the United States.

Contributing to the well-being of communities around the world is part of the corporate mission of a global healthcare company like WBA. Every day, this belief inspires the work of thousands of colleagues, who translate our core values - trust, care, dedication, innovation and partnership - into concrete actions. The basic idea is simple but strong: the company must grow sustainably and growth is sustainable only if it brings benefit of all actors involved. We grow together, forming alliances, sharing experiences with the imperative of overcoming differences and transforming them into positive dynamics.

Pharmacy is also part of a supply chain where fairness and equal opportunities need to be supported with incisive actions. Serious efforts are needed to tackle modern slavery, to promote inclusive policies for women, minorities and people with disabilities - these are the areas where action must be taken to trigger positive social change.

Without a doubt, all this would not make sense if we don't care for the health of the environment in which we live. The protection of the planet must be an integral part of social responsibility goals. Contributing to the

reduction of carbon emissions, drastically reducing the use of plastic, reviewing the use of chemicals in products: these priorities should dictate companies' business strategy and investment approach.

As I often say, a company can be a "great company" only when it thinks of others. This is the belief that I think must permeate large organizations, at all levels, so that everyone feels part of a higher purpose. Because businesses play a fundamental role within our social fabric and - with the ideas, passion and commitment of their collaborators - they can do much, even more than they already do, for the progress of our communities.

Ornella Barra, Co-Chief Operating Officer and chair of the Social Responsibility Committee, Walgreens Boots Alliance