



## Chiara Ronchetti

dir. Comunicazione e public affairs Janssen Italia

### *Nelle scuole a raccontare il valore della ricerca*

**C**hiara Ronchetti dirige la comunicazione e i "public affairs" di Janssen Italia, l'azienda farmaceutica di Johnson & Johnson. A lei fa riferimento anche la sostenibilità.

**Vantate un grande impegno nella sostenibilità. Che significa in rapporto agli altri indicatori economico-finanziari?**

Ci impegniamo nella sostenibilità anche nei nostri prodotti. I nostri scienziati studiano efficienze e processi di progettazione per un minor impatto ambientale in ogni fase del ciclo di vita del prodotto. Lo stabilimento di Latina ha implementato i progetti *Hot e Cold*, che mantengono le corrette condizioni termoisometriche all'interno dei locali, consentendo di ridurre i consumi energetici annuali di 7.200 MWt e di Co2 di 1.470 tonnellate. Il nostro gruppo ha sottoscritto anche tre *Virtual power purchase agreement* in Europa con l'obiettivo di soddisfare il 100% del fabbisogno energetico da fonti rinnovabili entro il 2025 per tutti i siti, anche in Italia.

**C'è un progetto sociale che incarna il vostro impegno?**

Ci impegniamo verso un futuro migliore guardando anche alle nuove generazioni. *Fattore J*, progetto di Janssen Italia e Fondazione Mondo Digitale, promuove un dialogo nuovo con gli studenti delle superiori sui temi dell'intelligenza emotiva, del rispetto e dell'empatia verso chi è paziente, sui progressi della scienza e sull'importanza dell'informazione scientifica. Dalla seconda edizione di *Fattore J*, da cui è nato il *Manifesto della Salute* che ha coinvolto oltre 11mila studenti in 16 regioni, emerge la richiesta dei ragazzi di investire su persone, ricerca e innovazione per il progresso scientifico e che, grazie alla scuola, questo possa essere portato alla conoscenza di tutti.

**In generale si parla di una fragilità della lettera "esse" di Esg. Voi come vi regolate?**

La gestione di piani d'azione etici aziendali è complessa: implica un equilibrio fragile tra diversi fattori e richiede un costante impegno

da parte dell'impresa. La crisi economico-energetica, gli effetti della guerra in Ucraina e i timori di una recessione globale evidenziano questa fragilità, soprattutto per le Pmi. Eppure, gli *stakeholder* prestano sempre più attenzione all'impegno delle imprese sui temi sociali di diversity, equità e standard lavorativi. In Janssen Italia e più in generale in Johnson & Johnson crediamo che la nostra responsabilità sia quella di contribuire a risolvere alcuni dei problemi sanitari globali più gravi e collaborare con i vari *stakeholder* per un miglior impatto sulle comunità.

**Talvolta si imputa il ritardo delle attività sociali alla difficoltà di misurazione...**

In Janssen e in J&J misuriamo le prestazioni secondo gli *Health for Humanity*, indicatori chiave dei progressi in ambito ambientale, sociale e di responsabilità d'impresa che focalizzano i nostri sforzi in materia di cittadinanza e sostenibilità. Nel 2021 sono stati raggiunti 16 su 17 dei nostri obiettivi *Health for Humanity 2020* e sono stati annunciati quelli per il 2025. Siamo guidati in ogni iniziativa dai valori del *Nostro Credo*, creato 75 anni fa, quando il concetto di "Responsabilità sociale" non era certo diffuso. La priorità sono i pazienti, dedichiamo un grande focus al benessere delle persone che lavorano con noi, e agiamo nel rispetto delle comunità in cui operiamo.

**Esiste un rischio di *washing* per la csr?**

È un tema che in questi anni ha evidenziato criticità che si rispecchiano anche nel lato "social". Alla base dell'operato aziendale deve esserci la trasparenza nei confronti dei propri investitori e la definizione di obiettivi misurabili. In Johnson & Johnson promuoviamo pratiche responsabili attraverso una cultura di integrità e leadership responsabile. La parità di genere, ad esempio, nel settore farmaceutico è consolidata: il 43% dei collaboratori è donna. In Janssen, anche grazie a programmi di formazione per l'accesso dei talenti femminili a posizioni manageriali, siamo riusciti ad avere un *leadership team* composto per il 60% da donne: risultato straordinario, che spero possa esser di ispirazione per tante altre società. (G. C.)