

**Attiviamo energie positive
CSR, Responsabilità sociale
d'impresa**

Rossella Sobrero
27 marzo 2020



AGENDA

CSR o sostenibilità?

I fenomeni e i trend più recenti

L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile

Gli stakeholder

Alcuni esempi

Pillole conclusive

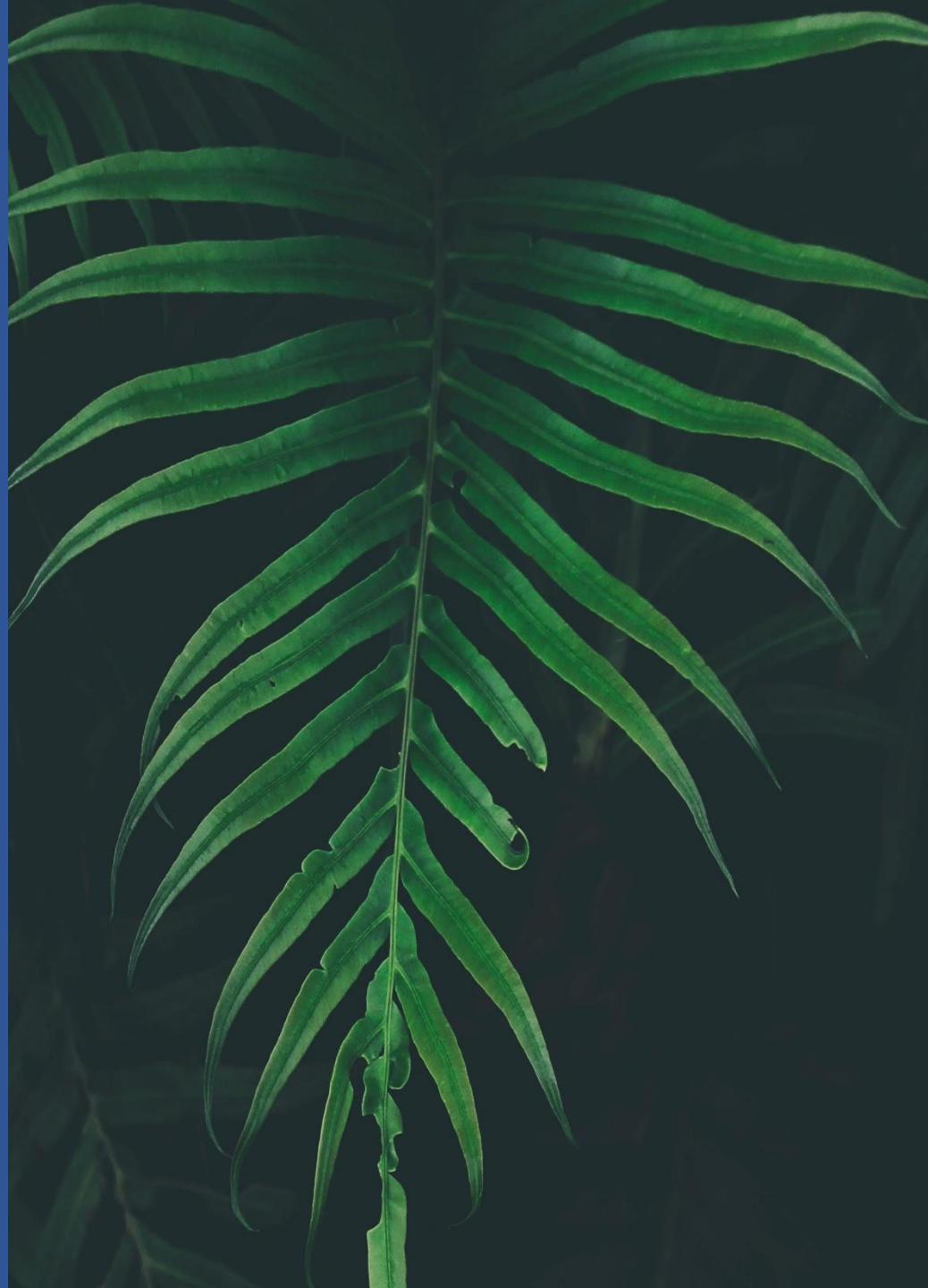


CSR o sostenibilità?

La CSR per un'impresa è coniugare il business con l'attenzione all'ambiente e al sociale.

Non è filantropia, non è tattica, non è una risposta ai problemi generati dall'azienda sul territorio.

CSR e sostenibilità sono diventati quasi sinonimi: se alcuni anni fa la sostenibilità era intesa come impegno per l'ambiente, oggi ha tre dimensioni come la CSR, economica, sociale e ambientale.





Un'impresa sostenibile investe per il benessere dei collaboratori, crede nell'innovazione di processo e di prodotto, dedica grande attenzione al cliente, attua un serio controllo della filiera, opera in modo corretto con fornitori e partner commerciali, rafforza il rapporto con la comunità, collabora con gli enti e le associazioni non profit del territorio...



Il cambiamento in atto è importante: molte imprese stanno modificando l'approccio al business, hanno imparato a produrre con meno risorse, cercano una maggiore equità sociale, si impegnano a valorizzare ogni tipo di diversità... Una vera «metamorfosi» verso un nuovo modello di sviluppo, una trasformazione anche culturale che richiede consapevolezza, impegno, collaborazione, rapidità d'azione.



I fenomeni e i trend più recenti



Questo cambiamento è evidente se analizziamo alcuni trend: l'economia lineare entra in crisi; cresce la finanza sostenibile; il controllo della filiera è fondamentale; l'industria 4.0 sposa la sostenibilità; l'interdisciplinarietà diventa importante; la diversità si trasforma da problema in valore; la misurazione dell'impatto diventa strategica.



L'ECONOMIA LINEARE ENTRA IN CRISI

Secondo la Ellen MacArthur Foundation l'economia circolare è un'economia pensata per potersi rigenerare da sola. In un'economia circolare i flussi di materiali sono di due tipi: quelli biologici, in grado di essere reintegrati nella biosfera, e quelli tecnici, destinati ad essere rivalorizzati senza entrare nella biosfera. Questo significa che in tutte le fasi (dalla progettazione, alla produzione, al consumo, al fine vita dei prodotti) bisogna limitare l'uso di materia ed energia in ingresso e minimizzare scarti e perdite.





CRESCERE LA FINANZA SOSTENIBILE

La finanza sta facendo passi avanti sul fronte dello sviluppo sostenibile indirizzando i capitali verso attività in grado di generare valore economico ma nello stesso tempo benessere per la società. Uno dei modi in cui la sostenibilità si applica all'attività finanziaria è l'investimento responsabile: agli obiettivi tipici della gestione finanziaria vengono affiancate considerazioni di natura ambientale, sociale e di governance (ESG - environmental, social, governance).



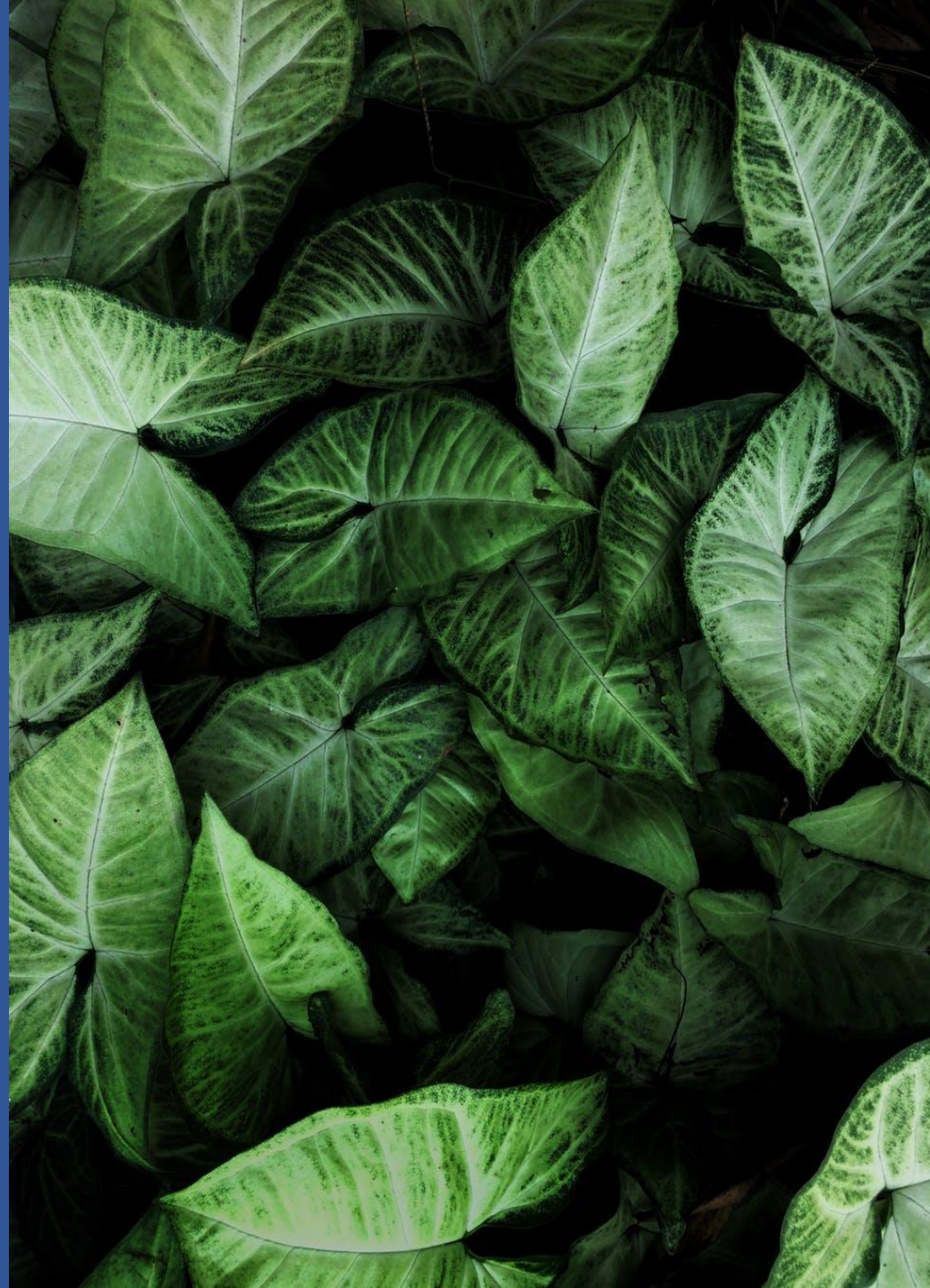
IL CONTROLLO DELLA FILIERA È FONDAMENTALE

Si parla sempre più spesso del controllo della filiera e della necessità di migliorare la collaborazione con i fornitori e i partner commerciali per gestire in modo sostenibile il business. La blockchain diventa strumento di trasparenza: è un registro digitale, una sorta di database decentralizzato che tiene memoria delle transazioni di qualsiasi tipo e fa rispettare i contratti automaticamente in base alle condizioni decise dai partecipanti.



L'INDUSTRIA 4.0 SPOSA LA SOSTENIBILITÀ

L'industria privilegia modalità organizzative della produzione di beni e servizi che fanno leva sull'integrazione di tecnologie digitali. Ma l'industria 4.0 porta vantaggi anche dal punto di vista ambientale e di distribuzione del valore per la filiera. Per esempio, l'adozione di una logica orientata all'economia circolare è uno dei driver per frenare il processo di impoverimento del pianeta, far risparmiare le imprese, creare un ambiente più sostenibile per la comunità.



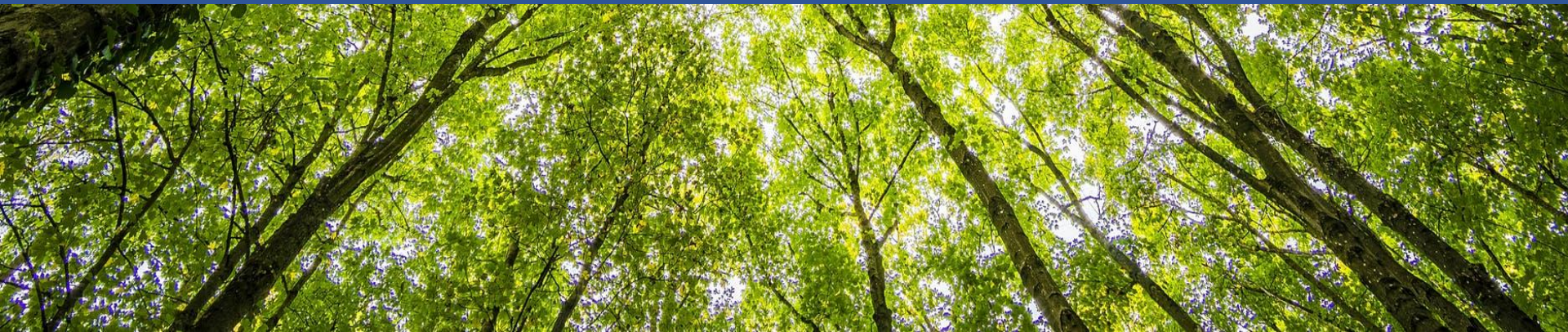


**L'INTERDISCIPLINARIETÀ
DIVENTA IMPORTANTE**
È necessario riconoscere
l'importanza del confronto tra
conoscenze ed esperienze di
soggetti con competenze
diverse. L'interdisciplinarietà
consente di affrontare i problemi
ambientali e sociali con
un'azione coordinata che deve
vedere entrare in campo più
esperti: tutti gli elementi devono
agire in un rapporto dinamico, di
reciproco supporto e
cambiamento, mirato al
raggiungimento di un risultato
vantaggioso per tutti.



LA DIVERSITÀ SI TRASFORMA DA PROBLEMA IN VALORE

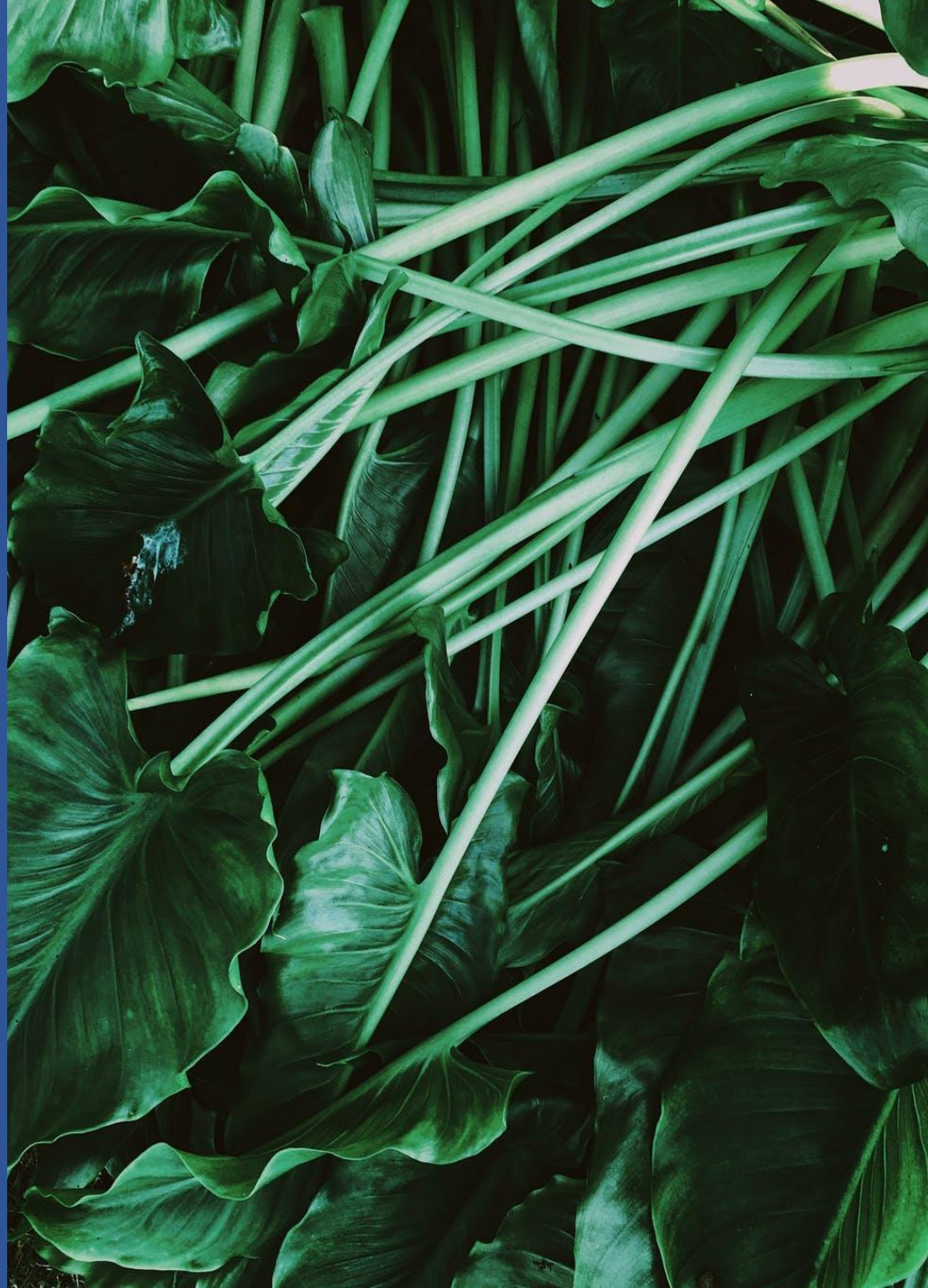
La diversità, considerata una ricchezza in natura con il suo patrimonio di biodiversità, sta diventando un valore anche per le organizzazioni. In un mercato sempre più globale è necessario attrezzarsi per analizzare i bisogni delle persone e trovare modi nuovi per soddisfarli. È necessario considerare tutte le diversità in modo consapevole: di genere; intergenerazionale; di diversa abilità; culturale, etnica e religiosa; di orientamento sessuale.



LA MISURAZIONE DELL'IMPATTO DIVENTA STRATEGICA

L'impatto può essere definito come il cambiamento sostenibile di lungo periodo nelle condizioni delle persone o nell'ambiente che l'intervento ha contribuito parzialmente a realizzare. Per le imprese la misurazione è utile per migliorare l'accountability dei propri progetti, definire in modo ottimale l'allocazione delle risorse, confermare o modificare la strategia aziendale.

Per le organizzazioni non profit la misurazione dell'impatto è importante per rendicontare il proprio operato agli investitori oltre che ai beneficiari.





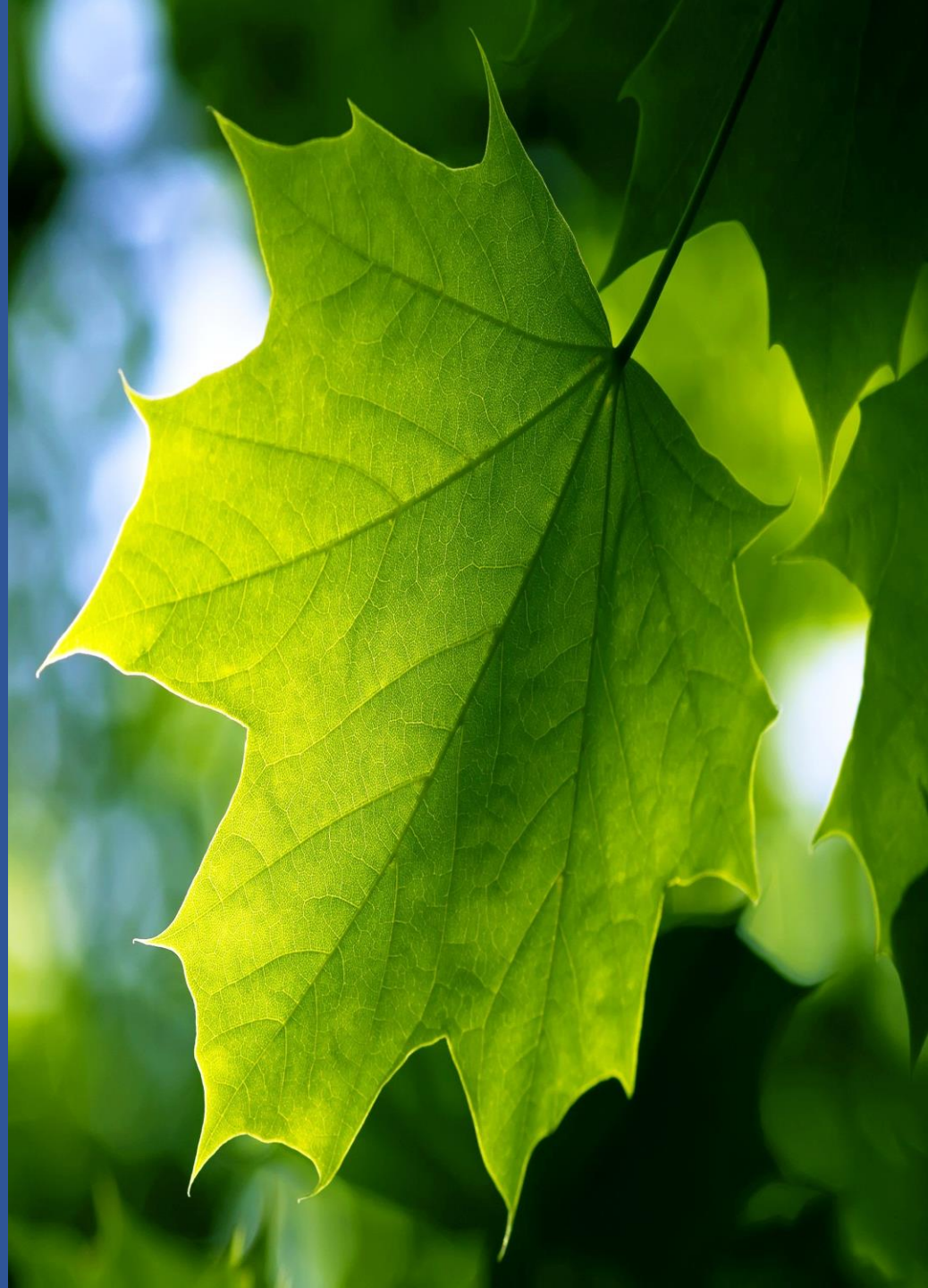
**L'Agenda 2030
per lo sviluppo sostenibile**



L'Agenda 2030 è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile in un documento che indica 169 target o traguardi.

L'avvio ufficiale del percorso ha coinciso con l'inizio del 2016 e guiderà il mondo sulla strada da percorrere nell'arco dei prossimi 15 anni.

*Tra i diversi attori sociali
alcuni hanno iniziato
un percorso di cambiamento
coerente con i 17 obiettivi
dell'Agenda 2030,
altri hanno colto solo
parzialmente la necessità e
l'urgenza di innovare.
Le imprese stanno modificando
il loro modo di gestire
il business mentre enti pubblici e
non profit hanno da poco
avviato una riflessione per
ripensare la loro attività
in chiave sostenibile.*





LE IMPRESE

Sostenibilità e competitività non sono più due termini contrapposti: per restare sul mercato l'impresa deve ripensare l'organizzazione e la cultura interna, innovare le strategie di business, ridisegnare la relazione con gli stakeholder. Andare oltre l'attenzione ambientale e impegnarsi anche su obiettivi sociali: un cambiamento significativo che sta modificando l'operato di molte aziende per allinearli agli obiettivi di sostenibilità dichiarati nei documenti aziendali.



LE BENEFIT CORPORATION E LE B CORP


Le Benefit Corporation sono imprese che intendono avere un impatto positivo sull'ambiente e sulla società senza rinunciare ai profitti. Una nuova forma giuridica che prevede di inserire nello statuto finalità di beneficio comune nello svolgimento della propria attività.

Le B Corp sono invece aziende che hanno ottenuto una specifica certificazione che misura l'impatto sociale e ambientale in un dato intervallo di tempo fornendo una valutazione delle performance.



LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Le amministrazioni pubbliche sono chiamate ad agire per il contenimento della spesa ma anche per contribuire al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030. Lo possono fare adottando un uso consapevole delle risorse, contribuendo alla diffusione di comportamenti sostenibili, investendo in interventi infrastrutturali, organizzativi, formativi. Il loro ruolo è importante: dalla promozione di una mobilità soft al risparmio energetico, dalla raccolta differenziata alla lotta agli sprechi.



GLI ENTI DEL TERZO SETTORE

Anche le organizzazioni non profit stanno cambiando: per alcune è una scelta strategica, per altre un obbligo legato alla Riforma che introduce una serie di novità nella gestione degli ETS, Enti del Terzo Settore. Cambia anche il rapporto con le imprese: non più solo soggetti a cui chiedere un finanziamento per la propria attività ma realtà con cui co-progettare iniziative di valore sociale e ambientale.





I CITTADINI

I cittadini hanno capito che nel processo di cambiamento il loro ruolo è sempre più importante. Questo significa una maggior partecipazione alla gestione della cosa pubblica ma anche la possibilità di premiare le imprese più sostenibili informandosi, scegliendo un prodotto rispetto ad un altro, sostenendo con un click o un commento l'azienda che già percorre la strada della sostenibilità sociale e ambientale.



I GIOVANI

Le abitudini quotidiane dei giovani sono dettate da un maggior rispetto delle risorse naturali e dal timore che il pianeta impoverito non permetta di mantenere un buon livello di qualità della vita. Se fino a pochi anni fa erano solo le persone attive in politica o nelle associazioni ambientaliste a pretendere un cambio di rotta da parte di governi e imprese, oggi è un'intera generazione che chiede il cambiamento.

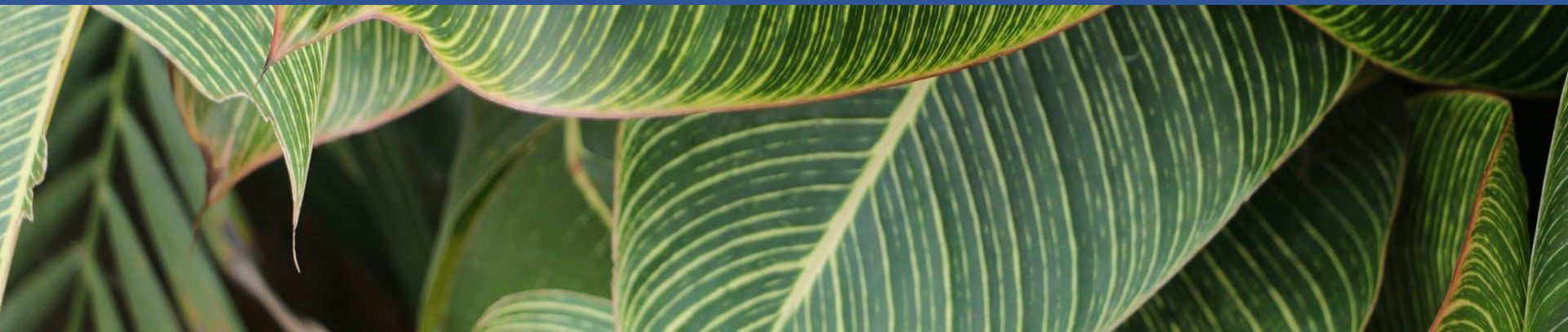


Gli stakeholder



La centralità degli stakeholder è l'elemento che caratterizza un'organizzazione che crede nella sostenibilità.

Diventa quindi fondamentale individuare i portatori di interesse: alcuni sono facilmente riconoscibili perché in contatto quotidiano con l'organizzazione mentre per altri il lavoro di identificazione può essere più complesso. Dopo averli identificati è necessario comprendere le loro aspettative legittime e avviare un dialogo costruttivo.



I PRINCIPALI STEKEHOLDER

Sono portatori di interesse particolarmente importanti: dipendenti, clienti, fornitori, comunità, azionisti, istituzioni pubbliche, operatori finanziari, sindacati, ambiente, nuove generazioni, opinion leader etc. Ma esistono anche stakeholder meno conosciuti e apparentemente meno rilevanti quali, per esempio, le associazioni di categoria, i centri di ricerca, gli enti di formazione, le istituzioni centrali e locali, i concorrenti etc.





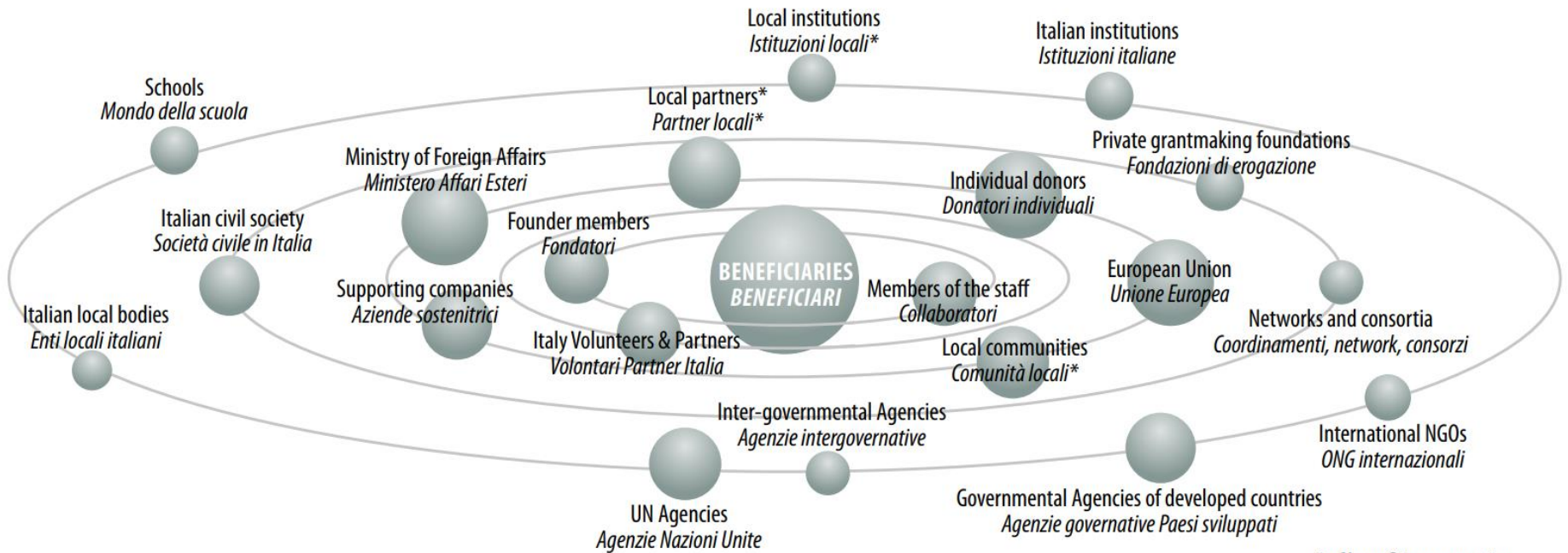
LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

Una volta individuati gli stakeholder si può creare la mappa, un documento, molto spesso una rappresentazione grafica, dove sono inseriti i portatori di interesse che hanno un rapporto diretto o indiretto, formale o informale con l'organizzazione.



BREMBO

STAKEHOLDERS' MAP

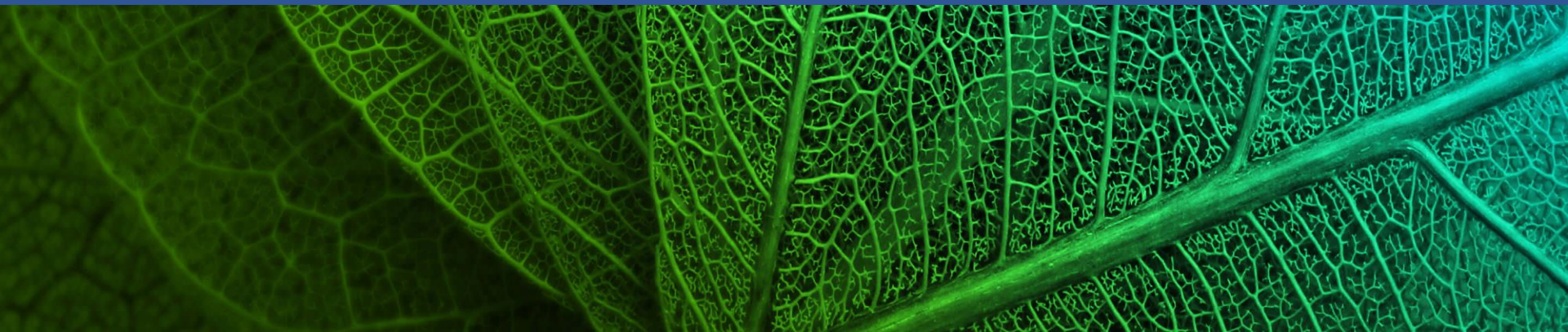


MAPPA DEGLI STAKEHOLDERS

* of beneficiary countries
dei Paesi beneficiari



Tutti gli stakeholder sono importanti e una strategia di CSR dovrebbe prevedere azioni specifiche per ogni portatore di interesse. A titolo di esempio vengono indicati alcuni possibili interventi a favore di dipendenti, comunità e ambiente.



COLLABORATORI

Una politica attenta ai collaboratori permette di migliorare l'efficienza organizzativa e il clima interno, di aumentare l'adesione del pubblico interno agli obiettivi aziendali etc. In generale l'impresa sostenibile contribuisce a rendere le persone più responsabili perché, a loro volta, in un processo circolare, collaborino alla diffusione della cultura della sostenibilità.



ESEMPI DI INTERVENTI A FAVORE DEI COLLABORATORI

- **Creare progetti di welfare aziendale innovativi**
- **Definire una policy di pari opportunità per tutti**
- **Promuovere azioni a sostegno della maternità e paternità**
- **Adottare orari flessibili e promuovere il lavoro flessibile**
- **Organizzare corsi per la crescita culturale dei dipendenti**
- **....**



AMBIENTE

L'impegno ambientale contribuisce a ridurre gli sprechi e quindi a contenere i costi. Dotarsi di una policy ambientale può essere utile anche per attirare investitori che apprezzano nelle aziende la capacità di ridurre l'impatto ambientale.





ESEMPI DI INTERVENTI A FAVORE DELL'AMBIENTE

- **Ridurre gli sprechi nel processo produttivo**
- **Installare impianti per la produzione di energie rinnovabili**
- **Impegnarsi per la mobilità sostenibile**
- **Creare filiere sostenibili**
- **Migliorare la logistica per renderla più sostenibile**
- **.....**

COMUNITÀ

Le imprese possono contribuire allo sviluppo sostenibile del territorio. Le motivazioni e i ritorni possono essere diversi come, per esempio, migliorare le relazioni con gli altri attori della comunità, farsi accettare come soggetto attivo e positivo dalle istituzioni e dalle persone, contribuire alla diffusione di atteggiamenti responsabili etc.



ESEMPI DI INTERVENTI A FAVORE DELLA COMUNITÀ

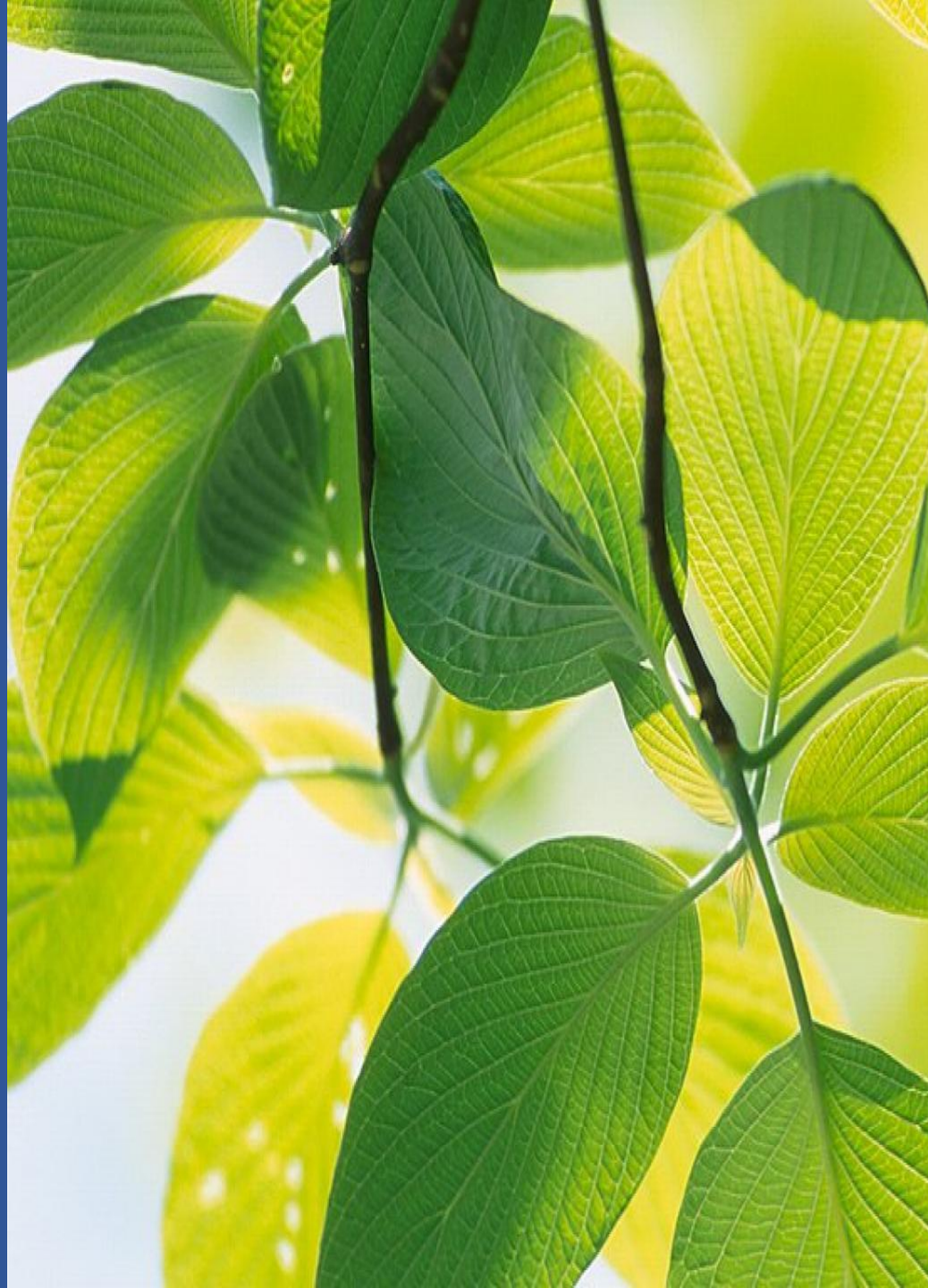
- **Organizzare attività di volontariato d'impresa**
- **Contribuire al restauro di un bene del patrimonio locale**
- **Collaborare con scuole e università**
- **Sostenere organizzazioni non profit locali**
- **Partecipare a iniziative culturali**
- **Inserire in azienda soggetti svantaggiati**
- **....**



Alcuni esempi

La collaborazione tra imprese e altri attori del territorio si evolve e assume nel tempo forme diverse.

Alcuni degli esempi che seguono presentano partnership tra aziende e soggetti istituzionali, altri tra imprese e organizzazioni non profit.





LA COLLABORAZIONE TRA PROFIT E NON PROFIT

Il rapporto tra imprese e organizzazioni non profit è molto cambiato in questi anni passando dal mecenatismo al volontariato d'impresa ad altre forme di partnership più strutturate. Fino ad arrivare alla progettazione condivisa, dove imprese ed Enti del Terzo Settore individuano modalità innovative di collaborazione basate sul rispetto, la condivisione, la trasparenza.



NUOVE RELAZIONI TRA IMPRESE E ONG

Anche nei progetti di cooperazione diventa importante stringere relazioni sempre più forti tra profit e non profit: questo non significa omologarsi ma riconoscere e valorizzare le diversità, risorsa preziosa nella società di oggi e motore potente per l'innovazione. Una partnership che in molti casi può diventare un laboratorio di contaminazione.



IL PARTENARIATO PUBBLICO PRIVATO

Cresce anche l'importanza della partnership pubblico privato (PPP) che mette in gioco la capacità della pubblica amministrazione e delle organizzazioni private, profit e non profit, di collaborare. Possono essere iniziative finalizzate alla promozione del territorio, alla cooperazione internazionale, al benessere delle persone: i partner definiscono obiettivi comuni, a livello valoriale, politico e tecnico, e li attuano verificando gli effetti della loro realizzazione.

LEROY MERLIN E LA COMUNITÀ

Bricolage del Cuore è un progetto di Leroy Merlin che unisce azienda e collaboratori coinvolgendo anche la comunità. Si tratta di un progetto di volontariato d'impresa grazie al quale ogni collaboratore Leroy Merlin può mettere a disposizione, su base volontaria, una giornata lavorativa all'anno da dedicare a progetti socialmente utili. Vengono messi a disposizione i prodotti ma soprattutto il tempo e le competenze dei collaboratori per "fare" ciò per cui l'azienda è esperta: bricolage per il miglioramento di strutture e giardini.

Nel 2018/19 sono stati realizzati 40 progetti, che hanno coinvolto 636 collaboratori Leroy Merlin, per un totale di 219.000 euro investiti nel progetto, 660 giornate di lavoro e più di 5.300 ore di volontariato.



LOCCIONI E LA CURA DEL TERRITORIO

Prendersi cura del territorio e farlo sul serio: Loccioni ha firmato l'accordo di partenariato con il Comune di Apiro per la valorizzazione del complesso dell'Abbazia di Sant'Urbano nel cuore della Valle di San Clemente. Con il recupero di questa Abbazia e con le attività collegate Loccioni ha fatto un ulteriore passo avanti nel programma di iniziative a favore dell'area dove opera nella campagna marchigiana. L'Abbazia benedettina del secolo XI a fine '800 era diventata una casa colonica. A quei tempi il mezzadro era il nonno di Enrico Loccioni, oggi imprenditore alla guida di un'azienda specializzata in sistemi automatici di misura e controllo con sedi di rappresentanza in America, Germania e Asia.

LOCCIONI



CALLIPO E IL CARCERE

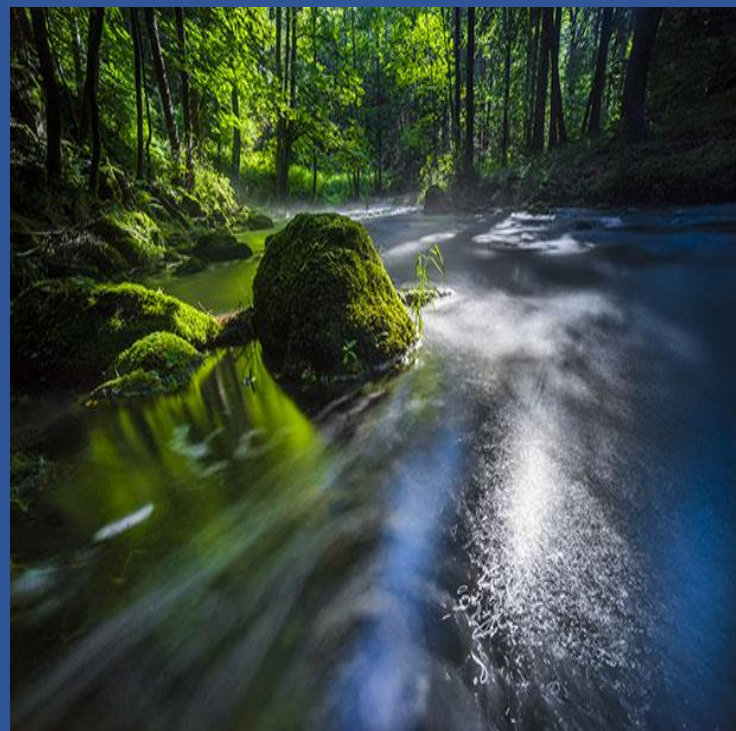
L'azienda, da oltre 100 anni tra i principali protagonisti del mercato del tonno e delle conserve ittiche, ha avviato nel 2016 un progetto lavorativo e formativo all'interno dell'istituto penitenziario di Vibo Valentia. Nel periodo natalizio i detenuti affiancati dal personale Callipo si occupano del confezionamento delle cassette regalo. L'azienda organizza anche un'attività di formazione con l'obiettivo di trasferire ai detenuti coinvolti nel progetto le tecniche di confezionamento ma anche i valori e le linee guida a cui tutti i lavoratori Callipo devono attenersi. Un'iniziativa di valore sociale che permette ai detenuti di vivere un'esperienza lavorativa concreta e costruttiva. Ad oggi, sono state confezionate in carcere circa 20.000 cassette regalo Callipo.



Storie di mare

SOFIDEL E WATERAID

Dal 2018 Sofidel è partner del progetto WaterAid Healthy Communities in Mali dove la scarsità delle piogge e le difficoltà politiche del Paese, rendono la situazione idrica particolarmente precaria. WaterAid è attiva nel sud-est, nel comune rurale di Samabogo, all'interno del circondario di Bla, regione di Ségou. Qui è stato costituito il Gruppo Kanuya, un'associazione di donne locali che ha ricevuto formazione e microcredito per produrre e vendere sapone di karitè alla comunità locale, oltre che essere attivo nell'educare le persone ad una corretta igiene. Anche grazie al sostegno di Sofidel, WaterAid ha potuto fornire l'accesso all'acqua pulita e condizioni igieniche adeguate a decine di migliaia di persone.

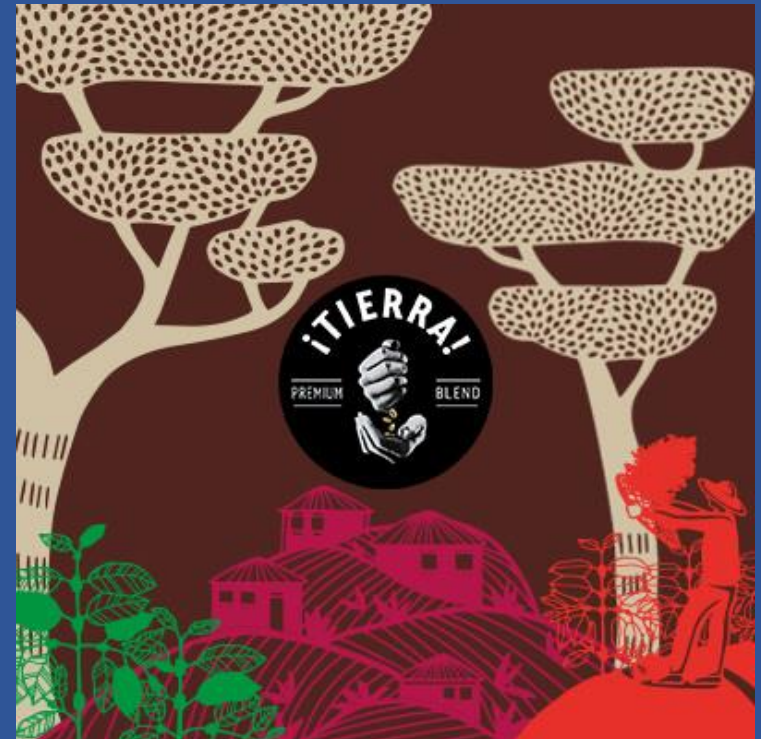


LAVAZZA E IL PROGETTO ¡Tierra!

¡Tierra! è un progetto di responsabilità sociale di Lavazza che ha come obiettivi: il miglioramento delle condizioni di vita, lo sviluppo sociale e la crescita economica delle realtà agricole, l'aiuto alle comunità; lo sviluppo di produzioni di qualità sempre più ecologiche e redditizie grazie a nuove tecniche agricole e strumenti produttivi.

Per ottenere risultati di grande impatto, l'impresa realizza i progetti di sviluppo in collaborazione con attori pubblici e privati, organizzazioni internazionali e ONG.

Dichiara infatti sul sito istituzionale «solo attraverso il lavoro di squadra infatti si possono migliorare concretamente le condizioni di vita delle comunità di produttori di caffè».

The image shows the Lavazza logo in a bold, blue, sans-serif font. The letters 'A' and 'Z' are notably larger and more prominent than the others. The logo is set against a white rectangular background.

ADIDAS e PARLEY

Adidas nell'aprile 2015 ha annunciato la partnership con Parley for the Oceans per la produzione di scarpe realizzate con i rifiuti riciclati dagli oceani. Dopo averne prodotto un milione di paia nel 2017, 5 milioni nel 2018, oltre 11 milioni nel 2019, Adidas fa sapere che nel 2020 oltre la metà del poliestere utilizzato nei propri prodotti sarà ottenuto da plastica riciclata. Nel 2020 Adidas punta a produrne dai 15 ai 20 milioni di paia. Le UltraBOOST Uncaged Parley sono le prime scarpe fatte con Parley Ocean Plastic™ (per ogni paio vengono usate 11 bottiglie di plastica).

La collaborazione tra Parley a Adidas ha lo scopo di stabilire nuovi standard industriali e valorizzare l'eco-innovazione per trovare soluzioni a lungo termine finalizzate a fermare l'inquinamento degli oceani.



A2A E IL BANCO DELL'ENERGIA

A2A, con la Fondazione AEM e la Fondazione ASM e la collaborazione della Fondazione Cariplo, ha dato vita al Banco dell'Energia con l'obiettivo di raccogliere fondi a supporto delle persone e delle famiglie a rischio povertà.

La proposta di A2A innova il concetto di sostegno sociale perché ad essere donati sono calore ed energia e lo strumento per farlo è la bolletta. Il Banco dell'energia aiuta le famiglie anche in un percorso di recupero con la distribuzione di beni di prima necessità o il pagamento di spese urgenti, come le bollette di luce e gas di qualunque operatore energetico.

Aderisci al Banco dell'energia, dona attraverso la tua bolletta!

CON €1,58 AL MESE

DONI 2 SETTIMANE DI LUCE

OPPURE DONI 1 SETTIMANA DI CALORE

1.026 DONAZIONI EFFETTUATE

730 FAMIGLIE RICEVONO UN ANNO DI LUCE

363 FAMIGLIE RICEVONO UN ANNO DI CALORE

BANCO DELL'ENERGIA. SCOPRI COME ADERIRE

Logos: Banco dell'energia Onlus, a2a (un progetto di a2a e Fondazioni AEM e ASM), in collaborazione con Fondazione Cariplo, and a2a.

COSTA CROCIERE E LO SPRECO ALIMENTARE

***4GOODFOOD* è un progetto integrato lanciato da Costa Crociere a febbraio 2018 contro lo spreco del cibo sulle navi da crociera.**

L'iniziativa va dalla preparazione dei piatti alla gestione delle eccedenze alimentari e coinvolge attivamente tutti gli stakeholder nella grande sfida globale di invertire il trend.

Il progetto è stato realizzato con la Fondazione Banco Alimentare e vede la collaborazione tra gli altri dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, di Cittadinanzattiva e Slow Food

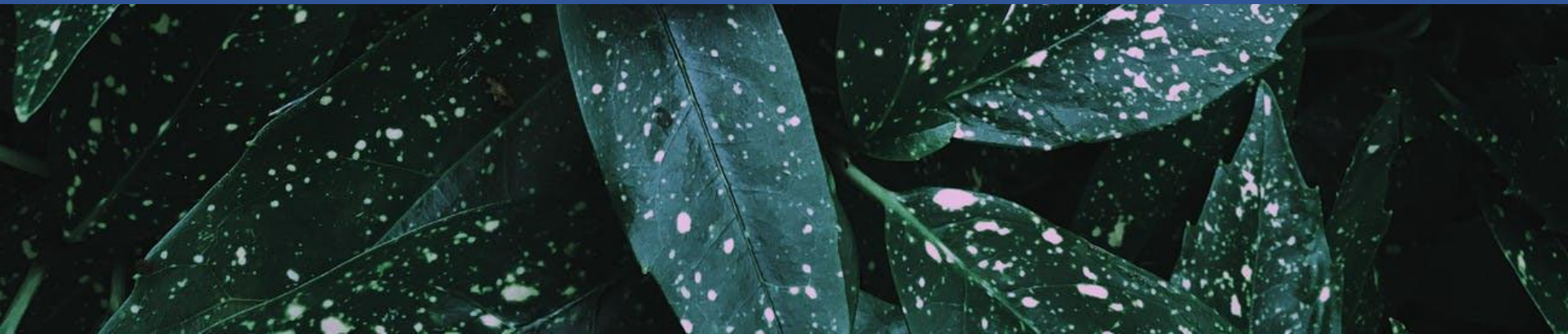




Pillole conclusive




**Per l'impresa è sempre più necessario creare reti aperte favorendo
il confronto con soggetti interni ed esterni
capaci di portare idee nuove e visioni diverse.
Un processo che dura nel tempo e che deve essere capace
di rispondere a una società che cambia rapidamente.**






**La collaborazione tra i diversi attori del territorio diventa sempre più importante se si vogliono trovare soluzioni utili per la comunità.
È necessario non solo fare bene ma anche fare presto:
i problemi ambientali e sociali richiedono risposte immediate.**





Nel percorso di cambiamento, la sostenibilità diventa un asset importante per far crescere il valore di qualsiasi organizzazione e un fattore strategico per lo sviluppo del business dell'impresa.



 [rossella.sobrero](https://www.facebook.com/rossella.sobrero)

 [@RossellaSobrero](https://twitter.com/RossellaSobrero)

 [Rossella Sobrero](https://www.linkedin.com/in/RossellaSobrero)

r.sobrero@koinetica.it
<http://rossellasobrero.it>