

IMPRESE E SOSTENIBILITÀ

Al via il Salone della **Csr** 2023 per “Abitare il cambiamento”

L'undicesima edizione dell'appuntamento dedicato a responsabilità sociale d'impresa e innovazione sociale si apre il 4 ottobre all'Università Bocconi. In agenda 115 eventi sviluppati attorno a 12 aree tematiche

ANDREA GARNERO

Tre giorni dedicati allo sviluppo sostenibile. È questo l'obiettivo dell'undicesima edizione del Salone della Corporate social responsibility (Csr), in programma all'Università Bocconi di Milano dal 4 al 6 ottobre 2023. Intitolato “Abitare il cambiamento”, il Salone rappresenta un'occasione importante per chi crede nel valore della condivisione di strategie, idee, azioni concrete per sviluppare la cultura della sostenibilità. Un momento di confronto e scambio ma anche un “termometro” che ha misurato, nel corso degli anni, la crescita dell'impegno delle imprese.

Abitare il cambiamento non è sempre facile: per questo, durante l'edizione nazionale, ci sarà lo spazio per raccontare i ritorni positivi dell'agire responsabile ma anche le difficoltà incontrate. Il tutto, partendo da concetti precisi: la sostenibilità come processo in evoluzione; la sostenibilità come percorso condiviso; la sostenibilità come cambiamento; per abitare il cambiamento è necessario costruire una nuova bussola di valori, cre-

dere nell'innovazione, valorizzare il ruolo che ognuno gioca per lo sviluppo sostenibile.

Fittissimo e ricchissimo il programma culturale: 115 eventi sviluppati intorno a 12 aree tematiche.

Abitare la casa

La casa non può essere solo un luogo confortevole ma deve rispettare l'ecosistema ed essere il più possibile sostenibile per riuscire a contenere al massimo l'impatto ambientale. Un impegno per chi la progetta e per chi la abita. “Abitare il cambiamento” vuol dire abitare una casa che sia pronta al cambiamento, utilizzare materiali di recupero, fare un uso razionale delle risorse, puntare su un'architettura sostenibile.

Abitare la città

Dalla sostenibilità delle città dipende il futuro del pianeta: nel 2030 il 60% dell'umanità abiterà nelle aree urbane. Come ricorda l'obiettivo 11 dell'Agenda 2030 è necessario «rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili». Questo si articola in numerosi ambiti d'intervento, come il miglioramento della sicurezza stradale, una maggiore accessibilità degli spazi comuni da parte di tutti i cittadini, il potenziamento di un'azione di salvaguardia del patrimonio culturale e naturale, garantire a tutti l'accesso ad alloggi adeguati e sicuri.

Vivere la cultura

Quando si parla di cultura non si fa riferimento solo al-

la conservazione e alla valorizzazione del patrimonio artistico: è importante ricordare anche le dimensioni del coinvolgimento sociale e della rigenerazione urbana. La crescita economica e sociale di un Paese non può non passare anche attraverso la cultura. La sfida è trovare quindi modalità di relazione tra impresa e cultura che siano più fruttuose, che passino attraverso la co-creazione e co-progettazione con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio culturale.

Abitare l'impresa

Per integrare la sostenibilità nei processi aziendali è necessario un cambiamento della governance. Tuttavia, è importante cercare anche idee per rivedere i modelli produttivi in chiave più responsabile: dalla relazione con i dipendenti alla collaborazione con i fornitori. Oggi, la sostenibilità è al centro della strategia di molte aziende. Dall'attenzione per i fornitori e per la catena dei fornitori alla maggiore attenzione al welfare aziendale.

Vivere la comunità

Attivare relazioni virtuose tra le persone e costruire collaborazioni che durano nel tempo: grazie alle associazioni e alle imprese che operano nel territorio è possibile creare connessioni capaci di generare un impatto positivo per tutti. La comunità è centrale per lo sviluppo di una cultura della sostenibilità, soprattutto per la sua dimensione relazionale. Sono proprio le relazioni virtuose e durature sul

territorio che permettono alle persone di essere parte di un cambiamento. Comunità vuol dire cura del bene comune, cooperazione e dialogo.

Abitare il territorio

L'identità sociale, culturale e ambientale di un territorio va valorizzata, curata e mantenuta come una risorsa preziosa per la comunità. Infatti, la sostenibilità ha anche un'importante dimensione territoriale. Quanto è importante la dimensione territorio quando si parla di sostenibilità? In ciò che consideriamo territorio confluiscono vari aspetti: ambiente, identità sociale e cultura sono tutti elementi che definiscono un territorio e che ne costituiscono preziose risorse.

Innovare la finanza

Per il mondo della finanza la sostenibilità è diventata un fattore cruciale. Le nuove regole europee prevedono che i fattori Environmental (ambiente), social (società) e governance (Esg) siano integrati nella valutazione dei rischi e nelle profilazioni dei clienti. Attraverso un processo decisionale che tenga conto dei fattori Esg, la finanza può svolgere, infatti, un ruolo significativo nello sviluppo di un modello eco-



Superficie 77 %



nomico sostenibile. Per esempio, investire del capitale in un'attività che abbia un impatto positivo dal punto di vista ambientale.

Innovare l'energia

Elettrificazione dei consumi, decarbonizzazione e innovazione tecnologica: l'interesse per migliorare la produzione e il consumo di energia è molto cresciuto in questi anni anche a seguito della crisi climatica e dei cambiamenti avvenuti nello scenario internazionale. Per uno sviluppo sostenibile è necessario un ripensamento rispetto alla produzione di energia di stampo tradizionale, per muoversi verso fonti sostenibili sia per quanto riguarda la produzione ma anche l'utilizzo e l'impatto ambientale.

Innovare l'agrifood

Il mondo dell'agricoltura sta attraversando importanti cambiamenti che modifica-

no anche i rapporti all'interno della filiera agroalimentare tra produzione, trasformazione, distribuzione e consumo dei prodotti. La sostenibilità e l'alimentazione sono intrecciate perché dalle scelte che facciamo per quanto riguarda il modo in cui ci nutriamo derivano una serie di conseguenze (dirette e indirette) su economia, ambiente e società.

Vivere la digitalizzazione

Tutte le organizzazioni sono interessate alla trasformazione digitale che offre nuove opportunità ma presenta alcuni rischi. È necessaria una visione che espliciti l'insieme di valori e di norme per la creazione e l'uso di tecnologie digitali e di dati. Lo sviluppo digitale degli ultimi anni ha apportato delle trasformazioni globali irreversibili, al punto che si parla di una vera e propria rivoluzione.

Innovare mobilità e infrastrutture

L'uso eccessivo dei mezzi di trasporto privati e le gravi conseguenze che provoca sull'ambiente sono una delle principali cause del riscaldamento globale: anche per questo è necessario attuare politiche che promuovano l'intermodalità. È fondamentale progettare un piano d'investimenti per ridefinire le modalità dei flussi a partire innanzitutto da un aumento di consapevolezza.

Innovare formazione e comunicazione

In molte organizzazioni l'approccio alla sostenibilità richiede nuove professionalità in grado di sostenere il cambiamento in atto. In un momento in cui si parla molto di sostenibilità cresce l'attenzione delle imprese per evitare l'accusa di greenwashing.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CERIMONIA

Il primo giorno i vincitori della 2a edizione del Premio per la misurazione d'impatto

In occasione della 11° edizione del Salone della **CSR** e dell'innovazione sociale il Salone ha organizzato la seconda edizione del premio dedicato alla misurazione dell'impatto. Il premio, introdotto in occasione della decima edizione del Salone, ha più obiettivi: da un lato vuole portare l'attenzione sull'importanza di misurare e valutare l'impatto generato, dall'altro intende sottolineare la necessità di condividere il percorso con gli stakeholder e premiare le realtà capaci di misurare il valore economico, sociale e ambientale creato da progetti e iniziative di sostenibilità. La partecipazione al premio è gratuita e aperta a tutte le organizzazioni profit e non profit con sede in Italia che abbiano valutato l'impatto di un progetto realizzato tra il 2020 e il 2022. I vincitori della seconda edizione saranno premiati il 4 ottobre durante la prima giornata del Salone della **CSR**. Alla scorsa edizione hanno vinto tre organizzazioni non profit e tre imprese. Per il non profit il premio è andato ad ALL- Associazione Italiana contro le leucemie, Fondazione Comunità di Messina e Fondazione Banco Alimentare. Per quanto riguarda le imprese hanno vinto Jointly, Lendlease e Conceria Nuvolari.

LE INIZIATIVE

Una stazione interattiva per misurare la "carbon footprint" dei partecipanti

Il Salone propone anche alcune iniziative interattive. Tutti i partecipanti potranno accedere all'esperienza di misurare il proprio impatto ambientale e capire come migliorarlo. Grazie alla Carbon Footprint Station, realizzata da AWorld e presentata per la prima volta in Italia al Salone della **CSR** e dell'innovazione sociale. Da una postazione dedicata sarà possibile scoprire in tempo reale la propria carbon footprint e ricevere una "climate therapy" personalizzata, un set di azioni virtuose suggerite in base ai principali fattori di impatto individuale, ovvero consumi, trasporti, lifestyle, shopping. Già ora è possibile partecipare alla Challenge che il Salone lancia su AWorld app: l'obiettivo è realizzare tutti insieme entro il 31 ottobre 300.000 buone azioni per il pianeta e per le persone. Sempre in tema ambientale, la tre giorni milanese contribuisce al progetto Plastic Pull di Piantando. Inoltre una delle "piazze" dove si svolgono gli eventi sarà in parte alimentata da energia pulita prodotta dagli spettatori attraverso speciali bike, grazie a un'attività gestita da Teatro a Pedali in collaborazione con Hitachi.

LA CERTIFICAZIONE

Dal 2014 il riconoscimento ISO 20121 per la gestione sostenibile degli eventi

Il Salone della **CSR** e dell'innovazione sociale ha adottato a partire dal 2014 un sistema di gestione sostenibile degli eventi conforme allo standard ISO 20121 e si impegna anche nel 2022 a migliorarlo ulteriormente. La Politica di sostenibilità del Salone parte da Missione, Visione e Valori che ispirano le scelte operate nella progettazione e realizzazione della manifestazione. La certificazione ISO 20121 che qualifica gli eventi sostenibili è frutto di un processo messo a punto da Koinètica, e grazie a un sistema di gestione investe ogni momento della vita del Salone, dalla progettazione alla rendicontazione dei risultati. Gli obiettivi di questo processo di certificazione sono tre. Il primo è minimizzare gli impatti dell'evento sull'ambiente e sulle comunità coinvolte. Il secondo è coinvolgere i principali portatori di interesse in un percorso di conoscenza e condivisione dei principi della sostenibilità. Il terzo obiettivo è sviluppare il "fattore di ereditarietà" del Salone attraverso la costruzione di un'ampia community di soggetti impegnati a promuovere un modello di sviluppo sostenibile. La verifica di conformità rispetto ai requisiti della ISO 20121 è stata effettuata da Bureau Veritas Italia.

L'ORGANIZZAZIONE

Comitato promotore e Comitato scientifico scelgono il programma e i contenuti

Il Salone della **CSR** e dell'innovazione sociale è promosso da Università Bocconi, Sustainability Makers, Fondazione Global Compact Network Italia, ASviS - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, Fondazione Sodalitas, Unioncamere, Koinètica. Il Gruppo promotore assieme al Comitato scientifico sceglie il titolo dell'edizione del Salone, imposta il programma culturale e definisce i contenuti degli eventi in calendario. Il Comitato scientifico del Salone è un organo d'indirizzo a cui partecipano docenti di diverse discipline: dall'economia al marketing, dall'innovazione sociale alla comunicazione. Attualmente è composto da 30 esperti e docenti che insegnano nei principali atenei italiani. Ne fanno parte, tra gli altri, Stefano Zamagni, Leonardo Becchetti, Rossella Sobrero. Il Comitato scientifico si riunisce almeno due volte per ogni edizione anche se il confronto prosegue in modo informale durante tutto l'anno. Nella fase di impostazione di ogni nuova edizione il Comitato scientifico viene rinnovato confermando i suoi membri o aggiungendone di nuovi.