

## La sostenibilità è sempre più strategica: obiettivi green per 7 imprese su 10

Obiettivi green per oltre il 70% delle imprese italiane quotate(+40% rispetto al 2013). La sostenibilità dunque è sempre più strategica nella definizione del business, come dimostra lo studio realizzato da Csr Manager Network, Assonime e Altis. I dati sono emersi durante 'Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale', l'evento itinerante dedicato alla responsabilità sociale d'impresa che, in occasione della tappa romana, ha fatto il punto anche sulla situazione del Lazio: sono oltre 30.000 le imprese che hanno

effettuato investimenti in prodotti e tecnologie green nel periodo 2011-2017, oltre 20.000 solo a Roma, che si colloca al secondo posto fra le provincie italiane con imprese che hanno fatto eco-investimenti. Per la responsabilità sociale d'impresa, spiega Rossella Sobrero, del gruppo promotore, "siamo in un periodo particolarmente positivo. Oggi molte aziende hanno scelto di modificare anche in parte il loro modo di fare impresa valorizzando gli aspetti sociali e ambientali e coniugando l'obiettivo del profitto

con l'attenzione ad alcuni valori che crescono anche nella mente del consumatore che è sempre più attento a questi principi". All'appuntamento della capitale con la Corporate social responsibility sono intervenute diverse grandi aziende che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico. Fra i protagonisti c'è Generali Italia che racconta l'impegno nel sostenere l'arte, il welfare ed anche l'educazione. In particolare, nel 2016 Generali Italia ha lanciato il progetto 'Valore Cultura': un programma che nasce per avvicinare un pubblico vasto e trasversale al mondo dell'arte attraverso l'ingresso agevolato a mostre, spettacoli teatrali, eventi, laboratori e percorsi edu-

cativi. Attraverso 'Valore

Cultura' di Generali Italia, nel corso del 2018, 2.500 bambini avranno la possibilità di vivere il mondo dell'arte tramite visite alle grandi mostre e laboratori didattici e più di 2000 persone potranno partecipare all'iniziativa Generali ti racconta la Grande Arte, un ciclo di appuntamenti organizzati per scoprire con un curatore professionista i capolavori di grandi mostre sparse sull'intero territorio italiano. L'arte e la cultura, commenta Lucia Sciacca, direttore comunicazione e social responsibility Generali Country Italia, "fanno parte dell'identità e dello sviluppo del nostro paese, creando profitto e posti di lavoro". Inoltre, aggiunge Sciacca,

"siamo molto attivi anche nel welfare, chiave di sviluppo soprattutto per le piccole e medie imprese e ci impegniamo con iniziative come Welfare Index Pmi che quest'anno portiamo avanti per il terzo anno". L'evento è in programma il 10 aprile "con la presentazione del terzo rapporto al quale hanno partecipato oltre 4mila imprese, in crescita rispetto lo scorso anno, che ci daranno una fotografia di come va il welfare e di quelle che sono le iniziative da poter diffondere". Infine, annuncia Sciacca, Generali Italia è impegnata anche sul fronte dell'educazione finanziaria e assicurativa con un nuovo programma "che vogliamo portare con famiglie e anche con le scuole".

