



SALONE DELLA CSR WEB

01 - 31 luglio 2018

INDICE

SALONE DELLA CSR WEB

| | |
|--|----|
| 27/07/2018 ilfriuli.it | 4 |
| Cda annuncia un nuovo piano di welfare aziendale | |
| 26/07/2018 agerola.virgilio.it | 6 |
| Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità | |
| 25/07/2018 adnkronos.com 10:24 | 7 |
| Sostenibilità, come comunicano le imprese? | |
| 03/07/2018 ilsole24ore.com 13:03 | 9 |
| Campania: al ministero dell'Ambiente le competenze sulla Terra dei fuochi | |
| 26/07/2018 www.meridonarenews.it | 10 |
| Sostenibilità, un valore per le nostre imprese da comunicare | |
| 25/07/2018 Eco in città 00:02 | 11 |
| IPSOS per il Salone della CSR: il 65% degli italiani crede nella Sostenibilità | |
| 26/07/2018 distribuzionemoderna.info | 13 |
| Il 65% degli italiani crede nella sostenibilità e chiede più impegno alle imprese | |
| 25/07/2018 Vita.it 17:08 | 14 |
| Il 65% degli italiani tifa per la sostenibilità d'impresa | |
| 26/07/2018 distribuzionemoderna.info | 16 |
| Il 65% degli italiani crede nella sostenibilità e chiede più impegno alle imprese | |
| 25/07/2018 AdvExpress.it 15:54 | 17 |
| IPSOS. Il 65% degli italiani crede nella sostenibilità ma per il 76% della popolazione è difficile riconoscere le imprese veramente sostenibili | |
| 25/07/2018 askanews.it 00:33 | 19 |
| Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità | |
| 25/07/2018 askanews.it 13:19 | 21 |
| Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità | |
| 26/07/2018 brand-news.it 10:53 | 23 |
| Il 65% degli italiani è attento alla sostenibilità, ma aziende e brand devono comunicare meglio il loro essere responsabili | |
| 26/07/2018 quasimezzogiorno.org | 24 |
| Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità | |

SALONE DELLA CSR WEB

14 articoli

Cda annuncia un nuovo piano di welfare aziendale

LINK: http://www.ilfriuli.it/articolo/Economia/Cda_annuncia_un_nuovo_piano_di_welfare_aziendale/4/184035



Cda annuncia un nuovo piano di welfare aziendale Cattelan: "Il nostro obiettivo è lavorare sempre più a favore di una dimensione aziendale in cui i lavoratori si sentano a proprio agio" 27 luglio 2018 Scuola, informazione, sanità, spesa alimentare e agevolazioni in azienda: la Cda di Talmassons, società di gestione di distributori automatici, annuncia uno speciale piano di welfare aziendale per i propri lavoratori. Già conosciuta come portabandiera della **Responsabilità Sociale** d'Impresa, in occasione della presentazione del report di sostenibilità 2016-2017 Cda ha ufficializzato le iniziative che quest'anno ha deciso di intraprendere per il benessere dei propri collaboratori. Per garantire il libero accesso a formazione e informazione, ad esempio, è stata attivata una piattaforma per l'acquisto di libri scolastici e di lettura con un importo a carico dell'azienda per ogni collaboratore, mentre sul fronte della sanità è stata individuata un'assicurazione sanitaria integrativa, che si aggiunge a quella già esistente per obblighi contrattuali. Per favorire l'organizzazione degli acquisti alimentari è stato scelto di attivare, in collaborazione con Centro Dolce Friuli, uno speciale servizio per fare la spesa con agevolazioni economiche da casa o in azienda, mentre grazie all'adesione al progetto Orto in Tasca i dipendenti possono godere di uno sconto sull'acquisto di frutta e verdura a km 0. Infine, è stato messo a disposizione l'autolavaggio aziendale per due volte al mese ed è stata data la possibilità di ricevere pacchi e corrispondenza personale utilizzando l'indirizzo postale dell'azienda. Ieri, il report di sostenibilità Cda 2016-2017, che dal 2011 l'azienda pubblica con cadenza biennale, è stato presentato in azienda a tutto lo staff: i dati inquadrano la struttura e l'andamento aziendale, la governance, gli impegni sotto il profilo ambientale - in termini di emissioni, consumi energetici, rifiuti - e sociale - verso il proprio personale e il territorio -, nonché gli strumenti per la lotta allo spreco alimentare che un'azienda operante nel vending si trova a fronteggiare. "Cda intende proseguire con una nuova formula l'impegno verso i propri lavoratori - afferma Fabrizio Cattelan, ceo di Cda -. Nel 2016 e 2017 avevamo scelto di condividere con il nostro personale parte degli utili, con il 2018 abbiamo deciso sia di proseguire su questa strada, attraverso la distribuzione di 30.000 Euro, sia di puntare ulteriormente sul welfare aziendale con un piano strutturato. Attraverso un'indagine interna - prosegue l'imprenditore - sono stati identificati i bisogni concreti dei lavoratori e le tipologie d'intervento più idonee in tema di assistenza sanitaria, educativa, economica, sociale. Così, è stato possibile selezionare una rosa di servizi e strumenti utili e tangibili per i lavoratori Cda. Il nostro obiettivo - ha concluso Cattelan - è lavorare sempre più a favore di una dimensione aziendale in cui i lavoratori si sentano a proprio agio". Dal 2016 la decisione di coinvolgere, in occasione dei 40 anni di Cda, il personale nella divisione degli utili ha portato risultati positivi in termini non solo di qualità del lavoro e produttività, ma anche di clima lavorativo. "Se l'azienda va bene, non è solo merito di chi la guida - sottolinea il ceo di Cda. - I nostri collaboratori sono preziosi per il buon andamento dell'azienda che dal 2015 ha registrato una crescita del 6,3% nel fatturato e nel 2017 ha raggiunto oltre 9,1 milioni di euro. Quindi è importante che i risultati aziendali, anche quelli economici, siano condivisi con i lavoratori e che questi ultimi possano beneficiare delle risorse aziendali. In questo caso è possibile agevolare la quotidianità personale e familiare dei nostri lavoratori anche senza un esborso diretto di denaro per l'impresa. L'insieme di queste iniziative - conclude Fabrizio Cattelan -

sviluppa, di fatto, il senso di appartenenza e il singolo lavoratore è più propenso a impegnarsi per far crescere la qualità del proprio lavoro". L'azienda dal 2015 ad oggi è passata da 60 a 73 dipendenti, tutti inquadrati a tempo indeterminato, con un alto tasso di anzianità di servizio: "Il fatto che il 58% del personale abbia più di dieci anni di servizio significa che Cda è un ambiente di lavoro positivo". Analizzando i dati si scopre, infatti, che il 14% dei dipendenti lavora in azienda da più di 20 anni, il 44% tra i 10 e i 20 anni, il 21% tra 5 e 10 anni, il 21% da meno di 5 anni. Dal 1976, anno della sua fondazione, Cda ha affrontato un percorso che gradualmente ha portato l'azienda sulla strada dell'innovazione, privilegiando la partnership con imprese produttrici del settore alimentare e non solo, investendo sulla formazione del personale e con uno spiccato orientamento alla green philosophy e alle soluzioni per il benessere della persona. Secondo il report di sostenibilità 2016-2017, oggi Cda eroga 18,5 milioni di consumazioni da distributori automatici e utilizza 62 tonnellate di caffè in grani ogni anno, impiegando 41 automezzi per il rifornimento di 1.200 clienti nel Nordest. 60.000 sono i kW prodotti annualmente dall'impianto fotovoltaico aziendale e 1.600 le ore di formazione somministrate negli ultimi due anni. Negli anni Cda non si è limitata alla distribuzione automatica, diventando punto di riferimento del settore, ma si è distinta con successo in progetti legati alla **Responsabilità Sociale** d'Impresa, alla salvaguardia dell'ambiente, alla diffusione di corretti stili di vita attraverso la sana alimentazione. Tra le tappe più importanti dell'ultimo anno nell'ambito della sostenibilità ambientale, la partecipazione di Cda alla Green Week, il Festival della Green Economy organizzato a Trento: nel 2018, per il secondo anno consecutivo, l'azienda friulana ha partecipato al programma itinerante in Triveneto ospitando un workshop della Green Academy in qualità di "Fabbrica della Sostenibilità". Nella seconda metà dell'anno l'azienda sarà, invece, ospite del **Salone** della **Csr** e dell'**Innovazione Sociale** di Milano, presso l'Università Bocconi.

Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità

LINK: https://agerola.virgilio.it/notizielocali/ipsos_il_65_per_cento_degli_italiani_crede_nella_sostenibilit_-56110902.html

Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi Ipsos per il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, definibili come... Leggi tutta la notizia QuasiMezzogiorno 26-07-2018 07:41

Sostenibilità, come comunicano le imprese?

LINK: http://www.adnkronos.com/sostenibilita/appuntamenti/2018/07/25/sostenibilita-come-comunicano-imprese_mebEpXAZ6nDKljaWzAxGtI.html



Sostenibilità, come comunicano le imprese? Analisi Ipsos per il **Salone** della **Csr** in programma a Milano il 2 e 3 ottobre APPUNTAMENTI Tweet Condividi su WhatsApp (Fotolia) Pubblicato il: 25/07/2018 12:20

Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi Ipsos per 'Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale**' (2 e 3 ottobre a Milano), definibili come sostenitori (10-15% del campione), che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e gli indifferenti (15-18% del campione) che sono decisamente poco interessati all'argomento. L'attenzione a questi temi è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato di sostenibilità. E che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione: il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. E quali sono gli elementi che le persone ritengono più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità? Innanzi tutto la garanzia che deriva da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione) o delle associazioni siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% del campione). In generale le imprese, per comunicare il proprio impegno, si affidano invece a strumenti quali il sito internet (utilizzato dal 50% delle organizzazioni) e il bilancio di sostenibilità (35%). Conoscere le imprese che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico è quindi una richiesta delle persone prima ancora che un interesse delle imprese stesse. Presentare le aziende responsabili e le loro buone pratiche e stimolare il confronto è l'impegno che 'Il **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale**' rinnova per il sesto anno, organizzando il 2 e 3 ottobre all'Università Bicconi di Milano 80 eventi che vedranno protagoniste oltre 170 organizzazioni. "Titolo di questa sesta edizione è 'Le rotte della sostenibilità' che si ispira al viaggio in mare ed è dedicato a chi vuole cavalcare le onde della conoscenza, arrivare alla meta e ripartire più ricco di idee, condividere il cammino con nuovi compagni, con la consapevolezza che la rotta può cambiare ma i valori rappresentano la bussola per tutte le organizzazioni responsabili" spiega Rossella Sobrero, del Gruppo Promotore del **Salone**. Fra le novità del **Salone** 2018 c'è il '**Bosco della Csr**': in collaborazione con Rete Clima, nell'ottobre 2018 verrà piantato nel Parco Nord di Milano un albero per ciascuno degli 80 eventi del **Salone**. Gli alberi del **Bosco della Csr**, essenze autoctone e idonee alle aree di posa, verranno mantenuti fino a maturità per garantirne la piena crescita e vitalità. A maturità gli alberi piantati avranno assorbito circa 60.000 kg di CO₂, compensando emissioni corrispondenti a circa 1.500.000 km di viaggi in treno, 365.000 ore di lavoro al pc, l'invio di 3.160.000 email con allegato. Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** ha adottato a partire dal 2014 un sistema di gestione conforme alla norma ISO 20121 che qualifica gli eventi sostenibili. Proseguono le collaborazioni con altri partner finalizzate a ridurre l'impatto ambientale del **Salone**: Rete Clima compensa le emissioni del sito www.csreinnoazioniocile.it, CarbonSink quelle relative ai viaggi dei

relatori, Dolomiti Energia offre le certificazioni 100% energia pulita e 100% CO2 free relative alla sede della manifestazione. Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** è promosso da Università Bocconi, **CSR** Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinètica. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

Campania: al ministero dell'Ambiente le competenze sulla Terra dei fuochi

LINK: <http://vitalianodangerio.blog.ilsole24ore.com/2018/07/03/campania-al-ministero-dellambiente-le-competenze-sulla-terra-dei-fuochi/>



Campania: al ministero dell'Ambiente le competenze sulla Terra dei fuochi 3 luglio 2018 Vitaliano D'Angerio
Ambiente, Campania, Energia La Terra dei fuochi, in Campania, sarà di competenza del ministero dell'Ambiente. Ieri sera il Governo 5s-Lega ha approvato un decreto legge che riordina, tra le altre cose, le competenze di alcuni ministeri. Ecco il passaggio relativo nel comunicato stampa dell'Esecutivo: "Il testo trasferisce al ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare le funzioni in materia di emergenza ambientale esercitate dalla Presidenza del Consiglio dei ministri, nonché i compiti in materia di contrasto al dissesto idrogeologico, di difesa e messa in sicurezza del suolo e di sviluppo delle infrastrutture idriche". Che succederà ora? I rappresentanti del Governo spiegheranno oggi alle 14 in conferenza stampa i dettagli del provvedimento. Ma alcuni ministri, come Sergio Costa, responsabile dell'Ambiente, hanno dato delle anticipazioni sui loro profili Facebook: "Buongiorno a tutti - si legge nel post su Facebook del ministro dell'Ambiente -, sono davvero felice per l'approvazione in Consiglio dei Ministri del decreto che abbiamo chiamato tutti Terra dei Fuochi ma che comprende anche altre importanti deleghe al Ministero dell'Ambiente. Eccone i contenuti nel dettaglio: - : Passano al Ministero dell'Ambiente le competenze su terra dei fuochi, competenze che provengono dal ministero dell'Agricoltura. È il primo passo, importantissimo, per poter scrivere un secondo decreto sulla messa in sicurezza definitiva delle "terre dei fuochi" di tutta Italia ". Ora quindi tutte le competenze sulla Terra dei fuochi sono nelle mani di Costa, che è un esperto di questa materia, lui che è stato il capo della Guardia Forestale italiana (poi assorbita dai Carabinieri). Fra l'altro il provvedimento arriva a due giorni dall'ennesimo incendio di rifiuti avvenuto in quella zona, e per la precisione a San Vitaliano, nell'agro nolano, in provincia di Napoli. Il ministro dell'Ambiente è andato sul posto per rassicurare la popolazione, spaventata dall'imponente colonna di fumo sprigionata da un deposito di rifiuti. Competenze e coordinamento al ministero "verde". Tutto a posto dunque? Vedremo nei prossimi mesi. Bisognerà però in prospettiva creare una nuova cultura dell'ambiente nei territori tra Napoli e Caserta. Da questo blog avevamo fatto una proposta che era stata presentata all'università Bocconi nel corso della manifestazione del **Salone Csr**: un green bond per la Terra dei fuochi che finanziasse le bonifiche, la costruzione di un istituto di oncologia pediatrica e la creazione di una zona franca per le start up della farmaceutica e del biotech. Non basta infatti ripulire il terreno (che sarebbe già una conquista!) ma creare una mentalità diversa che punti alla difesa del territorio. Non si può avere l'esercito che sorvegli quelle zone per sempre.

Sostenibilità, un valore per le nostre imprese da comunicare

LINK: <https://www.meridonarenews.it/articolo/sostenibilita-un-valore-per-le-nostre-imprese-da-comunicare>

Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi Ipsos per 'Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale' (2 e 3 ottobre a Milano), definibili come sostenitori (10-15% del campione), che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e gli indifferenti (15-18% del campione) che sono decisamente poco interessati all'argomento. L'attenzione a questi temi è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato di sostenibilità. E che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione: il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. Tags

IPSOS per il **Salone** della **CSR**: il 65% degli italiani crede nella Sostenibilità

LINK: <http://www.ecoincitta.it/ipsos-per-il-salone-della-csr-il-65-degli-italiani-crede-nella-sostenibilita/>

article class="post-19420 post type-post status-publish format-standard hentry category-nz-news category-news" id="post-19420"> IPSOS per il **Salone** della **CSR**: il 65% degli italiani crede nella Sostenibilità 0 CONDIVISIONI FacebookTwitter Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi IPSOS per il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale**, definibili come sostenitori (10-15% del campione), che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e gli indifferenti (15-18% del campione) che sono decisamente poco interessati all'argomento. L'attenzione a questi temi è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato di sostenibilità. E che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione: il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. E quali sono gli elementi che le persone ritengono più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità? Innanzi tutto la garanzia che deriva da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione) o delle associazioni siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% del campione). In generale le imprese, per comunicare il proprio impegno, si affidano invece a strumenti quali il sito internet (utilizzato dal 50% delle organizzazioni) e il bilancio di sostenibilità (35%). LE ROTTE PER UN FUTURO SOSTENIBILE Conoscere le imprese che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico è quindi una richiesta delle persone prima ancora che un interesse delle imprese stesse. Presentare le aziende responsabili e le loro buone pratiche, offrire un'occasione di incontro a chi è attento all'ambiente e al sociale, stimolare il confronto fra organizzazioni e stakeholder per costruire insieme un futuro sostenibile: è l'impegno che il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** rinnova per il sesto anno, organizzando il 2 e 3 ottobre all'Università Bocconi di Milano 80 eventi che vedranno protagoniste oltre 170 organizzazioni, la presenza di centinaia di relatori e migliaia di visitatori dal mondo dell'impresa, della formazione, della cultura, della società civile, in quello che è il più importante appuntamento in Italia sulla **CSR** e l'**innovazione sociale**. 'Titolo di questa sesta edizione è Le rotte della sostenibilità - spiega Rossella Sobrero, del Gruppo Promotore del **Salone** - un titolo che si ispira al viaggio in mare ed è dedicato a chi vuole cavalcare le onde della conoscenza, arrivare alla meta e ripartire più ricco di idee, condividere il cammino con nuovi compagni, con la consapevolezza che la rotta può cambiare ma i valori rappresentano la bussola per tutte le organizzazioni responsabili. Molte sono le imprese **CSR** oriented incontrate nel Giro d'Italia, un viaggio in 10 tappe dal Friuli alla Calabria organizzato tra novembre 2017 e maggio 2018 - aggiunge Sobrero - E molte saranno anche quelle che parteciperanno all'edizione nazionale: quest'anno sono infatti aumentate le organizzazioni protagoniste a conferma di quanto confronto e condivisione di esperienze siano sempre più importanti'. Il ricco programma culturale del **Salone** si articola in 6 percorsi tematici: Circular economy, Diversity & Inclusion, Finanza responsabile, Innovation & Change, Processi e filiere sostenibili, Smart community & Smart city. All'interno di ciascun percorso saranno inseriti dibattiti, seminari e workshop, presentazioni di libri e ricerche. IL **BOSCO DELLA CSR**: 80 ALBERI NEL PARCO NORD DI MILANO, UNO PER CIASCUN EVENTO DEL **SALONE** Fra le novità del **Salone** 2018 c'è il **Bosco della CSR**: in collaborazione con Rete Clima, nell'ottobre 2018 verrà piantato nel Parco Nord di Milano un albero per ciascuno degli 80 eventi del **Salone**. Un contributo concreto a favore della natura con una logica di

vicinanza territoriale rispetto al luogo di realizzazione dell'evento. Gli alberi del **Bosco della CSR**, essenze autoctone e idonee alle aree di posa, verranno mantenuti fino a maturità per garantirne la piena crescita e vitalità. A maturità gli alberi piantati avranno assorbito circa 60.000 kg di CO2, compensando emissioni corrispondenti a circa 1.500.000 km di viaggi in treno, 365.000 ore di lavoro al pc, l'invio di 3.160.000 email con allegato. UN EVENTO SOSTENIBILE AL 100% Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** ha adottato a partire dal 2014 un sistema di gestione conforme alla norma ISO 20121 che qualifica gli eventi sostenibili. Nel 2018 l'impegno è migliorare ulteriormente i risultati ottenuti negli anni precedenti. La verifica di conformità rispetto ai requisiti della ISO 20121 verrà effettuata da Bureau Veritas Italia. Proseguono le collaborazioni con altri importanti partner finalizzate a ridurre l'impatto ambientale del **Salone**: Rete Clima compensa le emissioni del sito www.csreinnovazione sociale.it, CarbonSink quelle relative ai viaggi dei relatori, Dolomiti Energia offre le certificazioni 100% energia pulita e 100% CO2 free relative alla sede della manifestazione. Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** è promosso da Università Bocconi, **CSR** Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinètica.

Il 65% degli italiani crede nella sostenibilità e chiede più impegno alle imprese

LINK: <http://distribuzionemoderna.info/notizia-del-giorno/il-65-percent-degli-italiani-crede-nella-sostenibilita-e-chiede-piu-impegno-alle-imprese>

Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi di Ipsos per 'Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale' (Milano, Università Bocconi, 2-3 ottobre), i nostri concittadini definibili come sostenitori, che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate, ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili, anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali. Poi gli indifferenti (15-18% del campione), ben poco interessati all'argomento. L'attenzione è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato della sostenibilità e che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione. Il 53% dei cittadini riconosce che, negli ultimi 3 anni, l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali organizzazioni siano veramente sostenibili. Gli elementi che le persone ritengono più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità sono la garanzie che derivano da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione), o delle associazioni, siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% dei soggetti). In generale le aziende, per rendere noto il proprio impegno, si affidano a strumenti come il sito internet (utilizzato dal 50%) e il bilancio di sostenibilità (35%).

Il 65% degli italiani tifa per la sostenibilità d'impresa

LINK: <http://www.vita.it/article/2018/07/25/il-65-degli-italiani-tifa-per-la-sostenibilita-dimpresa/148694/>

Il 65% degli italiani tifa per la sostenibilità d'impresa di Redazione 25 Luglio Lug 2018 1708 2 ore fa ... I dati di un'analisi di Ipsos per il "Salone della Csr e dell'Innovazione sociale" - in programma a Milano il 2 e 3 ottobre prossimi - mostrano come si guardi con sempre più interesse a questi temi, ma anche che le imprese devono comunicare meglio il loro essere responsabili. Gli italiani che guardano alla sostenibilità con interesse e attenzione sono in costante crescita. Secondo un'analisi di Ipsos sono il 65%: definibili come sostenitori (10-15% del campione), che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. Non mancano poi gli scettici (16-20%), persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e gli indifferenti (15-18% del campione) che sono decisamente poco interessati all'argomento. Ipsos ha realizzato questa analisi in vista del Salone della Csr e dell'innovazione sociale la cui sesta edizione si terrà all'Università Bocconi di Milano dal 2 al 3 ottobre. L'attenzione alla sostenibilità è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscerne il significato. E che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione: il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. Ma quali sono gli elementi ritenuti più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità? Innanzitutto la garanzia che deriva da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione) o delle associazioni siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% del campione). Le imprese in generale, per comunicare il proprio impegno, si affidano invece a strumenti quali il sito internet (utilizzato dal 50% delle organizzazioni) e il bilancio di sostenibilità (35%). Presentare le aziende responsabili e le loro buone pratiche, offrire un'occasione di incontro a chi è attento all'ambiente e al sociale, stimolare il confronto fra organizzazioni e stakeholder per costruire insieme un futuro sostenibile: è l'impegno che "Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale" che per il prossimo ottobre ha organizzato 80 eventi che vedranno protagoniste oltre 170 organizzazioni, la presenza di centinaia di relatori e migliaia di visitatori dal mondo dell'impresa, della formazione, della cultura, della società civile. «Titolo di questa sesta edizione è Le rotte della sostenibilità, che si ispira al viaggio in mare ed è dedicato a chi vuole cavalcare le onde della conoscenza, arrivare alla meta e ripartire più ricco di idee, condividere il cammino con nuovi compagni, con la consapevolezza che la rotta può cambiare ma i valori rappresentano la bussola per tutte le organizzazioni responsabili», spiega Rossella Sobrero, del Gruppo Promotore del Salone. «Molte sono le imprese Csr oriented incontrate nel Giro d'Italia, un viaggio in 10 tappe dal Friuli alla Calabria organizzato tra novembre 2017 e maggio 2018. E molte saranno anche quelle che parteciperanno all'edizione nazionale: quest'anno sono infatti aumentate le organizzazioni protagoniste a conferma di quanto confronto e condivisione di esperienze siano sempre più importanti». Fra le novità del Salone 2018 c'è il Bosco della CSR: in collaborazione con Rete Clima, nello stesso mese di ottobre sarà piantato nel Parco Nord di Milano un albero per ciascuno degli 80 eventi del Salone. Un contributo concreto a favore della natura con una logica di vicinanza territoriale rispetto al luogo di realizzazione dell'evento. Gli alberi del Bosco della CSR, essenze autoctone e idonee alle aree di posa, saranno mantenuti fino a maturità per garantirne la piena crescita e vitalità. A maturità gli alberi piantati avranno assorbito circa 60mila kg di CO2, compensando emissioni corrispondenti a circa 1.500.000 km di viaggi in treno, 365.000 ore di lavoro al pc, l'invio di 3.160.000 email con allegato. Proseguono le collaborazioni finalizzate a ridurre l'impatto ambientale del Salone: Rete Clima compensa le emissioni del sito www.csreinnoazioni.esocile.it, CarbonSink quelle relative ai viaggi dei relatori, Dolomiti Energia offre le

certificazioni 100% energia pulita e 100% CO2 free relative alla sede della manifestazione.

Il 65% degli italiani crede nella sostenibilità e chiede più impegno alle imprese

LINK: <http://distribuzionemoderna.info/notizia-del-giorno/il-65-percent-degli-italiani-crede-nella-sostenibilita-e-chiede-piu-impegno-alle-imprese>



Il 65% degli italiani crede nella sostenibilità e chiede più impegno alle imprese. Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi di Ipsos per 'Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**' (Milano, Università Bocconi, 2-3 ottobre), i nostri concittadini definibili come sostenitori, che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate, ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili, anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali. Poi gli indifferenti (15-18% del campione), ben poco interessati all'argomento. L'attenzione è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato della sostenibilità e che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione. Il 53% dei cittadini riconosce che, negli ultimi 3 anni, l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali organizzazioni siano veramente sostenibili. Gli elementi che le persone ritengono più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità sono la garanzia che derivano da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione), o delle associazioni, siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% dei soggetti). In generale le aziende, per rendere noto il proprio impegno, si affidano a strumenti come il sito internet (utilizzato dal 50%) e il bilancio di sostenibilità (35%).

IPSOS. Il 65% degli italiani crede nella sostenibilità ma per il 76% della popolazione è difficile riconoscere le imprese veramente sostenibili

LINK: <http://www.adcgroup.it/adv-express/big-data/scenari/il-65-degli-italiani-crede-nella-sostenibilita-ma-le-imprese-devono-comunicare-meglio.ht...>



25/07/2018 15:54 ScenariIPSOS. Il 65% degli italiani crede nella sostenibilità ma per il 76% della popolazione è difficile riconoscere le imprese veramente sostenibili E' quanto emerge da un'analisi realizzata da IPSOS per Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, in programma il 2 e 3 ottobre all'Università Bocconi di Milano con 80 eventi che vedranno protagoniste oltre 170 organizzazioni. Il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente. Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi IPSOS per Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, definibili come sostenitori (10-15% del campione), che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e gli indifferenti (15-18% del campione) che sono decisamente poco interessati all'argomento. L'attenzione a questi temi è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato di sostenibilità. E che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione: il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. E quali sono gli elementi che le persone ritengono più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità? Innanzi tutto la garanzia che deriva da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione) o delle associazioni siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% del campione). In generale le imprese, per comunicare il proprio impegno, si affidano invece a strumenti quali il sito internet (utilizzato dal 50% delle organizzazioni) e il bilancio di sostenibilità (35%).

LE ROTTE PER UN FUTURO SOSTENIBILE

Conoscere le imprese che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico è quindi una richiesta delle persone prima ancora che un interesse delle imprese stesse. Presentare le aziende responsabili e le loro buone pratiche, offrire un'occasione di incontro a chi è attento all'ambiente e al sociale, stimolare il confronto fra organizzazioni e stakeholder per costruire insieme un futuro sostenibile: è l'impegno che Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** rinnova per il sesto anno, organizzando il 2 e 3 ottobre all'Università Bocconi di Milano 80 eventi che vedranno protagoniste oltre 170 organizzazioni, la presenza di centinaia di relatori e migliaia di visitatori dal mondo dell'impresa, della formazione, della cultura, della società civile, in quello che è il più importante appuntamento in Italia sulla **CSR** e l'**innovazione sociale**. "Titolo di questa sesta edizione è Le rotte della sostenibilità - spiega Rossella Sobrero, del Gruppo Promotore del **Salone** - un titolo che si ispira al viaggio in mare ed è dedicato a chi vuole cavalcare le onde della conoscenza, arrivare alla meta e ripartire più ricco di idee, condividere il cammino con nuovi compagni, con la consapevolezza che la rotta può cambiare ma i valori rappresentano la bussola per tutte le organizzazioni responsabili. Molte sono le imprese **CSR** oriented incontrate nel Giro d'Italia, un viaggio in

10 tappe dal Friuli alla Calabria organizzato tra novembre 2017 e maggio 2018 - aggiunge Sobrero - E molte saranno anche quelle che parteciperanno all'edizione nazionale: quest'anno sono infatti aumentate le organizzazioni protagoniste a conferma di quanto confronto e condivisione di esperienze siano sempre più importanti". Il ricco programma culturale del **Salone** si articola in 6 percorsi tematici: Circular economy, Diversity & Inclusion, Finanza responsabile, Innovation & Change, Processi e filiere sostenibili, Smart community & Smart city. All'interno di ciascun percorso saranno inseriti dibattiti, seminari e workshop, presentazioni di libri e ricerche. IL **BOSCO DELLA CSR**: 80 ALBERI NEL PARCO NORD DI MILANO, UNO PER CIASCUN EVENTO DEL **SALONE** Fra le novità del **Salone** 2018 c'è il **Bosco della CSR**: in collaborazione con Rete Clima, nell'ottobre 2018 verrà piantato nel Parco Nord di Milano un albero per ciascuno degli 80 eventi del **Salone**. Un contributo concreto a favore della natura con una logica di vicinanza territoriale rispetto al luogo di realizzazione dell'evento. Gli alberi del **Bosco della CSR**, essenze autoctone e idonee alle aree di posa, verranno mantenuti fino a maturità per garantirne la piena crescita e vitalità. A maturità gli alberi piantati avranno assorbito circa 60.000 kg di CO₂, compensando emissioni corrispondenti a circa 1.500.000 km di viaggi in treno, 365.000 ore di lavoro al pc, l'invio di 3.160.000 email con allegato. UN EVENTO SOSTENIBILE AL 100% Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** ha adottato a partire dal 2014 un sistema di gestione conforme alla norma ISO 20121 che qualifica gli eventi sostenibili. Nel 2018 l'impegno è migliorare ulteriormente i risultati ottenuti negli anni precedenti. La verifica di conformità rispetto ai requisiti della ISO 20121 verrà effettuata da Bureau Veritas Italia. Proseguono le collaborazioni con altri importanti partner finalizzate a ridurre l'impatto ambientale del **Salone**: Rete Clima compensa le emissioni del sito www.csreinnoazionesocile.it, CarbonSink quelle relative ai viaggi dei relatori, Dolomiti Energia offre le certificazioni 100% energia pulita e 100% CO₂ free relative alla sede della manifestazione. Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** è promosso da Università Bocconi, **CSR** Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinètica. SP

Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità

LINK: http://www.askanews.it/economia/2018/07/25/ipsos-il-65-per-cento-degli-italiani-crede-nella-sostenibilita%3a0-pn_20180725_00137/



Mercoledì 25 luglio 2018 - 14:10 Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità Indagine per il **Salone della Csr** in programma a ottobre a Milano Milano, 25 lug. (askanews) - Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi Ipsos per il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, definibili come sostenitori (10-15% del campione), che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate, ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e gli indifferenti (15-18% del campione) che sono decisamente poco interessati all'argomento. L'attenzione a questi temi è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato di sostenibilità. E che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione: il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. Proprio su questo tema l'indagine ha esplorato allora quali sono gli elementi che le persone ritengono più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità. E' emerso che innanzitutto la garanzia che deriva da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione) o delle associazioni siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% del campione) è percepita con particolare affidabilità. In generale le imprese, per comunicare il proprio impegno, si affidano invece a strumenti quali il sito internet (utilizzato dal 50% delle organizzazioni) e il bilancio di sostenibilità (35%). Conoscere le imprese che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico è quindi una richiesta delle persone prima ancora che un interesse delle imprese stesse. Presentare le aziende responsabili e le loro buone pratiche, offrire un'occasione di incontro a chi è attento all'ambiente e al sociale, stimolare il confronto fra organizzazioni e stakeholder per costruire insieme un futuro sostenibile: è l'impegno che il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** rinnova per il sesto anno, organizzando il 2 e 3 ottobre all'Università Bocconi di Milano 80 eventi che vedranno protagoniste oltre 170 organizzazioni, la presenza di centinaia di relatori e migliaia di visitatori dal mondo dell'impresa, della formazione, della cultura, della società civile, in quello che è il più importante appuntamento in Italia sulla **CSR** e l'**innovazione sociale**. "Titolo di questa sesta edizione è Le rotte della sostenibilità - spiega Rossella Sobrero, del Gruppo Promotore del **Salone** - un titolo che si ispira al viaggio in mare ed è dedicato a chi vuole cavalcare le onde della conoscenza, arrivare alla meta e ripartire più ricco di idee, condividere il cammino con nuovi compagni, con la consapevolezza che la rotta può cambiare ma i valori rappresentano la bussola per tutte le organizzazioni responsabili". "Molte sono le imprese **CSR** oriented incontrate nel Giro d'Italia, un viaggio in 10 tappe dal Friuli alla Calabria organizzato tra novembre 2017 e maggio 2018 - aggiunge Sobrero - E molte saranno anche quelle che parteciperanno all'edizione nazionale: quest'anno sono infatti aumentate le organizzazioni protagoniste a conferma di quanto confronto e condivisione di esperienze siano sempre più importanti". Il programma culturale del **Salone** si articola in 6 percorsi tematici: Circular

economy, Diversity & Inclusion, Finanza responsabile, Innovation & Change, Processi e filiere sostenibili, Smart community & Smart city. All'interno di ciascun percorso saranno inseriti dibattiti, seminari e workshop, presentazioni di libri e ricerche. Fra le novità del **Salone** 2018 c'è il **Bosco della CSR**: in collaborazione con Rete Clima, nell'ottobre 2018 verrà piantato nel Parco Nord di Milano un albero per ciascuno degli 80 eventi del **Salone**. Un contributo concreto a favore della natura con una logica di vicinanza territoriale rispetto al luogo di realizzazione dell'evento. Gli alberi del **Bosco della CSR**, essenze autoctone e idonee alle aree di posa, verranno mantenuti fino a maturità per garantirne la piena crescita e vitalità. A maturità gli alberi piantati avranno assorbito circa 60.000 kg di CO₂, compensando emissioni corrispondenti a circa 1.500.000 chilometri di viaggi in treno, 365.000 ore di lavoro al pc, l'invio di 3.160.000 email con allegato. Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** ha adottato a partire dal 2014 un sistema di gestione conforme alla norma ISO 20121 che qualifica gli eventi sostenibili. Nel 2018 l'impegno è migliorare ulteriormente i risultati ottenuti negli anni precedenti. La verifica di conformità rispetto ai requisiti della ISO 20121 verrà effettuata da Bureau Veritas Italia. Proseguono le collaborazioni con altri importanti partner finalizzate a ridurre l'impatto ambientale del **Salone**: Rete Clima compensa le emissioni del sito www.csreinnoazionesocile.it, CarbonSink quelle relative ai viaggi dei relatori, Dolomiti Energia offre le certificazioni 100% energia pulita e 100% CO₂ free relative alla sede della manifestazione. Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** è promosso da Università Bocconi, **CSR** Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinètica. CONDIVIDI SU:

Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità

LINK: http://www.askanews.it/economia/2018/07/25/ipsos-il-65-per-cento-degli-italiani-crede-nella-sostenibilita-pr_20180725_00137



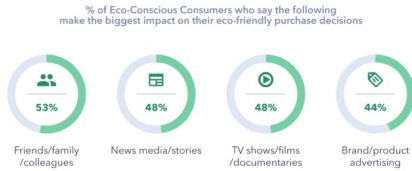
Sostenibilità Mercoledì 25 luglio 2018 - 14:10 Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità Indagine per il **Salone della CSR** in programma a ottobre a Milano Milano, 25 lug. (askanews) - Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi Ipsos per Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, definibili come sostenitori (10-15% del campione), che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate, ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e gli indifferenti (15-18% del campione) che sono decisamente poco interessati all'argomento. L'attenzione a questi temi è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato di sostenibilità. E che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione: il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. Proprio su questo tema l'indagine ha esplorato allora quali sono gli elementi che le persone ritengono più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità. E' emerso che innanzitutto la garanzia che deriva da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione) o delle associazioni siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% del campione) è percepita con particolare affidabilità. In generale le imprese, per comunicare il proprio impegno, si affidano invece a strumenti quali il sito internet (utilizzato dal 50% delle organizzazioni) e il bilancio di sostenibilità (35%). Conoscere le imprese che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico è quindi una richiesta delle persone prima ancora che un interesse delle imprese stesse. Presentare le aziende responsabili e le loro buone pratiche, offrire un'occasione di incontro a chi è attento all'ambiente e al sociale, stimolare il confronto fra organizzazioni e stakeholder per costruire insieme un futuro sostenibile: è l'impegno che Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** rinnova per il sesto anno, organizzando il 2 e 3 ottobre all'Università Bicconi di Milano 80 eventi che vedranno protagoniste oltre 170 organizzazioni, la presenza di centinaia di relatori e migliaia di visitatori dal mondo dell'impresa, della formazione, della cultura, della società civile, in quello che è il più importante appuntamento in Italia sulla **CSR** e l'**innovazione sociale**. "Titolo di questa sesta edizione è Le rotte della sostenibilità - spiega Rossella Sobrero, del Gruppo Promotore del **Salone** - un titolo che si ispira al viaggio in mare ed è dedicato a chi vuole cavalcare le onde della conoscenza, arrivare alla meta e ripartire più ricco di idee, condividere il cammino con nuovi compagni, con la consapevolezza che la rotta può cambiare ma i valori rappresentano la bussola per tutte le organizzazioni responsabili". "Molte sono le imprese **CSR** oriented incontrate nel Giro d'Italia, un viaggio in 10 tappe dal Friuli alla Calabria organizzato tra novembre 2017 e maggio 2018 - aggiunge Sobrero - E molte saranno anche quelle che parteciperanno all'edizione nazionale: quest'anno sono infatti aumentate le organizzazioni protagoniste a conferma di quanto confronto e condivisione di esperienze siano sempre più importanti". Il programma culturale del **Salone** si articola in 6

percorsi tematici: Circular economy, Diversity & Inclusion, Finanza responsabile, Innovation & Change, Processi e filiere sostenibili, Smart community & Smart city. All'interno di ciascun percorso saranno inseriti dibattiti, seminari e workshop, presentazioni di libri e ricerche. Fra le novità del **Salone** 2018 c'è il **Bosco della CSR**: in collaborazione con Rete Clima, nell'ottobre 2018 verrà piantato nel Parco Nord di Milano un albero per ciascuno degli 80 eventi del **Salone**. Un contributo concreto a favore della natura con una logica di vicinanza territoriale rispetto al luogo di realizzazione dell'evento. Gli alberi del **Bosco della CSR**, essenze autoctone e idonee alle aree di posa, verranno mantenuti fino a maturità per garantirne la piena crescita e vitalità. A maturità gli alberi piantati avranno assorbito circa 60.000 kg di CO2, compensando emissioni corrispondenti a circa 1.500.000 chilometri di viaggi in treno, 365.000 ore di lavoro al pc, l'invio di 3.160.000 email con allegato. Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** ha adottato a partire dal 2014 un sistema di gestione conforme alla norma ISO 20121 che qualifica gli eventi sostenibili. Nel 2018 l'impegno è migliorare ulteriormente i risultati ottenuti negli anni precedenti. La verifica di conformità rispetto ai requisiti della ISO 20121 verrà effettuata da Bureau Veritas Italia. Proseguono le collaborazioni con altri importanti partner finalizzate a ridurre l'impatto ambientale del **Salone**: Rete Clima compensa le emissioni del sito www.csreinnoazionesocile.it, CarbonSink quelle relative ai viaggi dei relatori, Dolomiti Energia offre le certificazioni 100% energia pulita e 100% CO2 free relative alla sede della manifestazione. Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** è promosso da Università Bocconi, **CSR** Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinètica.

Il 65% degli italiani è attento alla sostenibilità, ma aziende e brand devono comunicare meglio il loro essere responsabili

LINK: <https://www.brand-news.it/intelligence/ricerche/sostenibilita-aziende-brand-devono-comunicare-meglio/>

Brands Have A Role in Inspiring Eco-Conscious Consumerism



Il 65% degli italiani è attento alla sostenibilità, ma aziende e brand devono comunicare meglio il loro essere responsabili editorbrand01 - 26 Luglio 2018 First Share Una ricerca di Ipsos per il **Salone** della **CSR** e dell'innovazione dice che è sempre più ampio il numero degli italiani che guardano con interesse alla sostenibilità. Gentile lettore, questo articolo è in un'area riservata ai soli abbonati al quotidiano Brand News. Se sei abbonato puoi accedere con la tua login e password, oppure puoi richiedere informazioni sull'abbonamento e un periodo di prova promozionale scrivendo ad admin@brand-news.it o telefonando allo 393 9367226 Nome utente o indirizzo email Password Ricordami Il 65% degli italiani è attento alla sostenibilità, ma aziende e brand devono comunicare meglio il loro essere responsabili ultima modifica: 2018-07-26T10:53:24+00:00 da editorbrand01

Ipsos: il 65 per cento degli italiani crede nella sostenibilità

LINK: <http://www.quasimezzogiorno.org/news/ipsos-il-65-per-cento-degli-italiani-crede-nella-sostenibilita/>

Sempre più italiani guardano con interesse e attenzione alla sostenibilità. Sono il 65% secondo un'analisi Ipsos per il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, definibili come sostenitori (10-15% del campione), che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e aperti (50%), mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. A questi si affiancano gli scettici (16-20%), persone discretamente informate, ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché hanno il dubbio che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e gli indifferenti (15-18% del campione) che sono decisamente poco interessati all'argomento. L'attenzione a questi temi è un trend in decisa crescita nel Paese: dal 2014 sono aumentati del 65% gli italiani che dichiarano di conoscere il significato di sostenibilità. E che chiedono un impegno alle imprese, soprattutto nella comunicazione: il 53% dei cittadini riconosce che negli ultimi tre anni l'attenzione delle aziende è cresciuta, in particolare verso l'ambiente, ma il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. Proprio su questo tema l'indagine ha esplorato allora quali sono gli elementi che le persone ritengono più efficaci per comprendere l'impegno delle imprese in sostenibilità. È emerso che innanzitutto la garanzia che deriva da terze parti, come nel caso delle certificazioni (considerate efficaci dal 42% del campione) o delle associazioni siano esse di consumatori, ambientaliste o umanitarie (considerate efficaci dal 35% del campione) è percepita con particolare affidabilità. In generale le imprese, per comunicare il proprio impegno, si affidano invece a strumenti quali il sito internet (utilizzato dal 50% delle organizzazioni) e il bilancio di sostenibilità (35%). Conoscere le imprese che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico è quindi una richiesta delle persone prima ancora che un interesse delle imprese stesse. Presentare le aziende responsabili e le loro buone pratiche, offrire un'occasione di incontro a chi è attento all'ambiente e al sociale, stimolare il confronto fra organizzazioni e stakeholder per costruire insieme un futuro sostenibile: è l'impegno che il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** rinnova per il sesto anno, organizzando il 2 e 3 ottobre all'Università Bicconi di Milano 80 eventi che vedranno protagoniste oltre 170 organizzazioni, la presenza di centinaia di relatori e migliaia di visitatori dal mondo dell'impresa, della formazione, della cultura, della società civile, in quello che è il più importante appuntamento in Italia sulla **CSR** e l'**innovazione sociale**. "Titolo di questa sesta edizione è Le rotte della sostenibilità - spiega Rossella Sobrero, del Gruppo Promotore del **Salone** - un titolo che si ispira al viaggio in mare ed è dedicato a chi vuole cavalcare le onde della conoscenza, arrivare alla meta e ripartire più ricco di idee, condividere il cammino con nuovi compagni, con la consapevolezza che la rotta può cambiare ma i valori rappresentano la bussola per tutte le organizzazioni responsabili". "Molte sono le imprese **CSR** oriented incontrate nel Giro d'Italia, un viaggio in 10 tappe dal Friuli alla Calabria organizzato tra novembre 2017 e maggio 2018 - aggiunge Sobrero - E molte saranno anche quelle che parteciperanno all'edizione nazionale: quest'anno sono infatti aumentate le organizzazioni protagoniste a conferma di quanto confronto e condivisione di esperienze siano sempre più importanti". Il programma culturale del **Salone** si articola in 6 percorsi tematici: Circular economy, Diversity & Inclusion, Finanza responsabile, Innovation & Change, Processi e filiere sostenibili, Smart community & Smart city. All'interno di ciascun percorso saranno inseriti dibattiti, seminari e workshop, presentazioni di libri e ricerche. Fra le novità del **Salone** 2018 c'è il **Bosco della CSR**: in collaborazione con Rete Clima, nell'ottobre 2018 verrà piantato nel Parco Nord di Milano un albero per ciascuno degli 80 eventi del **Salone**. Un contributo concreto a favore della natura con una logica di vicinanza territoriale rispetto al luogo di realizzazione dell'evento. Gli alberi del **Bosco della CSR**, essenze autoctone e idonee alle aree di posa, verranno mantenuti fino a maturità per garantirne la piena crescita e vitalità. A maturità gli alberi piantati avranno assorbito circa 60.000 kg di CO2, compensando emissioni corrispondenti a circa 1.500.000 chilometri di viaggi in treno, 365.000 ore di lavoro al pc, l'invio di

3.160.000 email con allegato. Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** ha adottato a partire dal 2014 un sistema di gestione conforme alla norma ISO 20121 che qualifica gli eventi sostenibili. Nel 2018 l'impegno è migliorare ulteriormente i risultati ottenuti negli anni precedenti. La verifica di conformità rispetto ai requisiti della ISO 20121 verrà effettuata da Bureau Veritas Italia. Proseguono le collaborazioni con altri importanti partner finalizzate a ridurre l'impatto ambientale del **Salone**: Rete Clima compensa le emissioni del sito www.csreinnoazionesocile.it, CarbonSink quelle relative ai viaggi dei relatori, Dolomiti Energia offre le certificazioni 100% energia pulita e 100% CO2 free relative alla sede della manifestazione. Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** è promosso da Università Bocconi, **CSR** Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinètica.