

# REPORT DI IMPATTO 2025

13° EDIZIONE  
CREARE FUTURI DI VALORE



# INDICE



1. **La storia del Salone della CSR**
2. **Gli obiettivi del report**
3. **Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale 2025**
4. **Introduzione all'SDG Compass**
5. **La valutazione di impatto del Salone della CSR**
6. **I risultati della valutazione**
7. **Conclusioni**



# 1. IL SALONE DELLA CSR E DELL'INNOVAZIONE SOCIALE

## Cos'è?

Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale è il principale evento in Italia dedicato ai temi della responsabilità sociale d'impresa e dell'innovazione sociale.

È un appuntamento culturale, una palestra dove confrontarsi e vivere in prima persona i cambiamenti in corso. Ma è anche un'occasione per aggiornarsi, conoscere persone diverse, condividere criticità ed esperienze positive.

Il Salone della CSR è sempre in movimento: durante tutto l'anno organizza eventi nei territori, incontri online, premi e iniziative con l'obiettivo di alzare l'asticella di un percorso non sempre facile dove sono necessari creatività, coraggio, coerenza.

## La 13° edizione

La 13° edizione ha adottato il tema "**Creare futuri di valore**", chiudendo un trittico iniziato nel 2023 con "Abitare il cambiamento" e proseguito nel 2024 con "Sfidare le contraddizioni". L'edizione ha portato l'attenzione sull'urgenza di creare le condizioni per un futuro diverso, rafforzando le sinergie tra i diversi attori e vivendo consapevolmente le sfide sociali e ambientali.



# La certificazione ISO 20121

Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale detiene la certificazione **ISO 20121** (sistema di gestione sostenibile degli eventi) in modo continuativo dal 2014, sviluppata da Koinètica e verificata da Bureau Veritas Italia.

La norma ISO 20121 definisce i requisiti per la gestione della sostenibilità degli eventi e rappresenta una verifica esterna e indipendente che il Salone della CSR non si limita a promuovere la sostenibilità come contenuto culturale, ma la pratica concretamente nella propria gestione organizzativa.

Gli obiettivi di questo sistema di gestione sono:

- minimizzare gli impatti dell'evento sull'ambiente e sulle comunità coinvolte
- coinvolgere i principali portatori di interesse in un percorso di conoscenza e condivisione dei principi della sostenibilità
- sviluppare il "fattore di ereditarietà" del Salone della CSR attraverso la costruzione di un'ampia community di soggetti impegnati a promuovere un modello di sviluppo sostenibile.

# Le edizioni precedenti



2020 - *I volti della sostenibilità*

2021 - *Rinascere sostenibili*



2022 - *Connessioni sostenibili*

*Connessioni sostenibili*

## ABITARE IL CAMBIAMENTO

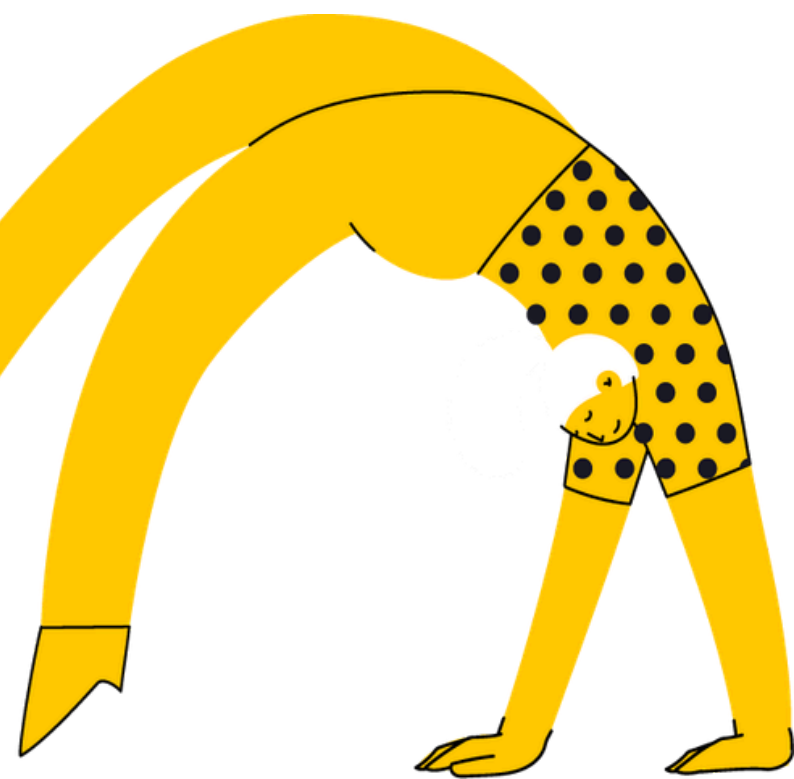
2023 - *Abitare il cambiamento*

SFIDARE LE  
**CONTRADDIZIONI**  
9, 10 e 11 Ottobre 2024

2024 - *Sfidare le  
contraddizioni*

## 2. OBIETTIVI DEL REPORT

- 1 Applicare la metodologia SDG Compass Guide per misurare per la prima volta l'impatto sociale del Salone della CSR e dell'innovazione sociale
- 2 Superare le tradizionali metriche di output (partecipanti, sessioni) per misurare outcome reali (cambiamenti di conoscenza, comportamento, azione)
- 3 Valutare il contributo concreto del Salone della CSR ai 5 SDG dell'Agenda 2030
- 4 Stabilire una base di partenza concreta, da riprendere e aggiornare nelle edizioni future per seguire nel tempo i cambiamenti generati dall'evento



# Partner e collaborazioni 2025

## Gruppo promotore



Università  
Bocconi  
MILANO



sustainability  
makers  
the professional  
network



Global Compact  
Network Italia



Alleanza Italiana  
per lo Sviluppo  
Sostenibile



Fondazione  
Sodalitas



UNIONCAMERE

koinetica

## Partner istituzionali



Gruppo FS  
The Mobility Leader

Posteitaliane

## Partner tecnici e collaborazioni



greenmedia lab



MADE IN CARCERE®  
New Philosophy and Life Style





# 3. IL SALONE DELLA CSR 2025

La 13° edizione si è tenuta dall'8 al 10 ottobre 2025 presso l'Università Bocconi di Milano, con il tema "Creare futuri di valore"

## PARTECIPANTI

**260** organizzazioni Protagoniste

**530** relatori

**6.000** presenze



## APPUNTAMENTI

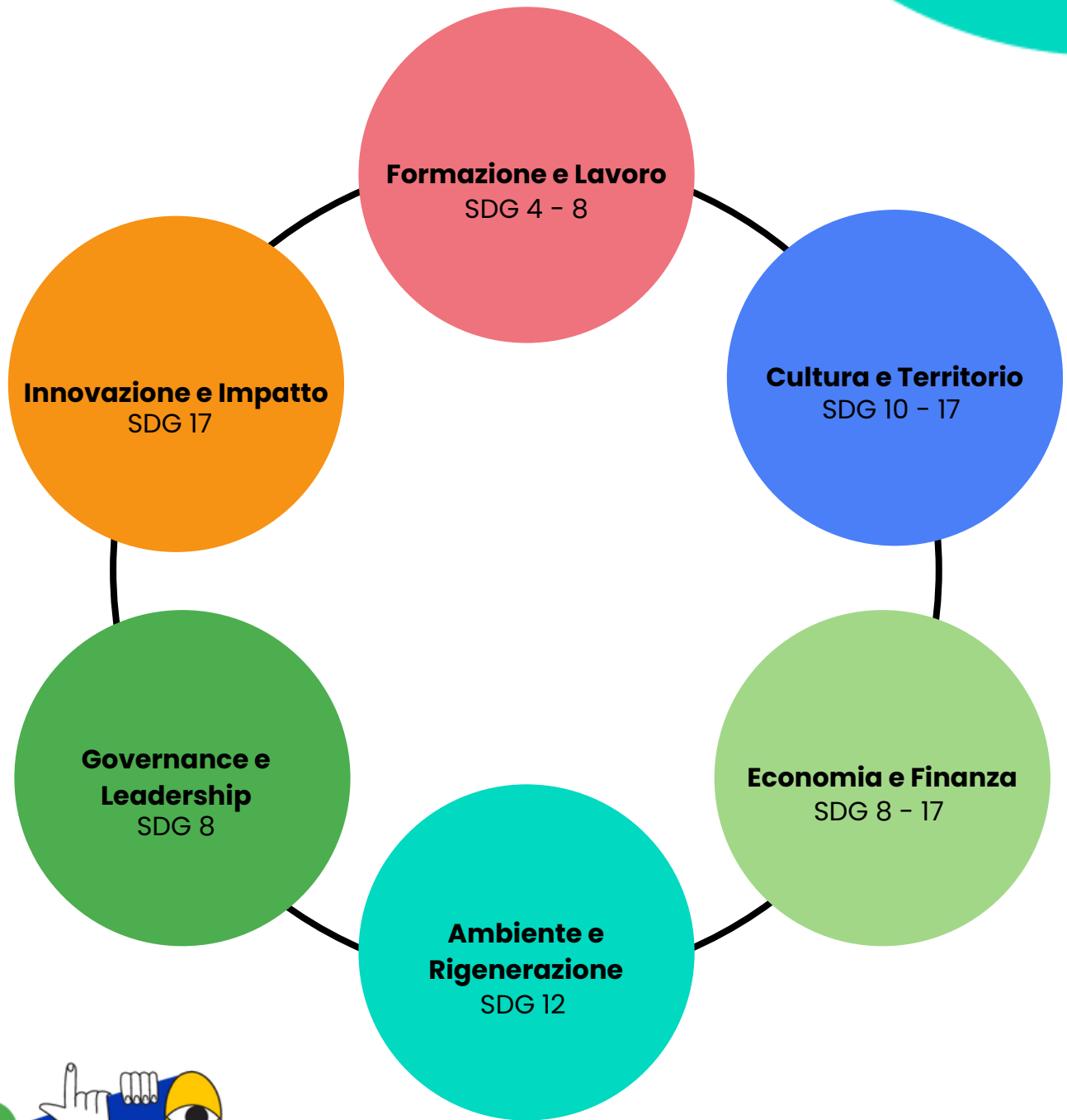
**120** eventi in tre giorni

**7** tappe Giro d'Italia della CSR

**8** appuntamenti del Salone extra



# I PERCORSI 2025



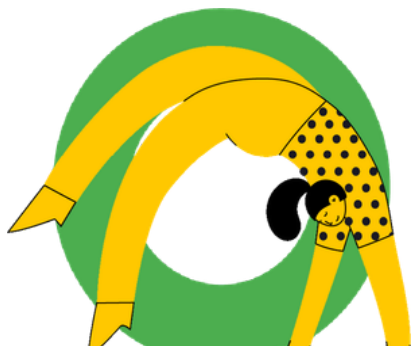
# 4. NOTA METODOLOGICA

## La metodologia adottata

L'**SDG Compass Guide** è stata sviluppata nel 2015 da GRI, UN Global Compact e WBCSD per aiutare le organizzazioni ad allineare le proprie strategie agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU.

Si articola in cinque passi sequenziali:

1. Comprendere il contesto globale degli SDG
2. Definire le priorità attraverso un'analisi di materialità
3. Fissare obiettivi con un approccio Outside-In (dai bisogni globali, non dalle performance interne)
4. Integrare la sostenibilità nei processi
5. Rendicontare con trasparenza, incluse le aree di debolezza

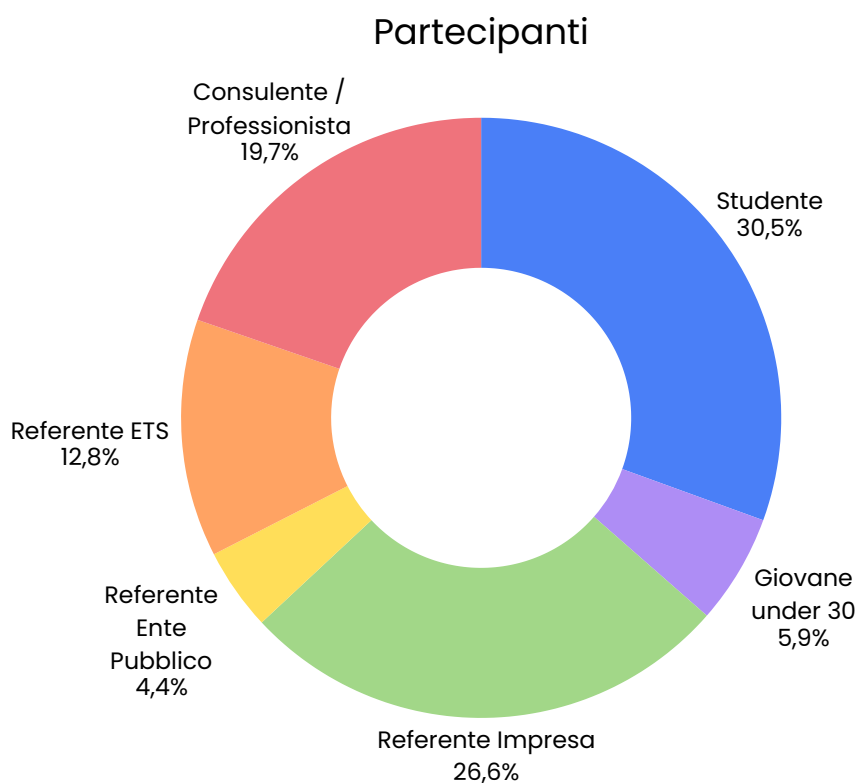


# 5. LA VALUTAZIONE DI IMPATTO DEL SALONE DELLA CSR 2025

## La popolazione coinvolta

La valutazione ha coinvolto due gruppi di partecipanti, con questionari pre e post evento\*:

- **Gruppo A** - Giovani e studenti (N=74 baseline): presenti per orientamento, formazione, primi contatti professionali
- **Gruppo B** - Professionisti e speaker (N=129 baseline): referenti aziendali, consulenti CSR, relatori, rappresentanti di enti pubblici e terzo settore

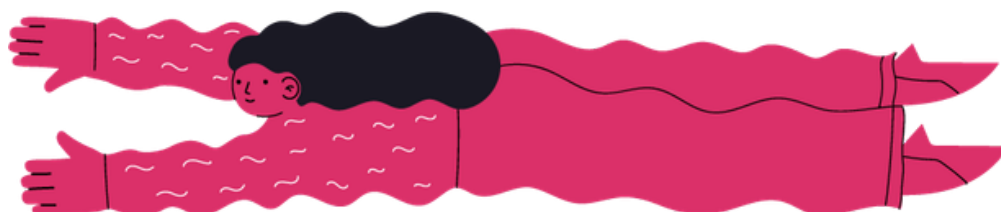


\*Il questionario pre evento è stato erogato durante l'evento. Il questionario post evento è stato condiviso con i partecipanti dopo 3 mesi dall'evento

## Gli SDG misurati

Attraverso un'analisi di materialità, sono stati selezionati **5 SDG prioritari** - quelli su cui il Salone della CSR ha il maggiore impatto potenziale e che i partecipanti stessi hanno indicato come più rilevanti:

SDG	Perché prioritario per il Salone
<b>SDG 4</b> - Istruzione di Qualità	Il Salone della CSR trasferisce conoscenze e competenze sulla sostenibilità
<b>SDG 8</b> - Lavoro Dignitoso	Aggiorna le competenze professionali e orienta i giovani verso carriere sostenibili
<b>SDG 10</b> - Ridurre le Disuguaglianze	Promuove inclusione e accesso equo; partecipazione gratuita e aperta
<b>SDG 12</b> - Consumo Responsabile	Cuore della missione CSR: adozione di pratiche responsabili nelle organizzazioni
<b>SDG 17</b> - Partnership per gli Obiettivi	Il Salone della CSR è per natura un luogo di incontro multi-stakeholder





Il framework comprende 36 KPI (18 per gruppo), mappati sui 5 SDG prioritari secondo la seguente struttura:

<b>SDG</b>	<b>Tipo KPI</b>	<b>Cosa misura</b>
<b>SDG 4</b>	Δ Conoscenze/ Aggiornamento	Incremento competenze pre-post
<b>SDG 8</b>	Orientamento/Utilità professionale	Impatto su carriera e competenze lavorative
<b>SDG 10</b>	Inclusione/Accessibilità	Equità di accesso e partecipazione
<b>SDG 12</b>	Adozione pratiche CSR	Conversione intenzioni in azioni concrete
<b>SDG 17</b>	Networking/Partnership	Connessioni e collaborazioni generate

# 6. I RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

## Una premessa necessaria

Il questionario post-evento ha ottenuto un tasso di risposta del 24,8% per il Gruppo B (32 professionisti su 129) e, purtroppo, solo 5 risposte per il Gruppo A - rendendo quest'ultimo statisticamente inutilizzabile.

I risultati che seguono si riferiscono quindi al Gruppo B e vanno letti come indicativi di una tendenza reale, con la consapevolezza che aumentare la partecipazione ai questionari è la priorità numero uno per le prossime edizioni.

**Impact Index: 62,2 / 100**

Il punteggio sintetico che aggrega i KPI principali colloca il Salone della CSR in fascia "**Impatto moderato-alto**" - un risultato solido considerando che si tratta della prima misurazione sistematica mai condotta.

## RISULTATI BASELINE (PRE-EVENTO)

Questa sezione presenta i dati raccolti prima dell'evento attraverso il questionario erogato pre evento, fornendo il punto di partenza per calcolare i  $\Delta$  outcome.

### GRUPPO A

Indicatore	Valore Baseline
Livello informazione CSR medio	2.4/5
% con livello informazione $\geq 3$	~45%
Motivazione principale	Formazione e orientamento

### GRUPPO B

Indicatore	Valore Baseline
% con CSR già implementata	74,40%
Motivazione 1: aggiornamento pratiche	76,8%
Motivazione 2: networking	76%
Aspettativa 1: nuove partnership	78,4%
Aspettativa 2: nuove politiche CSR	51,2%
Aspettativa 3: progetti impatto sociale	48,8%
Commitment medio (scala 1-5)	~3.5-4.1
Media aggiornamento PRE (B1, post-hoc)	3.53/5

## RISULTATI OUTCOME (POST-EVENTO)

Questa sezione presenta i risultati effettivi del questionario POST-evento, con calcolo dei  $\Delta$  rispetto alla baseline.

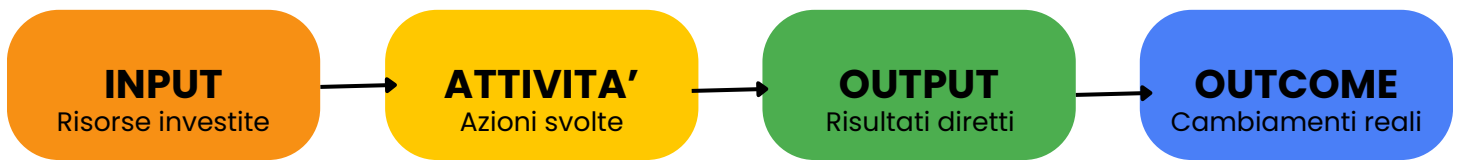
Gruppo	Invitati (baseline)	Rispondenti POST	Response Rate
Gruppo A	74	5	7%
Gruppo B	129	32	24,8%
Totale	203	37	18,2%

### Outcome Gruppo A - Giovani/Studenti

Con sole 5 risposte su 74 invitati, non è possibile calcolare alcun KPI statisticamente significativo per il Gruppo A.

### Outcome Gruppo B – Professionisti

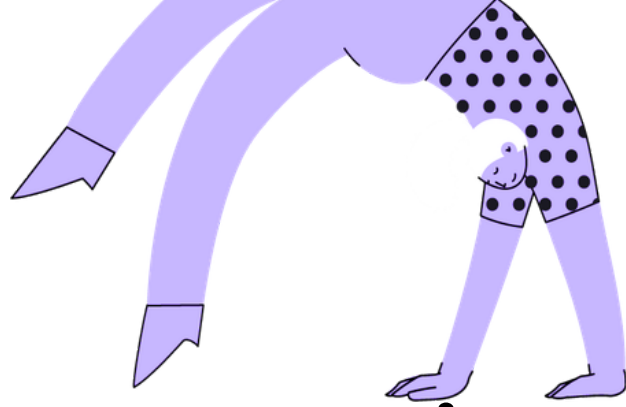
SDG	Indicatore chiave	Risultato	Target	Esito
<b>SDG 17</b> Partnership	Networking concreto generato	<b>87,50%</b>	60%	Eccellente
<b>SDG 4</b> Istruzione	Aggiornamento professionale efficace	<b>71,90%</b>	65%	Raggiunto
<b>SDG 10</b> Disuguaglianze	Progetti a impatto sociale avviati o pianificati	<b>62,50%</b>	35%	Superato
<b>SDG 12</b> Consumo Resp.	Adozione di nuove pratiche CSR	<b>46,90%</b>	40%	Raggiunto
<b>SDG 8</b> Lavoro Dignitoso	Utilità professionale percepita $\geq 4/5$	<b>68,80%</b>	70%	Quasi raggiunto



**OUTPUT**  
6.000 presenze  
530 relatori  
260 organizzazioni  
120 eventi

**OUTCOME**  
**Cos'è cambiato?**  
75% conversion rate  
87.5% networking concreto  
46.9% adozione CSR





# L'impatto del Salone della CSR in numeri

**75%** dei partecipanti ha trasformato un'intenzione in un'azione concreta dopo l'evento

ha sviluppato contatti di networking concreti

**87,5%**

**+46,9%** è il **Net Promoter Score** — il Salone della CSR è fortemente raccomandato

si è dichiarato soddisfatto o molto soddisfatto

**78,1%**

**4,12/5**

è il livello medio di motivazione post-evento a continuare il proprio impegno sulla sostenibilità



# 7. CONCLUSIONI

La 13° edizione del Salone della CSR ha generato un impatto sociale reale e misurabile. I professionisti che vi hanno partecipato sono usciti con nuove connessioni, nuove pratiche da esplorare e, in molti casi, con azioni già avviate.

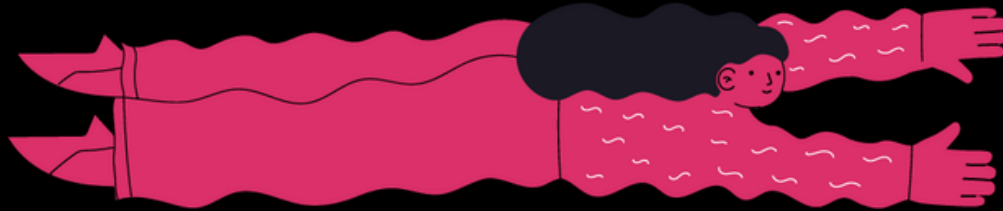
I dati disponibili indicano una buona capacità del Salone della CSR di tradurre partecipazione in coinvolgimento concreto, e confermano che l'evento è percepito come uno spazio di valore dalla sua comunità.

Questo report è anche il racconto di un'operazione nuova e imperfetta. Il basso tasso di risposta ai questionari - in particolare tra i giovani - è la principale criticità identificata, e viene documentata senza attenuanti. Migliorare la raccolta dati nelle prossime edizioni è il prerequisito per trasformare questo primo esercizio in un sistema di misurazione robusto.

Il valore di questo lavoro sta però proprio qui: per la prima volta il Salone della CSR non si limita a misurare quanto ha fatto, ma quanto ha cambiato. È una scelta di responsabilità verso i propri stakeholder, coerente con il tema stesso dell'edizione 2025 e con la missione che il Salone della CSR porta avanti da tredici anni.



**CSR  
IS** *13° edizione*  
Il Salone della CSR  
e dell' **innovazione sociale**



La valutazione di impatto è stata realizzata da operari srl società benefit e B Corp.  
Report sviluppato secondo la metodologia SDG Compass Guide (GRI, UN Global Compact, WBCSD, 2015).