

Le rotte della sostenibilità. Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale fa tappa a Roma.

di Concetta Cardamone

L'appuntamento romano dell'8 marzo, nel cuore della capitale, si è rivelato un vero successo. Ospitato nell'Aula Magna dell'Università LUMSA, il Salone della CSR e dell'innovazione sociale verte da subito su parole chiave che intessono l'intera giornata di confronto: cultura, dialogo, coinvolgimento.

I grandi protagonisti dell'economia italiana e internazionale come Enel, Ferrovie dello Stato, Generali Italia, P&G Italia, Terna e DNV GL hanno raccontato le politiche di sostenibilità ispirate agli SDG's dell'ONU e come sia indispensabile creare una rete tra tutte le figure aziendali e sociali, introdotti dal prorettore della LUMSA, Giovanni Ferri, il quale inserisce la consapevolezza dei cittadini e degli investitori come leva determinante per incentivare le imprese a un cambiamento delle politiche strategiche aziendali verso gli obiettivi dell'Agenda 2030, il punto di riferimento più alto da perseguire per raggiungere efficaci risultati in chiave di sostenibilità.

Mobilità sostenibile. FSI punta a diventare il player della mobilità integrata nazionale.

Il talk di Lorenzo Radice, *Responsabile Sostenibilità di Ferrovie dello Stato Italiane*, presenta l'azienda in una nuova veste: non basta un solo percorso sostenibile, ciò che serve, in un settore come quello dei trasporti con esternalità negative elevate, è riuscire ad offrire servizi integrati e sostenibili. Visione sistemica quindi per FSI, che punta a diventare il **player di sistema della mobilità** nel Paese integrando servizi, logistica e infrastrutture anche con soggetti diversi.

Il business di Enel che si impegna per la diversità e l'inclusione adottando il global goal numero 5.

L'intervento di Patricia Navarra, *Sustainability Innovation and Stakeholder Engagement Manager di Enel*, non poteva essere più pertinente, anche in corrispondenza della festa della donna: le politiche aziendali in relazione al global goal dell'Agenda 2030 numero 5 per **eliminare le barriere che impediscono alle donne di raggiungere i vertici aziendali e raggiungere la parità di genere sul luogo di lavoro**. La policy aziendale diventa un percorso di co-creazione all'interno della quale la gestione della

diversità diventa fattore altamente abilitante.

L'energia fa da conduttore della comunicazione. Terna, il tessuto nervoso del Paese.

Giovanni Buttitta, *Capo delle relazioni esterne e progetti speciali di Terna*, fa riflettere profondamente sull'acquisizione abbastanza recente da parte delle imprese del concetto di responsabilità sociale d'impresa: "fino a dieci anni fa solo cinque imprese in Italia facevano il bilancio integrato e due sono stati i settori dell'economia ad avvertirne per primi l'esigenza di adottarlo, quello alimentare e quello dell'energia". Chiude il talk asserendo che sostenibile per Terna significa anche **interagire con il territorio e creare una sinergia sistemica** tra azienda e comunità, pur se talvolta comporta un maggior investimento in termini di tempo.

Generali e il progetto Valore-Cultura: come l'arte contribuisce alla crescita della comunità.

Parola chiave per Lucia Sciacca, *Direttore Comunicazione e Social Responsibility Generali Country Italia*, è valore: il suo intervento ha emozionato la platea con la poesia di Erri De Luca *Considero Valore*. Per Generali sostenibilità significa comprendere cosa crea valore per i vari pubblici anche attraverso il sostegno e l'accessibilità all'arte, che fa parte del DNA nazionale e che, se applicata trasversalmente alle strategie aziendali, contribuisce alla sostenibilità sociale.

La formula della CSR di DNV-GL: il mercato sostenibile e la green supply chain.

Il leader tra i principali enti di certificazione al mondo, DNV-GL Business Assurance, rappresentato da Alberto Sartori, *Sustainability & Supply Chain*, apre il suo talk affermando che la richiesta di responsabilità aziendale oggi è legata direttamente ad una forte pressione dal basso, con una esplicita richiesta di trasparenza delle filiere di approvvigionamento. I veri leader nella gestione sostenibile della supply chain sono coloro che integrano gli indicatori di sostenibilità nel processo di approvvigionamento e in maniera efficace nel life cycle assesment della produzione, garantendo la massimizzazione di "valore condiviso" lungo tutta la value chain.

Il senso di appartenenza al territorio di un'impresa: la cittadinanza sostenibile di P&G.

Riccardo Calvi, *Responsabile Comunicazione P&G Italia*, si fa portavoce dell'impegno responsabile di una delle più grandi multinazionali di beni di consumo, identificandolo nella capacità manageriale di intercettare i bisogni di un

territorio e dialogare con esso donando risposte sostenibili concrete. Presenta grandi campagne di comunicazione che fanno commuovere la platea e ristabilisce il contatto con il quotidiano raccontando il progetto della *Lavanderia di Papa Francesco* e l'aiuto alle comunità terremotate di Norcia e dintorni.

Next: il vero engagement responsabile e sostenibile viene dal basso.

Infine, chiude la prima parte del Salone Giovanni Battista Costa, *Presidente di Next - Nuova Economia per Tutti*, il quale sottolinea a sua volta che l'economia sta cambiando insieme alle esigenze della società: *"i cittadini si stanno organizzando per un nuovo paradigma economico che viene dal basso e spinge a ripensare le aziende in termini di legittimità, che si contrappone alla redditività e legalità."*

Le parole chiave per Next sono dialogo, condivisione, rete e coglie l'occasione per presentare in anteprima EyeOnBuy, uno strumento per *"promuovere un modello economico costruito dal basso e premiare le aziende sostenibili"*.

A seguire si è svolta la tavola rotonda, coordinata dal prof. **Gennaro Iasevoli**, *Direttore del Dip. Sc. Umane della LUMSA*: *"Il capitano della nave non prevede il tempo ma conosce la rotta per tornare in porto"* - con questa metafora legata al tema del Salone 2018, introduce esponenti dell'economia e della società italiana di grande spicco come **Giancarla Babino**, *Coordinatrice gruppo tecnico RSI di Confindustria Area Politiche Industriali*, che presenta il Manifesto sulla RSI per le imprese 4.0 e focalizza il suo intervento sull'importanza di ragionare in termini di "ecosistema" nella misura in cui una politica governativa si dimostra fondamentale, ma conferma la creazione di percorsi sostenibili di medio e lungo termine solo se incastonata in una rete fatta di collegamenti e percorsi comuni a tutti gli attori sociali.

Sabrina Florio, *Presidente Anima per il sociale nei valori d'impresa*, parla dell'equivalenza tra profitto e crescita, che inequivocabilmente presuppone la condivisione con tutti gli stakeholder d'azienda per co-creare un piano di sostenibilità a lungo termine, in cui tutti gli attori sono protagonisti.

Tiziana Pompei, *Vice segretario generale Unioncamere*, sottolinea l'importanza della comunicazione e della partecipazione condivisa per la diffusione integrata della sostenibilità.

E poi, **Marco Frey**, *Presidente Fondazione Global Compact Network Italia*, che in un'analisi globale e molto dettagliata conclude affermando che oggi la sfida è culturale: *"tra incentivi e obbligazioni di potere è necessario conoscenza e cultura per passare da un ragionamento di nicchia a uno globale."*

E a questo concetto si aggancia il prof. **Luigino Bruni** della LUMSA, che inquadra nei social network la vera novità del paradigma culturale perché in questa rivoluzione 4.0 è

coinvolta anche la *reputation* delle imprese, che devono stare più attente ai loro comportamenti.

In sostanza la sostenibilità è un fenomeno davvero complesso perché tocca tutti gli aspetti della vita e solo creando un senso di appartenenza verso qualcosa di più grande in cui ognuno può contribuire davvero a fare la differenza si potrà costruire un sistema integrando sostenibile e duraturo.

Concetta Cardamone



Social e green addicted: mi occupo di comunicazione creativa, digital e green marketing. Supporto imprese e ONP nella creazione di strategie creative, green alliance e nella gestione dell'attività sui social media. Mi interesso di circular economy, di best practices di aziende responsabili e di innovazione sostenibile di cui parlo nel mio green blog e sui miei canali social. Euforica se c'è da tirar fuori una nuova idea, pronta a scoprire nuovi mondi perché there's always something to discover! #BeeYourHero è il mio motto.

Informazioni

Il Giro d'Italia della CSR

Le prossime tappe:

- 14 marzo 2018 - Perugia
- 23 marzo 2018 - Genova
- 10 aprile 2018 - Firenze
- 18 aprile 2018 - Bologna
- 9 maggio 2018 - Cosenza
- 23 maggio 2018 - Verona

#CSRIS18RM