



# **SALONE DELLA CSR WEB**

01 - 12 ottobre 2018

# INDICE

## SALONE DELLA CSR WEB

10/10/2018 cure-naturali.it	10
<b>FONTI RINNOVABILI, SCOMMETTERE SULL'ENERGIA SOLARE</b>	
08/10/2018 civonline.it	12
<b>Cresce il desiderio di ??consumare bene??</b>	
05/10/2018 adnkronos.com 10:07	13
<b>Marita Spera (American Express Italia): "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti"</b>	
04/10/2018 adnkronos.com 11:48	14
<b>Sostenibilità, cresce il desiderio di 'consumare bene'</b>	
03/10/2018 adnkronos.com 11:41	15
<b>ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno</b>	
02/10/2018 ecomunita.it	17
<b>Ecco quanto gli italiani credono nella sostenibilità</b>	
01/10/2018 adnkronos.com 13:36	19
<b>Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10</b>	
28/09/2018 Eco in città 10:52	21
<b>Salone CSR: Quanto vale il capitale naturale? Il 2 ottobre a Milano</b>	
08/10/2018 transportonline.com 16:12	22
<b>La logistica Sostenibile protagonista alla Future mobility week ...</b>	
04/10/2018 adnkronos.com 09:44	23
<b>Andrea Razeto: "Cerchiamo sempre soluzioni che migliorino vita della comunità"</b>	
03/10/2018 adnkronos.com 10:02	24
<b>Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore</b>	
02/10/2018 adnkronos.com 11:44	25
<b>Bnl e Bnp Paribas protagonisti al Salone della CSR</b>	
05/10/2018 wisesociety.it	26
<b>La sostenibilità ha un presente, occorre darle un futuro</b>	
05/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 14:45	28
<b>Marita Spera: "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti"</b>	

04/10/2018 adnkronos.com 09:44	29
<b>Pierluigi Stefanini: "Progetto banco alimentare intelligente, aiuta chi in difficoltà"</b>	
03/10/2018 adnkronos.com 00:06	30
<b>Da oggi una nuova comunicazione digitale per la sostenibilità: nasce l'OpenReport di LGH</b>	
02/10/2018 Agenzia Redattore Sociale	32
<b>Al via a Milano il Salone della responsabilità sociale d'impresa</b>	
29/09/2018 agoravox.it 08:30	33
<b>Eventi, fiere, festival e libri di ottobre</b>	
04/10/2018 wisociety.it	35
<b>Il carpooling aiuta Genova: 5000 auto in meno sulle strade</b>	
05/10/2018 Vita.it 15:55	36
<b>Salone della Csr, un evento in espansione</b>	
04/10/2018 adnkronos.com 09:44	37
<b>Manuela Kron: "Fieri di collaborare con il Banco alimentare, per noi momento di unione"</b>	
02/10/2018 adnkronos.com 11:44	38
<b>Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z</b>	
02/10/2018 Il Dubbio.news	39
<b>Bnl e Bnp Paribas protagonisti al Salone della CSR</b>	
01/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 14:40	40
<b>Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10</b>	
05/10/2018 mark-up.it 15:31	42
<b>Lidl Italia punta a donare 10 milioni di pasti all'anno</b>	
04/10/2018 adnkronos.com 09:44	43
<b>Giorgio Pierini: "Nostri prodotti uniscono, importante collaborare con Banco Alimentare"</b>	
03/10/2018 Agenzia Redattore Sociale 13:00	44
<b>Business dell'accoglienza e scandali: va in scena il "processo al non profit"</b>	
02/10/2018 Il Dubbio.news	46
<b>Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10</b>	
28/09/2018 borsaitaliana.it 19:11	48
<b>Economia e finanza: gli avvenimenti della settimana</b>	

05/10/2018 notizie.tiscali.it	49
<b>Marita Spera: "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti"</b>	
04/10/2018 adnkronos.com 09:44	50
<b>Tiziano Onesti : "Treni sostenibili per lasciare qualcosa di buono ai nostri figli"</b>	
03/10/2018 Ansa motori 14:18	51
<b>Ponte Morandi, decolla progetto carpooling aziendale a +20%</b>	
02/10/2018 Il Dubbio.news	52
<b>Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z</b>	
01/10/2018 Vita.it 15:40	53
<b>#Processoalnonprofit, al via la prima udienza</b>	
05/10/2018 notizie.tiscali.it	54
<b>Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità</b>	
04/10/2018 finanza.repubblica.it 13:12	56
<b>Salone della CSR, de Bortoli: "Sostenibilità decisiva per attrarre investimenti futuri"</b>	
03/10/2018 Corriere di Siena.it 19:03	57
<b>Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade</b>	
02/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 16:51	59
<b>Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z</b>	
01/10/2018 Vita.it 11:34	60
<b>La sostenibilità che piace è quella che fa rima con qualità</b>	
29/09/2018 controluce.it 11:33	62
<b>Il tema della 13° edizione di Giornalisti Nell'Erba</b>	
05/10/2018 trentinocorrierealpi.gelocal.it	64
<b>Melinda e le sue celle ipogee alla Bocconi</b>	
04/10/2018 finanza.repubblica.it 00:12	65
<b>Salone CSR, CNH Industrial mette la sostenibilità al centro della ...</b>	
03/10/2018 Gsanews 09:30	66
<b>Sostenibilità fa rima con qualità</b>	
02/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 00:06	68
<b>Bnl e Bnp Paribas protagonisti al Salone della CSR</b>	
05/10/2018 lettera43.it 16:19	69
<b>Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità</b>	

04/10/2018 finanza.repubblica.it 00:09	71
<b>FS Italiane al Salone della CSR declina la sostenibilità nell'operatività delle ferrovie</b>	
03/10/2018 Il Dubbio.news	73
<b>ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno</b>	
01/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 14:40	75
<b>Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10</b>	
02/10/2018 Vivimilano.it	77
<b>Innovazione sociale</b>	
04/10/2018 Il Dubbio.news	78
<b>Trenitalia: "Tutti nostri treni sostenibili"</b>	
03/10/2018 Il Dubbio.news	79
<b>Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore</b>	
03/10/2018 italiaoggi.it	80
<b>Il profit si è alleato al non profit per sconfiggere la povertà e lo spreco</b>	
02/10/2018 ilsussidiario.net 06:07	81
<b>"THE REUNION"/ Profit e non profit insieme contro lo spreco per rendere il cibo un valore</b>	
05/10/2018 startupitalia.eu 10:23	84
<b>Differenze di genere: un libro affronta con coraggio gli ostacoli delle economiste</b>	
02/10/2018 Tribuna Politica Web.it	86
<b>Bnl e Bnp Paribas protagonisti al Salone della CSR</b>	
07/10/2018 distribuzionemoderna.info	87
<b>Sostenibilità, un obiettivo da raggiungere, per amore e per forza</b>	
04/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 14:53	89
<b>Sostenibilità, cresce il desiderio di ?consumare bene?</b>	
03/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 00:38	90
<b>ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno</b>	
02/10/2018 Tribuna Politica Web.it	91
<b>Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10</b>	
01/10/2018 arezzoweb.it	92
<b>Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10</b>	

05/10/2018 distribuzionemoderna.info <b>Lidl dona oltre 400 tonnellate di cibo in 6 mesi</b>	94
04/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 09:24 <b>Andrea Razeto: ?Cerchiamo sempre soluzioni che migliorino vita della comunità?</b>	95
02/10/2018 Tribuna Politica Web.it <b>Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z</b>	96
02/10/2018 borsaitaliana.it 07:20 <b>Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre -3-</b>	97
04/10/2018 lamiafinanza.it <b>Zenit SGR e CasaOz, un percorso costruito insieme, attraverso il teatro, a favore dei piccoli ospiti della Onlus</b>	98
04/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 09:24 <b>Manuela Kron: ?Fieri di collaborare con il Banco alimentare, per noi momento di unione"</b>	100
03/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 00:38 <b>Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore</b>	101
02/10/2018 Vita.it 14:44 <b>#Processoalnonprofit, la retorica come arma</b>	102
01/10/2018 borsaitaliana.it 20:02 <b>Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre -3-</b>	104
04/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 09:24 <b>Tiziano Onesti : ?Treni sostenibili per lasciare qualcosa di buono ai nostri figli?</b>	105
03/10/2018 Vita.it 13:07 <b>#processoalnonprofit: un singolar tenzone per costruire il futuro del sociale</b>	106
02/10/2018 Vita.it 00:19 <b>L'Open Innovation al Salone della Csr</b>	107
01/10/2018 borsaitaliana.it 18:01 <b>Bnl: con Bnp Paribas punta su sviluppo sostenibile, investiti 155 mld</b>	108
05/10/2018 alimentando.info 00:01 <b>Lidl: donate oltre 400 tonnellate di cibo in sei mesi</b>	109
04/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 09:24 <b>Trenitalia: "Tutti nostri treni sostenibili"</b>	110

02/10/2018 affaritaliani.it 11:41	111
<b>Salone CSR, l'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovati</b>	
01/10/2018 borsaitaliana.it 11:57	113
<b>Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre</b>	
08/10/2018 ambienteambienti.com 06:04	114
<b>Eco tessuti e riciclo creativo: il futuro della moda è etico e sostenibile</b>	
03/10/2018 Yahoo! Notizie	116
<b>Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade</b>	
02/10/2018 affaritaliani.it 00:36	118
<b>Bnl e Bnp Paribas protagonisti al Salone della CSR</b>	
01/10/2018 padovanews.it 15:04	119
<b>Prodotti green piu' innovativi per 8 italiani su 10</b>	
05/10/2018 ambienteambienti.com 13:44	121
<b>Ponte Morandi: meno auto ma più carpooling con ...</b>	
04/10/2018 Il Sannio Quotidiano.it 00:28	123
<b>Pierluigi Stefanini: ?Progetto banco alimentare intelligente, aiuta chi in difficoltà?</b>	
03/10/2018 affaritaliani.it 19:10	124
<b>Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade</b>	
02/10/2018 affaritaliani.it 00:19	125
<b>Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10</b>	
01/10/2018 advisoronline.it 13:24	127
<b>BNL e BNP Paribas protagonisti al Salone della CSR</b>	
05/10/2018 askanews.it 14:29	128
<b>Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità</b>	
04/10/2018 ilgiornale.it	130
<b>Addio volumi cartacei i rendiconti sono on line</b>	
03/10/2018 affaritaliani.it 14:04	131
<b>Da oggi una nuova comunicazione digitale per la sostenibilità: nasce l'OpenReport di LGH</b>	
02/10/2018 affaritaliani.it	133
<b>Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z</b>	
01/10/2018 finanza.tgcom24.mediaset.it	134
<b>Bnl: dal BnpParibas 155 mld a progetti sviluppo sostenibile</b>	

05/10/2018 askanews.it	135
<b>Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità</b>	
04/10/2018 ilmessaggero.it 15:00	137
<b>Salone della CSR, de Bortoli: "Sostenibilità decisiva per attrarre ...</b>	
03/10/2018 affaritaliani.it 13:04	138
<b>ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno</b>	
02/10/2018 finanza.lastampa.it 08:00	139
<b>Sostenibilità, cresce l'attenzione degli italiani sul tema</b>	
08/10/2018 comunicaffe.it	140
<b>Così il progetto Officine del caffè contribuisce al reinserimento dei detenuti</b>	
04/10/2018 ilmessaggero.it 14:00	141
<b>FS Italiane al Salone della CSR declina la sostenibilità nell'operatività delle ferrovie</b>	
03/10/2018 affaritaliani.it 03:25	143
<b>Salone della CSR e dell'innovazione sociale: essere sostenibili conviene</b>	
02/10/2018 liberoquotidiano.it 16:21	144
<b>Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z</b>	
02/10/2018 impresamia.com 08:54	145
<b>SOSTENIBILITÀ'-L'impegno ambientale di Epson al Salone della CSR 2018</b>	

# **SALONE DELLA CSR WEB**

**100 articoli**

## FONTI RINNOVABILI, SCOMMETTERE SULL'ENERGIA SOLARE

LINK: <http://www.cure-naturali.it/benessere-pianeta/2669/fonti-rinnovabili-scommettere-sull-energia-solare/10167/a>

Mario Pagliaro, nel suo libro *Helionomics*, edito da Egea, spiega le potenzialità per uno sviluppo di un'economia solare, che vede nella produzione di energia pulita a partire dal sole e dal vento il volano per lo sviluppo e la competitività del nostro Paese. Di Rosy Matrangolo Ne siamo consapevoli, esistono seri motivi di ordine ambientale e sanitario per accelerare una transizione, una trasformazione di vedute, di azioni e di investimenti sull'utilizzo delle fonti rinnovabili per l'energia di cui abbiamo bisogno ogni giorno per la nostra vita. Riscaldamento globale ed esaurimento delle fonti fossili La temperatura del nostro pianeta aumenta senza controllo: quella che gli esperti e la comunità scientifica riconoscono all'unanimità come un'emergenza, stenta ancora a trovare la giusta presa sull'opinione pubblica. Ma se il riscaldamento globale nell'ideale di molti si identifica quasi solo esclusivamente con l'immagine dei ghiacci dei poli che si sciolgono sotto le zampe di orsi a rischio estinzione, c'è da tempo chi ha iniziato a chiedersi quali saranno le conseguenze di un clima insostenibile sulla ricchezza e sulle strategie di sviluppo (tema che si è aggiudicato il Premio Nobel per L'economia 2018). Nel nostro Paese, le evidenze dei cambiamenti climatici si trovano già in agricoltura (il mango e la quinoa sono ormai Made in Italy mentre potremo perdere molto presto alcune delle produzioni tipiche del clima Mediterraneo), nel turismo, ma anche tra le cause delle migrazioni in Europa. Mario Pagliaro, chimico ricercatore del CNR di Palermo, in occasione del **Salone** della **CSR** e dell'innovazione sostenibile 2018 organizzato a Milano dall'Università Bocconi ha presentato il suo ultimo volume, "Helionomics, la libertà energetica con il solare". L'autore intende con questa proposta editoriale mostrare che una chance per ridurre drasticamente l'utilizzo delle risorse fossili c'è e si chiama energia solare. Oltre il petrolio, i vantaggi dell'energia solare "Andare oltre il petrolio è possibile, addirittura necessario" spiega il ricercatore, che nel suo testo sviscera i dati critici: "la storia ci insegna - si legge nel volume - che ogni volta in cui il prezzo del barile è salito oltre gli 80 dollari, l'economia globale è entrata in crisi e spesso in recessione. Il mondo ha sete di petrolio, ma di petrolio a basso costo, a un costo inferiore ai 40 dollari, che non abbiamo più". Una risorsa che prima o poi andrà in esaurimento le cui tecniche di estrazione sono diventate sempre più invasive nella ricerca del materia prima in profondità o nell'esplorazione di nuovi giacimenti. Tutto questo, a costi sempre più alti anche per i mercati d'importazione, e dunque, per il consumatore finale. La soluzione alternativa del gas naturale, inoltre, non può essere sufficiente a sopperire al calo di produzione petrolifera mentre il carbone è già all'indice e molti Paesi stanno rivedendo (e chiudendo) l'attività delle centrali termoelettriche dal carbone. La rivoluzione cui si riferisce Pagliaro è silenziosa a malincuore perché si tratta di buone pratiche nel passaggio a un'economia solare ancora poco note. Ed ecco lo scopo del volume dal taglio divulgativo. "In Italia economia e società si ignorano - ha premesso il chimico siciliano - in pochi sanno del crollo dei prezzi per la produzione di energia elettrica e per il riscaldamento da fonte rinnovabile che adesso possiamo tranquillamente definire essere più competitivo rispetto a bruciare carbone o alla fissione nucleare" (L'Italia importa energia nucleare da Paesi vicini come la Francia, ndr). A livello locale abbiamo esempi perfettamente funzionanti di centrali "stop and go" in cui i vecchi impianti hanno ridotto fino all'80% la loro attività perché il fabbisogno locale è soddisfatto in massima parte dall'eolico e dal solare installato in modo intelligente. Questo riduce di molto i costi e ne guadagna la qualità dell'aria in funzione della riduzione di emissioni delle centrali". Stile di vita sostenibile, cosa fare da

lunedì Green jobs come professioni che salveranno il mondo, tegole solari, pannelli galleggianti, mobilità elettrica, scariche solari: sono solo alcune delle soluzioni proposte nel dettaglio all'interno del volume. "I nuovi pannelli solari e fotovoltaici garantiscono già ora un'attività anche di 50 anni - ha chiarito il ricercatore - e sarà più facile lo smaltimento così come risolvere la grande questione, lo stoccaggio della sovrapproduzione di energia: le batterie agli ioni di litio permettono di non "sprecare" l'energia prodotta accumulandola senza sprechi. Siamo all'inizio di una nuova era che potrebbe vedere l'Italia protagonista. All'estro e al Know how italiano l'autore rivolge un riferimento portando un esempio che ispira fiducia: "Nel 2018 non esiste più alcun conflitto tra energia solare e bellezza - si legge in Helionomics -: le imprese, i progettisti italiani hanno realizzato soluzioni che hanno abbellito e migliorato le tecnologie dandogli piena capacità di integrarsi con la bellezza del patrimonio architettonico, storico, monumentale e persino archeologico, le tegole fotovoltaiche, pensate per armonizzarsi con coperture in cotto e costituite da tubi vetrati sono praticamente invisibili". Insomma, è l'avanzata del solare, bellezza!

## Cresce il desiderio di ??consumare bene??

LINK: <http://www.civonline.it/articolo/cresce-il-desiderio-di-consumare-bene>

Cresce il desiderio di "consumare bene" L'85% degli italiani crede nei prodotti green più innovativi. Gli italiani vogliono 'consumare bene' e credono nella sostenibilità e nei suoi valori. L'85% dei nostri connazionali, infatti, considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori con un'attenzione all'origine delle materie, al packaging, alla filiera e alla produzione. I dati arrivano da un'indagine Ipsos realizzata per 'Il **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**' dedicato alla **responsabilità sociale** d'impresa, ogni anno ospitato dall'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. Esiste però ancora una buona parte di scettici e indifferenti, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing. Per recuperare questo 30% è importante il ruolo degli enti certificatori e delle associazioni: da quelle dei consumatori a quelle ambientaliste. E per le imprese invece la sfida è di una maggiore trasparenza così da rendere credibile l'impegno nella sostenibilità. Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine **Csr**, Corporate social responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la **Csr** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la **CSR** come un driver di successo aziendale. "Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale» spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**. (08 Ott 2018 - Ore 14:13)

## Marita Spera (American Express Italia): "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti"

LINK: <http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/05/marita-spera-american-express-italia-welfare-imprescindibile-puntiamo-sui-nostri-dipen...>



Marita Spera (American Express Italia): "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti" **CSR** Tweet Condividi su WhatsApp "Welfare imprescindibile per una azienda come la nostra, puntiamo molto sui nostri dipendenti. Abbiamo programmi di formazione interni e oggi siamo tra i migliori ambienti di lavoro possibile". Così Marita Spera, direttrice relazioni esterne di American Express Italia a margine del **Salone CSR** a Milano. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Sostenibilità, cresce il desiderio di 'consumare bene'

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/tendenze/2018/10/04/sostenibilita-crece-desiderio-consumare-bene\\_VJKET5vIKw7zuwPrnpP5JI.html](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/tendenze/2018/10/04/sostenibilita-crece-desiderio-consumare-bene_VJKET5vIKw7zuwPrnpP5JI.html)



Sostenibilità, cresce il desiderio di 'consumare bene' TENDENZE Tweet Condividi su WhatsApp  
Gli italiani vogliono 'consumare bene' e credono nella sostenibilità e nei suoi valori. L'85% dei nostri connazionali, infatti, considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori con un'attenzione all'origine delle materie, al packaging, alla filiera e alla produzione. I dati arrivano da un'indagine Ipsos realizzata per 'Il **Salone della Csr**'.  
RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/best-practices/2018/10/03/colleghiamogenova-con-carpooling-mila-auto-meno\\_JIvJJRmqB3Efj88GgOfc7M.html](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/best-practices/2018/10/03/colleghiamogenova-con-carpooling-mila-auto-meno_JIvJJRmqB3Efj88GgOfc7M.html)



ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno BEST PRACTICES Tweet Condividi su WhatsApp Pubblicato il: 03/10/2018 12:33 Oltre 2.500 viaggi condivisi in meno di un mese e 5.000 auto lasciate a casa e tolte dalle strade del capoluogo ligure: questi i primi risultati di ColleghiAmoGenova, il progetto lanciato a inizio settembre 2018 da Jojob, operatore di carpooling aziendale in Italia, con lo scopo di facilitare la viabilità di Genova, ridurre il traffico cittadino e ricollegare le aree industriali più difficili da raggiungere in seguito alle conseguenze del crollo del Ponte Morandi. I numeri, presentati da Jojob in occasione del **Salone della Csr** a Milano, mostrano che tra Genova e Provincia sono più di 1.500 gli iscritti al servizio di carpooling aziendale: con l'iniziativa ColleghiAmoGenova, per cui tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, il numero è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. Per quanto riguarda gli equipaggi, se in media in Italia viaggiano a bordo della stessa auto 2,32 persone, a Genova il dato è nettamente più alto, con una media di 2,94 persone ad equipaggio, che segnala un'ottima propensione a condividere l'auto da parte dei genovesi. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km. La rotta più battuta è Savona-Genova, seguita da Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova, Novi Ligure-Genova. Con 'ColleghiAmoGenova', Jojob ha risposto all'appello del Comune di Genova per individuare soluzioni che alleggeriscano la viabilità del capoluogo, mettendo gratuitamente a disposizione della città il servizio di carpooling aziendale per facilitare gli spostamenti nella tratta casa-lavoro. Per attivare il servizio è sufficiente scaricare l'app 'Jojob Carpooling' su smartphone o registrarsi su [www.jojob.it/colleghiamogenova](http://www.jojob.it/colleghiamogenova), inserire i codici dell'area in cui si trova l'azienda per cui si lavora o il Cap di destinazione, pubblicare il proprio tragitto casa-lavoro e individuare passeggeri o autisti con cui condividere la tratta. "I genovesi hanno risposto positivamente alla proposta di condividere l'auto sulla piattaforma, considerando inoltre che più di 50 aziende hanno richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti, per dare loro la possibilità di raggiungere insieme il luogo di lavoro, dimostrando allo stesso tempo interesse verso soluzioni innovative che facilitano la mobilità di un'intera città", spiega Gerard Albertengo, founder di Jojob. La tendenza positiva all'utilizzo del carpooling aziendale è stata registrata anche da Ansaldo Energia, azienda che da gennaio ha aderito al servizio offerto da Jojob e interessata da vicino dal crollo del Ponte: tra fine agosto e settembre il numero di dipendenti iscritti al portale per la condivisione dell'auto è cresciuto del 12% e i viaggi certificati da luglio a settembre sono aumentati del 28%. L'Istituto Italiano di Tecnologia, istituto di ricerca genovese, segnala invece una crescita degli iscritti del 17% e un +70% di viaggi certificati. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su

WhatsApp

## Ecco quanto gli italiani credono nella sostenibilità

LINK: <http://ecomunita.it/2018/10/02/ecco-quanto-gli-italiani-credono-nella-sostenibilita/>

Al via il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** all'Università Bocconi di Milano. Apre i battenti il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, il più importante evento in Italia sulla Corporate Social Responsibility al via, martedì 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. Un appuntamento per scoprire anche quanto sostenibili gli italiani. Ingresso libero e gratuito. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. È quanto emerge da una ricerca di IPSOS, il cui presidente Nando Pagnoncelli afferma: «Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità, anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone. Ma è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di **responsabilità sociale**, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane». "Consumare bene": il contributo dei cittadini alla sostenibilità La ricerca realizzata per il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. L'85% degli italiani considera infatti i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori e il 77% delle persone basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. 2 cittadini su 3 chiedono alle imprese **responsabilità sociale**. Il termine **CSR**, Corporate Social Responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia, 2 cittadini su 3, ritengono che la **CSR** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la **CSR** come un driver di successo aziendale. In Italia, fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export. Imprese sostenibili: fare bene e farlo sapere La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, rileva: «Sono sempre di più le

imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **CSR** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo, ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale. Il **Salone** serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni "protagoniste", 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali "rotte" che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti e la partecipazione è libera e gratuita». Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** è promosso da Università Bocconi, **CSR** Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinetica. Partner istituzionali della manifestazione sono Enel, Ferrovie dello Stato, Generali e Terna.

## Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/appuntamenti/2018/10/01/prodotti-green-piu-innovativi-per-italiani\\_rZXIB1So9GxCiczSq8kUNO.html](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/appuntamenti/2018/10/01/prodotti-green-piu-innovativi-per-italiani_rZXIB1So9GxCiczSq8kUNO.html)



Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10 APPUNTAMENTI Tweet Condividi su WhatsApp (Fotolia) Pubblicato il: 01/10/2018 15:08 L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via domani, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. "Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità - commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos - anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone". Ma, secondo Pagnoncelli, "è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di **responsabilità sociale**, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane". Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per Il **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale** ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine **Csr**, Corporate social responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la **Csr** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la

**CSR** come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. "Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale" spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**. Il **Salone**, spiega la Sobrero, "serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni "protagoniste", 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali "rotte" che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti - conclude Sobrero - e la partecipazione è libera e gratuita". Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a "Le rotte della sostenibilità". Sempre il 2 ottobre al **Salone** interverrà Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l'evento al **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**, come l'intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

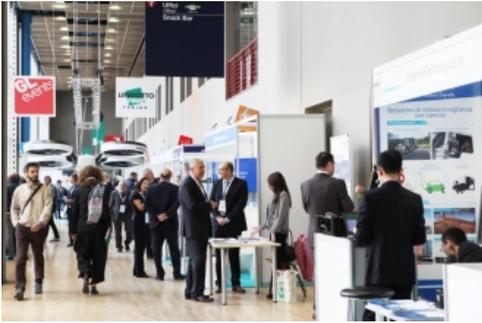
## Salone CSR: Quanto vale il capitale naturale? Il 2 ottobre a Milano

LINK: <http://www.ecoincitta.it/salone-csr-quanto-vale-il-capitale-naturale-il-2-ottobre-a-milano/>

article class="post-19563 post type-post status-publish format-standard hentry category-mi-news category-news" id="post-19563"> Salone CSR: Quanto vale il capitale naturale? Il 2 ottobre a Milano 1 CONDIVISIONI FacebookTwitter Milano - Il suolo, l'aria, l'acqua, le specie vegetali e animali, le foreste sono il capitale naturale che ci fornisce servizi ecosistemici indispensabili e troppo spesso sottovalutati. Ogni giorno utilizziamo questa ricchezza senza rendercene conto e non diamo il giusto valore a quanto la natura ci fornisce. Uno stock di asset necessari per la sopravvivenza dell'ambiente stesso da cui sono generati. Nell'incontro (2 OTTOBRE alle 14) si confronteranno esperti, associazioni e imprese per capire quale ruolo possono avere i diversi attori per garantire un futuro al capitale naturale. Introduce e modera l'appuntamento Massimiliano Pontillo Presidente Pentapolis Onlus e Direttore Eco in città Partecipano Alex Bellini Esploratore di rotte inconsuete Simona Bondanza CSR manager e responsabile delle Relazioni Istituzionali Costa Edutainment Antonio Brunori Segretario generale PEFC Luca Cassani CSR Manager Epson Italia Cristina Fenzi Responsible Business Senior Specialist Sky Italia

## La logistica Sostenibile protagonista alla Future mobility week ...

LINK: [http://www.transportonline.com/notizia\\_44789\\_La-logistica-Sostenibile-protagonista-alla-Future-mobility-week-di-Torino-.html](http://www.transportonline.com/notizia_44789_La-logistica-Sostenibile-protagonista-alla-Future-mobility-week-di-Torino-.html)



08 Ott 2018 La logistica Sostenibile protagonista alla Future mobility week di Torino Collaborazione e trasparenza con partner tra le principali leve in ogni percorso di sviluppo sostenibile. Si sono svolte Mercoledì 3 Ottobre a Milano e Giovedì 4 Ottobre a Torino, nell'ambito delle manifestazioni del **Salone CSR** e IS e del Mobility Expoforum, quest'ultimo organizzato da Click Utility (partner SOS LOGistica) due sessioni interamente dedicate alla GREEN & SUSTAINBLE LOGISTICS. A Milano, Luca Ferraiuolo, caporedattore AskaNews ha moderato un seminario dal titolo Green Supply Chain e Logistica Sostenibile a cui hanno partecipato: Paolo Calamandrei, Direttore generale Gruppo Cargo Compass, Carlo Mambretti, membro del consiglio di Amministrazione del Gruppo Bomi, già partner SOS LOGistica, Renzo Provedel, Vice Presidente SOS LOGistica e Paolo Viganò, Fondatore Rete Clima. A Torino, Daniele Testi, Presidente SOS LOGistica ha coordinato i lavori di un workshop dal titolo: come realizzare un'alleanza tra aziende e logistica sostenibile. Erano presenti per Carrefour Italia Pierluigi Pica, Responsabile Trasporti e Fabrizio Roncolato, Project Manager, per Escargo Fabio Bongiani, Direttore Commerciale, per FCA Paolo Noce, Head of Logistics Services Contracting EMEA, per il Gruppo Maganetti Matteo Lorenzo de Campo, Amministratore Delegato, per Lloyd's Register Elena Cervasio, Sustainability and Customized Assurance Senior Manager e infine per il Politecnico di Torino Guido Perboli, Professore Associato DAUINN Dipartimento di Automatica e Informatica. Nell'appuntamento di Torino sono state presentate cinque case history seguite da due tavole rotonde moderate da Renzo Provedel, Vicepresidente SOS LOGistica e fondatore di Fareimpresa per evidenziare le sfide di filiera sulla logistica sostenibile legate al settore dell'auto e a quello del food. Nella presentazione introduttiva, Daniele Testi, presentando le 21 sfide della logistica sostenibile che costituiscono l'ossatura del marchio omonimo sviluppato insieme a Lloyd's Register (<http://www.sos-logistica.org/protocollo-sos-log/>) ha posto l'accento su tre domande: 1. Un prodotto o un servizio più sostenibile dal punto di vista ambientale deve per forza costare di più? 2. Se le aziende sono fatte di persone cosa si stà facendo per promuovere nelle organizzazioni una cultura della sostenibilità? 3. Ed infine quali sono i costi nascosti legati all'inefficienza delle infrastrutture? Da tutte le presentazioni è apparso evidente quanto il tema della collaborazione e della trasparenza con partner, clienti e fornitori sia tra le principali leve in ogni percorso di sviluppo sostenibile. Integrazione come nuovo driver per la negoziazione tra domanda e offerta di servizi logistici in modo da ottenere benefici condivisi. Dal punto di vista delle tecnologie prevale il focus sull'utilizzo di LNG e Bio LNG per abbattere emissioni nocive e gas serra, un fronte comune a tutti gli interventi seppur con sottolineature sul diesel che rimane un carburante importante e difficilmente sostituibile nel breve periodo. Un messaggio coerente con quella che è stata definita la logistica del possibile. [www.sos-logistica.org](http://www.sos-logistica.org)

## Andrea Razeto: "Cerchiamo sempre soluzioni che migliorino vita della comunità"

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/andrea-razeto-cerchiamo-sempre-soluzioni-che-migliorino-vita-della-comunita\\_hllI1RMdG...](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/andrea-razeto-cerchiamo-sempre-soluzioni-che-migliorino-vita-della-comunita_hllI1RMdG...)



Andrea Razeto: "Cerchiamo sempre soluzioni che migliorino vita della comunità" **CSR** Tweet Condividi su WhatsApp "Sostenibilità nostro compito. Trasporti su rotaie molto sostenibile e sempre in cerca di soluzioni di innovazione che migliori vita della comunità". Così Andrea Razeto responsabile della comunicazione di Ansaldo al **salone** della **CSR** a Milano. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/03/zenit-casaoz-quando-finanza-incontra-terzo-settore\\_lqLQkNN5aGiZa8JxeXMTFO.html](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/03/zenit-casaoz-quando-finanza-incontra-terzo-settore_lqLQkNN5aGiZa8JxeXMTFO.html)



Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore Finanza e Terzo Settore insieme, il progetto presentato al **Salone** della **CSR CSR** Tweet Condividi su WhatsApp (Fotolia) Pubblicato il: 03/10/2018 11:50 Un percorso di 'restituzione sociale', a partire dal progetto Minibond che finanzia le piccole e medie imprese italiane con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita reale delle aziende e del loro territorio. Ad intraprenderlo, Zenit SGR, società di gestione risparmio indipendente presente sul mercato da oltre 20 anni, ha voluto intraprendere che ha scelto anche di sostenere una realtà come CasaOz, associazione che accoglie, sostiene e accompagna i bambini e le loro famiglie quando si trovano a vivere l'esperienza della malattia e della disabilità, devolvendo una quota delle commissioni del Fondo Progetto Minibond Italia. All'edizione 2018 del **Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione Sociale**, Zenit SGR e CasaOz hanno presentato il percorso che li vede insieme ormai da anni. Nello specifico, quest'anno Zenit Sgr ha partecipato alla realizzazione di uno spettacolo teatrale in cui i ragazzi di CasaOz sono i protagonisti. Il musical, ispirato al film d'animazione Toy Story, è testimone di quanto la musica, la recitazione e il coinvolgimento emozionale riescano ad abbattere le differenze di qualsiasi natura, psichica o motoria, trasformandole in energia positiva. Zenit SGR sostiene CasaOz grazie al Fondo Progetto Minibond Italia, devolvendo una quota delle proprie commissioni all'associazione torinese. Questa scelta rappresenta una novità nel mercato dei Minibond, strumenti di finanziamento nati con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita delle Piccole e Medie Imprese e del loro territorio. "Il Fondo Progetto Minibond Italia di Zenit va oltre il suo principale obiettivo, consentendoci di intraprendere anche un percorso di restituzione sociale - spiega Francesca Cerminara, responsabile Bond e Valute della SGR, - Zenit ha, infatti, voluto contribuire al sostegno di quelle famiglie in difficoltà, per la malattia o la diversità di un loro piccolo, e che trovano in CasaOz un'oasi di protezione e aiuto". "Da 10 anni aiutiamo le famiglie ad affrontare uno dei momenti più difficili della vita, la malattia di un figlio - dichiara Enrica Baricco, presidente di CasaOz - Tutte le nostre attività hanno un unico obiettivo: restituire la quotidianità. Perché questo avvenga, abbiamo bisogno del supporto anche delle aziende, alle quali chiediamo di essere continuative nel rapporto con noi. La collaborazione con Zenit è la dimostrazione che la contaminazione tra profit e no profit funziona. Speriamo che possa essere un esempio per nuove proficue alleanze". Testimone di questa partnership, che vede alleate finanza e Terzo Settore, il video "Zenit per CasaOz - Laboratorio di coro e teatro 2018", presentato al **Salone** della **CSR**. Protagonisti sono i bambini di CasaOz che hanno partecipato, durante l'anno, a un programma di laboratori e coro, culminato con la realizzazione dello spettacolo teatrale nel quale i piccoli sono gli attori e gli interpreti principali. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone** della **CSR**

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/02/bnl-bnp-paribas-protagonisti-salone-della-csr\\_RwrY0aPMGqumj28x8MvmML.html](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/02/bnl-bnp-paribas-protagonisti-salone-della-csr_RwrY0aPMGqumj28x8MvmML.html)



Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone** della **CSR** **CSR** Tweet Condividi su WhatsApp (Adnkronos) Pubblicato il: 02/10/2018 12:35 Condividere esperienze ed iniziative internazionali sul fronte della sostenibilità sociale ed ambientale e esplorare il settore degli investimenti socialmente responsabili. Ma non solo. Anche approfondire il tema dell'inclusione, nel lavoro e nella Società, e della lotta ad ogni tipo di diversità, in primis quella di genere, e parlare di sostegno al terzo settore. E' intenso il programma di BNL-BNP Paribas al "**Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione sociale**", il più importante evento del settore, in programma a Milano, all'Università Bocconi. Titolo di questa 6° edizione è "Le rotte della sostenibilità", quella stessa sostenibilità, segnala l'Istituto, "che è nei valori e nella strategia di BNP Paribas e coinvolge il business, l'organizzazione e la governance" di tutto il Gruppo. "Agire in modo socialmente responsabile è oggi un fattore imprescindibile di esistenza e sviluppo per un'azienda ed ancor più per una realtà globale come BNP Paribas, che opera in più di 73 paesi nel mondo" afferma Mauro Bombacigno, Direttore Engagement BNP Paribas Italia. **CSR** - segnala il manager- per noi significa impegno, continuo e concreto, per una Società migliore, per un mondo più sano, per un'economia più vicina alle persone e al loro benessere, con uno sguardo al futuro e alle nuove generazioni". Mauro Bombacigno racconterà l'esperienza di BNL e di BNP Paribas durante una delle sessioni di apertura del **Salone**, dal titolo "Economia reale e finanza sostenibile, una collaborazione strategica". E' invece dedicato ai giovani l'incontro odierno presieduto da Claudia Schininà, Responsabile **CSR** di BNL. Un appuntamento per parlare con le nuove generazioni di sostenibilità, approfondire le loro preoccupazioni e speranze per immaginare insieme un domani migliore. Cristina Galbusera, Responsabile People Development Center BNL, interverrà invece domani, 3 ottobre, nel seminario dedicato alla Diversità, un valore aziendale e sociale per un mondo del lavoro ed una Società più inclusivi, attenti RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## La sostenibilità ha un presente, occorre darle un futuro

LINK: <https://wisesociety.it/economia-e-impresa/sostenibilita-salonecsr-rossella-sobrero-responsabilita-socviae/>

La sostenibilità è un termine che si è fatto spazio nella sensibilità individuale, nelle scelte aziendali e nelle azioni politiche. È una leva importante per le imprese, ma quale contributo offre un approccio sostenibile in termini di competitività? E, soprattutto, come va comunicato per essere realmente efficace? Una risposta la offre Rossella Sobrero, nel suo libro "Sostenibilità competitività comunicazione. 20 idee per il futuro". «Sono venti contributi di pensiero da parte di altrettante persone impegnate in settori molto differenti. Contribuiscono a fornire un quadro completo, portando avanti un'idea corale e condivisa sotto forma di proposte per il lettore», spiega l'autrice, ideatrice del **Salone della CSR** e dell'**innovazione Sociale**, ovvero della **responsabilità sociale** d'impresa su cui lavora da oltre 20 anni. LA SOSTENIBILITA' E' ANCHE UNA LEVA ECONOMICA - «Emergono fra queste 20 idee alcuni aspetti fondamentali: il primo riguarda l'introduzione sempre più ampia da parte delle imprese della sostenibilità come driver strategico nei propri piani industriali, all'interno dei loro modelli di business. Un altro aspetto è legato alla crescente preoccupazione dei cittadini sui temi legati all'ambiente: si denota una maggiore consapevolezza che porta alla volontà di cambiare stili di vita e di consumo. Le imprese, a loro volta, devono avere anche un ruolo educativo verso le persone riguardo ai modi per consumare meglio. La stessa Unione Europea sta portando avanti una serie di direttive su questi temi: quindi da una parte c'è l'attenzione dal basso, dall'alto si stanno prendendo provvedimenti stringenti. Queste due spinte dovrebbero contribuire a modificare l'attuale assetto che porterà, speriamo, a una maggiore sostenibilità complessiva». SOSTENIBILITA', MANCA LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE - Cittadini più attenti, imprese più consapevoli. A mancare però, si sottolinea nel libro è la Pubblica Amministrazione. Stiamo parlando di un'ecosistema costituito da tre milioni e mezzo di dipendenti, ottomila Comuni, centinaia di aziende sanitarie, oltre a università e altri istituti. «Se la PA non sposa la sostenibilità, tutto il meccanismo per la diffusione e la maggiore consapevolezza diventa più complesso - afferma Sobrero - Il mio auspicio è che cambi il modo di gestire la cosa pubblica in modo da procedere, sia pure per gradi, e inserire in modo progressivo e costante il concetto di sostenibilità nelle scelte. Penso, per esempio, all'introduzione nelle procedure per le gare di appalto, della richiesta di fornitori sostenibili, sulla base dei green public procurement, ovvero l'integrazione di considerazioni di carattere ambientale nelle procedure di acquisto della PA. Sul tema della sostenibilità il ruolo del pubblico potrebbe e dovrebbe essere determinate». L'esperta di comunicazione sociale sottolinea che l'aspetto da incentivare, da parte della sfera pubblica riguarda l'azione di comunicazione educativa ai cittadini sulle azioni sostenibili oppure facilitare le imprese che fanno investimenti dedicati. sostenibilita, salonecsr, rossella sobrero, **responsabilità sociale** La copertina del libro di Rossella Sobrero "Sostenibilità, competitività, comunicazione" **CSR, INNOVAZIONE SOCIALE** E SOSTENIBILITA' PIACCIONO A CITTADINI E AZIENDE - Rossella Sobrero è anche co-autrice del libro "Le rotte della sostenibilità" (pubblicato sempre da Egea Editore) che è il titolo del **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** 2018. È il terzo volume della collana e che ha il pregio di riprendere ed evidenziare i temi portanti dell'edizione appena conclusa. Temi che si indirizzano in sei percorsi programmatici: circular economy, diversity & inclusion, finanza responsabile, innovation & change, processi e filiere sostenibili, smart community & smart city. «Un aspetto da sottolineare, prima di tutto, è il crescente interesse sui temi della **responsabilità sociale** d'impresa e dell'**innovazione sociale**: si è

assistito negli anni a un incremento, in termini di aziende coinvolte, di enti ma anche di visitatori. Il cambiamento è evidente». Questa maggiore coinvolgimento lo si nota anche nel libro, scritto a più mani, con contributi istituzionali e aziendali: «ciò che emerge dal testo è un'istantanea di come oggi si vivano questi temi. Occorre stimolare un'ulteriore maggiore azione di diffusione di questi argomenti soprattutto in quella parte di persone e realtà ancora distanti». Sobrero segnala però che l'attenzione è crescente, come ha evidenziato una ricerca Ipsos e presentata proprio al **Salone della CSR**: dal sondaggio il 72% di connazionali si dice interessato alla sostenibilità e associano la sostenibilità alla qualità del prodotto. Tra le varie... anime della sostenibilità qual è quella che ha maggior bisogno di essere incentivata? «Quella sociale. Ci sono ancora enormi differenze e problemi, in termini di diritti umani ma non solo. Quindi c'è bisogno di stimolare una maggior attenzione sull'idea di equità anche per quanto riguarda il benessere delle persone».

## Marita Spera: "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti"

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/05/marita-spera-welfare-imprescindibile-puntiamo-sui-nostri-dipendenti/>



Marita Spera: "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti" By Robot Adnkronos - 5 ottobre 2018 0 1 "Welfare imprescindibile per una azienda come la nostra, puntiamo molto sui nostri dipendenti. Abbiamo programmi di formazione interni e oggi siamo tra i migliori ambienti di lavoro possibile". Così Marita Spera, direttrice relazioni esterne di American Express Italia a margine del **Salone CSR** a Milano. [https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo\\_20181005\\_75345.mp4](https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo_20181005_75345.mp4) Robot Adnkronos

## Pierluigi Stefanini: "Progetto banco alimentare intelligente, aiuta chi in difficoltà"

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/pierluigi-stefanini-progetto-banco-alimentare-intelligente-aiuta-chi-difficolta\\_3WwwXD...](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/pierluigi-stefanini-progetto-banco-alimentare-intelligente-aiuta-chi-difficolta_3WwwXD...)



Pierluigi Stefanini: "Progetto banco alimentare intelligente, aiuta chi in difficoltà" **CSR** Tweet Condividi su WhatsApp "Idea banco alimentare molto intelligente e solidale. Prodotti alimentari destinati a famiglie in difficoltà". Così il presidente di Unipol Pierluigi Stefanini durante il **Salone** della **CSR** a Milano. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Da oggi una nuova comunicazione digitale per la sostenibilità: nasce l'OpenReport di LGH

LINK: [http://www.adnkronos.com/immediapress/ict/2018/10/03/oggi-una-nuova-comunicazione-digitale-per-sostenibilita-nasce-openreport-lgh\\_NuT0Aid7Ac...](http://www.adnkronos.com/immediapress/ict/2018/10/03/oggi-una-nuova-comunicazione-digitale-per-sostenibilita-nasce-openreport-lgh_NuT0Aid7Ac...)



Da oggi una nuova comunicazione digitale per la sostenibilità: nasce l'OpenReport di LGH ICT  
Tweet Condividi su WhatsApp Antonio Vivenzi (Presidente Lgh) e Gerardo Paloschi (Direttore Sviluppo Editoriale Lgh) Pubblicato il: 03/10/2018 14:04 Presentato in anteprima al **Salone della CSR** in Bocconi a Milano, l'innovativo progetto digitale della multiutility lombarda che cambia il paradigma della rendicontazione Milano, 3 ottobre 2018 - Dopo l'esperienza di 11 bilanci di sostenibilità dal 2006 al 2017, l'evoluzione nel dialogo con i territori e la forte volontà di LGH di raggiungere nuove frontiere nell'innovazione hanno permesso la nascita di un nuovo prodotto interamente digitale: l'OpenReport. Presentato in anteprima a una platea di esperti durante il **Salone della CSR** e dell'**Innovazione Sociale** all'Università Bocconi di Milano, OpenReport è tra i primi casi in Italia di costruzione di un portale di rendicontazione che comunica in modo dinamico e interattivo come le strategie di sostenibilità di LGH si traducano in scelte, attività e risultati concreti immediatamente riscontrabili. La multiutility - con sede a Cremona e che opera nel settore dell'energia, dell'ambiente, dell'innovazione nei territori del Sud Lombardia, dal 2016 protagonista di una importante partnership industriale con A2A - traccia così una nuova e importante rotta nell'ambito della rendicontazione di sostenibilità superando un approccio corretto, ma pur sempre concepito in una logica unidirezionale, a favore di una comunicazione in itinere, stabile nel tempo e orientata al coinvolgimento. Se infatti in passato il bilancio di sostenibilità veniva presentato annualmente, prevalentemente in formato cartaceo, oggi, per rispondere a nuovi paradigmi di interazione, condivisione e diffusione dei principi di sostenibilità, LGH ha voluto portare ad un livello ulteriore la propria cultura organizzativa, direzionandosi verso modelli sempre più interattivi ma soprattutto non più statici e di rendicontazione ex-post. Il portale L'OpenReport è una piattaforma web, connessa al sito internet aziendale, che offre una fotografia dettagliata e aggiornata dei differenti ambiti di attività di LGH. Presenta in home page la matrice di materialità, costruita in modo da offrire, oltre alla fotografia dei temi maggiormente rilevanti per la sostenibilità del Gruppo, anche un efficace strumento per la navigazione del portale, anche da mobile. La matrice, collegata agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU, è interattiva e consente all'utente di scoprire e approfondire nel dettaglio i contenuti collegati ai temi di suo interesse. In questo modo la navigazione oltre che multilivello, può essere personalizzata e profilata per tema e stakeholder. Gerardo Paloschi, Direttore Sviluppo Territoriale LGH sottolinea: "OpenReport, iniziativa realizzata con partner autorevoli e qualificati, apre uno scenario rilevante nell'integrazione tra contenuti già oggi disponibili in Azienda, e che grazie alla tecnologia possono essere presentati in modalità dinamica, fruibile da mobile, integrata al sito web dell'azienda, tracciati nella loro evoluzione. Un vero e proprio cambio di paradigma nell'approccio alla rendicontazione di sostenibilità e nel dialogo continuo

verso le comunità locali". LGH, con questo importante progetto, conferma e rilancia così il primario impegno per la trasparenza e la sostenibilità. Dentro il nuovo modello di rapporto tra azienda e territorio, OpenReport è lo strumento per raggiungere l'obiettivo concreto di innovare la presenza delle utility nelle comunità, cogliendo le straordinarie potenzialità delle nuove tecnologie per ampliare conoscenza e dialogo. Tra i risultati in evidenza per il 2017 presentati nell'OpenReport, e che saranno parte della mole di dati messi a disposizione e aggiornati, vi sono: per il valore economico: 505 milioni di valore economico prodotto da LGH - di cui l'88% distribuito agli stakeholder e il 22% reinvestito in azienda - oltre 80 mln di euro il valore delle forniture sul territorio lombardo; per il valore ambientale: oltre 235 mila tonnellate di rifiuti raccolti nei 118 Comuni serviti, di cui il 73,4% differenziati, superando di oltre 8 punti l'obiettivo regionale del 65%. 329 mila tonnellate di gas serra evitate grazie alle tecnologie adottate negli impianti della società LGH; per il valore sociale: 97% i dipendenti assunti a tempo indeterminato, 47% i neoassunti under30. 87 su 100 la soddisfazione dei clienti per il servizio di igiene ambientale; 78 mila clienti iscritti ai servizi online e oltre 11 mila studenti coinvolti in iniziative di educazione ambientale. "Tra le principali iniziative illustrate agli stakeholder del territorio all'indomani della partnership industriale tra A2A ed LGH vi fu proprio un progetto di web reporting, che oggi presentiamo col significativo nome di OpenReport. Uno strumento nato e pensato per il web, ideato per creare uno spazio di condivisione di informazione sulle molteplici attività aziendali" afferma Antonio Vivenzi, Presidente LGH. Oltre alle peculiarità già citate OpenReport favorirà un'ulteriore crescita di una cultura manageriale interna orientata alla condivisione delle strategie e degli obiettivi aziendali, puntando a conseguire un coinvolgimento degli stakeholder sistematico e informato, sviluppando un piano di comunicazione continuativo e innovativo. "OpenReport è la testimonianza concreta di un impegno assunto verso i nostri stakeholder: quello di costruire percorsi di trasparenza e rendicontazione che - dopo l'esperienza dei Report di Sostenibilità nei primi 10 anni di LGH - spostasse in alto l'asticella della condivisione delle informazioni. OpenReport si colloca nelle esperienze più avanzate nel comparto utility, e da un proprio originale contributo alla cultura della sostenibilità diffusa del Gruppo A2A, alla quale si ispira e che intende arricchire di un ulteriore tassello" dichiara Massimiliano Masi, Amministratore Delegato LGH. L'OpenReport è stato sviluppato da LGH secondo il metodo Rendersi conto per rendere conto in partnership con Refe, società di Milano specializzata in sostenibilità, accountability e partecipazione. Linea Group Holding (Gruppo A2A) è l'utility del Sud Lombardia. Nasce per conciliare le sfide del mercato, la crescita del territorio e la salvaguardia delle risorse naturali e per rispondere concretamente alle esigenze delle comunità locali di riferimento. Sorta nel 2006 è oggi operativa nei settori ambiente, energia e distribuzione; da agosto 2016 è protagonista con A2A - la maggiore multiutility del Paese che ne detiene il 51% del capitale sociale - di una partnership industriale ricca di sinergie. [www.lgh.it](http://www.lgh.it) Contatti Linea Group Holding Sviluppo Territoriale, Relazioni istituzionali e comunicazione Media relations [relazioniesterne@lgh.it](mailto:relazioniesterne@lgh.it) 0372.802135 - 030.7714209 MultiMedia Media Relations progetto OpenReport [multimedia@multimediamilano.it](mailto:multimedia@multimediamilano.it) +39 02 28040587 RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Al via a Milano il **Salone della responsabilità sociale** d'impresa

LINK: <http://www.agenzia.redattoresociale.it/Notiziario/Articolo/599113/Al-via-a-Milano-il-Salone-della-responsabilita-sociale-d-impresa>

Al via a Milano il **Salone** della **responsabilità sociale** d'impresa. Due giorni di incontri, presentazioni e convegni. In apertura i dati della ricerca Ipsos sul desiderio degli italiani di "consumare bene": l'85% degli intervistati ritiene i prodotti sostenibili più innovativi ed è disposto a spendere anche il 10% in più. "Il **Salone** serve a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento" 02 ottobre 2018 - 13:59 MILANO - Almeno in teoria, gli italiani preferiscono acquistare prodotti sostenibili dal punto di vista sociale e ambientale. Lo rivela una ricerca realizzata da Ipsos per il **Salone** della **Responsabilità sociale** d'Impresa, che ha preso il via oggi all'Università Bicocca di Milano. Su un campione di circa 900 persone, dai 16 ai 64 anni, intervistate da Ipsos, l'85% considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori e il 77% basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Secondo Ipsos il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. "Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti - spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** - Il **Salone** serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione". Sono 188 le organizzazioni presenti al **Salone**, e in programma ci sono 87 eventi con 392 relatori. Tra gli eventi in programma oggi, la presentazione del progetto Bullyctionary, il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Un impegno capillare per informare, sensibilizzare ed educare i giovani e le loro famiglie sul cyberbullismo. Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** è promosso da Università Bocconi, **CSR** Manager Network, Unioncamere, Fondazione Global Compact Network Italia, Fondazione Sodalitas, Koinetica. (dp) © Copyright Redattore Sociale

## Eventi, fiere, festival e libri di ottobre

LINK: <http://www.agoravox.it/Eventi-fiere-festival-e-libri-di,81591.html>



Eventi, fiere, festival e libri di ottobre di Damiano Mazzotti (sito) sabato 29 settembre 2018 0  
Commenti 0 Preferiti In ottobre si svolgerà il Milano Film Festival, il Festival del Giornalismo di Ferrara (da venerdì 5), il Festival della Scienza di Bergamo (dal 6), l'Internet Festival di Pisa (da giovedì 11), il Festival del Libro e della Gastronomia di Montecatini (dal 12), il Festival della Scienza di Genova (dal 25). Comunque vi lascio i link per accedere ai programmi dettagliati delle varie manifestazioni: [www.meetthemediaguru.org](http://www.meetthemediaguru.org) (Noha Rafor, robotica e I.A., Milano, venerdì 28, diretta social); [www.meetmetonight.it](http://www.meetmetonight.it) (Meeting scientifico, Milano e Napoli, gratuito, ore 10-22, il 28 e il 29); [www.festivalinternazionaledeellarobotica.it](http://www.festivalinternazionaledeellarobotica.it) (anche film festival, Pisa, fino a mercoledì 3); <https://bookpride.net> (Fiera nazionale dell'editoria Indipendente, Genova, 28-29-30, gratuito); [www.triestenext.it](http://www.triestenext.it) (Festival della ricerca scientifica, Trieste, 28-29-30); [www.milanofilmfestival.it](http://www.milanofilmfestival.it) (Festival cinematografico, Milano, 28 settembre - 7 ottobre); [www.economiadellafelicita.it/bios-dei-relatori](http://www.economiadellafelicita.it/bios-dei-relatori) (Meeting, Prato, sabato 29 e domenica 30); [www.mercanteinfiera.it](http://www.mercanteinfiera.it) (mostra di antiquariato e modernariato, Parma, fino a domenica 7); [www.festivaldignitaumana.com](http://www.festivaldignitaumana.com) (le scelte della vita, Novara-Arona-Borgomanero, fino al 20); <https://camera.to> (la fotografia nella Pop Art di Warhol e Schifano, Torino, tutto il mese); [www.csreinnoვazionesociale.it](http://www.csreinnoვazionesociale.it) (**salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**, Milano, 2 e 3); [www.tropeafestival.it](http://www.tropeafestival.it) (Premio Letterario, Vibo Valentia - Calabria, da martedì 2 a sabato 6); [www.salonedellostudente.it](http://www.salonedellostudente.it) (enti, università, aziende; Pescara, mercoledì 3 e giovedì 4); [www.internationaltourfilmfest.it](http://www.internationaltourfilmfest.it) (Civitavecchia, dal 3 a domenica 7, ingresso gratuito); [www.besteventawards.it](http://www.besteventawards.it) (Festival italiano degli eventi, Milano, giovedì 4 e venerdì 5); [www.romics.it](http://www.romics.it) (Fiera del Fumetto e dell'Animazione, Roma, da giovedì 4 a domenica 7); [www.religionfilm.com](http://www.religionfilm.com) (Festival del cinema sulla religione, Trento e altre città, 4-11); [www.tuttestorie.it](http://www.tuttestorie.it) (Festival di letteratura per ragazzi, Sardegna, da giovedì 4 al 14); [www.jobmeeting.it](http://www.jobmeeting.it) (Fiera del lavoro e della formazione, Bari il 4 e Napoli martedì 16); [www.internazionale.it/festival](http://www.internazionale.it/festival) (Festival del Giornalismo, Ferrara, 5-6-7, gratuito); [www.cibodistrada.com](http://www.cibodistrada.com) (Festival internazionale del cibo di strada, Cesena - Romagna, 5-6-7); [www.milangamesweek.it](http://www.milangamesweek.it) (i videogiochi invadono Milano, Fiera di Rho, dal 5 al 7); [www.sedificorto.it](http://www.sedificorto.it) (International Film Festival, Forlì - Romagna, da venerdì 5 al 14); [www.festivalcrescita.it](http://www.festivalcrescita.it) (a Vicenza il 5, a Milano dal 18 al 21, a Sassuolo venerdì 26); [www.biosalusfestival.it](http://www.biosalusfestival.it) (Festival del biologico e del benessere olistico, Urbino, 6 e 7, gratis); [www.giornatedelcinemamuto.it](http://www.giornatedelcinemamuto.it) (Festival cinematografico, Pordenone, dal 6 al 13); [www.bergamoscienza.it](http://www.bergamoscienza.it) (Festival della Scienza, Bergamo, da sabato 6 a domenica 21); [www.festivaldellafotografiaetica.it](http://www.festivaldellafotografiaetica.it) (World Report Award, Lodi - Lombardia, dal 6 al 28); <https://microfestivalbim.org> (Festival di cultura infantile, Cesena, 6 ottobre - 4 novembre); [www.salonedellostudente.it](http://www.salonedellostudente.it) (enti, università, aziende; Calabria mercoledì 10 e giovedì 11); [www.ttgincontri.it](http://www.ttgincontri.it) (Fiera B2B del turismo, Rimini, da mercoledì 10 a venerdì 12);

[www.internetfestival.it](http://www.internetfestival.it) (Meeting sul futuro digitale, Pisa, da giovedì 11 a domenica 14);  
[www.terradiuttifilmfestival.org](http://www.terradiuttifilmfestival.org) (documentari e cinema sociale, Bologna e Firenze, 11-14);  
[www.cartacarbonfestival.it](http://www.cartacarbonfestival.it) (Festival della letteratura autobiografica, Treviso, 11-14);  
[www.festivaldellapartecipazione.org](http://www.festivaldellapartecipazione.org) (dibattiti, Città dell'Aquila, 11-14, ingresso libero);  
[www.ilfestivaldellosport.it](http://www.ilfestivaldellosport.it) (meeting con campioni sportivi, Trento, da giovedì 11 a domenica);  
[www.artecinema.com](http://www.artecinema.com) (Festival dei film sull'arte contemporanea, Napoli, da giovedì 11);  
[www.festivaldellegenerazioni.it](http://www.festivaldellegenerazioni.it) (meeting con Sgarbi e Mirabella; Firenze, venerdì 12);  
[www.legionatedibertinoro.it](http://www.legionatedibertinoro.it) (le giornate per l'economia civile, Bertinoro - Romagna, 12 e 13);  
[www.makerfairerome.eu/it](http://www.makerfairerome.eu/it) (il Meeting degli Artigiani Digitali, Fiera di Roma, 12-13-14);  
[www.foodandbook.it](http://www.foodandbook.it) (Festival della cultura gastronomica, Montecatini Terme, dal 12 al 14);  
[www.luganophotodays.ch](http://www.luganophotodays.ch) (concorso fotografico, Lugano, Svizzera, dal 12 al 21);  
[www.fanofilmfestival.it](http://www.fanofilmfestival.it) (International Film Festival, Fano - Marche, 16-17-18-19-20);  
<https://iabw.eu> (Italia Africa Business Week, Roma, mercoledì 17 e giovedì 18);  
[www.digitalmeet.it](http://www.digitalmeet.it) (i cittadini e le manifatture digitali, varie città del Nord-Est, dal 17 al 21);  
<https://mashablesocialmediaday.it> (vita digitale, social media e business; Milano, 18-19-20);  
[www.viscomitalia.it](http://www.viscomitalia.it) (mostra convegno di comunicazione visiva, Milano, 18-19-20);  
[www.festivaldelladiplomazia.it](http://www.festivaldelladiplomazia.it) (la diplomazia, il mondo e l'economia, Roma, dal 18 al 26);  
[www.romacinemafest.it](http://www.romacinemafest.it) (Festival cinematografico, Roma, da giovedì 18 al 28);  
[www.festivalculturatecnica.it](http://www.festivalculturatecnica.it) (dibattiti e dimostrazioni, Bologna, fino a dicembre);  
[www.genovabeerfestival.it](http://www.genovabeerfestival.it) (Festival delle birre artigianali italiane, Genova, 19-20-21);  
[www.vintageper1giorno.com](http://www.vintageper1giorno.com) (mercato nazionale del vintage, Lugo di Romagna, 20 e 21);  
[www.viewfest.it](http://www.viewfest.it) (Digital Movie Festival, Torino; [www.viewconference.it](http://www.viewconference.it), dal 22 al 26);  
[www.triestephotosdays.com](http://www.triestephotosdays.com) (Festival della fotografia urbana, Trieste, da lunedì 22);  
[www.smau.it](http://www.smau.it) (Fiera dell'innovazione tecnologica, Milano, da martedì 23 a giovedì 25);  
<https://900fest.com> (la storia del Novecento, Forlì, dal 24 al 27, valido per insegnanti);  
[www.genderbender.it](http://www.genderbender.it) (l'identità e la società moderna, Bologna, 24 ottobre - 3 novembre);  
[www.milanodesignfilmfestival.com](http://www.milanodesignfilmfestival.com) (festival cinematografico, Milano, da giovedì 25 al 28);  
[www.festivalscienza.it](http://www.festivalscienza.it) (Festival, tema: "Equilibrio", Genova, 25 ottobre - 4 novembre);  
[www.sipacontest.com](http://www.sipacontest.com) (Premio e Festival fotografico, Siena - Toscana, 26-27-28);  
[www.ravennanightmare.it](http://www.ravennanightmare.it) (Festival cinematografico, Ravenna, 26 ottobre - 4 novembre);  
<https://microfestivalbim.org> (Festival di cultura infantile, Bologna, sabato 27 e domenica 28);  
[www.wobi.com](http://www.wobi.com) (il World Business Forum con gli speaker più esaltanti, Milano, 30 e 31). Poi consiglio <https://sciencecue.it> e [www.giorgiobianchiphotojournalist.com](http://www.giorgiobianchiphotojournalist.com) (interviste su YouTube), e segnalo alcuni libri: "La guerra dei meme" (lo scherzo infinito, Alessandro Lolli, [www.effequ.it](http://www.effequ.it), 2017); "Un insetto nel piatto" (Giulia Maffei e Giulia Tacchini, [www.entonote.com](http://www.entonote.com), Red, 2016); "La caduta del cielo. Parole di uno sciamano yanomami" (Davi Kopenawa e Bruce Albert, Nottetempo, 2018); "Il fiume della coscienza" (Oliver Sacks, Adelphi, 2018); "Il matematico curioso" (Giovanni Filocamo, Feltrinelli, 2013); "L'arte del possibile" (come scegliere la strada giusta nella vita, Rosamund Stone Zander e Benjamin Zander, Il Sole 24 Ore, da ripubblicare). Infine segnalo il laboratorio della scienziata Silvia Marchesan: <https://marchesanlab.com/the-lab>.

## Il carpooling aiuta Genova: 5000 auto in meno sulle strade

LINK: <https://wisesociety.it/ambiente-e-scienza/carpooling-genova-jojob-colleghiamogenova/>

Lungo il tragitto Savona-Genova dall'inizio dello scorso settembre molti genovesi si sono mossi con il servizio di carpooling messo a disposizione da Jojob. Lo stesso è accaduto sulle rotte Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova e Novi Ligure-Genova per effetto del progetto «ColleghiAmoGenova», lanciato a settembre 2018 per facilitare la viabilità della città ligure, ridurre il traffico cittadino e ricollegare le aree industriali più difficili da raggiungere in seguito alle conseguenze del crollo del Ponte Morandi. Dal lancio del progetto sono oltre cinquemila le auto lasciate a casa dai genovesi che hanno scelto di recarsi al lavoro condividendo le auto messe a disposizione da altri cittadini attraverso l'apposita app denominata "Jojob Carpooling" su smartphone o la registrazione al sito [www.jojob.it/colleghiamogenova](http://www.jojob.it/colleghiamogenova). «In meno di un mese le iscrizioni al carpooling sono cresciute del 20%, sono stati condivisi 2.500 viaggi e più di 5.000 auto sono state tolte dalla strada», ha spiegato Gerard Albertengo, fondatore di Jojob, intervenendo a Milano al **Salone** della Csrn e dell'**innovazione sociale**. Gli iscritti al servizio sono più di 1.500 con un incremento del 20% a settembre di cui il 60% donne e il restante 40% rappresentato da uomini. L'indice di occupazione delle auto, poi, è di 2,94 persone a equipaggio rispetto ai 2,32 di media nel resto d'Italia e i tragitti casa-lavoro coperti con le auto del car pooling sono in media di 15-35 chilometri. «Siamo rimasti molto colpiti da quanto è accaduto a Genova -sottolinea ancora Albertengo, ad del principale operatore di carpooling aziendale in Italia - e abbiamo accolto la proposta di Talent Garden Genova, che lavorando sul tessuto locale ci ha permesso di studiare la soluzione più adatta alla comunità». In questo caso si tratta di una comunità provata che ha ben accolto l'invito alla solidarietà mettendo a disposizione sull'apposita app l'auto utilizzata per andare al lavoro così da poterla condividere. «Il carpooling è una soluzione utilizzata in tutto il mondo per ridurre traffico e inquinamento», continua Elisabetta Migone, amministratore delegato di Talent Garden Genova, una città nella quale «è stato necessario sostenere nuove forme di mobilità urbana che grazie alla tecnologia ci possono essere realizzate con soluzioni semplici e a costo bassissimo». A fare da volano al servizio hanno contribuito da un lato la semplicità di registrazione alla app nella quale inserire il mezzo e il tragitto casa-lavoro e la divisione in dieci zone della città di Genova, e dall'altro la disponibilità delle aziende, alle quali è dedicato specificatamente il servizio di carpooling aziendale. Più di 50 aziende hanno richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti in modo da dare loro la possibilità di raggiungere insieme il luogo di lavoro e aiutare così la mobilità. Tra queste Ansaldo Energia, che già iscritta al servizio di carpooling, tra la fine agosto e settembre ha visto crescere i dipendenti iscritti del 12% e aumentare i viaggi del 28%. L'Istituto Italiano di Tecnologia, invece, ha riscontrato un aumento del 17% degli iscritti e un +70% di viaggi certificati.

## Salone della Csr, un evento in espansione

LINK: <http://www.vita.it/it/article/2018/10/05/salone-della-csr-un-evento-in-espansione/149286/>

**Salone** della **Csr**, un evento in espansione di Redazione 5 Ottobre Ott 2018 15:55 un'ora fa ... Cresce sotto tutti i punti di vista. Crescono del 18 per cento le organizzazioni partecipanti, del 10 i visitatori, del 18 gli eventi proposti nella due giorni e anche il numero dei relatori cresciuto del 31 per cento «In questa edizione del **Salone** della **CSR** è emerso in modo chiaro che l'impegno per la sostenibilità per molte aziende non è un'azione tattica ma è diventata una scelta strategica che sta modificando il modo stesso di "fare impresa"», sottolinea Rossella Sobrero, presidente di Koinética. Facendo il bilancio della due giorni 2018. Rossella Sobrero «Il **Salone** si conferma come un appuntamento importante non solo per chi vuole aggiornarsi ma anche per chi crede nell'importanza di fare rete e di condividere idee, esperienze progetti», aggiunge, «In attesa della 7° edizione nazionale, che sarà i primi di ottobre 2019, ripartirà presto il "Giro d'Italia della **CSR**": il **Salone** è sempre in movimento». I numeri dimostrano come il **Salone** sia un evento in costante crescita. Sono state infatti 188 le organizzazioni protagoniste (+ 17% rispetto al 2017 quando furono 161), 87 eventi in due giorni (+ 18%, erano 74 nel 2017), 392 relatori (+ 31%, 300 nel 2017), 5.500 visitatori nelle due giornate (+ 10% rispetto all'anno scorso). Quest'anno la kermesse ha anche visto la presentazione della ricerca realizzata ad hoc da Ipsos. Un lavoro che ha messo in evidenza che sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. La ricerca ha indagato inoltre cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. L'85% degli italiani considera infatti i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori e il 77% delle persone basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più.

## Manuela Kron: "Fieri di collaborare con il Banco alimentare, per noi momento di unione"

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/manuela-kron-fieri-collaborare-con-banco-alimentare-per-noi-momento-unione\\_ddAzRYE2H0I...](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/manuela-kron-fieri-collaborare-con-banco-alimentare-per-noi-momento-unione_ddAzRYE2H0I...)



Manuela Kron: "Fieri di collaborare con il Banco alimentare, per noi momento di unione" **CSR**  
Tweet Condividi su WhatsApp "Siamo molto fieri di collaborare con il Banco alimentare. Quando ci hanno chiesto uno dei nostri prodotti siamo stati molto felice di farlo. È stato un momento di unione". Così Manuela Kron, direttore Corporate Affairs Nestlè Italia, durante il **Salone** del **CSR** a Milano. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/02/bullyctionary-bullismo-dalla-alla\\_pkjwBfXHduusS8vIWwSI.html](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/02/bullyctionary-bullismo-dalla-alla_pkjwBfXHduusS8vIWwSI.html)



Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z **CSR** Tweet Condividi su WhatsApp Pubblicato il: 02/10/2018 16:04 Si chiama Bullyctionary ed è il primo dizionario online, scritto con i ragazzi, che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete. Ma è anche un progetto, che prevede incontri in tutta Italia rivolti alle famiglie, per informare, sensibilizzare ed educare sul cyberbullismo. Ed è valso a Generali Italia il "Premio Areté" per la Comunicazione d'Impresa, assegnato nell'ambito del **Salone CSR** 2018 di Milano e promosso da Nuvolaverde Onlus con Confindustria, Abi e Gruppo 24 Ore. Questa la motivazione del premio: "L'azione va in molte direzioni: i ragazzi innanzitutto, la famiglia attraverso i luoghi di lavoro, il web. Azione corale su un tema che coinvolge tutti e che va affrontato in armonia senza terrorismo psicologico". Con Bullyctionary, spiega Lucia Sciacca, direttore Comunicazione e Sostenibilità di Generali Italia, "grazie alle nostre agenzie sul territorio, agli amici di Informatici Senza Frontiere e all'importante contributo di testimonial d'eccezione, vogliamo fare sistema comune per contrastare il cyberbullismo. Intendiamo così creare una rete virtuosa a supporto dei ragazzi e delle famiglie". Per sensibilizzare i ragazzi sul fenomeno sono stati infatti coinvolti dei testimonial d'eccezione. Al **Salone** della **CSR** di quest'anno il musicista Saturnino con Federico Basso e Davide Paniate dei Boiler di Zelig, hanno trattato il tema del bullismo con musica e parole. Saturnino e il duo dei Boiler, si aggiungono alla squadra di ambassador di Bullyctionary: la creator Sofia Viscardi, il cantante Michele Bravi, i campioni italiani di rugby Edoardo Gori, Tommaso Allan e Alessandro Zanni, e Mauro Sanchini, ex motociclista italiano ora telecronista della MotoGP. "Bullyctionary", nato dalla collaborazione con J. Walter Thompson Italia e lanciato con Informatici Senza Frontiere, è un progetto aperto e collaborativo a cui tutti possono aderire candidando una o più parole sul sito <http://www.bullyctionary.generali.it/> e partecipando agli incontri sul territorio nelle Agenzie di Generali. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone della CSR**

LINK: <http://ildubbio.news/ildubbio/2018/10/02/bnl-e-bnp-paribas-protagonisti-al-salone-della-csr-2/>



Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone della CSR** Roma, 2 ott. (AdnKronos) - Condividere esperienze ed iniziative internazionali sul fronte della sostenibilità sociale ed ambientale e esplorare il settore degli investimenti socialmente responsabili. Ma non solo. Anche approfondire il tema dell'inclusione, nel lavoro e nella Società, e della [ ] Roma, 2 ott. (AdnKronos) - Condividere esperienze ed iniziative internazionali sul fronte della sostenibilità sociale ed ambientale e esplorare il settore degli investimenti socialmente responsabili. Ma non solo. Anche approfondire il tema dell'inclusione, nel lavoro e nella Società, e della lotta ad ogni tipo di diversità, in primis quella di genere, e parlare di sostegno al terzo settore. E' intenso il programma di BNL-BNP Paribas al "**Salone della CSR** e dell'**Innovazione sociale**", il più importante evento del settore, in programma a Milano, all'Università Bocconi. Titolo di questa 6° edizione è "Le rotte della sostenibilità", quella stessa sostenibilità, segnala l'Istituto, "che è nei valori e nella strategia di BNP Paribas e coinvolge il business, l'organizzazione e la governance" di tutto il Gruppo. "Agire in modo socialmente responsabile è oggi un fattore imprescindibile di esistenza e sviluppo per un'azienda ed ancor più per una realtà globale come BNP Paribas, che opera in più di 73 paesi nel mondo" afferma Mauro Bombacigno, Direttore Engagement BNP Paribas Italia. "**CSR** - segnala il manager- per noi significa impegno, continuo e concreto, per una Società migliore, per un mondo più sano, per un'economia più vicina alle persone e al loro benessere, con uno sguardo al futuro e alle nuove generazioni". Mauro Bombacigno racconterà l'esperienza di BNL e di BNP Paribas durante una delle sessioni di apertura del **Salone**, dal titolo "Economia reale e finanza sostenibile, una collaborazione strategica". E' invece dedicato ai giovani l'incontro odierno presieduto da Claudia Schininà, Responsabile **CSR** di BNL. Un appuntamento per parlare con le nuove generazioni di sostenibilità, approfondire le loro preoccupazioni e speranze per immaginare insieme un domani migliore. Cristina Galbusera, Responsabile People Development Center BNL, interverrà invece domani, 3 ottobre, nel seminario dedicato alla Diversità, un valore aziendale e sociale per un mondo del lavoro ed una Società più inclusivi, attenti

## Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/01/prodotti-green-piu-innovativi-per-8-italiani-su-10-2/>



Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10 By Robot Adnkronos - 1 ottobre 2018 0 1 Milano, 1 ott. - (AdnKronos) - L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via domani, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. "Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità - commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos - anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone". Ma, secondo Pagnoncelli, "è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di responsabilità sociale, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane". Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine Csr, Corporate social responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la Csr dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la

**CSR** come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. "Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale" spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale**. Il **Salone**, spiega la Sobrero, "serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni "protagoniste", 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali "rotte" che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti - conclude Sobrero - e la partecipazione è libera e gratuita". Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a "Le rotte della sostenibilità". Sempre il 2 ottobre al **Salone** interverrà Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l'evento al **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale**, come l'intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo. Robot Adnkronos



## Lidl Italia punta a donare 10 milioni di pasti all'anno

LINK: <https://www.mark-up.it/lidl-italia-punta-a-donare-10-milioni-di-pasti-allanno/>



Lidl Italia punta a donare 10 milioni di pasti all'anno Chiara Bertoletti 5 ottobre 2018 #TAKEACTION | Un'obiettivo da raggiungere estendendo il programma di recupero cibo a tutti gli oltre 600 supermercati Lidl sul territorio nazionale Lidl Italia curante il **Salone della Csr** di Milano ha presentato risultati e nuovi obiettivi del progetto Oltre il carrello lanciato a febbraio 2018. L'iniziativa è volta al recupero nei punti di vendita delle eccedenze alimentari confezionate non più vendibili secondo gli standard commerciali, ma ancora buoni e sicuri, per donarli agli enti caritativi gestiti dalla Fondazione Banco Alimentare. Ad oggi gli oltre 250 supermercati Lidl che partecipano al progetto hanno recuperato e donato oltre 400 tonnellate di cibo. L'obiettivo dell'insegna è quello di estendere il programma entro fine anno a tutti gli oltre 600 supermercati Lidl sul territorio nazionale, arrivando così a recuperare, su scala nazionale, oltre 10 milioni di pasti all'anno. Continuano così le iniziative di marketing a sfondo sociale da parte della gdo, che evolvono alzando l'asticella della solidarietà e dell'impegno. TAG cibo **CSR** marketing sociale pasti **responsabilità sociale** spreco alimentare

## Giangiaco Pierini: "Nostri prodotti uniscono, importante collaborare con Banco Alimentare"

LINK: <http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/giangiacomo-pierini-nostri-prodotti-uniscono-importante-collaborare-con-banco-alimenta...>



Giangiaco Pierini: "Nostri prodotti uniscono, importante collaborare con Banco Alimentare"  
**CSR** Tweet Condividi su WhatsApp "Siamo vicini a Banco Alimentare dal 2005, che soddisfa esigenze comuni di evitare lo spreco. Noi collaboriamo perché il nostro prodotto si sposa con un momento di unione". Così Giangiaco Pierini, direttore relazioni istituzionali e comunicazione di Coca-Cola HBC Italia durante il **Salone della csr**. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Business dell'accoglienza e scandali: va in scena il "processo al non profit"

LINK: <http://www.agenzia.redattoresociale.it/Notiziario/Articolo/599443/Business-dell-accoglienza-e-scandali-va-in-scena-il-processo-al-non-profit>

Business dell'accoglienza e scandali: va in scena il "processo al non profit" All'Università Bocconi rappresentanti di ong e terzo settore chiamati a difendere e accusare il proprio mondo in un gioco retorico promosso da Ferpi che si chiuderà a Roma in Cassazione il 20 ottobre: business e scandali, veri o presunti, in testa alle accuse. Falconi (Ferpi): "Invitiamo il sindaco di Riace" 03 ottobre 2018 - 14:16 MILANO - Un finto tribunale per un problema vero. Una giuria popolare che emette il verdetto con l'applausometro. Due avvocati e inquisitori allo stesso tempo. Tre gradi di giudizio: il primo a Milano, il 13 ottobre a l'Aquila e la sentenza di Cassazione a Roma il 20 ottobre. Al **salone** della **responsabilità sociale** d'impresa e dell'**innovazione sociale** va in scena un processo che è anche un match di pugilato verbale. A sedere sul banco degli imputati non è una persona ma un intero mondo e settore: il non profit. Con tutto ciò che questa espressione racchiude, talvolta erroneamente: ong, cooperative, onlus, parrocchie, imprese sociali. "Lo dedico al sindaco di Riace" dice all'Università Bocconi, che ospita il **salone**, Toni Muzi Falconi, ex presidente di Ferpi (Federazione relazione pubbliche italiana) promotrice dell'evento assieme all'associazione "PerLaRe" (Per la Retorica). Falconi annuncia l'invito proprio di Mimmo Lucano per il terzo grado di giudizio. Che i mondi dell'accoglienza, terzo settore, volontariato, soccorso in mare siano sotto accusa non è un fatto nuovo. "Tu c'hai idea quanto ce guadagno sugli immigrati? Il traffico di droga rende meno" è forse l'intercettazione più citata della storia giudiziaria recente, dove a parlare è Salvatore Buzzi, all'epoca numero uno della cooperativa 29 giugno, e diventato uno dei volti più noti di Mafia Capitale. Gli operatori di quel mondo non hanno saputo difendersi dalle frecce che arrivano con cadenza regolare da stampa, politica, magistratura. Da qui nasce l'idea del "processo", dove sono gli stessi esponenti di importanti ong a doversi prima difendere e poi a loro volta accusare: quattro sfide su quattro temi, un format "medievale" - come viene definito in apertura - con round da dieci minuti ciascuno, dove calarsi nella parte è fin troppo facile. Il processo si fa alle idee, non alle persone. "Quanto spendete per auto mantenervi? Viaggiate in business class, drenate risorse per aiutare gli stranieri mentre l'Italia ha un problema di welfare e disoccupazione giovanile" accusa a macchina Daniela Bernacchi di Cesvi, uno dei colossi fra le onlus che lavorano anche con la cooperazione italiana e la Farnesina in realtà come quella libica. "Spendete tutti questi soldi e poi vengono fuori gli scandali delle cooperative che sfruttano i migranti e quelli sessuali come per Oxfam". Dall'altra parte proprio Sabrina Siniscalchi di Oxfam Italia. Controbattere non è facile: "Noi ci muoviamo per turismo, le nostre imprese crescono con gli investimenti all'estero, troppo facile volere la libera circolazione dei soldi ma non quella delle persone". Mentre allo stesso tempo "nelle nostre analisi abbiamo intuito prima di altri i costi sociali di una globalizzazione economica senza regole e l'abbiamo denunciata". E ancora: "Ci occupiamo di tutte le questioni sociali anche con le ong in Italia per aiutare i settori più poveri. Siamo in prima linea per il benessere dei cittadini ed evitare che scoppi la rabbia e il disagio incontrollato: se non ci fossimo noi chi governa questo Paese avrebbe problemi più grandi di cui occuparsi". Gli scandali? "È un ambiente fatto da persone, uomini e donne, non da santi, quindi la percentuale di errore è la stessa degli altri settori". Quando le parti si invertono è Daniela Bernacchi a doversi difendere dall'accusa di essere diventati dei "professionisti dell'accoglienza e dello sviluppo" di aver interiorizzato "la logica delle aziende". "Sì, è vero -

afferma la Ceo di Cesvi - : Creiamo posti di lavoro e siamo dei professionisti remunerati, mediamente gli stipendi sono dal 30 al 50 per cento in meno rispetto al settore profit, quindi la nostra causa è sorretta da un'aspirazione di principio che ci contraddistingue. Chi lavora per le ong in Libia, Siria, Libano, dove gli operatori rischiano la vita per dare una mano alle popolazioni in emergenza umanitaria, lo fa anche per dei valori". Nessuna esclusione di colpi in questo gioco retorico. Gli abusi? " L'essere umano ha dei limiti, basta vedere cosa è successo nella Chiesa con la pedofilia, ma non abbiamo mai coperto scandali, ci sono state anche autodenunce". Ma la presidente di Oxfam Italia, nel suo temporaneo ruolo di "castiga-ong" ha un asso nella manica. Le accuse ora le muove da tutt'altro punto di vista: "Sei italiana, la tua ong è italiana, come fate a non vedere e contrastare l'onda di xenofobia che attraversa il Paese, io vedo solo Salvini e non vedo voi". Chi è colpevole e chi innocente? La domanda almeno è stata posta, il verdetto lo deciderà il pubblico in conclusione dei tre appuntamenti in tour per la penisola. L'udienza è sciolta. (Francesco Floris) © Copyright Redattore Sociale

## Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10

LINK: <http://ildubbio.news/ildubbio/2018/10/02/prodotti-green-piu-innovativi-per-8-italiani-su-10-3/>

Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10 Milano, 2 ott. - (AdnKronos) - L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via oggi, [ ] Milano, 2 ott. - (AdnKronos) - L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via oggi, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. "Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità - commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos - anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone". Ma, secondo Pagnoncelli, "è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di responsabilità sociale, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane". Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per Il Salone della Csr e dell'innovazione sociale ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine Csr, Corporate social responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la Csr dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la CSR come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione è quindi

fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. "Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale" spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale**. Il **Salone**, spiega la Sobrero, "serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni "protagoniste", 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali "rotte" che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti - conclude Sobrero - e la partecipazione è libera e gratuita". Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a "Le rotte della sostenibilità". Sempre il 2 ottobre al **Salone** interverrà Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l'evento al **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale**, come l'intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo.

## Economia e finanza: gli avvenimenti della settimana

LINK: [https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC\\_28092018\\_1925\\_690206917.html](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC_28092018_1925_690206917.html)

Economia e finanza: gli avvenimenti della settimana MARTEDI' 2 ottobre -----  
FINANZA - Milano: Monnalisa incontra la comunita' finanziaria all' "Half Time Conference" organizzato da KT&Partners in collaborazione con Borsa Italiana . Palazzo Parigi. RIUNIONI DEI CONSIGLI DI AMMINISTRAZIONE - Nessun appuntamento in agenda. INCONTRI SOCIETA' QUOTATE - Nessun appuntamento in agenda. ASSEMBLEE DEGLI AZIONISTI - Milano: assemblea straordinaria Mediacontech (2da conv.). Ore 11,00. Per modifiche statutarie. Presso studio Zabban - Notari - Rampolla & Associati, via Metastasio, 5. DATI MACROECONOMICI - Giappone: fiducia delle famiglie, settembre. Ore 7,00. - Eurozona: prezzi alla produzione, agosto. Ore 11,00 - Stati Uniti: vendite di autoveicoli, settembre. Ore 21,30. ECONOMIA - Milano: incontro Vector Cuatro (Falck Renewables) 'Presente e futuro delle energie rinnovabili in Italia'. Ore 9,00. Hotel NHow, via Tortona, 35. - Milano: convegno Assoreti "Consulenza e Wealth Management: modelli al servizio dei clienti". Ore 10,00. Partecipa, tra gli altri, Massimo Doris, a.d. Banca Mediolanum. Centro Congressi Fondazione Cariplo, via Romagnosi, 8 - Milano: evento Il Salone del CSR e dell'Innovazione Sociale "Le rotte della Sostenibilita'". Ore 10,00. Universita' Bocconi, via Roentgen, 1 - Milano: incontro di Guber Banca per la presentazione in anteprima di Deposito102 conto di deposito online. Ore 11,30. Viale Pasubio, 21 - Milano: al via 'SingularityU Italy Summit'. Presso Centro Congressi MiCo. Termina domani - Parma: firma dell'Accordo di collaborazione per l'attivita' di divulgazione delle iniziative antiracket e antiusura tra Universita' di Parma, Consap, Concessionaria Servizi Assicurativi Pubblici, e il Commissario straordinario del Governo. Ore 12,00. Via Universita', 12 - Bologna: consegna del 'Marconi Prize 2018' a Tom Leighton, ceo di Akamai. - Tirrenia (Pi): prende il via il roadshow con focus su Pictet-SmartCity. Ore 10,30 - Firenze: conferenza stampa di presentazione di 'Pisa Book Festival', **salone** dell'editoria indipendente. Ore 12,00. Palazzo Strozzi Sacratì, Piazza Duomo, 10. - Roma: Il Forum del Terzo Settore: tra identita' e cambiamento. Incontro con il ministro del Lavoro, Luigi Di Maio. Ore 11,00. - Roma: convegno "Programma di valutazione del rischio e indicatori della crisi delle societa' partecipate pubbliche". Organizzato da: Consiglio Nazionale dei dottori commercialisti e degli esperti contabili. Ore 14,00. Partecipa, tra gli altri, Giovanni Sabatini, Direttore Generale Abi. Piazza del Gesu', 49. - Lussemburgo: riunione Ecofin. Ore 9,00. Red- (RADIOCOR) 28-09-18 19:25:05 (0690) NNNN Titoli citati nella notizia Nome Prezzo Ultimo Contratto Var % Ora Min oggi Max oggi Apertura Banca Mediolanum 5,86 -6,54 17.37.46 5,86 6,185 6,165 Mediacontech 0,542 -2,17 16.07.29 0,54 0,556 0,554 Monnalisa 13,15 -2,59 13.09.26 13,15 13,25 13,25 Falck Renewables 1,86 -3,23 17.35.10 1,842 1,904 1,902 Tag

## Marita Spera: "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti"

LINK: <https://notizie.tiscali.it/feeds/marita-spera-welfare-imprescindibile-puntiamo-sui-nostri-dipendenti-00001/>



Marita Spera: "Welfare imprescindibile, puntiamo sui nostri dipendenti" To view this video please enable JavaScript, and consider upgrading to a web browser that supports HTML5 video Condividi Tweet Codice da incorporare: di Adnkronos "Welfare imprescindibile per una azienda come la nostra, puntiamo molto sui nostri dipendenti. Abbiamo programmi di formazione interni e oggi siamo tra i migliori ambienti di lavoro possibile". Così Marita Spera, direttrice relazioni esterne di American Express Italia a margine del **Salone CSR** a Milano. 5 ottobre 2018

## Tiziano Onesti : "Treni sostenibili per lasciare qualcosa di buono ai nostri figli"

LINK: [http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/tiziano-onesti-treni-sostenibili-per-lasciare-qualcosa-buono-nostri-figli\\_DgmS1QknTMgU...](http://www.adnkronos.com/sostenibilita/csr/2018/10/04/tiziano-onesti-treni-sostenibili-per-lasciare-qualcosa-buono-nostri-figli_DgmS1QknTMgU...)



Tiziano Onesti : "Treni sostenibili per lasciare qualcosa di buono ai nostri figli" **CSR** Tweet Condividi su WhatsApp "Tutti i nostri treni sono sostenibili, pensiamo sempre a cosa lasciamo ai nostri figli, questo vuol dire essere sostenibile". Così Tiziano Onesti, presidente di Trenitalia gruppo Ferrovie dello Stato italiane durante il **Salone della CSR** A Milano. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos. Tweet Condividi su WhatsApp

## Ponte Morandi, decolla progetto carpooling aziendale a +20%

LINK: [http://www.ansa.it/canale\\_motori/notizie/attualita/2018/10/03/ponte-morandi-decolla-progetto-carpooling-aziendale-a-20\\_7b3f45e6-24c7-4868-b6...](http://www.ansa.it/canale_motori/notizie/attualita/2018/10/03/ponte-morandi-decolla-progetto-carpooling-aziendale-a-20_7b3f45e6-24c7-4868-b6...)



Ponte Morandi, decolla progetto carpooling aziendale a +20% L'iniziativa ColleghiAmoGenova presentata da Jojob Redazione ANSA ROMA 03 ottobre 2018 14:58 Ponte Morandi, decolla progetto carpooling aziendale a +20% © ANSA +CLICCA PER INGRANDIRE Stampa Scrivi alla redazione Suggestisci Dimensioni video: 628 x 387 960 x 574 Larghezza Auto Start Mostra Titolo Codice monetizzazione per editori Informazioni Accedi Registrati Ottieni il codice embed Facebook Twitter Google + WhatsApp ROMA - Primo bilancio positivo per il progetto di carpooling nato per migliorare la mobilità di Genova, dopo il crollo del ponte Morandi. Jojob, operatore di carpooling aziendale in Italia, in occasione del **salone** del **Salone della CSR** a Milano, ha infatti reso noto i dati del progetto 'ColleghiAmoGenova', lanciato a settembre 2018 dopo la tragedia del ponte. In meno di un mese le iscrizioni sono cresciute del 20%, sono stati condivisi 2.500 viaggi e più di 5.000 auto sono state tolte dalla strada. Con l'iniziativa ColleghiAmoGenova, il numero dei lavoratori che utilizzano il carpooling è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. Per quanto riguarda gli equipaggi, a Genova si viaggia con una media di 2,94 persone a vettura. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

## Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z

LINK: <https://ildubbio.news/ildubbio/2018/10/02/bullyctionary-il-bullismo-dalla-a-alla-z/>



Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z Roma, 2 ott. - (AdnKronos) - Si chiama Bullyctionary ed è il primo dizionario online, scritto con i ragazzi, che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete. Ma è anche un progetto, che prevede incontri in tutta Italia rivolti alle famiglie, per informare, sensibilizzare ed educare [ ] Roma, 2 ott. - (AdnKronos) - Si chiama Bullyctionary ed è il primo dizionario online, scritto con i ragazzi, che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete. Ma è anche un progetto, che prevede incontri in tutta Italia rivolti alle famiglie, per informare, sensibilizzare ed educare sul cyberbullismo. Ed è valso a Generali Italia il "Premio Areté" per la Comunicazione d'Impresa, assegnato nell'ambito del **Salone CSR** 2018 di Milano e promosso da Nuvolaverde Onlus con Confindustria, Abi e Gruppo 24 Ore. Questa la motivazione del premio: "L'azione va in molte direzioni: i ragazzi innanzitutto, la famiglia attraverso i luoghi di lavoro, il web. Azione corale su un tema che coinvolge tutti e che va affrontato in armonia senza terrorismo psicologico". Con Bullyctionary, spiega Lucia Sciacca, direttore Comunicazione e Sostenibilità di Generali Italia, "grazie alle nostre agenzie sul territorio, agli amici di Informatici Senza Frontiere e all'importante contributo di testimonial d'eccezione, vogliamo fare sistema comune per contrastare il cyberbullismo. Intendiamo così creare una rete virtuosa a supporto dei ragazzi e delle famiglie". Per sensibilizzare i ragazzi sul fenomeno sono stati infatti coinvolti dei testimonial d'eccezione. Al **Salone** della **CSR** di quest'anno il musicista Saturnino con Federico Basso e Davide Paniate dei Boiler di Zelig, hanno trattato il tema del bullismo con musica e parole. Saturnino e il duo dei Boiler, si aggiungono alla squadra di ambassador di Bullyctionary: la creator Sofia Viscardi, il cantante Michele Bravi, i campioni italiani di rugby Edoardo Gori, Tommaso Allan e Alessandro Zanni, e Mauro Sanchini, ex motociclista italiano ora telecronista della MotoGP. "Bullyctionary", nato dalla collaborazione con J. Walter Thompson Italia e lanciato con Informatici Senza Frontiere, è un progetto aperto e collaborativo a cui tutti possono aderire candidando una o più parole sul sito <http://www.bullyctionary.generali.it/> e partecipando agli incontri sul territorio nelle Agenzie di Generali.



## #Processoalnonprofit, al via la prima udienza

LINK: <http://www.vita.it/it/article/2018/10/01/processoalnonprofit-al-via-la-prima-udienza/149208/>

#Processoalnonprofit, al via la prima udienza di Lorenzo Maria Alvaro 1 Ottobre Ott 2018 1540 2 ore fa ... L'iniziativa organizzata da Ferpi e Associazione per la Retorica andrà in scena con il primo dei tre appuntamenti il 3 ottobre al **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**. Toni Muzi Falconi, uno degli organizzatori: «È un gioco di retorica che si propone di convincere gli operatori del non profit, le istituzioni, le imprese e la società civile e il sistema dei media a cambiare narrativa sul non profit» «È un'esperienza che mi ha lasciato senza fiato. Personalmente poi, quando lo "scontro" è finito, mi sono sentito uno straccio: avevo accusato i miei amici di Oxfam delle peggiori nefandezze». A scrivere, sul proprio profilo LinkedIn è Giangi Milesi, raccontando la sua esperienza del "Processo al Non Profit". Di cosa si tratta? A spiegarlo è direttamente l'inventore, Toni Muzi Falconi past president di Ferpi - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana. Toni Muzi Falconi In cosa consiste questo "processo" al non profit? È un gioco di retorica che si propone di convincere gli operatori del non profit, le istituzioni, le imprese e la società civile e il sistema dei media a cambiare narrativa sul non profit. La retorica da questo punto di vista è molto efficace. Siamo convinti che questo sia uno strumento utilissimo perché un settore così importante come il sociale si metta d'accordo e cambi la narrativa. Perché avete scelto la forma processuale? Il pretesto è l'attacco mediatico nei confronti del non profit che stiamo vivendo. Penso al caso ong e migranti. O al discredito che è ha colpito in modo indiscriminato le realtà del Terzo settore per colpa di alcuni comportamenti sbagliati gonfiati a arte. Questo però è solo una scusa per poter trattare temi più importanti Quali? Il Terzo settore è messo ralmente alla sbarra da tanti dati oggettivi: una legislazione molto confusa, una grande litigiosità interna, la diminuzione di donatori e volontari. A questo si aggiunge una riduzione del capitale sociale italiano. Questa nostra iniziativa mira a aiutare sia gli addetti ai lavori che i principali stakeholder a prendere coscienza di ciò che va cambiato e come attuare questo cambiamento. Le "udienze" in programma sono tre. Rimarranno tali o potrebbero aggiungersi nuovi appuntamenti? No, rimarranno quelle previste (a Milano il 3 ottobre, a L'Aquila il 13 ottobre e a Roma il 20 ottobre). Sono tre perché richiamano i tre gradi di giudizio. Dopo l'ultimo appuntamento, cui parteciperanno oltre 200 organizzazioni, pensiamo di mettere in piedi una piattaforma comune. Quale sarà il fine di questa piattaforma? Siamo convinti che il problema del Non profit italiano riguardi i comportamenti. Vanno cambiati. Bisogna stravolgere i comportamenti di Terzo settore, istituzioni, imprese, società civile e imprese. La piattaforma è pensata per monitorare questi comportamenti e immaginare un modo per cambiare verso. In questo senso le "udienze" sono fondamentali, la testimonianza di Giangi Milesi lo dimostra ampiamente.

## Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità

LINK: <https://notizie.tiscali.it/economia/articoli/sostenibilita-consumo-scelta-etica-ad-acquisto-qualita-00001/>



Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità To view this video please enable JavaScript, and consider upgrading to a web browser that supports HTML5 video  
Condividi Tweet Codice da incorporare: di Askanews Milano (askanews) - Da comportamento responsabile a scelta di qualità: al momento dell'acquisto il prodotto sostenibile non viene più scelto solo perché "etico", ma perché "migliore". E' una delle evidenze che emergono dall'indagine Ipsos realizzata per l'edizione 2018 del **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**. L'indagine ha dato conto degli atteggiamenti di consumatori e aziende nei confronti della sostenibilità, e ha offerto un primo tema di confronto ai relatori intervenuti al **Salone**. "Credo che tutte le ricerche recenti dicano che nei consumatori dei Paesi più evoluti e a maggior livello di reddito sta crescendo la consapevolezza dell'importanza di un consumo sostenibile - conferma Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli e vicepresidente di Assolombarda che ha partecipato al **Salone** - E gran parte dei consumatori sono anche disposti a pagare quel pezzettino in più di prezzo che faccia sì che sul mercato ci siano prodotti di qualità e rispettosi dell'ambiente. La qualità viene apprezzata dai consumatori evoluti".E la ricerca della qualità, in termini di sostenibilità, ha una ricaduta importante sulle aziende che hanno fatto propria una strategia di responsabilità di lungo periodo. "Uno studio che ha fatto la Fondazione Symbola insieme a Uniocamere - dice Ermete Realacci presidente di Fondazione Symbola a margine di un convegno svolto al **Salone della CSR** - risulta un dato molto importante: che le imprese che scommettono sulla coesione e sulla sostenibilità sono quelle che vanno meglio economicamente. Cioè esportano di più, producono più posti di lavoro, crescono di più. Per dirla con una battuta: in Italia essere buoni conviene".Sostenibilità percepita dai consumatori come qualità e amministrata dalle imprese come leva di crescita. Verrebbe da dire che per la tutela delle risorse della terra dove non sono arrivate l'ideologia e la politica sta arrivando il mercato. "Ovviamente nel mercato ci sono scontri, competizioni. E non tutto è virtuoso: abbiamo l'economia in nero e quella illegale, però sì: c'è un pezzo delle nostre imprese, in Italia più che negli altri Paesi, che anche senza la politica ha fatto dei passi avanti - dice Realacci - Sono grosso modo un terzo delle imprese manifatturiere e sono quelle più forti. Da queste dobbiamo in qualche modo ripartire, e poi se la politica si occupasse di questo. Non farebbe certo danno". "Credo che la sostenibilità sia un obiettivo generale ed è una grande responsabilità della politica costruire politiche industriali che premiano la qualità - argomenta invece Calabrò - Vedo purtroppo un crescente atteggiamento anti-imprese che considero molto negativo per la qualità della vita, per il lavoro per il benessere generale".Ma qualità e sostenibilità comunque costano, e se i consumatori sono disposti a pagare per ottenerle, una media del 10 per cento in più, quale deve essere la risposta delle imprese? "Posso fare un esempio che è apparentemente irriuale: il vino - spiega il presidente di Symbola - L'Italia nel 1986 ebbe un trauma tremendo

perché aveva scelto una strada sbagliata. Grande quantità a basso prezzo. E arrivò il metanolo: morirono 20 persone ci fu una sofisticazione criminale. Poi ha cambiato rotta: qualità legata al territorio. E oggi si produce il 50 per cento in meno del vino, ma vale sei-sette volte di più. Una scommessa per la qualità è quella che tiene assieme la qualità della vita e anche la competitività delle imprese". "Le aziende devono potere offrire prodotti, che siano attenti alla sostenibilità e questo è un obbligo e un impegno - aggiunge Roberto Calvi, Corporate Communications & Scale Initiatives Leader di Procter & Gamble - Nel caso di P&G cerchiamo di diminuire il footprint ambientale di tutti i nostri prodotti guardando a tutto il ciclo di vita del prodotto, dalla materia prima con il quale è composto, fino alla produzione fino all'utilizzo a casa e poi preoccupandoci dello smaltimento, e del fine vita del prodotto. Questo ovviamente deve essere fatto senza trade-off, senza che il consumatore debba pagare un centesimo di euro in più per avere un prodotto più sostenibile". Ma come si riconosce un prodotto sostenibile. Se i consumatori - dice la ricerca Ipsos - guardano ai pareri e alle segnalazioni di soggetti terzi, certificazioni incluse, le aziende puntano prima di tutto sulla comunicazione diretta, con pubblicità, con il proprio sito internet e con l'ingaggio del consumatore. Una scelta che non sembra priva di criticità. "Se forzato è un tentativo sbagliato. Nessuno chiede all'oste se il vino è buono. E' giusto che l'impresa sia trasparente nelle azioni che fa, ma è chiaro che noi ci fidiamo di un giudizio terzo. Ovviamente a valle di criteri trasparenti - conferma Realacci - Per altro in questo l'Europa ha fatto dei passi avanti: determinate imprese devono fare un Bilancio di sostenibilità e il controllo lo fa la Consob, quindi ci sono dei picchetti. E poi bisogna che le imprese capiscano che il giudizio dei cittadini, delle comunità e dei territori è per loro la migliore polizza di assicurazione per il futuro". "Noi cerchiamo di lavorare coinvolgendo sempre dei partner - spiega Calvi - sia commerciali, sia fondazioni, o organizzazioni come il Wwf nel nostro caso. Quindi c'è una mediazione e garanzia. Una grande organizzazione come il Wwf si associa a P&G proprio perché ne riconosce i valori, e l'impegno nella sostenibilità". Il **Salone della CSR** ha visto confrontarsi in Bocconi 390 relatori in oltre 80 incontri, confermadosi così il più importante evento nazionale dedicato alla sostenibilità. ( luca.ferraiuolo@askanews.it ) 5 ottobre 2018

## Salone della CSR, de Bortoli: "Sostenibilità decisiva per attrarre investimenti futuri"

LINK: [https://finanza.repubblica.it/News/2018/10/04/salone\\_della\\_csr\\_de\\_bortoli\\_sostenibilita\\_decisiva\\_per\\_attrarre\\_investimenti\\_futuri\\_-189/](https://finanza.repubblica.it/News/2018/10/04/salone_della_csr_de_bortoli_sostenibilita_decisiva_per_attrarre_investimenti_futuri_-189/)

**Salone** della **CSR**, de Bortoli: "Sostenibilità decisiva per attrarre investimenti futuri" Intervista a Ferruccio de Bortoli, giornalista e Presidente VIDAS 4 ottobre 2018 - 14.50 (Teleborsa) - Due giorni per spiegare l'importanza della sostenibilità per l'impresa e per il mondo che le ruota attorno. E' questo l'obiettivo del **Salone** della **CSR**, organizzato ogni anno dall'Università Bocconi di Milano. L'evento, il più importante in Italia dedicato a questa tematica, è prima di tutto un'occasione per attivare energie positive, condividere idee, trovare percorsi comuni. Il titolo di questa 6° edizione - Le rotte della sostenibilità - 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. Nel corso dell'evento sono stati programmati decine di incontri, centinaia di relatori, migliaia di visitatori Teleborsa, presente in entrambe le giornate ha intervistato Ferruccio de Bortoli, giornalista ed ex Direttore del Corriere della Sera e Il Sole 24 Ore, intervenuto in qualità di Presidente dell'associazione VIDAS che fornisce assistenza ai malati terminali. Come vede la sostenibilità nel business delle aziende? "L'elemento della sostenibilità sarà sempre più decisivo non soltanto per l'immagine dell'azienda sul mercato e, ovviamente, il proprio rapporto con i clienti, ma anche per attrarre investimenti", ha risposto de Bortoli. "I cosiddetti fattori ESG che sono legati alla sostenibilità, cioè al fatto che non si distrugga troppo l'ambiente, che non ci siano dei fattori negativi per la società, saranno sempre più decisivi", sottolinea, ricordando una recente lettera di Larry Fink, il "gran capo" di BlackRock, e quindi uno dei più grandi investitori al mondo e della Borsa italiana, che ha detto: "noi decideremo gli investimenti a medio e lungo termine sui fattori di sostenibilità". "Il vostro business è sostenibile oppure si mangia un pezzo della società che cerca di servire? Ecco, questa sarà la domanda dei prossimi anni". Sostenibilità è un termine molto ampio, ma è comprensibile alla maggior parte della gente? "Credo che sia comprensibile, perché sempre di più noi ci orienteremo nei nostri acquisti tenendo conto di come l'oggetto che acquisteremo sarà poi riciclato e non disperso nell'ambiente. Saremo sempre più attenti alla tracciabilità, ad esempio, di alcuni capi di abbigliamento, se questi sono stati fatti rispettando tutta una serie di diritti", ha detto de Bortoli. "La rete favorisce una scelta maggiormente consapevole di essere dei buoni cittadini e probabilmente avremo anche un complesso di colpa, se acquisteremo qualcosa che non è sostenibile, di fare qualcosa contro l'ambiente". "Per esempio il radicale cambio di prospettiva che c'è stato fra il diesel e l'elettrico nelle auto è un esempio", conclude. Bloomberg

## Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade

LINK: <https://corrieredisiena.corr.it/video/tv-news/532057/ponte-morandi-col-carpooling-5mila-auto-in-meno-per-le-strade.html>



Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade ColleghiAmoGenova, l'iniziativa di Jojob per aiutare la città 03.10.2018 - 19:00 0 Milano (askanews) - A Genova in meno di un mese sono stati condivisi 2.500 viaggi e più di 5mila auto sono state tolte dalla strada grazie a ColleghiAmoGenova, l'iniziativa di carpooling aziendale promossa a settembre 2018 da JoJob, il principale operatore di carpooling aziendale in Italia, per facilitare la viabilità della città ligure in seguito alle conseguenze del crollo del Ponte Morandi, ricollegando, per quanto possibile le aree industriali più difficili da raggiungere. I dati sono stati presentati a Milano in occasione del **Salone della Csr** (Corporate Social Responsibility). I numeri mostrano che tra Genova e provincia sono più di 1.500 gli iscritti al servizio di carpooling aziendale: con l'iniziativa ColleghiAmoGenova, per cui tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, il numero è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. Per quanto riguarda gli equipaggi, se in media in Italia viaggiano a bordo della stessa auto 2,32 persone, a Genova il dato è nettamente più alto, con una media di 2,94 persone ad equipaggio, che segnala un'ottima propensione a condividere l'auto da parte dei genovesi. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km. La rotta più battuta è Savona-Genova, seguita da Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova, Novi Ligure-Genova. Con "ColleghiAmoGenova" Jojob ha risposto all'appello del Comune di Genova per individuare soluzioni che alleggeriscano la viabilità del capoluogo, mettendo gratuitamente a disposizione della città il servizio di carpooling aziendale per facilitare gli spostamenti nella tratta casa-lavoro. Per attivare il servizio è sufficiente scaricare l'app "Jojob Carpooling" su smartphone o registrarsi su [jojob.it/colleghamogenova](http://jojob.it/colleghamogenova), inserire i codici dell'area in cui si trova l'azienda per cui si lavora o il CAP di destinazione, pubblicare il proprio tragitto casa-lavoro e individuare passeggeri o autisti con cui condividere la tratta. "I genovesi hanno risposto positivamente alla proposta di condividere l'auto sulla piattaforma, considerando inoltre che più di 50 aziende hanno richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti, per dare loro la possibilità di raggiungere insieme il luogo di lavoro, dimostrando allo stesso tempo interesse verso soluzioni innovative che facilitano la mobilità di un'intera città", spiega Gerard Albertengo, Founder di Jojob. La tendenza positiva all'utilizzo del carpooling aziendale è stata registrata anche da Ansaldo Energia, azienda che da gennaio ha aderito al servizio offerto da Jojob e interessata da vicino dal crollo del Ponte: tra fine agosto e settembre il numero di dipendenti iscritti al portale per la condivisione dell'auto è cresciuto del 12% e i viaggi certificati da luglio a settembre sono aumentati del 28%. L'Istituto Italiano di Tecnologia, l'istituto di ricerca genovese ad aver adottato il carpooling aziendale di Jojob, segnala invece una crescita degli iscritti del 17% e un +70% di viaggi

certificati. Condividi le tue opinioni su Corriere dell'Umbria Testo

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

## Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/02/bullyctionary-il-bullismo-dalla-a-alla-z-3/>



Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z By Robot Adnkronos - 2 ottobre 2018 0 1 Roma, 2 ott. - (AdnKronos) - Si chiama Bullyctionary ed è il primo dizionario online, scritto con i ragazzi, che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete. Ma è anche un progetto, che prevede incontri in tutta Italia rivolti alle famiglie, per informare, sensibilizzare ed educare sul cyberbullismo. Ed è valso a Generali Italia il "Premio Areté" per la Comunicazione d'Impresa, assegnato nell'ambito del **Salone CSR** 2018 di Milano e promosso da Nuvolaverde Onlus con Confindustria, Abi e Gruppo 24 Ore. Questa la motivazione del premio: "L'azione va in molte direzioni: i ragazzi innanzitutto, la famiglia attraverso i luoghi di lavoro, il web. Azione corale su un tema che coinvolge tutti e che va affrontato in armonia senza terrorismo psicologico". Con Bullyctionary, spiega Lucia Sciacca, direttore Comunicazione e Sostenibilità di Generali Italia, "grazie alle nostre agenzie sul territorio, agli amici di Informatici Senza Frontiere e all'importante contributo di testimonial d'eccezione, vogliamo fare sistema comune per contrastare il cyberbullismo. Intendiamo così creare una rete virtuosa a supporto dei ragazzi e delle famiglie". Per sensibilizzare i ragazzi sul fenomeno sono stati infatti coinvolti dei testimonial d'eccezione. Al **Salone** della **CSR** di quest'anno il musicista Saturnino con Federico Basso e Davide Paniate dei Boiler di Zelig, hanno trattato il tema del bullismo con musica e parole. Saturnino e il duo dei Boiler, si aggiungono alla squadra di ambassador di Bullyctionary: la creator Sofia Viscardi, il cantante Michele Bravi, i campioni italiani di rugby Edoardo Gori, Tommaso Allan e Alessandro Zanni, e Mauro Sanchini, ex motociclista italiano ora telecronista della MotoGP. "Bullyctionary", nato dalla collaborazione con J. Walter Thompson Italia e lanciato con Informatici Senza Frontiere, è un progetto aperto e collaborativo a cui tutti possono aderire candidando una o più parole sul sito <http://www.bullyctionary.generali.it/> e partecipando agli incontri sul territorio nelle Agenzie di Generali. Robot Adnkronos

## La sostenibilità che piace è quella che fa rima con qualità

LINK: <http://www.vita.it/article/2018/10/01/la-sostenibilita-che-piace-e-quella-che-fa-rima-con-qualita/149197/>

La sostenibilità che piace è quella che fa rima con qualità di Redazione 1 Ottobre Ott 2018 1235 2 ore fa ... L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori, a dirlo un'analisi di Ipsos che viene presentata in occasione del **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale** che apre il 2 ottobre all'Università Bocconi di Milano. Un evento che, inoltre, punta a ridurre a zero il suo impatto ambientale. Oggi tutto deve essere sostenibile. Uno dei termini più usati e forse abusati è proprio "sostenibilità". Ma cosa pensano le persone di sostenibilità e **responsabilità sociale** d'impresa? In occasione del **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**, evento sulla corporate social responsibility al via martedì 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano Ipsos ha verificato in generale, che gli italiani interessati alla sostenibilità sono il 72%, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, cioè persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. «Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese», commenta Nando Pagnoncelli, presidente di Ipsos. «Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone. Ma è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di **responsabilità sociale**, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane». Se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. Sempre la ricerca realizzata per Il **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale** ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. L'85% degli italiani considera infatti i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori e il 77% delle persone basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato a una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Per quanto riguarda il termine **Csr**, Corporate Social Responsibility, esso risulta essere meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la **Csr** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la **Csr** come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi,

che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. «Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale», spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale**. «Il **Salone** serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni "protagoniste", 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali "rotte" che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti e la partecipazione è libera e gratuita». Il **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale** si apre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a "Le rotte della sostenibilità". Il tema del viaggio alla ricerca della sostenibilità vedrà un confronto con alcuni ospiti inconsueti, personaggi che hanno fatto dell'innovazione una scelta di vita e che proporranno una riflessione sulla necessità di creare un circolo virtuoso tra esperti, imprese, organizzazioni non profit, giovani, cittadini. Bruno Mastroianni, giornalista e social media manager, dialogherà con Alex Bellini, esploratore alla ricerca di rotte inconsuete e Annibale D'Elia, esploratore di talenti innovativi. Alex Bellini negli ultimi 17 anni ha esplorato gli ambienti più ostili del nostro pianeta e sta per realizzare il progetto 10 rivers 1 ocean con il quale nei prossimi 3 anni navigherà sui dieci fiumi più inquinati al mondo. Sempre il 2 ottobre al **Salone** intervorrà Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Un impegno capillare per informare, sensibilizzare ed educare i giovani e le loro famiglie sul cyberbullismo. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l'evento al **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale**, come l'intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo. 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 sarà effettuata da Bureau Veritas Italia. Proseguono le collaborazioni con altri partner finalizzate a ridurre l'impatto ambientale del **Salone**: Rete Clima compensa le emissioni del sito [www.csreinnoventionsociale.it](http://www.csreinnoventionsociale.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. In apertura una precedente edizione del **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale** a Milano

## Il tema della 13° edizione di Giornalisti Nell'Erba

LINK: <http://www.controluce.it/notizie/il-tema-della-13-edizione-di-giornalisti-nellerba/>



Il tema della 13° edizione di Giornalisti Nell'Erba settembre 29 10:33 2018 by Il Refuso Il tema della 13° edizione di Giornalisti Nell'Erba si 'gioca' a Milano, Roma e Bovino Gi appuntamenti di gNe ad ottobre: **Salone CSR** di Milano (2-3 ottobre) - Maker Faire di Roma (12-13-14 ottobre) - V Meeting nazionale Docenti a Bovino (Fg) Non abbocco: questo il titolo della XIII edizione del Premio e progetto Giornalisti Nell'Erba per il 2018-2019. Disinformazione, misinformazione, miti, luoghi comuni, mode e leggende, fake news indigeste e pericolose su ciò che mangiamo, alleviamo, coltiviamo, produciamo, corrono sui media mettendo a rischio la salute dell'informazione e molte volte anche quella, fisica, di chi "abbocca?". Buone pratiche agricole e produttive, magari sostenibili, e lotta alle fake news alimentari e non solo, saranno infatti il punto di partenza per sviluppare i propri lavori da inviare alla redazione di gNe. Un esercizio di sano giornalismo, con l'obiettivo di aggirare il rischio bufala. Il tema sarà lanciato giocando: Non Abbocco Quiz, infatti, è il titolo del format che Giornalisti Nell'Erba porta al **Salone della CSR** e dell'**Innovazione sociale** che si terrà il 2 e 3 ottobre presso l'Università Bocconi di Milano, il più importante evento in Italia dedicato all'innovazione green e socialmente responsabile, che quest'anno accende i fari sulle 'Rotte della Sostenibilità'. Decine di incontri, centinaia di relatori, migliaia di visitatori per conoscere le imprese che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico, per incontrare i più giovani, e per contribuire a costruire il futuro della **CSR**. Due giorni intensi, con un ricco programma culturale fatto di circular economy, smart cities, finanza sostenibile, innovation and change, filiere sostenibili, diversity and inclusion. All'interno del kermesse, il Non Abbocco Quiz di Giornalisti nell'Erba, in programma mercoledì 3 ottobre dalle 10 alle 11, game interattivo e modo fresco e divertente per dichiarare guerra a disinformazione, misinformazione, miti, luoghi comuni, mode e leggende, alle fake news 'indigeste'. Una sfida, smartphone in mano, a colpi di **responsabilità sociale** e sostenibilità, condotta da Ivan Manzo (giornalista ed economista ambientale) e Gabriele Vallarino (giornalista e biologo), della redazione centrale di Giornalisti Nell'Erba. Sarà invece Francesco Codacci Pisanelli, direttore Sviluppo gNe, a rappresentare gNe allo speed-date in programma al **Salone della CSR** il 2 ottobre. Tra il 12, 13 e 14 ottobre, il Non Abbocco Quiz di Giornalisti Nell'Erba va in scena al Bioeconomy Village di Roma all'interno di Maker Faire edizione europea, importante appuntamento sull'innovazione, evento aperto alle famiglie, ricco di invenzioni e creatività che celebra la cultura del "fai da te" in ambito tecnologico e offre spunti per conoscere e far conoscere le invenzioni che useremo in un futuro non così prossimo. Sarà sempre la sostenibilità il centro delle attività di Giornalisti nell'Erba, questa volta con un focus dedicato alla bioeconomia. Diventata nel tempo un driver economico per l'Italia e per l'Europa, basti pensare che nel 2014 il 9% dell'occupazione e dei ricavi comunitari dipendevano dal settore mentre la biomassa in circolazione era pari a un quarto dei flussi totali di materia, la bioeconomia è sempre di più al centro delle nostre vite.

Dal 19 al 21 ottobre, in programma la quinta edizione del Meeting nazionale dei Docenti gNe. Insegnanti di ogni ordine e grado di varie parti d'Italia si danno appuntamento per una tre giorni di formazione (con crediti riconosciuti), di laboratori e scambi di esperienze sulla didattica innovativa, sull'educazione allo sviluppo sostenibile, sui temi della privacy e del giornalismo scolastico, nella magnifica cornice del borgo medievale (tra i più belli d'Italia) di Bovino, in provincia di Foggia, una perla del sud che, non a caso, è anche il primo Comune gNe d'Italia. (cliccare qui per le info sul programma, scheda di iscrizione e altre info utili per la partecipazione. Il Refuso - Giornalisti Nell'Erba [info@giornalistinellerba.org](mailto:info@giornalistinellerba.org) - [info@ilrefuso.com](mailto:info@ilrefuso.com))

## Melinda e le sue celle ipogee alla Bocconi

LINK: <http://www.giornaletrentino.it/cronaca/non-e-sole/melinda-e-le-sue-celle-ipogee-alla-bocconi-1.1768430>



Melinda e le sue celle ipogee alla Bocconi CLES. Al **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**, il più importante evento in Italia dedicato alla sostenibilità, martedì e mercoledì all'Università Bocconi di Milano c'era anche Melinda. Il tema... Tags melinda 05 ottobre 2018 Diminuire font Ingrandire font Stampa Condividi Mail CLES. Al **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**, il più importante evento in Italia dedicato alla sostenibilità, martedì e mercoledì all'Università Bocconi di Milano c'era anche Melinda. Il tema della sesta edizione, "Le rotte della sostenibilità", è, secondo Melinda, "particolarmente attinente alla filosofia del Consorzio, rappresentato a Milano dal responsabile marketing e comunicazione Andrea Fedrizzi, chiamato a illustrare e commentare in due tavoli di discussione esempi virtuosi di impegno in questo ambito". Anche questa è stata un'occasione per parlare delle celle ipogee e della campagna sociale #Dedicamela che ha visto la donazione di fondi - per un totale di 90.000 euro - ad alcune famiglie di operatori ortofrutticoli delle zone terremotate del Centro Italia. Primo appuntamento è stato il seminario dal titolo "Quando la filiera alimentare è sostenibile", il cui obiettivo era di evidenziare sistemi efficienti nella gestione della filiera agroalimentare attraverso l'utilizzo di risorse a basso impatto ambientale. Fedrizzi ha parlato delle celle ipogee, magazzino "naturale" ricavato a 300 metri di profondità che consente di stivare oggi 30.000 tonnellate di mele, con un risparmio energetico di circa 1,9 GW/h rispetto alla conservazione epigea, corrispondente all'energia elettrica utilizzata da 2.000 persone in un anno. Melinda ha poi trovato ulteriore spazio in una tavola rotonda su "Alimentazione, sostenibilità, solidarietà". Qui Fedrizzi ha illustrato la campagna di sensibilizzazione #DedicaMela. «Da sempre Melinda ha nel suo Dna l'attenzione all'ambiente, non potrebbe essere diversamente, visto che è proprio la natura l'elemento fondamentale che rende le nostre mele di qualità superiore. - dichiara Andrea Fedrizzi - E la sostenibilità passa attraverso tutte le fasi di produzione, a partire dal campo, dove tutti i produttori hanno inserito, per esempio, l'irrigazione a goccia, facendo così risparmiare ogni anno il 50% del consumo idrico, fino alle attività di selezione e conservazione nelle cooperative, dotate di sistemi fotovoltaici. Non ultimo il nostro progetto unico al mondo per la conservazione delle mele in ambiente ipogeo». Tags melinda 05 ottobre 2018 Diminuire font Ingrandire font Stampa Condividi Mail

## Salone CSR, CNH Industrial mette la sostenibilità al centro della ...

LINK: [https://finanza.repubblica.it/News/2018/10/04/salone\\_csr\\_cnh\\_industrial\\_mette\\_la\\_sostenibilita\\_al\\_centro\\_della\\_strategia-119/](https://finanza.repubblica.it/News/2018/10/04/salone_csr_cnh_industrial_mette_la_sostenibilita_al_centro_della_strategia-119/)

**Salone CSR**, CNH Industrial mette la sostenibilità al centro della strategia Annalisa Citterio, Head of Sustainability di CNH Industrial intervistata da TLB sul ruolo della sostenibilità in azienda 4 ottobre 2018 - 12.12 (Teleborsa) - I concetti di sostenibilità, valore condiviso e reputazione sono stati al centro di una serie di seminari organizzati nella sede dell'Università Bocconi di Milano, nel corso della due giorni organizzata dall'ateneo presso il **Salone** della CRS e dell'**Innovazione sociale**. La sesta edizione quest'anno, sul tema "Le rotte della sostenibilità", ha programmato una serie di seminari dalle diverse tematiche, come quella su "Valore condiviso e reputazione: un rapporto sempre più stretto". Al dibattito hanno partecipato i rappresentanti di Saipem, CNH Industrial, Ferrovie dello Stato, CRS Gruppo Hera e Guna. Per CNH Industrial la sostenibilità è un elemento "fondamentale" della strategia. Lo ha spiegato Annalisa Citterio, Head of Sustainability della società, in una intervista rilasciata a Teleborsa. Come la sostenibilità si integra con la strategia? "In CNH Industrial siamo integrati al 100%, nel senso che la sostenibilità è un elemento fondamentale della nostra strategia", ha affermato la manager, aggiungendo "questo lo si può anche vedere dal fatto che utilizziamo una matrice di materialità che è uno strumento di rendicontazione, ma è soprattutto uno strumento di business". "Questa matrice di materialità - ha spiegato Citterio - viene costruita andando a vedere quali sono quei fenomeni che possono in qualche modo influenzare il nostro business. Lo stanno già facendo adesso e lo possono influenzare nel futuro: il climate change, la scarsità del cibo, la digitalizzazione sono tutti fenomeni che noi stiamo monitorando". "La nostra strategia va proprio nella direzione di rispondere a questi fenomeni" per capire "qual è il contributo di CNH Industrial per mitigare questi fenomeni". I clienti della vostra azienda sono sensibili alla sostenibilità e qual è il grado di attenzione? "Diciamo che lo stiamo monitorando, nel senso che, sempre attraverso lo studio della matrice di materialità, abbiamo una parte di ascolto dei nostri clienti e quindi andiamo nelle fiere a chiedere loro quali aspetti della sostenibilità un'azienda dovrebbe tenere in considerazione". "I temi principali sono la CO2, le rinnovabili e la circolarità", ha concluso la manager di CNH. Bloomberg

## Sostenibilità fa rima con qualità

LINK: <https://www.gsanews.it/articoloprincipale/sostenibilita-rima-qualita/>



Sostenibilità fa rima con qualità 03 ottobre 2018 - imprese & dealers L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. L'analisi di Ipsos presentata al **Salone della CSR e dell'innovazione sociale**. Sostenibilità è uno dei termini oggi più usati e forse talvolta abusati. Ma cosa pensano veramente le persone di sostenibilità e **responsabilità sociale** d'impresa? IPSOS lo ha verificato per il **Salone della CSR e dell'innovazione sociale**, il più importante evento in Italia sulla corporate social responsibility al via ieri, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. 'Consumare bene': il contributo dei cittadini alla sostenibilità Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. L'85% degli italiani considera infatti i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori e il 77% delle persone basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di 'consumare bene' è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Imprese sostenibili: fare bene e farlo sapere La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. 'Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **CSR** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale - spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone della CSR e dell'innovazione sociale** - Il **Salone** serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni 'protagoniste', 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali 'rotte' che le imprese hanno scelto nel loro

percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti - conclude Sobrero - e la partecipazione è libera e gratuita'. 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. 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. Partner istituzionali della manifestazione sono Enel, Ferrovie dello Stato, Generali e Terna.

## Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone della CSR**

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/02/bnl-e-bnp-paribas-protagonisti-al-salone-della-csr/>



Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone della CSR** By Robot Adnkronos - 2 ottobre 2018 0 1  
Roma, 2 ott. (AdnKronos) - Condividere esperienze ed iniziative internazionali sul fronte della sostenibilità sociale ed ambientale e esplorare il settore degli investimenti socialmente responsabili. Ma non solo. Anche approfondire il tema dell'inclusione, nel lavoro e nella Società, e della lotta ad ogni tipo di diversità, in primis quella di genere, e parlare di sostegno al terzo settore. E' intenso il programma di BNL-BNP Paribas al "**Salone della CSR** e dell'**Innovazione sociale**", il più importante evento del settore, in programma a Milano, all'Università Bocconi. Titolo di questa 6° edizione è "Le rotte della sostenibilità", quella stessa sostenibilità, segnala l'Istituto, "che è nei valori e nella strategia di BNP Paribas e coinvolge il business, l'organizzazione e la governance" di tutto il Gruppo. "Agire in modo socialmente responsabile è oggi un fattore imprescindibile di esistenza e sviluppo per un'azienda ed ancor più per una realtà globale come BNP Paribas, che opera in più di 73 paesi nel mondo" afferma Mauro Bombacigno, Direttore Engagement BNP Paribas Italia. "**CSR** - segnala il manager- per noi significa impegno, continuo e concreto, per una Società migliore, per un mondo più sano, per un'economia più vicina alle persone e al loro benessere, con uno sguardo al futuro e alle nuove generazioni". Mauro Bombacigno racconterà l'esperienza di BNL e di BNP Paribas durante una delle sessioni di apertura del **Salone**, dal titolo "Economia reale e finanza sostenibile, una collaborazione strategica". E' invece dedicato ai giovani l'incontro odierno presieduto da Claudia Schininà, Responsabile **CSR** di BNL. Un appuntamento per parlare con le nuove generazioni di sostenibilità, approfondire le loro preoccupazioni e speranze per immaginare insieme un domani migliore. Cristina Galbusera, Responsabile People Development Center BNL, interverrà invece domani, 3 ottobre, nel seminario dedicato alla Diversità, un valore aziendale e sociale per un mondo del lavoro ed una Società più inclusivi, attenti Robot Adnkronos

## Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità

LINK: <https://www.lettera43.it/it/ultima-ora/2018/10/05/sostenibilita-e-consumo-da-scelta-etica-ad-acquisto-di-qualita/47723/>

5 Ottobre Ott 2018 1619 05 ottobre 2018 Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità Al **Salone della CSR** le opinioni di Realacci, Calabrò, Calvi ... Milano (askanews) - Da comportamento responsabile a scelta di qualità: al momento dell'acquisto il prodotto sostenibile non viene più scelto solo perché "etico", ma perché "migliore". E' una delle evidenze che emergono dall'indagine Ipsos realizzata per l'edizione 2018 del **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale**. L'indagine ha dato conto degli atteggiamenti di consumatori e aziende nei confronti della sostenibilità, e ha offerto un primo tema di confronto ai relatori intervenuti al **Salone**. "Credo che tutte le ricerche recenti dicano che nei consumatori dei Paesi più evoluti e a maggior livello di reddito sta crescendo la consapevolezza dell'importanza di un consumo sostenibile - conferma Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli e vicepresidente di Assolombarda che ha partecipato al **Salone** - E gran parte dei consumatori sono anche disposti a pagare quel pezzettino in più di prezzo che faccia sì che sul mercato ci siano prodotti di qualità e rispettosi dell'ambiente. La qualità viene apprezzata dai consumatori evoluti". E la ricerca della qualità, in termini di sostenibilità, ha una ricaduta importante sulle aziende che hanno fatto propria una strategia di responsabilità di lungo periodo. "Uno studio che ha fatto la Fondazione Symbola insieme a Uniocamere - dice Ermete Realacci presidente di Fondazione Symbola a margine di un convegno svolto al **Salone della CSR** - risulta un dato molto importante: che le imprese che scommettono sulla coesione e sulla sostenibilità sono quelle che vanno meglio economicamente. Cioè esportano di più, producono più posti di lavoro, crescono di più. Per dirla con una battuta: in Italia essere buoni conviene". Sostenibilità percepita dai consumatori come qualità e amministrata dalle imprese come leva di crescita. Verrebbe da dire che per la tutela delle risorse della terra dove non sono arrivate l'ideologia e la politica sta arrivando il mercato. "Ovviamente nel mercato ci sono scontri, competizioni. E non tutto è virtuoso: abbiamo l'economia in nero e quella illegale, però sì: c'è un pezzo delle nostre imprese, in Italia più che negli altri Paesi, che anche senza la politica ha fatto dei passi avanti - dice Realacci - Sono grosso modo un terzo delle imprese manifatturiere e sono quelle più forti. Da queste dobbiamo in qualche modo ripartire, e poi se la politica si occupasse di questo. Non farebbe certo danno". "Credo che la sostenibilità sia un obiettivo generale ed è una grande responsabilità della politica costruire politiche industriali che premiano la qualità - argomenta invece Calabrò - Vedo purtroppo un crescente atteggiamento anti-imprese che considero molto negativo per la qualità della vita, per il lavoro per il benessere generale". Ma qualità e sostenibilità comunque costano, e se i consumatori sono disposti a pagare per ottenerle, una media del 10 per cento in più, quale deve essere la risposta delle imprese? "Posso fare un esempio che è apparentemente irrituale: il vino - spiega il presidente di Symbola - L'Italia nel 1986 ebbe un trauma tremendo perché aveva scelto una strada sbagliata. Grande quantità a basso prezzo. E arrivò il metanolo: morirono 20 persone ci fu una sofisticazione criminale. Poi ha cambiato rotta: qualità legata al territorio. E oggi si produce il 50 per cento in meno del vino, ma vale sei-sette volte di più. Una scommessa per la qualità è quella che tiene assieme la qualità della vita e anche la competitività delle imprese". "Le aziende devono potere offrire prodotti, che siano attenti alla sostenibilità e questo è un obbligo e un impegno - aggiunge Roberto Calvi, Corporate Communications & Scale Initiatives Leader di Procter & Gamble - Nel caso di P&G cerchiamo di diminuire il footprint ambientale di tutti i nostri prodotti guardando a tutto il ciclo

di vita del prodotto, dalla materia prima con il quale è composto, fino alla produzione fino all'utilizzo a casa e poi preoccupandoci dello smaltimento, e del fine vita del prodotto. Questo ovviamente deve essere fatto senza trade-off, senza che il consumatore debba pagare un centesimo di euro in più per avere un prodotto più sostenibile". Ma come si riconosce un prodotto sostenibile. Se i consumatori - dice la ricerca Ipsos - guardano ai pareri e alle segnalazioni di soggetti terzi, certificazioni incluse, le aziende puntano prima di tutto sulla comunicazione diretta, con pubblicità, con il proprio sito internet e con l'ingaggio del consumatore. Una scelta che non sembra priva di criticità. "Se forzato è un tentativo sbagliato. Nessuno chiede all'oste se il vino è buono. E' giusto che l'impresa sia trasparente nelle azioni che fa, ma è chiaro che noi ci fidiamo di un giudizio terzo. Ovviamente a valle di criteri trasparenti - conferma Realacci - Per altro in questo l'Europa ha fatto dei passi avanti: determinate imprese devono fare un Bilancio di sostenibilità e il controllo lo fa la Consob, quindi ci sono dei picchetti. E poi bisogna che le imprese capiscano che il giudizio dei cittadini, delle comunità e dei territori è per loro la migliore polizza di assicurazione per il futuro". "Noi cerchiamo di lavorare coinvolgendo sempre dei partner - spiega Calvi - sia commerciali, sia fondazioni, o organizzazioni come il Wwf nel nostro caso. Quindi c'è una mediazione e garanzia. Una grande organizzazione come il Wwf si associa a P&G proprio perché ne riconosce i valori, e l'impegno nella sostenibilità". Il **Salone della CSR** ha visto confrontarsi in Bocconi 390 relatori in oltre 80 incontri, confermadosi così il più importante evento nazionale dedicato alla sostenibilità. ( [luca.ferraiuolo@askanews.it](mailto:luca.ferraiuolo@askanews.it) )

## FS Italiane al Salone della CSR declina la sostenibilità nell'operatività delle ferrovie

LINK: [https://finanza.repubblica.it/News/2018/10/04/fs\\_italiane\\_al\\_salone\\_della\\_csr\\_declina\\_la\\_sostenibilita\\_nelloperativita\\_delle\\_ferrovie-101/](https://finanza.repubblica.it/News/2018/10/04/fs_italiane_al_salone_della_csr_declina_la_sostenibilita_nelloperativita_delle_ferrovie-101/)



FS Italiane al Salone della CSR declina la sostenibilità nell'operatività delle ferrovie Intervista di TLB a Tiziano Onesti, Presidente Trenitalia (Gruppo FS Italiane) 4 ottobre 2018 - 13.47 (Teleborsa) - Anche quest'anno il Salone della CSR e dell'Innovazione sociale, organizzato annualmente dall'Università Bocconi di Milano, ha offerto ampi spunti di riflessione agli intervenuti. La sesta edizione quest'anno, sul tema "Le rotte della sostenibilità", ha programmato una serie di seminari su queste problematiche, fra cui quello su "Valore condiviso e reputazione: un rapporto sempre più stretto". Al dibattito hanno partecipato i rappresentanti di Saipem, CNH Industrial, Ferrovie dello Stato, CRS Gruppo Hera e Guna. Ferrovie di Stato Italiane riserva al tema della sostenibilità una grandissima attenzione. Lo ha confermato il Presidente di Trenitalia, Tiziano Onesti, in una intervista rilasciata a Teleborsa. CSR ovvero responsabilità sociale d'impresa. Qual è l'impegno del gruppo FS e di Trenitalia? "Il Gruppo è sempre stato sensibile alla CSR", ha affermato Onesti, aggiungendo che questo "significa sposare una logica nuova, che pone al centro dell'attenzione l'uomo, la sua dignità, il suo benessere in tutte le sue manifestazioni". "Questo - ha aggiunto - ha anche un ritorno in termini economici". Onesti riferendosi poi alla campagna del Banco Alimentare, a cui anche il gruppo FS ha preso parte, ha spiegato "questa campagna che facciamo ogni anno a Natale è proprio rivolta a raccogliere fondi che poi destiniamo a sensibilizzare le persone a non sprecare". Poi, ha aggiunto che l'iniziativa significa proprio questo: "assumere una logica di non spreco, di rispettare le risorse e di far sì che, attraverso un piccolo contributo che danno i nostri viaggiatori sui treni riusciamo a raccogliere dei contributi anche mediante una tavoletta di cioccolato, che è stata offerta dal gruppo Nestlé - Perugina". "Oltre 400 volontari hanno aderito a questa iniziativa per sensibilizzare la coscienza delle persone", ha aggiunto il Presidente di Trenitalia, sottolineando che con questa campagna sono stati erogati quasi 5 milioni di pasti. Su quella che è conosciuta come sostenibilità il gruppo è fortemente impegnato da tempo su tantissimi fronti. "La sostenibilità non è un concetto né elitario né velleitario", ha precisato il manager, affermando che questo concetto "deve entrare proprio nel DNA" e che il Gruppo FS è aiutato anche dal fatto di "avere un'anima totalmente pubblica" e porsi come "modello" per tutte le imprese che sposano questo concetto di CSR. "Il modello lo vediamo anche a livello di esperienza di viaggio, anche a livello del caring che noi mettiamo vicino alle persone, che non sono viaggiatori, ma l'esperienza di viaggio in toto viene modificata, con tutte le attenzioni e preoccupazioni, per far sì che una persona giunga a destinazione nel miglior modo possibile", ha spiegato Onesti. "Quindi attenzione alle persone, sia ai viaggiatori sia alle persone interne, che sono le nostre risorse umane e si recupera molto il concetto di dignità e di benessere del lavoro all'interno della compagine aziendale", ha sottolineato il numero uno di Trenitalia. Il concetto di sostenibilità poi "si vede anche negli

investimenti" ha detto Onesti, ricordando i 4,5 miliardi investiti nei nuovi treni dei pendolari, il Jazz e soprattutto il Pop e Rock. "Arriviamo a dei treni in cui la sostenibilità è al massimo, treni che si riciclano al 95%, è impressionante", ha detto. "Noi non vogliamo lasciare eredità negative, ma vogliamo lasciare eredità positive alle future generazioni, far sì che il concetto di sostenibilità venga vissuto pienamente ad ogni livello della nostra organizzazione".

## ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno

LINK: <http://ildubbio.news/ildubbio/2018/10/03/colleghiamogenova-con-carpooling-5mila-auto-in-meno/>



ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno Roma, 3 ott. (AdnKronos) - Oltre 2.500 viaggi condivisi in meno di un mese e 5.000 auto lasciate a casa e tolte dalle strade del capoluogo ligure: questi i primi risultati di ColleghiAmoGenova, il progetto lanciato a inizio settembre 2018 da Jojob, operatore di carpooling aziendale in Italia, con lo [ ] Roma, 3 ott. (AdnKronos) - Oltre 2.500 viaggi condivisi in meno di un mese e 5.000 auto lasciate a casa e tolte dalle strade del capoluogo ligure: questi i primi risultati di ColleghiAmoGenova, il progetto lanciato a inizio settembre 2018 da Jojob, operatore di carpooling aziendale in Italia, con lo scopo di facilitare la viabilità di Genova, ridurre il traffico cittadino e ricollegare le aree industriali più difficili da raggiungere in seguito alle conseguenze del crollo del Ponte Morandi. I numeri, presentati da Jojob in occasione del **Salone** della **Csr** a Milano, mostrano che tra Genova e Provincia sono più di 1.500 gli iscritti al servizio di carpooling aziendale: con l'iniziativa ColleghiAmoGenova, per cui tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, il numero è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. Per quanto riguarda gli equipaggi, se in media in Italia viaggiano a bordo della stessa auto 2,32 persone, a Genova il dato è nettamente più alto, con una media di 2,94 persone ad equipaggio, che segnala un'ottima propensione a condividere l'auto da parte dei genovesi. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km. La rotta più battuta è Savona-Genova, seguita da Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova, Novi Ligure-Genova. Con 'ColleghiAmoGenova', Jojob ha risposto all'appello del Comune di Genova per individuare soluzioni che alleggeriscano la viabilità del capoluogo, mettendo gratuitamente a disposizione della città il servizio di carpooling aziendale per facilitare gli spostamenti nella tratta casa-lavoro. Per attivare il servizio è sufficiente scaricare l'app 'Jojob Carpooling' su smartphone o registrarsi su [www.jojob.it/colleghiamogenova](http://www.jojob.it/colleghiamogenova), inserire i codici dell'area in cui si trova l'azienda per cui si lavora o il Cap di destinazione, pubblicare il proprio tragitto casa-lavoro e individuare passeggeri o autisti con cui condividere la tratta. "I genovesi hanno risposto positivamente alla proposta di condividere l'auto sulla piattaforma, considerando inoltre che più di 50 aziende hanno richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti, per dare loro la possibilità di raggiungere insieme il luogo di lavoro, dimostrando allo stesso tempo interesse verso soluzioni innovative che facilitano la mobilità di un'intera città", spiega Gerard Albertengo, founder di Jojob. La tendenza positiva all'utilizzo del carpooling aziendale è stata registrata anche da Ansaldo Energia, azienda che da gennaio ha aderito al servizio offerto da Jojob e interessata da vicino dal crollo del Ponte: tra fine agosto e settembre il numero di dipendenti iscritti al portale per la condivisione dell'auto è cresciuto del 12% e i viaggi certificati da luglio a settembre sono aumentati del

28%. L'Istituto Italiano di Tecnologia, istituto di ricerca genovese, segnala invece una crescita degli iscritti del 17% e un +70% di viaggi certificati.

## Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/02/prodotti-green-piu-innovativi-per-8-italiani-su-10-3/>



Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10 By Robot Adnkronos - 2 ottobre 2018 0 1 Milano, 2 ott. - (AdnKronos) - L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via oggi, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. "Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità - commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos - anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone". Ma, secondo Pagnoncelli, "è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di **responsabilità sociale**, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane". Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per Il **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale** ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine **Csr**, Corporate social responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la **Csr** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la

**CSR** come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. "Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale" spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**. Il **Salone**, spiega la Sobrero, "serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni "protagoniste", 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali "rotte" che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti - conclude Sobrero - e la partecipazione è libera e gratuita". Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a "Le rotte della sostenibilità". Sempre il 2 ottobre al **Salone** interverrà Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l'evento al **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**, come l'intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo. Robot Adnkronos

## Innovazione sociale

LINK: <http://vivimilano.corriere.it/eventi-festemercati/innovazione-sociale/>



**Innovazione sociale** DI Marco Lottaroli Fiere Mercatini CONTATTI Università Bocconi Milano, via Roentgen 1 Bocconi-Ripamonti 0284084000 QUANDO dal 02/10/2018 al 03/10/2018 Guarda date e orari PREZZO Gratuito Circular Economy, Smart Cities, finanza responsabile, innovation & change, filiere sostenibili (anche nel settore Tessile-Abbigliamento Moda), diversity & inclusion. Sono i temi cardine del **Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione sociale** 2018. "Le Rotte della Sostenibilità" ispirato al viaggio in mare, dedicato a chi vuole cavalcare le onde della conoscenza per arrivare alla meta e ripartire più ricco di idee, è il titolo dell'appuntamento in programma martedì 2 e mercoledì 3 ottobre all'Università Bocconi (via Roentgen 1) con 180 organizzazioni protagoniste, progetti e numerosi workshop. Il 2 ottobre (ore 14) Come rendere il periodo di detenzione un'esperienza di formazione e recupero? è l'incontro dedicato al lavoro in carcere per andare oltre la solidarietà. Ore 9.30-18. Partecipazione gratuita. Sito: <http://www.csreinnovazionesociale.it/>; <https://www.facebook.com/SaloneCSReInnovazioneSociale/>

## Trenitalia: "Tutti nostri treni sostenibili"

LINK: <http://ildubbio.news/ildubbio/2018/10/04/trenitalia-tutti-nostri-treni-sostenibili/>



Trenitalia: "Tutti nostri treni sostenibili" Milano, 4 ott. (Adnkronos) - "Ferrovie dello Stato ha sempre mostrato grande interesse alla **CSR**. Non è un concetto velleitario ma deve entrare nella nostra quotidiana gestione dell'azienda". Parla così Tiziano Onesti, presidente di Trenitalia del gruppo Ferrovie dello Stato Italiane a margine [ ] Milano, 4 ott. (Adnkronos) - "Ferrovie dello Stato ha sempre mostrato grande interesse alla **CSR**. Non è un concetto velleitario ma deve entrare nella nostra quotidiana gestione dell'azienda". Parla così Tiziano Onesti, presidente di Trenitalia del gruppo Ferrovie dello Stato Italiane a margine del **salone della CSR** a Milano. "Tutta l'esperienza di viaggio è orientata a far sì che il viaggiatore stia bene - dice Onesti - non è solo uno slogan ma un fattore a cui teniamo molto. Tutti i nostri treni sposano a pieno il modello di sostenibilità: mirano a salvaguardare ciò che lasciamo ai nostri figli. Questo vuole dire essere sostenibili, adottare sempre atteggiamenti sostenibili e responsabili nella gestione della nostre imprese".

## Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore

LINK: <http://ildubbio.news/ildubbio/2018/10/03/zenit-e-casaoz-quando-la-finanza-incontra-il-terzo-settore/>

Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore Roma, 3 ott. - (AdnKronos) - Un percorso di 'restituzione sociale', a partire dal progetto Minibond che finanzia le piccole e medie imprese italiane con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita reale delle aziende e del loro territorio. Ad intraprenderlo, Zenit SGR, società di [ ] Roma, 3 ott. - (AdnKronos) - Un percorso di 'restituzione sociale', a partire dal progetto Minibond che finanzia le piccole e medie imprese italiane con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita reale delle aziende e del loro territorio. Ad intraprenderlo, Zenit SGR, società di gestione risparmio indipendente presente sul mercato da oltre 20 anni, ha voluto intraprendere che ha scelto anche di sostenere una realtà come CasaOz, associazione che accoglie, sostiene e accompagna i bambini e le loro famiglie quando si trovano a vivere l'esperienza della malattia e della disabilità, devolvendo una quota delle commissioni del Fondo Progetto Minibond Italia. All'edizione 2018 del **Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione Sociale**, Zenit SGR e CasaOz hanno presentato il percorso che li vede insieme ormai da anni. Nello specifico, quest'anno Zenit Sgr ha partecipato alla realizzazione di uno spettacolo teatrale in cui i ragazzi di CasaOz sono i protagonisti. Il musical, ispirato al film d'animazione Toy Story, è testimone di quanto la musica, la recitazione e il coinvolgimento emozionale riescano ad abbattere le differenze di qualsiasi natura, psichica o motoria, trasformandole in energia positiva. Zenit SGR sostiene CasaOz grazie al Fondo Progetto Minibond Italia, devolvendo una quota delle proprie commissioni all'associazione torinese. Questa scelta rappresenta una novità nel mercato dei Minibond, strumenti di finanziamento nati con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita delle Piccole e Medie Imprese e del loro territorio. "Il Fondo Progetto Minibond Italia di Zenit va oltre il suo principale obiettivo, consentendoci di intraprendere anche un percorso di restituzione sociale - spiega Francesca Cerminara, responsabile Bond e Valute della SGR, -Zenit ha, infatti, voluto contribuire al sostegno di quelle famiglie in difficoltà, per la malattia o la diversità di un loro piccolo, e che trovano in CasaOz un'oasi di protezione e aiuto". "Da 10 anni aiutiamo le famiglie ad affrontare uno dei momenti più difficili della vita, la malattia di un figlio - dichiara Enrica Baricco, presidente di CasaOz - Tutte le nostre attività hanno un unico obiettivo: restituire la quotidianità. Perché questo avvenga, abbiamo bisogno del supporto anche delle aziende, alle quali chiediamo di essere continuative nel rapporto con noi. La collaborazione con Zenit è la dimostrazione che la contaminazione tra profit e no profit funziona. Speriamo che possa essere un esempio per nuove proficue alleanze". Testimone di questa partnership, che vede alleate finanza e Terzo Settore, il video "Zenit per CasaOz - Laboratorio di coro e teatro 2018", presentato al **Salone** della **CSR**. Protagonisti sono i bambini di CasaOz che hanno partecipato, durante l'anno, a un programma di laboratori e coro, culminato con la realizzazione dello spettacolo teatrale nel quale i piccoli sono gli attori e gli interpreti principali.

## Il profit si è alleato al non profit per sconfiggere la povertà e lo spreco

LINK: <https://www.italiaoggi.it/news/il-profit-si-e-alleato-al-non-profit-per-sconfiggere-la-poverta-e-lo-spreco-2302656>



NEWS TUTTE LE NEWS INDIETRO ItaliaOggi - Numero 233 pag. 8 del 03/10/2018 politica Coca-Cola, Costa Crociere, Fs e Unipol con Banco Alimentare Il profit si è alleato al non profit per sconfiggere la povertà e lo spreco di Marco Biscella Scarica il pdf Condividi su Facebook Condividi su Twitter Condividi via email Condividi su Google+ Condividi su Linkedin Condividi su WhatsApp Commenta Stampa Riduci carattere Ingrandisci carattere Vota 0 Voti Il profit che si allea col non profit per sconfiggere povertà e spreco. Non è una delle tante «buone intenzioni» ma è quanto è stato realizzato dalla Fondazione Banco Alimentare Onlus (che ogni giorno aiuta a sfamare 1,5 milioni di poveri) assieme a grandi aziende come Coca-Cola, Ferrovie dello stato, Costa Crociere e Unipol. Sarà possibile vedere nel concreto questa collaborazione per molti «impossibile» a The Reunion, l'evento, giunto alla sua 4a edizione, in programma oggi a Milano, presso il **Salone** della **Csr** dell'Università Bocconi. In effetti, ascoltando le storie delle imprese coinvolte nelle varie partnership con il Banco Alimentare, emerge un grande obiettivo comune: combattere lo spreco alimentare e rendere sempre più il cibo un valore. Coca-Cola HBC Italia da più di dieci anni collabora con il «Banco» attraverso la cessione delle eccedenze alimentari. «Nel 2017», afferma Giangiacomo Pierini, direttore Relazioni istituzionali e comunicazione di Coca-Cola HBC Italia, «abbiamo lanciato per la prima volta in Italia, un'operazione di co-related marketing per sensibilizzare i consumatori sul lavoro svolto dal Banco». Per la prima volta al posto del nome Coca-Cola è apparso un «Grazie». Obiettivo: aiutare la raccolta fondi attraverso l'acquisto di un prodotto Coca-Cola per aiutare la distribuzione di 3 milioni di pasti. La collaborazione tra Costa Crociere e «Banco» per la raccolta del cibo preparato, ma non servito, nei ristoranti delle navi ha consentito in un anno di distribuire già 55 mila pasti, ad alto valore qualitativo e nutrizionale, raccolti in cinque porti di scalo: Savona, Civitavecchia, Bari, Palermo e Marsiglia. «A bordo della flotta di Costa», racconta Stefania Lallai, sustainability and external relations director di Costa Crociere, «vengono preparati ogni anno circa 54 milioni di pasti. Grazie alla legge Gadda, abbiamo potuto intervenire sui piatti pronti da servire in tavola. Questo cibo, che prima era trattato alla stregua di rifiuto, ora è considerato eccedenza». Così ogni sera, vengono raccolti tutti i piatti, riposti in appositi contenitori, sigillati ed etichettati, e poi conservati nelle celle frigorifere di bordo per essere consegnati ai volontari del Banco Alimentare, che li portano in una struttura caritativa convenzionata. Nel 2017 Gruppo Ferrovie dello Stato italiane ha scelto il «Banco» come beneficiario della campagna natalizia di raccolta fondi, che realizza sui propri treni. Grazie ai 364 volontari sono state distribuite tavolette di cioccolato donate da Perugina (Nestlé) che i clienti a bordo treno hanno acquistato con un contributo pari a 3 euro, permettendo di raccogliere risorse per distribuire un totale di circa 2,4 milioni di kg di cibo, pari a quasi 4,8 milioni di pasti». Anche il gruppo assicurativo Unipol è un partner storico: da oltre 10 anni, infatti, è main sponsor della Colletta Alimentare. «Pur avendo una nostra politica di **Csr**», afferma Marisa Parmigiani, responsabile **Csr** del Gruppo Unipol, «da sei anni, però, abbiamo deciso di attivare i colleghi direttamente, organizzando una Colletta all'interno di molte delle nostre sedi sparse sul territorio nazionale» © Riproduzione riservata

## "THE REUNION"/ Profit e non profit insieme contro lo spreco per rendere il cibo un valore

LINK: [http://www.ilsussidiario.net/News/Impresa/2018/10/2/-THE-REUNION-Profit-e-non-profit-insieme-contro-lo-spreco-per-rendere-il-cibo-un-valore/...](http://www.ilsussidiario.net/News/Impresa/2018/10/2/-THE-REUNION-Profit-e-non-profit-insieme-contro-lo-spreco-per-rendere-il-cibo-un-valore/)

Autori "THE REUNION"/ Profit e non profit insieme contro lo spreco per rendere il cibo un valore Mercoledì 3 ottobre a Milano ci sarà "The Reunion 2018", dove i partner del Banco Alimentare raccontano i vantaggi delle loro partnership. E quanto è strategica la **Csr**. MARCO BISCELLA 02 ottobre 2018 Marco Biscella Volontari per la Colletta del Banco Alimentare La **Responsabilità sociale** d'impresa (**Csr**, Corporate social responsibility) è sempre più un valore, perché puntare solo ed esclusivamente sul profitto è una visione miope. Così il dialogo, fitto e proficuo, tra mondo profit e non profit trova spazio nelle dinamiche aziendali, contribuendo non solo a promuovere un welfare sempre più partecipativo e comunitario, in un'ottica di reale sussidiarietà, ma garantendo alle imprese stesse anche una maggiore sostenibilità del proprio business. È per questo motivo che dal 2015 la Fondazione Banco Alimentare Onlus chiama a raccolta le aziende partner, affinché raccontino e mettano in comune le loro esperienze al fianco dell'organizzazione. Il tema scelto per quest'anno di "The Reunion" - così si chiama l'evento, giunto alla sua quarta edizione, che è in programma mercoledì 3 ottobre a Milano, presso il **Salone** della **Csr** dell'Università Bocconi, in via Roentgen 1, dalle ore 16, coinvolgendo manager e responsabili d'impresa - è lo spazio, inteso come ultima frontiera, come metafora della possibilità di realizzare collaborazioni fino a oggi impensabili. Non a caso il titolo - "To the infinity and beyond!" - è un invito ad andare oltre, ad accettare nuove sfide, a imboccare nuove vie di collaborazione. In effetti, ascoltando le storie delle imprese coinvolte nelle varie partnership con il Banco Alimentare, emerge, da un lato, la soddisfazione per questa scelta e, nel contempo, il desiderio e l'impegno di rendere questa collaborazione più stretta e più efficace. Con un solo obiettivo: combattere lo spreco alimentare e rendere sempre più il cibo un valore. Coca Cola HBC Italia, che nel nostro Paese conta quattro stabilimenti, da più di dieci anni collabora con il Banco Alimentare attraverso la cessione delle eccedenze alimentari. "Noi produciamo e distribuiamo i nostri prodotti a 187mila clienti sparsi in tutta Italia - spiega Giangiacomo Pierini, direttore Relazioni istituzionali e comunicazione di Coca-Cola HBC Italia - con una complessità logistica non indifferente. Collaborando con il Banco Alimentare abbiamo capito di avere a che fare con un'associazione estremamente efficiente, capace di arrivare ovunque fornendo i pasti alle persone in difficoltà". Negli anni, però, avendo migliorato l'organizzazione gestionale e produttiva, Coca-Cola ha ridotto i quantitativi di prodotti a disposizione delle donazioni. "Perciò nel 2017 - aggiunge Pierini - abbiamo voluto cambiare il modo di collaborare, lanciando, per la prima volta in Italia, un'operazione di Crm (co-related marketing) per sensibilizzare i consumatori rispetto al lavoro svolto dal Banco Alimentare. E lo abbiamo fatto addirittura nel periodo natalizio, che per noi è iconico e rilevante dal punto di vista economico". In sostanza, per la prima al posto del nome Coca-Cola è apparso un "Grazie". Obiettivo: aiutare la raccolta di fondi attraverso l'acquisto di un prodotto Coca-Cola per fornire un supporto alla distribuzione di 3 milioni di pasti. "In questa attività di Crm, molto forte, abbiamo coinvolto, in una sorta di gara di solidarietà, i nostri 2mila dipendenti, invitandoli a portare nei mercatini che organizziamo nelle nostre sedi i prodotti alimentari che si raccolgono nel corso della Colletta. Per noi la lotta agli sprechi alimentari è una giusta causa. La **Csr** è strategica: alle imprese viene chiesto sempre di più di essere buoni cittadini della comunità. La **responsabilità sociale** è parte integrante della nostra cultura aziendale: da 15 anni, per esempio, rendicontiamo i nostri risultati nell'area del

lavoro, dell'ambiente e della community. Essere sostenibili nelle proprie attività industriali significa gestire meglio le risorse, in un'ottica di circular economy che ci aiuta anche a risparmiare. La sostenibilità è un comportamento che ha senso anche dal punto di vista economico". La collaborazione tra Costa Crociere e Banco Alimentare per la raccolta del cibo preparato, ma non servito, nei ristoranti delle navi e la sua distribuzione agli enti che forniscono assistenza alle persone indigenti ha invece festeggiato, a luglio, il primo anno di attività, consentendo di distribuire già 55mila pasti, ad alto valore qualitativo e nutrizionale, raccolti in cinque porti di scalo: Savona, Civitavecchia, Bari, Palermo e Marsiglia. "A bordo della flotta di Costa - racconta Stefania Lallai, Sustainability and External Relations Director di Costa Crociere - vengono preparati oggi anno circa 54 milioni di pasti. Grazie alla legge Gadda, abbiamo potuto intervenire sui piatti pronti da servire in tavola, ma non ancora toccati dagli ospiti. Questo cibo, che prima era trattato alla stregua di rifiuto e quindi da buttare, ora è considerato eccedenza". Così ogni sera precedente l'arrivo in uno dei porti attivati, al termine della cena, vengono raccolti tutti i piatti cosiddetti "ready to eat", riposti in appositi contenitori, sigillati ed etichettati per garantirne la tracciabilità, e poi conservati nelle celle frigorifere di bordo. La mattina seguente, dopo l'attracco della nave, i contenitori vengono sbarcati e consegnati ai volontari del Banco Alimentare, che li portano in una struttura caritativa convenzionata delle vicinanze. "Stiamo lavorando per un progetto mai sperimentato - commenta Lallai - e il rapporto con il Banco Alimentare è un bel esempio di dialogo diretto, concreto e orientato ai risultati, anche perché agevolato da un contesto legislativo e istituzionale favorevole. Ecco, è importante che la **Csr** non si scontri con leggi non adeguatamente implementate". Visto che l'esperienza gastronomica è un momento importante in una vacanza in nave, Costa è all'avanguardia nell'ottimizzazione dei processi di preparazione del cibo per ridurre gli sprechi. Tanto che con il programma "4GoodFood" è stata la prima compagnia di crociera a rivisitare il tema del cibo in chiave sostenibile, coinvolgendo ospiti ed equipaggio. "Sulle nostre navi - spiega Lallai - eravamo bravi in materia di lotta agli sprechi alimentari già prima di avviare il programma 4GoodFood, con il quale ora puntiamo a ridurli del 50% entro il 2020. Non possiamo più permetterci di buttar via dell'ottimo cibo preparato con passione". Nel 2017 Gruppo Ferrovie dello Stato italiane ha scelto Banco Alimentare come beneficiario della campagna natalizia di raccolta fondi, che da molti anni realizza sui propri treni. Perché? "Il gruppo - risponde Tiziano Onesti, presidente di Trenitalia-Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane - si è da subito interessato a questa Onlus, perché dedica attenzione alle imprese che pongono come pilastro fondamentale delle loro azioni gestionali la cosiddetta **Responsabilità sociale** d'impresa. E tra i valori della **Csr** la lotta contro lo spreco e la povertà, anche alimentare, costituiscono vincoli invalicabili per le imprese le quali si sforzano di costruire progetti innovativi che vengono condivisi con Banco Alimentare". Seguendo questa logica e finalità, il Gruppo Fs Italiane "ha aderito alla campagna raccolta fondi 2017 #Condividi anche tu a favore di Banco Alimentare Onlus, partita agli inizi di dicembre 2017. Grazie alla collaborazione di 364 volontari sono state distribuite tavolette di cioccolato donate da Perugia (Nestlè) che i clienti a bordo treno hanno acquistato con un contributo pari a 3 euro, permettendo così di raccogliere risorse per distribuire un totale di circa 2,4 milioni di kg di cibo, pari a quasi 4,8 milioni di pasti". Del resto, per il Gruppo Fs Italiane il percorso della **Csr** è importante, visto che "la **responsabilità sociale** delle imprese è diventata una leva per costruire modelli di business più consapevoli. Per noi il passaggio chiave sta nella trasformazione da clienti a persone, da risorse umane a persone. Significa rispetto delle regole, capacità di includere, interesse all'ascolto, valori fondanti per la crescita

sana e sostenibile dell'impresa. Per questo credo fortemente che oggi sia importante pensare al cliente come persona, nella sua centralità. Quindi, il caring, la cura, verso di essa diventa la regola principe non solo a bordo dei nostri treni, ma anche nelle stazioni e nell'intera esperienza di viaggio che deve essere sicura e confortevole. Il nostro obiettivo è fare del Gruppo Fs Italiane un'impresa di mobilità del futuro capace di operare nel rispetto dei principi della sostenibilità, mantenendo i più alti livelli di etica e integrità, e il nostro impegno è dimostrato anche dalla recente adesione al network del Global Compact delle Nazioni Unite. La **Csr** non è una scelta velleitaria o elitaria, ma una scelta precisa che dovrebbe essere adottata da tutte le imprese che credono fortemente nell'impegno costruttivo all'interno delle comunità in cui operano". Anche il gruppo assicurativo Unipol è un partner storico di Banco Alimentare: da oltre 10 anni, infatti, è main sponsor della Colletta. "Pur avendo una nostra politica di **Csr** orientata più sui temi dello sviluppo sostenibile che su quelli solidaristici - afferma Marisa Parmigiani, responsabile **Csr** del Gruppo Unipol - abbiamo iniziato la collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare utilizzando un approccio di charity classico, perché abbiamo ritenuto quella della Colletta una risposta valida di sensibilizzazione collettiva al tema dello spreco alimentare. Da sei anni a questa parte, però, abbiamo deciso di attivare i colleghi direttamente, organizzando una Colletta all'interno di molte delle nostre sedi sparse sul territorio nazionale. Aiutare i volontari del Banco e coinvolgere direttamente i dipendenti nel portare i prodotti alimentari in ufficio, oltre a essere un efficace strumento di costruzione dell'identità valoriale, aiuta a implementare la coerenza comportamentale. La diffusione delle pratiche è oggi il punto debole della **Csr**, visto che mai come adesso il tema è oggetto di attenzione e di macro-processi molto propositivi. Ma la **Csr** è importante, perché aiuta le aziende ad adottare strategie di lungo periodo". © Riproduzione Riservata.

## Differenze di genere: un libro affronta con coraggio gli ostacoli delle economiste

LINK: <https://startupitalia.eu/98307-20181005-differenze-genere-un-libro-affronta-coraggio-gli-ostacoli-delle-economiste>

Chiara Buratti News Chiara Buratti Ott 5, 2018 Differenze di genere: un libro affronta con coraggio gli ostacoli delle economiste "100 donne contro gli stereotipi per l'economia" è il secondo volume del progetto #100esperte per dire no alle discriminazioni sessiste La lotta contro le differenze di genere passa anche dalla letteratura. "100 donne contro gli stereotipi per l'economia" è il libro edito da Egea e curato dalle giornaliste dell'associazione Gi.U.Li.A., Giovanna Pezzuoli e Luisella Seveso, che affronta il complesso e intricato argomento della discriminazione del lavoro femminile in campo economico. Presentato durante il **Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione Sociale** all'Università Bocconi di Milano, hanno partecipato alla riflessione delle autrici anche la docente di discipline economiche, Paola Profeta, e la responsabile area scientifica e sociale della Fondazione Bracco, Gaela Bernini. "Se Lehman Brothers fosse stato un Lehman Sisters, cosa sarebbe accaduto? Si sarebbe evitato il fallimento?", riflettono le autrici durante la conferenza di presentazione. "Probabilmente ci sarebbe stato bisogno di un Lehman Brothers and Sisters", risponde la docente Profeta. La cooperazione e la collaborazione tra generi fa la forza. E se questo concetto è chiaro e ben accetto in diversi ambiti, spesso non lo è sul lavoro, in particolar modo in economia. Le tematiche trattate nel libro "Sky TG24 mi chiama per chiedermi di intervenire in diretta domattina sul dibattito su donne in fisica. Suggestivo che invitino una donna. Mi rispondono che è meglio sia un uomo a dire che ci sono donne scienziate, perché detto da un uomo "è più autorevole", questa affermazione del fisico Carlo Rovelli, ripresa durante la conferenza, introduce un altro dei temi centrali del libro: "Perché, spesso, i media interpellano uomini esperti piuttosto che donne?" La risposta, o le risposte, non sono delle più semplici, e le autrici vogliono, giustamente, riservare un po' di suspense ai futuri lettori. Se in campo scientifico le differenze di genere sembrano essersi un po' assottigliate, la disparità tra uomo e donna resta, invece, particolarmente accentuata in economia. "In Italia non c'è ancora stato un vero e proprio boom di donne economiste come, invece, è accaduto in America. Pertanto, le differenze che sussistono sono ancora poco evidenti, ma ci sono. Purtroppo, essere in poche significa anche avere poche chance di fare audience", commenta Paola Profeta. "Nelle materie importanti le donne sono un po' relegate ai margini", interviene l'autrice Pezzuoli, la quale evidenzia: "Nei prossimi otto anni il PIL mondiale potrebbe aumentare più di due punti percentuali se il gap di partecipazione delle donne all'economia si dimezzasse, secondo una stima dell'OCSE". Possedere più competenze significa anche essere pronte a lottare a spada tratta per raggiungere i vertici. "Le donne sono orientate verso scelte più sicure rispetto agli uomini. Anche questo è uno spunto interessante su cui riflettere", evidenzia la docente Profeta. Il progetto #100esperte 100 donne non è solo un libro, ma un progetto. A lanciare la nuova piattaforma online, #100esperte, sono stati l'Osservatorio di Pavia e l'associazione Gi.U.Li.A., in collaborazione con la Fondazione Bracco e con il supporto della rappresentanza in Italia della Commissione Europea. #100esperte è una piattaforma online che raccoglie nomi e CV di esperte da usare come strumento di ricerca di fonti femminili competenti per giornaliste e giornalisti, ma anche come risorsa di voci prestigiose e autorevoli che possono contribuire al dibattito pubblico. La prima fase del progetto, avviato nel 2017 e dedicato al settore STEM (Scienza, Tecnologia, Ingegneria e Matematica), ha contribuito alla valorizzazione delle competenze femminili nel mondo dell'informazione e non

solo. Le 131 esperte oggi online, allocate su tutto il territorio nazionale, sono state coinvolte in più di 200 interviste in un anno e mezzo. La selezione è stata realizzata in collaborazione con il Centro Genders dell'Università degli Studi di Milano, per le STEM, e dell'Università Bocconi, per l'area Economia e Finanza, sotto la supervisione di un Comitato Scientifico. Dopo un primo libro, "100 donne contro gli stereotipi della scienza", è, adesso in vendita questo secondo volume. Oltre a riflessioni, studi e spunti interessanti sull'argomento, il libro contiene storie di vita professionale e privata delle esperte di economia e finanza italiane. Il progetto gode del patrocinio della RAI Radiotelevisione Italiana, del Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali. Rimani sempre aggiornato sui temi di StartupItalia! iscriviti alla newsletter Iscriviti Leave this field empty if you're human:

## Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone della CSR**

**LINK:** <http://www.tribunapoliticaweb.it/adn-kronos/economia/bnl-e-bnp-paribas-protagonisti-al-salone-della-csr-104499.html>

Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone della CSR** 2 ore fa Condividi su Facebook Tweet su Twitter Roma, 2 ott. (AdnKronos) - Condividere esperienze ed iniziative internazionali sul fronte della sostenibilità sociale ed ambientale e esplorare il settore degli investimenti socialmente responsabili. Ma non solo. Anche approfondire il tema dell'inclusione, nel lavoro e nella Società, e della lotta ad ogni tipo di diversità, in primis quella di genere, e parlare di sostegno al terzo settore. E' intenso il programma di BNL-BNP Paribas al "**Salone della CSR** e dell'**Innovazione sociale**", il più importante evento del settore, in programma a Milano, all'Università Bocconi. Fonte AdnKronos

## Sostenibilità, un obiettivo da raggiungere, per amore e per forza

LINK: <http://distribuzionemoderna.info/primo-piano/sostenibilita-un-obiettivo-da-raggiungere-per-amore-o-per-forza>



Sostenibilità, un obiettivo da raggiungere, per amore e per forza In Italia l'impegno verso l'ambiente sta diventando sempre più concreto e un numero sempre maggiore di aziende, governi e amministrazioni locali, sta rispondendo alle sfide che coinvolgono il clima, le risorse idriche e la deforestazione. È quanto emerge da un rapporto di Cassa depositi e prestiti (Cdp), presentato a La Spezia durante l'evento 'Achieving the goals of the Paris Agreement'. La ricerca prende in esame i dati di 48 delle più grandi imprese nazionali a forte impatto, oltre ai dati relativi a 25 città e regioni, che rappresentano insieme 40 milioni di abitanti. Le cifre dimostrano che 9 organizzazioni su 10 hanno fissato obiettivi precisi e concreti per ridurre le proprie emissioni e il 96% di queste sta dimostrando un atteggiamento di crescente responsabilità, portando gli argomenti di sensibilizzazione sul clima fino ai tavoli di discussione dei propri Cda. A oggi 8 major italiane si sono già impegnate formalmente con l'obiettivo di ridurre le proprie emissioni future, aderendo al Science Based Targets initiative - l'accordo internazionale patrocinato da Cdp, Nazioni Unite, World resources institute e WWF - che segue l'obiettivo centrale dell'Accordo di Parigi: ridurre le emissioni fino al livello necessario a mantenere l'innalzamento globale della temperatura inferiore ai 2 gradi centigradi. Emergono alcune contraddizioni. Per esempio i soggetti economici talora non riescono a interpretare i costi legati alla svolta green come vantaggi, anche economici, a medio termine. Altra distorsione si osserva in fatto di risorse idriche. Il 50% delle nostre regioni segnala gravi rischi per le acque e il 50% delle aziende stesse è fortemente coinvolto. Però solo il 40% delle imprese accetta di divulgare i propri dati di analisi idrica e il 56% non vuole dare informazioni e risposte sul cambiamento climatico. Tornando agli elementi positivi si scopre che i nostri operatori economici vogliono effettivamente prendere parte al cambiamento e che l'86% ha fissato obiettivi concreti per ridurre le emissioni. Nel 74% dei casi questi target sono 'assoluti', nel 60% 'intensivi', mentre un 40% ha intrapreso per lo meno una valutazione del rischio idrologico, valutazione che copre sia le operazioni dirette, sia la filiera. Le azioni per il cambiamento climatico sono guidate dal consiglio di amministrazione: il 98% dei partecipanti al rapporto Cdp ha i propri top manager impegnati sui temi della svolta ecologica e l'86% utilizza incentivi per la gestione dei problemi ambientali. Cosa ne pensano gli italiani? Alla domanda risponde il **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**, organizzato il 2 e 3 ottobre presso l'Università Bocconi di Milano, attraverso i dati di una ricerca svolta in esclusiva da Ipsos. Il 72% si interessa alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% è composto da veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza. Un altro 50% è formato da cittadini aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, discretamente preparato, ma con scarsa sensibilità ecologica. L'analisi rivela anche che l'85%

degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori e il 77% basa le proprie scelte di acquisto proprio sulla qualità, che significa origine delle materie prime, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di 'consumare bene' è associato a una crescente attenzione verso le caratteristiche degli alimenti e rappresenta il driver più forte e duraturo nelle scelte dei prodotti eco, per i quali le persone sono, almeno in teoria, disposte a spendere anche il 10% in più. La riflessione e le azioni per il bene futuro del pianeta naturalmente non possono concludersi qui e proseguono martedì 9 ottobre, a Milano, presso Fondazione Filarete, con l'ottava edizione di Green Retail Forum & Expo, come continueranno dal 6 al 9 novembre a Rimini Fiera con Ecomondo 2018. Green Retail Forum - mostra convegno promossa da Planet Life Foundation, in partnership con il nostro giornale, Altavia, Gs1 Italy e Kiki Lab - porta la riflessione su come il mondo del largo consumo sta evolvendo verso la sostenibilità, un obiettivo non più rimandabile. Non siamo poi così distanti dal 2030, traguardo degli obiettivi dell'agenda Onu - a partire da quello della riduzione delle emissioni in atmosfera e di mitigazione degli effetti del cambiamento climatico - e pochissimo tempo ci rimane all'orizzonte intermedio del 2020, che cadrà a metà della legislatura in corso. Anche DM, in questi anni ha fatto la propria parte e non ha mai cessato di trattare questo tema, un tema tanto grande da portarci a dare vita, fra le altre cose, a una nuova testata, per la quale è stato scelto il nome, secondo noi emblematico, di Green Retail. Leggi anche l'articolo su Green Retail Forum 2017

## Sostenibilità, cresce il desiderio di ?consumare bene?

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/04/sostenibilita-cresce-il-desiderio-di-consumare-bene/>

Sostenibilità, cresce il desiderio di 'consumare bene' By Robot Adnkronos - 4 ottobre 2018 0 1  
Gli italiani vogliono 'consumare bene' e credono nella sostenibilità e nei suoi valori. L'85% dei nostri connazionali, infatti, considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori con un'attenzione all'origine delle materie, al packaging, alla filiera e alla produzione. I dati arrivano da un'indagine Ipsos realizzata per 'Il Salone della Csr'.  
[https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo\\_20181004\\_75326.mp4](https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo_20181004_75326.mp4) Robot Adnkronos

## ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/03/colleghiamogenova-con-carpooling-5mila-auto-in-meno/>



ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno By Robot Adnkronos - 3 ottobre 2018  
0 2 Roma, 3 ott. (AdnKronos) - Oltre 2.500 viaggi condivisi in meno di un mese e 5.000 auto lasciate a casa e tolte dalle strade del capoluogo ligure: questi i primi risultati di ColleghiAmoGenova, il progetto lanciato a inizio settembre 2018 da Jojob, operatore di carpooling aziendale in Italia, con lo scopo di facilitare la viabilità di Genova, ridurre il traffico cittadino e ricollegare le aree industriali più difficili da raggiungere in seguito alle conseguenze del crollo del Ponte Morandi. I numeri, presentati da Jojob in occasione del **Salone della Csr** a Milano, mostrano che tra Genova e Provincia sono più di 1.500 gli iscritti al servizio di carpooling aziendale: con l'iniziativa ColleghiAmoGenova, per cui tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, il numero è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. Per quanto riguarda gli equipaggi, se in media in Italia viaggiano a bordo della stessa auto 2,32 persone, a Genova il dato è nettamente più alto, con una media di 2,94 persone ad equipaggio, che segnala un'ottima propensione a condividere l'auto da parte dei genovesi. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km. La rotta più battuta è Savona-Genova, seguita da Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova, Novi Ligure-Genova. Con 'ColleghiAmoGenova', Jojob ha risposto all'appello del Comune di Genova per individuare soluzioni che alleggeriscano la viabilità del capoluogo, mettendo gratuitamente a disposizione della città il servizio di carpooling aziendale per facilitare gli spostamenti nella tratta casa-lavoro. Per attivare il servizio è sufficiente scaricare l'app 'Jojob Carpooling' su smartphone o registrarsi su [www.jojob.it/colleghiamogenova](http://www.jojob.it/colleghiamogenova), inserire i codici dell'area in cui si trova l'azienda per cui si lavora o il Cap di destinazione, pubblicare il proprio tragitto casa-lavoro e individuare passeggeri o autisti con cui condividere la tratta. "I genovesi hanno risposto positivamente alla proposta di condividere l'auto sulla piattaforma, considerando inoltre che più di 50 aziende hanno richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti, per dare loro la possibilità di raggiungere insieme il luogo di lavoro, dimostrando allo stesso tempo interesse verso soluzioni innovative che facilitano la mobilità di un'intera città", spiega Gerard Albertengo, founder di Jojob. La tendenza positiva all'utilizzo del carpooling aziendale è stata registrata anche da Ansaldo Energia, azienda che da gennaio ha aderito al servizio offerto da Jojob e interessata da vicino dal crollo del Ponte: tra fine agosto e settembre il numero di dipendenti iscritti al portale per la condivisione dell'auto è cresciuto del 12% e i viaggi certificati da luglio a settembre sono aumentati del 28%. L'Istituto Italiano di Tecnologia, istituto di ricerca genovese, segnala invece una crescita degli iscritti del 17% e un +70% di viaggi certificati. Robot Adnkronos

## Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10

**LINK:** <http://www.tribunapoliticaweb.it/adn-kronos/economia/prodotti-green-piu-innovativi-per-8-italiani-su-10-104490.html>

Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10 2 ore fa Condividi su Facebook Tweet su Twitter Milano, 2 ott. - (AdnKronos) - L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale**', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via oggi, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Fonte AdnKronos

## Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10

LINK: <https://www.arezoweb.it/2018/prodotti-green-piu-innovativi-per-8-italiani-su-10-442513.html>



Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10 Di Adnkronos - 1 ottobre 2018 18 Share Facebook Twitter Google+ LinkedIn Pinterest WhatsApp Telegram Email Print Milano, 1 ott. - (AdnKronos) - L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via domani, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. "Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità - commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos - anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone". Ma, secondo Pagnoncelli, "è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di **responsabilità sociale**, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane". Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per Il **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale** ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine **Csr**, Corporate social responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la **Csr** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno

quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la **CSR** come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. "Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale" spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**. Il **Salone**, spiega la Sobrero, "serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni "protagoniste", 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali "rotte" che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti - conclude Sobrero - e la partecipazione è libera e gratuita". Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a "Le rotte della sostenibilità". Sempre il 2 ottobre al **Salone** interverrà Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l'evento al **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**, come l'intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo. Condividi: [Fai clic qui per condividere su Twitter](#) (Si apre in una nuova finestra) [Fai clic per condividere su Facebook](#) (Si apre in una nuova finestra) [Fai clic qui per condividere su Google+](#) (Si apre in una nuova finestra) Mi piace: [Mi piace](#) Caricamento...

## Lidl dona oltre 400 tonnellate di cibo in 6 mesi

**LINK:** <http://distribuzionemoderna.info/news/lidl-dona-oltre-400-tonnellate-di-cibo-in-6-mesi>



Lidl dona oltre 400 tonnellate di cibo in 6 mesi In occasione del recente **Salone** della **CSR** di Milano, Lidl ha presentato i risultati del progetto "Oltre il Carrello - Lidl contro lo spreco", il programma di recupero delle eccedenze che l'insegna ha lanciato a febbraio di quest'anno. Ad oggi, gli oltre 250 supermercati Lidl che partecipano all'iniziativa hanno recuperato e donato oltre 400 tonnellate di cibo. Pane, frutta, verdura e prodotti confezionati non più vendibili secondo gli standard commerciali, ma ancora buoni e sicuri vengono raccolti nei negozi della catena distributiva e donati agli enti caritativi gestiti dalla Fondazione Banco Alimentare. L'obiettivo dell'azienda è quello di estendere il programma entro fine anno a tutti gli oltre 600 store Lidl sul territorio nazionale, arrivando così a recuperare, su scala nazionale, oltre 10 milioni di pasti all'anno.

## Andrea Razeto: ?Cerchiamo sempre soluzioni che migliorino vita della comunità?

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/04/andrea-razeto-cerchiamo-sempre-soluzioni-che-migliorino-vita-della-comunita/>

Andrea Razeto: "Cerchiamo sempre soluzioni che migliorino vita della comunità" By Robot Adnkronos - 4 ottobre 2018 0 1 "Sostenibilità nostro compito. Trasporti su rotaie molto sostenibile e sempre in cerca di soluzioni di innovazione che migliori vita della comunità". Così Andrea Razeto responsabile della comunicazione di Ansaldo al **salone della CSR** a Milano. [https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo\\_20181004\\_75319.mp4](https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo_20181004_75319.mp4) Robot Adnkronos

## Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z

**LINK:** <http://www.tribunapoliticaweb.it/adn-kronos/cronaca/bullyctionary-il-bullismo-dalla-a-alla-z-104540.html>

Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z 1 ora fa Condividi su Facebook Tweet su Twitter Roma, 2 ott. - (AdnKronos) - Si chiama Bullyctionary ed è il primo dizionario online, scritto con i ragazzi, che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete. Ma è anche un progetto, che prevede incontri in tutta Italia rivolti alle famiglie, per informare, sensibilizzare ed educare sul cyberbullismo. Ed è valso a Generali Italia il "Premio Areté" per la Comunicazione d'Impresa, assegnato nell'ambito del **Salone CSR** 2018 di Milano e promosso da Nuvolaverde Onlus con Confindustria, Abi e Gruppo 24 Ore. Fonte AdnKronos

## Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre -3-

LINK: [https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC\\_02102018\\_0720\\_10994490.html](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC_02102018_0720_10994490.html)

Notizie Radiocor - Finanza Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre -3-  
ECONOMIA - Milano: incontro Vector Cuatro (Falck Renewables) 'Presente e futuro delle energie rinnovabili in Italia'. Ore 9,00. Hotel NHow, via Tortona, 35. - Milano: convegno Assoreti 'Consulenza e Wealth Management: modelli al servizio dei clienti'. Ore 10,00. Partecipa, tra gli altri, Massimo Doris, a.d. Banca Mediolanum. Centro Congressi Fondazione Cariplo, via Romagnosi, 8 - Milano: evento Il **Salone** del **CSR** e dell'**Innovazione Sociale** 'Le rotte della Sostenibilita'. Ore 10,00. Universita' Bocconi, via Roentgen, 1 - Milano: incontro di Guber Banca per la presentazione in anteprima di 'Deposito102' conto di deposito online . Ore 11,30. Viale Pasubio, 21 - Milano: conferenza stampa di Assolombarda per la presentazione del libro bianco 'Fisco, imprese e crescita'. Ore 12,15. Sala Pirelli di Assolombarda, via Pantano, 9 - Milano: al via 'SingularityU Italy Summit'. Presso Centro Congressi MiCo. Termina domani - S. Terenzo di Lerici (SP): Assemblea Confindustria La Spezia. Ore 14,30. Partecipa, tra gli altri, Vincenzo Boccia, presidente Confindustria. Centro Congressi Villa Marigola, Via Biaggini, 1. - Parma: firma dell'Accordo di collaborazione per l'attivita' di divulgazione delle iniziative antiracket e antiusura tra Universita' di Parma, Consap, Concessionaria Servizi Assicurativi Pubblici, e il Commissario straordinario del Governo. Ore 12,00. Via Universita', 12 - Bologna: consegna del 'Marconi Prize 2018' a Tom Leighton, ceo di Akamai. - Forli'-Cesena: conferenza stampa 'Edizione di UPIDEA! Startup Program'. Ore 11,00. Presso sede Giovani Confindustria Forli'-Cesena, via Punta di Ferro, 2/A. - Tirrenia (Pi): prende il via il roadshow con focus su Pictet-SmartCity. Ore 10,30 - Piombino (Li): Assemblea Confindustria Livorno-Massa Carrara. Ore 11,00. Partecipa, tra gli altri, Vincenzo Boccia, presidente Confindustria. Teatro Metropolitan. - Firenze: conferenza stampa di presentazione di 'Pisa Book Festival', **salone** dell'editoria indipendente. Ore 12,00. Palazzo Strozzi Sacratì, Piazza Duomo, 10. - Roma: Il Forum del Terzo Settore: tra identita' e cambiamento. Incontro con il ministro del Lavoro, Luigi Di Maio. Ore 11,00. - Roma: convegno 'Programma di valutazione del rischio e indicatori della crisi delle societa' partecipate pubbliche'. Organizzato da: Consiglio Nazionale dei dottori commercialisti e degli esperti contabili. Ore 14,00. Partecipa, tra gli altri, Giovanni Sabatini, Direttore Generale Abi. Piazza del Gesu', 49. - Roma: presentazione del volume 'Rischio sismico in Italia: analisi e prospettive per una prevenzione efficace in un Paese fragile', a cura della Societa' Italiana di Geologia Ambientale. Ore 14,00. Partecipa, tra gli altri, Sergio Costa, Ministro dell'Ambiente. Presso Sala 'Caduti di Nassirya' di Palazzo Madama - Lussemburgo: riunione Ecofin. Ore 9,00. Red- (RADIOCOR) 02-10-18 07:20:20 (0010)PA 5 NNNN

## Zenit SGR e CasaOz, un percorso costruito insieme, attraverso il teatro, a favore dei piccoli ospiti della Onlus

LINK: <https://www.lamiafinanza.it/it/sala-stampa/56871-zenit-sgr-e-casaoz-un-percorso-costruito-insieme-attraverso-il-teatro-a-favore-dei-piccoli-...>

Zenit SGR e CasaOz, un percorso costruito insieme, attraverso il teatro, a favore dei piccoli ospiti della Onlus Creato: Giovedì, 04 Ottobre 2018 15:17 Scritto da LMF La mia finanza Premi per ascoltare l'articolo! Finanza e Terzo Settore sono due mondi che all'apparenza possono sembrare agli antipodi. Spread, Pir, Bond e Minibond sono tutti termini e strumenti finanziari che appartengono a un universo astratto e freddo. Eppure, non è solo così. Zenit ha voluto intraprendere un percorso di "restituzione sociale", a partire dal progetto Minibond che finanzia le piccole e medie imprese italiane con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita reale delle aziende e del loro territorio. Coerentemente ha scelto di sostenere una realtà come CasaOz, vicina alle persone, ai bambini che hanno incontrato la malattia, devolvendo una quota delle commissioni del Fondo Progetto Minibond Italia. All'edizione 2018 del **Salone della CSR** e dell'**Innovazione Sociale**, infatti, Zenit SGR, società di gestione risparmio indipendente, presente sul mercato da oltre 20 anni e CasaOz, associazione fondata da Enrica Baricco, che accoglie, sostiene e accompagna i bambini e i loro nuclei familiari quando si trovano a vivere l'esperienza della malattia e della disabilità, hanno presentato il loro percorso che li vede insieme ormai da diversi anni. Nello specifico, nel 2018, Zenit Sgr ha partecipato alla realizzazione di uno spettacolo teatrale in cui i ragazzi di CasaOz sono i protagonisti. Il musical, ispirato al film d'animazione Toy Story, è testimone di quanto la musica, la recitazione e il coinvolgimento emozionale riescano ad abbattere le differenze di qualsiasi natura, psichica o motoria che siano, trasformandole in energia positiva. Zenit SGR sostiene CasaOz grazie al Fondo Progetto Minibond Italia, devolvendo una quota delle proprie commissioni all'associazione torinese. Questa scelta rappresenta una novità nel mercato dei Minibond, strumenti di finanziamento nati con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita delle Piccole e Medie Imprese e del loro territorio. "Il Fondo Progetto Minibond Italia di Zenit va oltre il suo principale obiettivo, consentendoci di intraprendere anche un percorso di "restituzione sociale", ha spiegato Francesca Cerminara, Responsabile Bond e Valute della SGR, Zenit ha, infatti, voluto contribuire al sostegno di quelle famiglie in difficoltà, per la malattia o la diversità di un loro piccolo, e che trovano in CasaOz un'oasi di protezione e aiuto". "Da 10 anni aiutiamo le famiglie ad affrontare uno dei momenti più difficili della vita, la malattia di un figlio - dichiara Enrica Baricco, Presidente di CasaOz - Tutte le nostre attività hanno un unico obiettivo: restituire la quotidianità. Perché questo avvenga, abbiamo bisogno del supporto anche delle aziende, alle quali chiediamo di essere continuative nel rapporto con noi. La collaborazione con Zenit è la dimostrazione che la contaminazione tra profit e no profit funziona. Speriamo che possa essere un esempio per nuove proficue alleanze". Testimone di questa partnership - che vede alleate Finanza e Terzo Settore, grazie a Zenit Sgr e CasaOz - il video "Zenit per CasaOz - Laboratorio di coro e teatro 2018", presentato al **Salone della CSR**. Protagonisti sono i bambini di CasaOz che hanno partecipato, durante l'anno, a un programma di laboratori e coro, culminato con la realizzazione dello spettacolo teatrale nel quale i piccoli sono gli attori e gli interpreti principali. Il contenuto di questo testo (come di tutta la sezione "Comunicati Stampa") non impegna la redazione de Lamiafinanza: la responsabilità dei comunicati stampa e delle informazioni in essi contenute è esclusivamente delle aziende, enti e associazioni che li firmano e che sono chiaramente indicati nel titolo del testo. Finanza e Terzo Settore sono due mondi che all'apparenza possono sembrare agli antipodi. Spread, Pir,

Bond e Minibond sono tutti termini e strumenti finanziari che appartengono a un universo astratto e freddo. Eppure, non è solo così. Zenit ha voluto intraprendere un percorso di "restituzione sociale", a partire dal progetto Minibond che finanzia le piccole e medie imprese italiane con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita reale delle aziende e del loro territorio. Coerentemente ha scelto di sostenere una realtà come CasaOz, vicina alle persone, ai bambini che hanno incontrato la malattia, devolvendo una quota delle commissioni del Fondo Progetto Minibond Italia. All'edizione 2018 del **Salone della CSR** e dell'**Innovazione Sociale**, infatti, Zenit SGR, società di gestione risparmio indipendente, presente sul mercato da oltre 20 anni e CasaOz, associazione fondata da Enrica Baricco, che accoglie, sostiene e accompagna i bambini e i loro nuclei familiari quando si trovano a vivere l'esperienza della malattia e della disabilità, hanno presentato il loro percorso che li vede insieme ormai da diversi anni. Nello specifico, nel 2018, Zenit Sgr ha partecipato alla realizzazione di uno spettacolo teatrale in cui i ragazzi di CasaOz sono i protagonisti. Il musical, ispirato al film d'animazione Toy Story, è testimone di quanto la musica, la recitazione e il coinvolgimento emozionale riescano ad abbattere le differenze di qualsiasi natura, psichica o motoria che siano, trasformandole in energia positiva. Zenit SGR sostiene CasaOz grazie al Fondo Progetto Minibond Italia, devolvendo una quota delle proprie commissioni all'associazione torinese. Questa scelta rappresenta una novità nel mercato dei Minibond, strumenti di finanziamento nati con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita delle Piccole e Medie Imprese e del loro territorio. "Il Fondo Progetto Minibond Italia di Zenit va oltre il suo principale obiettivo, consentendoci di intraprendere anche un percorso di "restituzione sociale", ha spiegato Francesca Cerminara, Responsabile Bond e Valute della SGR, Zenit ha, infatti, voluto contribuire al sostegno di quelle famiglie in difficoltà, per la malattia o la diversità di un loro piccolo, e che trovano in CasaOz un'oasi di protezione e aiuto". "Da 10 anni aiutiamo le famiglie ad affrontare uno dei momenti più difficili della vita, la malattia di un figlio - dichiara Enrica Baricco, Presidente di CasaOz - Tutte le nostre attività hanno un unico obiettivo: restituire la quotidianità. Perché questo avvenga, abbiamo bisogno del supporto anche delle aziende, alle quali chiediamo di essere continuative nel rapporto con noi. La collaborazione con Zenit è la dimostrazione che la contaminazione tra profit e no profit funziona. Speriamo che possa essere un esempio per nuove proficue alleanze". Testimone di questa partnership - che vede alleate Finanza e Terzo Settore, grazie a Zenit Sgr e CasaOz - il video "Zenit per CasaOz - Laboratorio di coro e teatro 2018", presentato al **Salone della CSR**. Protagonisti sono i bambini di CasaOz che hanno partecipato, durante l'anno, a un programma di laboratori e coro, culminato con la realizzazione dello spettacolo teatrale nel quale i piccoli sono gli attori e gli interpreti principali. Il contenuto di questo testo (come di tutta la sezione "Comunicati Stampa") non impegna la redazione de Lamiafinanza: la responsabilità dei comunicati stampa e delle informazioni in essi contenute è esclusivamente delle aziende, enti e associazioni che li firmano e che sono chiaramente indicati nel titolo del testo. Indietro Avanti

## Manuela Kron: "Fieri di collaborare con il Banco alimentare, per noi momento di unione"

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/04/manuela-kron-fieri-di-collaborare-con-il-banco-alimentare-per-noi-momento-di-unione/>

Manuela Kron: "Fieri di collaborare con il Banco alimentare, per noi momento di unione" By Robot Adnkronos - 4 ottobre 2018 0 1 "Siamo molto fieri di collaborare con il Banco alimentare. Quando ci hanno chiesto uno dei nostri prodotti siamo stati molto felice di farlo. È stato un momento di unione". Così Manuela Kron, direttore Corporate Affairs Nestlè Italia, durante il **Salone** del **CSR** a Milano. [https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo\\_20181004\\_75317.mp4](https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo_20181004_75317.mp4) Robot Adnkronos

## Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/03/zenit-e-casaoz-quando-la-finanza-incontra-il-terzo-settore/>



Zenit e CasaOz, quando la finanza incontra il Terzo Settore By Robot Adnkronos - 3 ottobre 2018 0 2 Roma, 3 ott. - (AdnKronos) - Un percorso di 'restituzione sociale', a partire dal progetto Minibond che finanzia le piccole e medie imprese italiane con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita reale delle aziende e del loro territorio. Ad intraprenderlo, Zenit SGR, società di gestione risparmio indipendente presente sul mercato da oltre 20 anni, ha voluto intraprendere che ha scelto anche di sostenere una realtà come CasaOz, associazione che accoglie, sostiene e accompagna i bambini e le loro famiglie quando si trovano a vivere l'esperienza della malattia e della disabilità, devolvendo una quota delle commissioni del Fondo Progetto Minibond Italia. All'edizione 2018 del **Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione Sociale**, Zenit SGR e CasaOz hanno presentato il percorso che li vede insieme ormai da anni. Nello specifico, quest'anno Zenit Sgr ha partecipato alla realizzazione di uno spettacolo teatrale in cui i ragazzi di CasaOz sono i protagonisti. Il musical, ispirato al film d'animazione Toy Story, è testimone di quanto la musica, la recitazione e il coinvolgimento emozionale riescano ad abbattere le differenze di qualsiasi natura, psichica o motoria, trasformandole in energia positiva. Zenit SGR sostiene CasaOz grazie al Fondo Progetto Minibond Italia, devolvendo una quota delle proprie commissioni all'associazione torinese. Questa scelta rappresenta una novità nel mercato dei Minibond, strumenti di finanziamento nati con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo e alla crescita delle Piccole e Medie Imprese e del loro territorio. "Il Fondo Progetto Minibond Italia di Zenit va oltre il suo principale obiettivo, consentendoci di intraprendere anche un percorso di restituzione sociale - spiega Francesca Cerminara, responsabile Bond e Valute della SGR, -Zenit ha, infatti, voluto contribuire al sostegno di quelle famiglie in difficoltà, per la malattia o la diversità di un loro piccolo, e che trovano in CasaOz un'oasi di protezione e aiuto". "Da 10 anni aiutiamo le famiglie ad affrontare uno dei momenti più difficili della vita, la malattia di un figlio - dichiara Enrica Baricco, presidente di CasaOz - Tutte le nostre attività hanno un unico obiettivo: restituire la quotidianità. Perché questo avvenga, abbiamo bisogno del supporto anche delle aziende, alle quali chiediamo di essere continuative nel rapporto con noi. La collaborazione con Zenit è la dimostrazione che la contaminazione tra profit e no profit funziona. Speriamo che possa essere un esempio per nuove proficue alleanze". Testimone di questa partnership, che vede alleate finanza e Terzo Settore, il video "Zenit per CasaOz - Laboratorio di coro e teatro 2018", presentato al **Salone** della **CSR**. Protagonisti sono i bambini di CasaOz che hanno partecipato, durante l'anno, a un programma di laboratori e coro, culminato con la realizzazione dello spettacolo teatrale nel quale i piccoli sono gli attori e gli interpreti principali. Robot Adnkronos

## #Processoalnonprofit, la retorica come arma

LINK: <http://www.vita.it/it/article/2018/10/02/processoalnonprofit-la-retorica-come-arma/149222/>



#Processoalnonprofit, la retorica come arma di Lorenzo Maria Alvaro 2 Ottobre Ott 2018 1444  
2 ore fa ... Domani, al **Salone** della **CSR** andrà in scena la prima delle tre udienze in programma. Per Flavia Trupia, presidente dell'Associazione per la Retorica, organizzatrice dell'evento insieme a Ferpi, «solo mettendosi dalla parte del proprio interlocutore e fingendo di avere le sue opinioni saremo in grado di difendere le nostre argomentazioni» Ascoltare e comprendere i pro e i contro: argomenti, opinioni e comportamenti opposti con l'obiettivo di imparare dallo scambio di idee. È questo lo scopo del Processo al non profit che proprio dopo aver visto il Terzo settore finire in questi anni più volte sul banco degli imputati, oggetto di un'inedita offensiva giudiziaria, mediatica, sociale e politica, vuole provare a capire se sia colpevole o innocente. A partecipare alla prima di tre udienze pubbliche (domani al **Salone** della **Csr**) ci saranno Luca Beltrami Gadola Fondatore e direttore ArcipelagoMilano.org, Daniela Bernacchi CEO Cesvi, Mauro Bonaretti Consigliere Corte dei Conti, Elio Borgonovi Docente Università Bocconi, Ferruccio De Bortoli Giornalista Giornalista, Furio Garbagnati Chief Executive Officer Weber Shandwick Italia, Giorgio Gori Sindaco di Bergamo Sindaco, Toni Muzi Falconi Past President FERPI, Marina Salamon Presidente Altana e Sabina Siniscalchi Presidente Oxfam Italia. Per capire come funziona il processo e perché sia stato scelto questo formato abbiamo intervistato Flavia Trupia, presidente dell'Associazione Per La Retorica che insieme a Ferpi lo ha organizzato. Flavia Trupia Perché il "Processo al non profit" si basa sulla retorica? Il potere della retorica è mettere a confronto le persone e fare in modo che i temi emergano in modo non conflittuale quindi con uno scambio pacifico tra pari. Che regole prevede questo confronto? Sono due round di dieci minuti ciascuno in cui il relatore è chiamato a sostenere prima una tesi e poi il suo contrario. Durante l'esposizione nessuno può essere interrotto. Però bisogna anche essere brevi, concisi stando nei tempi. Come siete arrivati all'individuazione di questo format? Non l'abbiamo inventato noi, si tratta di una usanza medioevale. Il processo è solo un escamotage ma in realtà non è altro la Disputatio in Utramque Partem che serviva per mettere in discussione i temi. Veniva applicata dagli accademici nelle Università in particolare per raccontare e comprendere le contraddizioni della Bibbia. C'era infatti la convinzione che nessuna verità può essere veramente insegnata e raccontare se non passa attraverso i "denti" della disputa. Alla fine dei nostri processi nessuno esce con la verità in tasca ma tutti avranno degli elementi in più circa la verità. Come mai ogni relatore deve sostenere quello in cui crede ma anche il suo contrario? È un modo per imparare a difendere le proprie argomentazioni. Mettersi dalla parte del mio interlocutore e fingere di avere le sue opinioni è uno stratagemma che si usa moltissimo per prepararsi a un dibattito e a negoziazioni. In una negoziazione vinco solo se ho in mente le ragioni dell'altro e le capisco. Un modo anche per cambiare opinione sull'altro? Certo, si parte dall'idea che l'opinione altrui è da rispettare. Pensare che gli altri sbagliano o siano falsi, che noi siamo nel

giusto e nel vero, è un modo molto contemporaneo. Ma non è la verità. Ciascuno porta avanti le proprie convinzioni con passione. Cominciare ad ammettere le buone intenzioni dell'altro, anche se non ne condividiamo le convinzioni, è il punto di partenza per arricchirci e per fare un'onesta ricerca della verità. Questo sottintende che alcune critiche che vengono rivolte al Non profit siano fondate? Non lo sappiamo. Lo scopriremo domani. Non partiamo con tesi precostituite. Può essere. L'udienza che faremo domani è importante perché vedrà grandi professionisti di questo mondo mettersi in gioco e in discussione. Il risultato sono certa sarà molto stimolante.

## Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre -3-

LINK: [https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC\\_01102018\\_2027\\_771193643.html](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC_01102018_2027_771193643.html)

Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre -3- ECONOMIA - Milano: incontro Vector Cuatro (Falck Renewables) 'Presente e futuro delle energie rinnovabili in Italia'. Ore 9,00. Hotel NHow, via Tortona, 35. - Milano: convegno Assoreti "Consulenza e Wealth Management: modelli al servizio dei clienti". Ore 10,00. Partecipa, tra gli altri, Massimo Doris, a.d. Banca Mediolanum. Centro Congressi Fondazione Cariplo, via Romagnosi, 8 - Milano: evento Il **Salone** del **CSR** e dell'**Innovazione Sociale** "Le rotte della Sostenibilita'". Ore 10,00. Universita' Bocconi, via Roentgen, 1 - Milano: incontro di Guber Banca per la presentazione in anteprima di "Deposito102" conto di deposito online . Ore 11,30. Viale Pasubio, 21 - Milano: conferenza stampa di Assolombarda per la presentazione del libro bianco "Fisco, imprese e crescita". Ore 12,15. Sala Pirelli di Assolombarda, via Pantano, 9 - Milano: al via 'SingularityU Italy Summit'. Presso Centro Congressi MiCo. Termina domani - S. Terenzo di Lerici (SP): Assemblea Confindustria La Spezia. Ore 14,30. Partecipa, tra gli altri, Vincenzo Boccia, presidente Confindustria. Centro Congressi Villa Marigola, Via Biaggini, 1. - Parma: firma dell'Accordo di collaborazione per l'attivita' di divulgazione delle iniziative antiracket e antiusura tra Universita' di Parma, Consap, Concessionaria Servizi Assicurativi Pubblici, e il Commissario straordinario del Governo. Ore 12,00. Via Universita', 12 - Bologna: consegna del 'Marconi Prize 2018' a Tom Leighton, ceo di Akamai. - Forli'-Cesena: conferenza stampa "Edizione di UPIDEA! Startup Program". Ore 11,00. Presso sede Giovani Confindustria Forli'-Cesena, via Punta di Ferro, 2/A. - Tirrenia (Pi): prende il via il roadshow con focus su Pictet-SmartCity. Ore 10,30 - Piombino (Li): Assemblea Confindustria Livorno-Massa Carrara. Ore 11,00. Partecipa, tra gli altri, Vincenzo Boccia, presidente Confindustria. Teatro Metropolitan. - Firenze: conferenza stampa di presentazione di 'Pisa Book Festival', **salone** dell'editoria indipendente. Ore 12,00. Palazzo Strozzi Sacratì, Piazza Duomo, 10. - Roma: Il Forum del Terzo Settore: tra identita' e cambiamento. Incontro con il ministro del Lavoro, Luigi Di Maio. Ore 11,00. - Roma: convegno "Programma di valutazione del rischio e indicatori della crisi delle societa' partecipate pubbliche". Organizzato da: Consiglio Nazionale dei dottori commercialisti e degli esperti contabili. Ore 14,00. Partecipa, tra gli altri, Giovanni Sabatini, Direttore Generale Abi. Piazza del Gesu', 49. - Roma: presentazione del volume "Rischio sismico in Italia: analisi e prospettive per una prevenzione efficace in un Paese fragile", a cura della Societa' Italiana di Geologia Ambientale. Ore 14,00. Partecipa, tra gli altri, Sergio Costa, Ministro dell'Ambiente. Presso Sala 'Caduti di Nassirya' di Palazzo Madama - Lussemburgo: riunione Ecofin. Ore 9,00. Red- (RADIOCOR) 01-10-18 20:27:23 (0771) NNNN Titoli citati nella notizia Nome Prezzo Ultimo Contratto Var % Ora Min oggi Max oggi Apertura Banca Mediolanum 5,89 +0,51 17.35.07 5,84 6,01 5,84 Falck Renewables 1,886 +1,40 17.35.21 1,846 1,90 1,846 Tag

## Tiziano Onesti : ?Treni sostenibili per lasciare qualcosa di buono ai nostri figli?

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/04/tiziano-onesti-treni-sostenibili-per-lasciare-qualcosa-di-buono-ai-nostri-figli/>



Tiziano Onesti : "Treni sostenibili per lasciare qualcosa di buono ai nostri figli" By Robot Adnkronos - 4 ottobre 2018 0 1 "Tutti i nostri treni sono sostenibili, pensiamo sempre a cosa lasciamo ai nostri figli, questo vuol dire essere sostenibile". Così Tiziano Onesti, presidente di Trenitalia gruppo Ferrovie dello Stato italiane durante il **Salone** della **CSR** A Milano. [https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo\\_20181004\\_75311.mp4](https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo_20181004_75311.mp4) Robot Adnkronos

## #processoalnonprofit: un singular tenzone per costruire il futuro del sociale

LINK: <http://www.vita.it/article/2018/10/03/processoalnonprofit-un-singular-tenzone-per-costruire-il-futuro-del-so/149232/>

#processoalnonprofit: un singular tenzone per costruire il futuro del sociale di Lorenzo Maria Alvaro 3 Ottobre Ott 2018 1307 4 minuti fa ... La prima udienza dell'evento proposta da Ferpi e Associazione delle retorica è andato in scena al **Salone** della **CSR** in Università Bocconi. Tanti i nomi che si sono misurati con sul ring retorico «Regole di civiltà per imparare a dialogare, ovvero l'importanza delle parole e del loro significato. Considerare il processo di comunicazione fondamentale per tornare a parlare, a confrontarsi per approfondire cercando anche un confronto diretto fra le persone», così Flavia Trupia, presidente dell'Associazione Per La Retorica ha introdotto, insieme a Toni Muzi Falconi di FERPI la prima udienza del #Processoalnonprofit. Flavia Trupia e Toni Muzi Falconi aprono l'udienza In questi ultimi anni il non profit è finito più volte sul banco degli imputati, oggetto di un'inedita offensiva giudiziaria, mediatica, sociale e politica. Le udienze di questo particolare processo mirano a stabilirne le reali colpe. Un singular tenzone con regole ferree. «I rappresentanti del dibattito saranno otto contendenti che devono sostenere, a parti inverse le tesi a favore o contro il non profit, in due round di 10 minuti ciascuno. Ogni round assume la forma del dibattito, con continui botta e riposta. Al termine del round, i contendenti cambiano posizione: chi sosteneva la tesi a favore del non profit sosterrà quella contraria. Dopo ogni coppia di round, il pubblico presente valuterà se il non profit è complice o no, attraverso un applausometro», spiega Flavia Trupia. Il primo round - Il non profit A scontrarsi nella prima sfida dialettica sono state Daniela Bernacchi di Cesvi e Sabina Siniscalchi di Osfam Italia che hanno combattuto per definire i pro e i contro del Non profit #Processoalnonprofit "è strumentale gettare fango addosso ai pochi che screditano il terzo settore quando sono in migliaia gli operatori che lavorano più di 8 ore al giorno, spesso rischiando la vita, per migliorare la società." #**CSRIS18** @VITAnonprofit - Filomena Fittipaldi (@f\_fittipaldi) October 3, 2018 Il secondo round - I media La seconda sfida ha voluto invece indagare il ruolo dei media. Servizio d'informazione imparziale e guardiano della democrazia o strumento contunendente usato per aggredire chi è considerato nemico? A sfidarsi il giornalista Ferruccio De Bortoli e Luca Beltrami Gadola di Arcipelago.org #Processoalnonprofit "è strumentale gettare fango addosso ai pochi che screditano il terzo settore quando sono in migliaia gli operatori che lavorano più di 8 ore al giorno, spesso rischiando la vita, per migliorare la società." #**CSRIS18** @VITAnonprofit - Filomena Fittipaldi (@f\_fittipaldi) October 3, 2018 Terzo round - Le istituzioni In particolare sono la legislazione e i servizi ad essere messi al centro del dibattito nel terzo scontro. Sul ring il sindaco di Bergamo Giorgio Gori e Mauro Bonaretti della Corte dei Conti #Processoalnonprofit "Il non profit entra nell'individuazione dei bisogni, nella co-progettazione. Ne sa più di noi." Giorgio Gori, sindaco di Bergamo#**CSRIS18** - Filomena Fittipaldi (@f\_fittipaldi) October 3, 2018 Quarto round - Le imprese A dibattere di **CSR** e finanziamenti al non profit da parte delle aziende infine si scontrano Furio Garbagnati di Weber Shandwich Italia e l'imprenditrice Marina Salamon

## L'Open Innovation al **Salone della Csr**

LINK: <http://www.vita.it/it/article/2018/10/02/lopen-innovation-al-salone-della-csr/149223/>



L'Open Innovation al **Salone della Csr** di Redazione 2 Ottobre Ott 2018 1219 5 ore fa ... Un confronto su come produrre innovazione e gestire la trasformazione in atto attraverso la collaborazione e la contaminazione tra startup innovative e aziende già presenti sul mercato sarà al centro dell'incontro "Open innovation e Partnership Innovative" in programma il 2 ottobre alla Bocconi Anche quest'anno l'Università Bocconi è il teatro dove il protagonista è la **Csr**, la **responsabilità sociale** dell'impres e l'**innovazione sociale**. Tra gli animatori della sesta edizione anche ItaliaCamp. Leo Cisotta, presidente dell'Associazione ItaliaCamp - il network di **innovazione sociale** attivo da quasi dieci anni in Italia - infatti parteciperà al **Salone** nella giornata di oggi 2 ottobre (ore 17), coordinando l'evento "Open Innovation e Partnership Innovative". Insieme a Riccardo Porro di Cariplo Factory, Matteo Piras di StarsUp, Fulvio Rossi di Terna, Simone Gamberini di Coopfond Bologna, Andrew Kirk di 180 Degrees Global e Chiara Mingoli di Enel verrà sviluppato un confronto su come produrre innovazione e gestire la trasformazione in atto attraverso la collaborazione e la contaminazione tra startup innovative e aziende già presenti sul mercato. «ItaliaCamp si è distinta fin dalla sua nascita per la capacità di anticipare e gestire le trasformazioni sociali in corso raccogliendo le opportunità che si sviluppano grazie all'innovazione nei diversi settori», afferma Leo Cisotta. «Lo facciamo ponendo innanzitutto l'attenzione all'impatto sociale, per far sì che le trasformazioni si traducano concretamente in crescita e sviluppo per persone e territorio. Questa è quella che noi chiamiamo **Innovazione Sociale**». Il titolo della sesta edizione del **Salone**, "Le Rotte della Sostenibilità", è dedicato alle organizzazioni che credono nel cambiamento, individuando il percorso più efficace ed efficiente con la consapevolezza che le rotte possono incrociarsi o cambiare a fronte di mutate condizioni. Per questo è necessario un progetto condiviso che aiuti le organizzazioni e le persone a viaggiare verso un futuro sostenibile. In apertura foto di Yeshi Kamrang/Unplash

## Bnl: con Bnp Paribas punta su sviluppo sostenibile, investiti 155 mld

LINK: [https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC\\_01102018\\_1839\\_669492269.html](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC_01102018_1839_669492269.html)

Bnl: con Bnp Paribas punta su sviluppo sostenibile, investiti 155 mld (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 01 ott - Bnl e il gruppo Bnp Paribas puntano sullo sviluppo sostenibile. Lo sottolinea una nota, alla vigilia del 'Salone della Csr e dell'Innovazione sociale', che si apre domani all'Universita' Bocconi a Milano. Il gruppo, si legge nel comunicato, 'ha destinato ad oggi 155 miliardi in progetti che contribuiscono direttamente al raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite'. Bnp Paribas, inoltre, 'si e' impegnata a raddoppiare - da 7,5 a 15 miliardi - entro il 2020 i finanziamenti per le energie rinnovabili non sostenendo, per contro, le nuove centrali elettriche a carbone e l'estrazione di carbone termico nel mondo'. Bnp Paribas, infine, 'e' tra i primi 3 attori mondiali nelle emissioni dei green bond e tra i leader negli Investimenti Socialmente Responsabili (Sri) con oltre 35 miliardi di asset in gestione. Sono 1,5 miliardi gli Sri gestiti da Bnl'. Com-Ppa- (RADIOCOR) 01-10-18 18:39:44 (0669) 5 NNNN Tag

## Lidl: donate oltre 400 tonnellate di cibo in sei mesi

LINK: <http://www.alimentando.info/lidl-donate-oltre-400-tonnellate-di-cibo-in-sei-mesi/>

05 ottobre 2018 - 12.00 Lidl: donate oltre 400 tonnellate di cibo in sei mesi Retail Milano - Lidl ha partecipato per la prima volta al **Salone della Csr** di Milano, tenutosi il 2 e 3 ottobre presso l'Università Bocconi. Durante l'intervento, Alessia Bonifazi, responsabile comunicazione e **Csr** di Lidl Italia, ha presentato i risultati del progetto 'Oltre il carrello - Lidl contro lo spreco': il programma di recupero delle eccedenze lanciato a febbraio. Pane, frutta, verdura e prodotti confezionati non più vendibili secondo gli standard commerciali, ma ancora buoni e sicuri vengono raccolti nei punti vendita Lidl e donati agli enti caritativi gestiti dalla Fondazione Banco Alimentare. Ad oggi, gli oltre 250 supermercati Lidl che partecipano al progetto hanno recuperato e donato oltre 400 tonnellate di cibo. Obiettivo dell'azienda è estendere il programma entro fine anno a tutti gli oltre 600 supermercati Lidl sul territorio nazionale.

## Trenitalia: "Tutti nostri treni sostenibili"

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/04/trenitalia-tutti-nostri-treni-sostenibili-2/>



Trenitalia: "Tutti nostri treni sostenibili" By Robot Adnkronos - 4 ottobre 2018 0 3 Milano, 4 ott. (Adnkronos) - "Ferrovie dello Stato ha sempre mostrato grande interesse alla **CSR**. Non è un concetto velleitario ma deve entrare nella nostra quotidiana gestione dell'azienda". Parla così Tiziano Onesti, presidente di Trenitalia del gruppo Ferrovie dello Stato Italiane a margine del **salone della CSR** a Milano. "Tutta l'esperienza di viaggio è orientata a far sì che il viaggiatore stia bene - dice Onesti - non è solo uno slogan ma un fattore a cui teniamo molto. Tutti i nostri treni sposano a pieno il modello di sostenibilità: mirano a salvaguardare ciò che lasciamo ai nostri figli. Questo vuole dire essere sostenibili, adottare sempre atteggiamenti sostenibili e responsabili nella gestione della nostre imprese". Robot Adnkronos

## Salone CSR, l'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovati

LINK: <http://www.affaritaliani.it/economia/salone-csr-sostenibilita-fa-rima-con-qualita-563405.html>



**Salone CSR**, l'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovati. Parte oggi il **Salone CSR** dedicato alla **responsabilità sociale** d'impresa, durante il quale è presentata anche la ricerca Ipsos sulla sostenibilità. Dal 2 al 3 ottobre l'Università Bocconi ospita il **Salone CSR**, dedicato alla **Responsabilità sociale** d'impresa: un momento di confronto tra aziende ed esperti. Sostenibilità è uno dei termini oggi più usati e forse talvolta abusati. Ma cosa pensano veramente le persone di sostenibilità e **responsabilità sociale** d'impresa? IPSOS lo ha verificato per il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale**, il più importante evento in Italia sulla corporate social responsibility al via il 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. L'85% degli italiani considera infatti i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori e il 77% delle persone basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine **CSR**, Corporate Social Responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la **CSR** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la **CSR** come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). Il **Salone** della **CSR**

e dell'**innovazione sociale** si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a "Le rotte della sostenibilità". Il tema del viaggio alla ricerca della sostenibilità vede un confronto con alcuni ospiti inconsueti, personaggi che hanno fatto dell'innovazione una scelta di vita e che proporranno una riflessione sulla necessità di creare un circolo virtuoso tra esperti, imprese, organizzazioni non profit, giovani, cittadini. Tante le aziende presenti con le proprie best practice e le esperienze vissute. A portare la propria testimonianza a unta tavola rotonda dedicata al connubio tra la sostenibilità e il cambiamento della governance e della gestione delle persone è Ugo Canonico, Responsabile Formazione Corporate del Gruppo Hera: "La mia aziende - dice ad Affaritaliani.it - è sempre stata impegnata sul tema della sostenibilità. Tema che decliniamo anche nella gestione delle persone, su cui investiamo molto, e nella scelta dei modelli di leadership". VIDEO - **Salone CSR**, Canonico, Hera: condividere i valori aziendali con l'ecosistema Commenti Ci sono altri 0 commenti. [Clicca per leggerli](#)

## Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre

LINK: [https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC\\_01102018\\_1205\\_311202578.html](https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC_01102018_1205_311202578.html)

Economia e finanza: gli avvenimenti di MARTEDI' 2 ottobre FINANZA - Milano: Monnalisa incontra la comunita' finanziaria all' "Half Time Conference" organizzato da KT&Partners in collaborazione con Borsa Italiana . Palazzo Parigi. RIUNIONI DEI CONSIGLI DI AMMINISTRAZIONE - Nessun appuntamento in agenda. INCONTRI SOCIETA' QUOTATE - Nessun appuntamento in agenda. ASSEMBLEE DEGLI AZIONISTI - Milano: assemblea straordinaria Mediacontech (2da conv.). Ore 11,00. Per modifiche statutarie. Presso studio Zabban - Notari - Rampolla & Associati, via Metastasio, 5. DATI MACROECONOMICI - Giappone: fiducia delle famiglie, settembre. Ore 7,00. - Eurozona: prezzi alla produzione, agosto. Ore 11,00 - Stati Uniti: vendite di autoveicoli, settembre. Ore 21,30. ECONOMIA - Milano: incontro Vector Cuatro (Falck Renewables) 'Presente e futuro delle energie rinnovabili in Italia'. Ore 9,00. Hotel NHow, via Tortona, 35. - Milano: convegno Assoreti "Consulenza e Wealth Management: modelli al servizio dei clienti". Ore 10,00. Partecipa, tra gli altri, Massimo Doris, a.d. Banca Mediolanum. Centro Congressi Fondazione Cariplo, via Romagnosi, 8 - Milano: evento Il **Salone** del **CSR** e dell'**Innovazione Sociale** "Le rotte della Sostenibilita'". Ore 10,00. Universita' Bocconi, via Roentgen, 1 - Milano: incontro di Guber Banca per la presentazione in anteprima di Deposito102 conto di deposito online. Ore 11,30. Viale Pasubio, 21 - Milano: al via 'SingularityU Italy Summit'. Presso Centro Congressi MiCo. Termina domani - Parma: firma dell'Accordo di collaborazione per l'attivita' di divulgazione delle iniziative antiracket e antiusura tra Universita' di Parma, Consap, Concessionaria Servizi Assicurativi Pubblici, e il Commissario straordinario del Governo. Ore 12,00. Via Universita', 12 - Bologna: consegna del 'Marconi Prize 2018' a Tom Leighton, ceo di Akamai. - Tirrenia (Pi): prende il via il roadshow con focus su Pictet-SmartCity. Ore 10,30 - Firenze: conferenza stampa di presentazione di 'Pisa Book Festival', **salone** dell'editoria indipendente. Ore 12,00. Palazzo Strozzi Sacratì, Piazza Duomo, 10. - Roma: Il Forum del Terzo Settore: tra identita' e cambiamento. Incontro con il ministro del Lavoro, Luigi Di Maio. Ore 11,00. - Roma: convegno "Programma di valutazione del rischio e indicatori della crisi delle societa' partecipate pubbliche". Organizzato da: Consiglio Nazionale dei dottori commercialisti e degli esperti contabili. Ore 14,00. Partecipa, tra gli altri, Giovanni Sabatini, Direttore Generale Abi. Piazza del Gesu', 49. - Lussemburgo: riunione Ecofin. Ore 9,00. Red- (RADIOCOR) 01-10-18 12:05:13 (0311) NNNN Titoli citati nella notizia Nome Prezzo Ultimo Contratto Var % Ora Min oggi Max oggi Apertura Banca Mediolanum 5,92 +1,02 13.40.08 5,84 6,01 5,84 Mediacontech 0,542 +0,00 10.44.48 0,542 0,564 0,564 Monnalisa Falck Renewables 1,884 +1,29 13.40.42 1,846 1,90 1,846 Tag

## Eco tessuti e riciclo creativo: il futuro della moda è etico e sostenibile

LINK: <https://www.ambienteambienti.com/eco-tessuti-e-riciclo-creativo-il-futuro-della-moda-e-etico-e-sostenibile/>

Ilaria Di Lascia Il futuro della moda è sempre più etico e sostenibile. Sono sempre di più, infatti, i marchi moda che rispettano l'ambiente nella scelta di tessuti e materiali e che combattono gli sprechi promuovendo la raccolta di indumenti usati, per un riciclo consapevole e senza più sprechi. Dai grandi brand come Vivienne Westwood e Stella Mc Cartney, da sempre attenti alle pratiche animaliste e sostenibili, alle catene più commerciali come Mango, Zara, H&M che propongono sempre più collezioni eco friendly. Senza contare i colossi dello shopping online, Amazon, Zalando, Asos che propongono sezioni apposite per scegliere abiti e accessori con etichette sostenibili. Senza mai rinunciare allo stile. Da argomento di nicchia a sfida comune a molte aziende, oggi si può scegliere di essere fashion con un occhio di riguardo al pianeta e sentirsi così anche più belle. No al rifiuto, sì al riuso: il mantra della moda etica HUMANA al **Salone** della **CSR** 2018 di MiIano Come gestire il fine vita dei prodotti tessili? E quali strategie di **responsabilità sociale** adottare per ridurre l'impatto ambientale e sostenere le comunità? Se n'è parlato a Milano, nel corso del **Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione Sociale**. Il dibattito, Fashion industry tra circolarità e trasparenza, organizzato dall'organizzazione HUMANA People to People Italia in partnership con la società di engineering ambientale Ambiente Spa, è stata l'occasione per riflettere e porre l'attenzione su temi sempre più importanti. Quali, le strategie adottate dai vari attori del settore per rivedere i propri processi produttivi con particolare attenzione al post consumo e al riuso, anche in vista della normativa prevista dall'Unione Europea che, dal 2025, imporrà anche in Italia la raccolta distinta anche per i rifiuti tessili. Humana promuove una raccolta di indumenti (abiti, scarpe e accessori) usati. Per ulteriori informazioni è possibile visitare il sito di Humana. Una scelta consapevole, sempre più richiesta e accolta dalle grandi catene di abbigliamento. Il noto marchio di abbigliamento, Bershka aderisce allo standard Join Life. Tutti i prodotti con etichetta Join Life, il 13% della produzione attuale, sono realizzati con materiali sostenibili: cotone organico, poliestere riciclato e TENCEL™ Lyocell. Oltre a soddisfare gli elevati standard di Inditex in termini di tutela dei diritti umani e promozione delle norme internazionali sul lavoro, standard di salute e sicurezza dei prodotti e aspetti ambientali. Anche Bershka, inoltre, in collaborazione con la Caritas promuove una raccolta di indumenti usati, nei suoi store in Spagna. Inoltre, il 92% dei negozi del marchio è già eco-efficiente, applicando standard che consentono un consumo del 20% in meno di elettricità e il 40% in meno di acqua rispetto ai negozi convenzionali. E per quanto riguarda gli store online, il 100% delle scatole utilizzate per le spedizioni è costituito da cartone riciclato. La moda eco sostenibile sfilava sulle passerelle milanesi Presentata alla Milano Fashion Week 2018 la nuova collezione "The Sustainable Kit", nata dalla collaborazione tra il marchio Fulgar e l'eco designer Tiziano Guardini. Tessuti eco tech sono realizzati con filati green d'avanguardia green in cui fashion e natura trovano il loro equilibrio. Polo, abiti e costumi da bagno sono realizzati con EVO®, un filato super stretch e altamente traspirante, bio-based ricavato dall'olio di ricino. Una risorsa totalmente rinnovabile che non richiede elevati quantitativi di acqua né sottrae terra coltivabile per usi alimentari. «Siamo felici che Tiziano abbia scelto ancora di lavorare insieme a noi scegliendo i nostri filati Q-NOVA® e EVO® per alcuni capi della propria collezione», dichiara Alan Garosi, Marketing Manager di Fulgar. "Ci auguriamo che questa collaborazione prosegua nel tempo, nell'ottica del comune obiettivo di una moda sempre più sostenibile." Riciclo creativo, la tesi di laurea di uno studente dell'Istituto Europeo

di Design Nuova vita per i costumi Speedo, in una tesi di laurea allo Ied Dalla collaborazione e l'intuizione di Guglielmo Meleleo, neodiplomato in Fashion Design allo IED, e il marchio Speedo, nasce il progetto Racing Upcycling. Guglielmo, per la sua tesi di laurea, ha creato una collezione di abiti femminili utilizzando cuffie e costumi da gara Speedo destinati al macero. La collezione, denominata "Perpetual\_ARTWORK" e presentata alla commissione di laurea, prende ispirazione dalla musica e, nello specifico, dall'estetica delle cover di sette album rap e r'n'b. Sei outfit femminili in totale, tre realizzati interamente con costumi e cuffie Speedo e gli altri tre utilizzando alcune parti dei prodotti forniti dal brand; i look sono caratterizzati da forme voluminose e destrutturate che pongono al centro l'importanza dei tessuti stessi e le caratteristiche della loro lavorazione. I capi verranno esposti nello showroom del gruppo Oberalp, distributore del marchio Speedo in Italia, presso la propria sede di Bolzano.

## Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade

LINK: <https://it.notizie.yahoo.com/ponte-morandi-col-carpooling-5mila-auto-meno-per-163817830.html>



Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade Pdf Askanews 3 ottobre 2018 Reblogga Condividi Invia un tweet Condividi Milano, 3 ott. (askanews) - A Genova in meno di un mese sono stati condivisi 2.500 viaggi e più di 5mila auto sono state tolte dalla strada grazie a ColleghiAmoGenova, l'iniziativa di carpooling aziendale promossa a settembre 2018 da JoJob, il principale operatore di carpooling aziendale in Italia, per facilitare la viabilità della città ligure in seguito alle conseguenze del crollo del Ponte Morandi, e ricollegare, per quanto possibile, le aree industriali più difficili da raggiungere. I dati sono stati presentati a Milano in occasione del **Salone della Csr** (Corporate Social Responsibility). I numeri mostrano che tra Genova e provincia sono più di 1.500 gli iscritti al servizio di carpooling aziendale: con l'iniziativa "ColleghiAmoGenova", per cui tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, il numero è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. Per quanto riguarda gli equipaggi, se in media in Italia viaggiano a bordo della stessa auto 2,32 persone, a Genova il dato è nettamente più alto, con una media di 2,94 persone ad equipaggio, che segnala un'ottima propensione a condividere l'auto da parte dei genovesi. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km. La rotta più battuta è Savona-Genova, seguita da Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova, Novi Ligure-Genova. Con "ColleghiAmoGenova" Jojob ha risposto all'appello del Comune di Genova per individuare soluzioni che alleggeriscano la viabilità del capoluogo, mettendo gratuitamente a disposizione della città il servizio di carpooling aziendale per facilitare gli spostamenti nella tratta casa-lavoro. Per attivare il servizio è sufficiente scaricare l'app "Jojob Carpooling" su smartphone o registrarsi su [jojob.it/colleghamogenova](http://jojob.it/colleghamogenova), inserire i codici dell'area in cui si trova l'azienda per cui si lavora o il CAP di destinazione, pubblicare il proprio tragitto casa-lavoro e individuare passeggeri o autisti con cui condividere la tratta. "I genovesi hanno risposto positivamente alla proposta di condividere l'auto sulla piattaforma, considerando inoltre che più di 50 aziende hanno richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti, per dare loro la possibilità di raggiungere insieme il luogo di lavoro, dimostrando allo stesso tempo interesse verso soluzioni innovative che facilitano la mobilità di un'intera città", spiega Gerard Albertengo, Founder di Jojob. La tendenza positiva all'utilizzo del carpooling aziendale è stata registrata anche da Ansaldo Energia, azienda che da gennaio ha aderito al servizio offerto da Jojob e interessata da vicino dal crollo del Ponte: tra fine agosto e settembre il numero di dipendenti iscritti al portale per la condivisione dell'auto è cresciuto del 12% e i viaggi certificati da luglio a settembre sono aumentati del 28%. L'Istituto Italiano di Tecnologia, l'istituto di ricerca genovese ad aver adottato il carpooling aziendale di Jojob, segnala invece una crescita degli iscritti del 17% e un +70% di viaggi

certificati.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

## Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone** della **CSR**

LINK: [http://www.affaritaliani.it/notiziario/bnl\\_e\\_bnp\\_paribas\\_protagonisti\\_al\\_salone\\_della\\_csr-78670.html](http://www.affaritaliani.it/notiziario/bnl_e_bnp_paribas_protagonisti_al_salone_della_csr-78670.html)

**affaritaliani.it**  
Il primo quotidiano digitale, dal 1996

2 ottobre 2018- 12:36 Bnl e Bnp Paribas protagonisti al **Salone** della **CSR** Roma, 2 ott. (AdnKronos) - Condividere esperienze ed iniziative internazionali sul fronte della sostenibilità sociale ed ambientale e esplorare il settore degli investimenti socialmente responsabili. Ma non solo. Anche approfondire il tema dell'inclusione, nel lavoro e nella Società, e della lotta ad ogni tipo di diversità, in primis quella di genere, e parlare di sostegno al terzo settore. E' intenso il programma di BNL-BNP Paribas al "**Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione sociale**", il più importante evento del settore, in programma a Milano, all'Università Bocconi. Titolo di questa 6° edizione è "Le rotte della sostenibilità", quella stessa sostenibilità, segnala l'Istituto, "che è nei valori e nella strategia di BNP Paribas e coinvolge il business, l'organizzazione e la governance" di tutto il Gruppo. "Agire in modo socialmente responsabile è oggi un fattore imprescindibile di esistenza e sviluppo per un'azienda ed ancor più per una realtà globale come BNP Paribas, che opera in più di 73 paesi nel mondo" afferma Mauro Bombacigno, Direttore Engagement BNP Paribas Italia. "**CSR** - segnala il manager- per noi significa impegno, continuo e concreto, per una Società migliore, per un mondo più sano, per un'economia più vicina alle persone e al loro benessere, con uno sguardo al futuro e alle nuove generazioni". Mauro Bombacigno racconterà l'esperienza di BNL e di BNP Paribas durante una delle sessioni di apertura del **Salone**, dal titolo "Economia reale e finanza sostenibile, una collaborazione strategica". E' invece dedicato ai giovani l'incontro odierno presieduto da Claudia Schininà, Responsabile **CSR** di BNL. Un appuntamento per parlare con le nuove generazioni di sostenibilità, approfondire le loro preoccupazioni e speranze per immaginare insieme un domani migliore. Cristina Galbusera, Responsabile People Development Center BNL, interverrà invece domani, 3 ottobre, nel seminario dedicato alla Diversità, un valore aziendale e sociale per un mondo del lavoro ed una Società più inclusivi, attenti

## Prodotti green piu' innovativi per 8 italiani su 10

LINK: <http://www.padovanews.it/2018/10/01/prodotti-green-piu-innovativi-per-8-italiani-su-10/>



Prodotti green piu' innovativi per 8 italiani su 10 Posted By: Redazione Web 1 ottobre 2018  
Milano, 1 ott. - (AdnKronos) - L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili piu' innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il Salone della **Csr** e dell'**innovazione sociale**', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via domani, 2 ottobre, all'Universita' Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilita', un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilita' e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'e' poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perche' temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalita' commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. 'Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilita' - commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos - anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilita' possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realta' delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone". Ma, secondo Pagnoncelli, "e' fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di responsabilita' sociale, per citare solo i piu' semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilita', che e' importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane - . Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale e' il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per Il **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale** ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualita'. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualita', che significa origine delle materie, sostenibilita' del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di 'consumare bene - e' associato ad una crescente attenzione alla qualita' e rappresenta il driver piu' pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in piu'. Il termine **Csr**, Corporate social responsibility, e' meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilita'. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la **Csr** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che e' anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla societa' e il 64%

degli italiani considerano la **CSR** come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilita' e risultati economici complessivi, che e' gia' evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione e' quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. 'Sono sempre di piu' le imprese che inseriscono la sostenibilita' nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre piu' importanti. Purtroppo pero' ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale" spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale**. Il **Salone**, spiega la Sobrero, "serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni 'protagoniste' - , 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrira' anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo e' individuare quali sono le principali 'rotte' - che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** e' aperto a tutti - conclude Sobrero - e la partecipazione e' libera e gratuita - . Il **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale** si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Universita' Bocconi, con un evento dedicato a 'Le rotte della sostenibilita' - . Sempre il 2 ottobre al **Salone** interverra' Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole piu' utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino raccontera' con musica e parole, durante l'evento al **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale**, come l'intelligenza delle parole puo' vincere sulla violenza del bullismo. (Adnkronos)

## Ponte Morandi: meno auto ma più carpooling con ...

**LINK:** <https://www.ambienteambienti.com/ponte-morandi-meno-auto-ma-piu-carpooling-con-colleghamogenova/>

Lucia Schinzano Vince la solidarietà tra cittadini e aziende a Genova dopo il crollo del Ponte Morandi. Ponte Morandi: con l'appello del Comune 5mila auto in meno per le strade con una iniziativa di Jojob e due startup. Una bella storia di solidarietà e di attenzione all'ambiente viene da una città che a più di 50 giorni dall'evento che l'ha letteralmente divisa in due, cerca da sé le soluzioni per riprendersi e continuare a produrre. A Genova dopo il crollo del Ponte Morandi, la seconda emergenza dopo quella degli sfollati è quella della viabilità e, di conseguenza, della necessità di raggiungere il posto di lavoro. A 50 giorni dal crollo del Ponte Morandi le demolizioni non sono ancora partite ma la città ha voglia di ripartire e si rimbecca le maniche da sola. È così partito l'appello del Comune per individuare soluzioni che alleggerissero la viabilità del capoluogo, ridurre il traffico cittadino e ricollegare le aree industriali più difficili da raggiungere. È nato il programma ColleghiAmoGenova, il servizio di carpooling aziendale messo a punto da Jojob, principale operatore del settore in Italia, insieme alle due startup Talent Garden Genova, specializzata nello sviluppo di servizi innovativi, e CIELI, Centro Italiano di Eccellenza sulla Logistica, i Trasporti e le Infrastrutture dell'Università di Genova. I risultati sono stati, ad un mese dal varo dell'iniziativa, 2.500 viaggi condivisi e 5mila auto in meno su strada. Dal crollo del Ponte Morandi a ColleghiAmoGenova I dati, presentati in occasione del **Salone della CSR** e dell'**Innovazione sociale** a Milano (2-3 ottobre), mostrano che tra Genova e Provincia sono più di 1.500 gli iscritti al servizio di carpooling aziendale: con l'iniziativa ColleghiAmoGenova, per cui tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, il numero è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. LEGGI ANCHE: Una nuova strada per la plastica riciclata Per quanto riguarda gli equipaggi, se in media in Italia viaggiano a bordo della stessa auto 2,32 persone, a Genova il dato è nettamente più alto, con una media di 2,94 persone ad equipaggio, che segnala un'ottima propensione a condividere l'auto da parte dei genovesi. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km, riunendosi in 10 punti della città prestabiliti. La rotta più battuta è Savona-Genova, seguita da Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova, Novi Ligure-Genova. Il servizio di carpooling aziendale per facilitare gli spostamenti nella tratta casa-lavoro messo a disposizione da Jojob per "ColleghiAmoGenova" è gratuito. Come funziona ColleghiAmoGenova Con "ColleghiAmoGenova" tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, contribuendo anche a ridurre il numero di vetture nelle strade e il traffico cittadino. Per attivare il servizio è sufficiente scaricare l'app "Jojob Carpooling" su smartphone o registrarsi su [www.jojob.it/colleghamogenova](http://www.jojob.it/colleghamogenova). Per facilitare l'utilizzo, sono state individuate in città 10 aree quali punti di arrivo, a ciascuna delle quali corrisponde un codice. Ogni iscritto inserisce il codice dell'area in cui si trova l'azienda per cui lavora o il CAP di destinazione, per poter pubblicare il proprio tragitto casa-lavoro e individuare passeggeri o autisti con cui condividere la tratta. Per le persone che desiderano iscriversi ma che non lavorano nelle zone mappate, il codice da inserire è il CAP dell'indirizzo di destinazione. Il servizio funziona anche su richiesta delle aziende: più di 50 hanno infatti richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti, per dare loro la possibilità di

raggiungere insieme il luogo di lavoro. Tra le aziende genovesi più sensibili al carpooling aziendale c'è Ansaldo Energia, che da mesi aveva aderito al servizio offerto da Jojob e che è interessata da vicino dal crollo del Ponte Morandi: tra fine agosto e settembre il numero di dipendenti iscritti al portale per la condivisione dell'auto è cresciuto del 12% e i viaggi certificati da luglio a settembre sono aumentati del 28%. Anche l'Istituto Italiano di Tecnologia (il cui direttore scientifico Roberto Cingolani è stato in corsa per il ruolo di Commissario per la ricostruzione del ponte), che già usava il servizio, segnala una crescita degli iscritti al carpooling aziendale del 17% e un +70% di viaggi certificati. Una lezione da Genova dopo il crollo del Ponte Morandi Il crollo del Ponte Morandi ha, senza dimenticare l'enorme costo in termini di vite umane e disagi per i sopravvissuti, messo in luce un aspetto che le città non devono sottovalutare, cioè la sostenibilità legata all'efficienza dei luoghi. «Il carpooling - dice Elisabetta Migone, AD di Talent Garden Genova, tra i partner dell'iniziativa - è una soluzione utilizzata in tutto il mondo per ridurre traffico e inquinamento. Oggi abbiamo l'opportunità, oltre che la necessità, di sostenere nuove forme di mobilità urbana, e la tecnologia ci viene in aiuto con soluzioni semplici e a costo bassissimo». «L'invito per tutti i cittadini - aggiunge Gerard Albertengo, CEO e AD di Jojob - è quello di continuare ad essere solidali e condividere sulla piattaforma e sull'app la propria auto nel recarsi al lavoro, così da aumentare le possibilità di spostamento e rendere più vivibile una situazione critica per tutti».

## Pierluigi Stefanini: ?Progetto banco alimentare intelligente, aiuta chi in difficoltà?

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2018/10/04/pierluigi-stefanini-progetto-banco-alimentare-intelligente-aiuta-chi-in-difficolta/>

Pierluigi Stefanini: "Progetto banco alimentare intelligente, aiuta chi in difficoltà" By Robot Adnkronos - 4 ottobre 2018 0 1 "Idea banco alimentare molto intelligente e solidale. Prodotti alimentari destinati a famiglie in difficoltà". Così il presidente di Unipol Pierluigi Stefanini durante il **Salone della CSR** a Milano. [https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo\\_20181004\\_75318.mp4](https://www.ilsannioquotidiano.it/wp-content/uploads/2018/10/PillolaPrometeo_20181004_75318.mp4) Robot Adnkronos

## Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade

LINK: <http://www.affaritaliani.it/coffee/video/cronache/ponte-morandi-col-carpooling-5mila-auto-in-meno-per-le-strade.html>



Ponte Morandi, col carpooling 5mila auto in meno per le strade Mercoledì, 3 ottobre 2018 - 19:10:03 Milano (askanews) - A Genova in meno di un mese sono stati condivisi 2.500 viaggi e più di 5mila auto sono state tolte dalla strada grazie a ColleghiAmoGenova, l'iniziativa di carpooling aziendale promossa a settembre 2018 da JoJob, il principale operatore di carpooling aziendale in Italia, per facilitare la viabilità della città ligure in seguito alle conseguenze del crollo del Ponte Morandi, ricollegando, per quanto possibile le aree industriali più difficili da raggiungere. I dati sono stati presentati a Milano in occasione del **Salone della Csr** (Corporate Social Responsibility). I numeri mostrano che tra Genova e provincia sono più di 1.500 gli iscritti al servizio di carpooling aziendale: con l'iniziativa ColleghiAmoGenova, per cui tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, il numero è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. Per quanto riguarda gli equipaggi, se in media in Italia viaggiano a bordo della stessa auto 2,32 persone, a Genova il dato è nettamente più alto, con una media di 2,94 persone ad equipaggio, che segnala un'ottima propensione a condividere l'auto da parte dei genovesi. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km. La rotta più battuta è Savona-Genova, seguita da Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova, Novi Ligure-Genova. Con "ColleghiAmoGenova" Jojob ha risposto all'appello del Comune di Genova per individuare soluzioni che alleggeriscano la viabilità del capoluogo, mettendo gratuitamente a disposizione della città il servizio di carpooling aziendale per facilitare gli spostamenti nella tratta casa-lavoro. Per attivare il servizio è sufficiente scaricare l'app "Jojob Carpooling" su smartphone o registrarsi su [jojob.it/colleghiamogenova](http://jojob.it/colleghiamogenova), inserire i codici dell'area in cui si trova l'azienda per cui si lavora o il CAP di destinazione, pubblicare il proprio tragitto casa-lavoro e individuare passeggeri o autisti con cui condividere la tratta. "I genovesi hanno risposto positivamente alla proposta di condividere l'auto sulla piattaforma, considerando inoltre che più di 50 aziende hanno richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti, per dare loro la possibilità di raggiungere insieme il luogo di lavoro, dimostrando allo stesso tempo interesse verso soluzioni innovative che facilitano la mobilità di un'intera città", spiega Gerard Albertengo, Founder di Jojob. La tendenza positiva all'utilizzo del carpooling aziendale è stata registrata anche da Ansaldo Energia, azienda che da gennaio ha aderito al servizio offerto da Jojob e interessata da vicino dal crollo del Ponte: tra fine agosto e settembre il numero di dipendenti iscritti al portale per la condivisione dell'auto è cresciuto del 12% e i viaggi certificati da luglio a settembre sono aumentati del 28%. L'Istituto Italiano di Tecnologia, l'istituto di ricerca genovese ad aver adottato il carpooling aziendale di Jojob, segnala invece una crescita degli iscritti del 17% e un +70% di viaggi certificati. Cronache

## Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10

LINK: [http://www.affaritaliani.it/notiziario/prodotti\\_green\\_piu\\_innovativi\\_per\\_8\\_italiani\\_su\\_10-78666.html](http://www.affaritaliani.it/notiziario/prodotti_green_piu_innovativi_per_8_italiani_su_10-78666.html)

**affaritaliani.it**  
Il primo quotidiano digitale, dal 1996

2 ottobre 2018- 12:19 Prodotti green più innovativi per 8 italiani su 10 Milano, 2 ott. - (AdnKronos) - L'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Lo rivela un'indagine Ipsos realizzata per 'Il **Salone della Csr** e dell' **innovazione sociale**', l'evento dedicato alla corporate social responsibility al via oggi, 2 ottobre, all'Università Bocconi di Milano. In generale, sono il 72% gli italiani interessati alla sostenibilità, un numero in netta crescita rispetto al passato. Il 20% sono veri e propri sostenitori, persone che credono nella sostenibilità e nei suoi valori e agiscono di conseguenza, e il 50% sono aperti, mediamente informati e attitudinalmente predisposti ad attivare comportamenti sostenibili. C'è poi un 13% di scettici, persone discretamente informate ma con scarsa attitudine a comportamenti sostenibili anche perché temono che l'enfasi su questi temi nasconda solo finalità commerciali; e infine un 17% di indifferenti, decisamente poco interessati all'argomento. "Prevale largamente nel campione un atteggiamento di grande adesione ai temi della sostenibilità - commenta Nando Pagnoncelli, Presidente di Ipsos - anche se esiste una parte di scettici, preoccupati che la sostenibilità possa diventare un espediente di marketing, qualcosa di poco aderente alla realtà delle imprese. Come si fa a recuperarli? Senz'altro attraverso terze parti come gli enti certificatori esterni, considerati efficaci dal 42% del campione, o le associazioni di consumatori, ambientaliste o umanitarie, considerate efficaci dal 35% delle persone". Ma, secondo Pagnoncelli, "è fondamentale una grandissima trasparenza da parte delle imprese: i diversi strumenti di comunicazione come i siti internet o i bilanci di **responsabilità sociale**, per citare solo i più semplici, devono concorrere a rendere credibile l'impegno strategico verso la sostenibilità, che è importante oggi e soprattutto per il futuro delle aziende italiane". Ma se le imprese hanno un ruolo importante nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile, altrettanto cruciale è il comportamento dei cittadini. La ricerca realizzata per Il **Salone della Csr** e dell' **innovazione sociale** ha indagato cosa spinge le persone ad acquistare prodotti sostenibili ed evidenzia che il vero punto di svolta sta nella qualità. Il 77% degli italiani infatti basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione. Il desiderio di "consumare bene" è associato ad una crescente attenzione alla qualità e rappresenta il driver più pervasivo e duraturo nelle scelte verso prodotti sostenibili. Prodotti per i quali le persone sono disposte a spendere anche il 10% in più. Il termine **Csr**, Corporate social responsibility, è meno conosciuto dalle persone rispetto a sostenibilità. Solo l'11% sa bene di cosa si tratta, mentre il 40% la conosce a grandi linee e il 29% ne ha sentito parlare. Tuttavia 2 cittadini su 3 ritengono che la **Csr** dovrebbe guidare tutte le scelte aziendali nel futuro. Un impegno che è anche sinonimo di successo per le imprese: per il 68% della popolazione mondiale le aziende che avranno successo saranno quelle che daranno un contributo positivo alla società e il 64% degli italiani considerano la

**CSR** come un driver di successo aziendale. Una correlazione, quella fra sostenibilità e risultati economici complessivi, che è già evidente anche nel nostro Paese: fra le medie imprese industriali italiane che hanno investito nel green nel 2016, il 58% ha aumentato il fatturato, il 41% ha incrementato l'occupazione e il 49% ha visto aumentare l'export (dati Unioncamere e Symbola, Greenitaly 2017). La comunicazione è quindi fondamentale ma resta un fattore ancora critico dal momento che il 76% della popolazione ritiene difficile capire quali imprese siano veramente sostenibili. "Sono sempre di più le imprese che inseriscono la sostenibilità nei loro piani strategici. In questi casi la **Csr** diventa motore di cambiamento anche nella relazione con i portatori d'interesse. Le organizzazioni che lo hanno capito adottano strategie di comunicazione dove trasparenza, innovazione, coerenza sono valori sempre più importanti. Purtroppo però ancora molte organizzazioni responsabili nei fatti non valorizzano in modo adeguato il loro impegno sociale e ambientale" spiega Rossella Sobrero del Gruppo Promotore del **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**. Il **Salone**, spiega la Sobrero, "serve anche a far conoscere i progetti e le esperienze di chi ha scelto la strada del cambiamento per rispondere a un mercato in rapida evoluzione. Grazie a 188 organizzazioni "protagoniste", 87 eventi e 392 relatori il **Salone** offrirà anche quest'anno un programma ricco e articolato. L'obiettivo è individuare quali sono le principali "rotte" che le imprese hanno scelto nel loro percorso di innovazione. Il **Salone** è aperto a tutti - conclude Sobrero - e la partecipazione è libera e gratuita". Il **Salone della CSR** e dell'**innovazione sociale** si apre il 2 ottobre alla presenza di Gianmario Verona, Rettore dell'Università Bocconi, con un evento dedicato a "Le rotte della sostenibilità". Sempre il 2 ottobre al **Salone** interverrà Saturnino, musicista d'eccezione e collaboratore storico di Lorenzo Jovanotti, per presentare il progetto Bullyctionary: il primo dizionario online scritto con i ragazzi che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete, al quale si affiancano incontri in tutta Italia rivolti agli adulti, grazie alle Agenzie di Generali Italia. Insieme ai presentatori sopra le righe, Federico e Davide dei Boiler di Zelig, Saturnino racconterà con musica e parole, durante l'evento al **Salone della Csr** e dell'**innovazione sociale**, come l'intelligenza delle parole può vincere sulla violenza del bullismo.

## BNL e BNP Paribas protagonisti al **Salone** della **CSR**

LINK: <https://www.advisoronline.it/consulenti-finanziari/cariere-e-professione/48578-bnl-e-bnp-paribas-protagonisti-al-salone-della-csr.action>



01/10/2018 BNL e BNP Paribas protagonisti al **Salone** della **CSR** di Redazione Advisor Highlights La banca ha stanziato 155 miliardi di euro in progetti di sviluppo sostenibile La News Condividere esperienze ed iniziative internazionali sul fronte della sostenibilità sociale ed ambientale; esplorare il settore degli investimenti socialmente responsabili; approfondire il tema dell'inclusione, nel lavoro e nella società, e della lotta ad ogni tipo di diversità, in primis quella di genere; parlare di sostegno al terzo settore: è intenso il programma di BNL - BNP Paribas al "**Salone** della **CSR** e dell'**Innovazione sociale**" in programma da martedì 2 ottobre a Milano all'Università Bocconi. Titolo di questa 6<sup>a</sup> edizione è "Le rotte della sostenibilità"; quella stessa sostenibilità che è nei valori e nella strategia di BNP Paribas: la banca francese ha destinato a oggi 155 miliardi di euro in progetti che contribuiscono direttamente al raggiungimento dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. "Agire in modo socialmente responsabile è oggi un fattore imprescindibile di esistenza e sviluppo per un'azienda ed ancor più per una realtà globale come BNP Paribas, che opera in più di 73 paesi nel mondo" ha dichiarato Mauro Bombacigno, direttore engagement BNP Paribas Italia. "**CSR** per noi significa impegno, continuo e concreto, per una Società migliore, per un mondo più sano, per un'economia più vicina alle persone e al loro benessere, con uno sguardo al futuro e alle nuove generazioni". Mauro Bombacigno racconterà l'esperienza di BNL e di BNP Paribas durante una delle sessioni di apertura del **Salone**, dal titolo "Economia reale e finanza sostenibile, una collaborazione strategica". È invece dedicato ai giovani l'incontro, domani, presieduto da Claudia Schininà, responsabile **CSR** di BNL. Un appuntamento per parlare con le nuove generazioni di sostenibilità, approfondire le loro preoccupazioni e speranze per immaginare insieme un domani migliore. Cristina Galbusera, responsabile people development Center BNL, interverrà invece il 3 ottobre nel seminario dedicato alla diversità, un valore aziendale e sociale per un mondo del lavoro ed una società più inclusivi, attenti all'altro e alle sue peculiarità. BNP Paribas è particolarmente attiva sul fronte della Gender Diversity. Un'ulteriore sessione del 3 ottobre sarà poi incentrata sulla partnership "BNL per Telethon", con Antonella Cartechini, responsabile del progetto: una best practice nel campo della cooperazione tra il mondo del profit e del non-profit che ha portato, dal 1992 ad oggi, ad una raccolta BNL di oltre 290 milioni di euro a favore della ricerca per la cura delle malattie genetiche rare. Non mancherà lo spazio riservato alla mobilità sostenibile con Arval, società di noleggio a lungo termine del gruppo; interverrà Alessia Pedersini, responsabile marketing, comunicazione e **CSR** dell'azienda.

## Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità

LINK: [http://www.askanews.it/video/2018/10/05/sostenibilita-e-consumo-da-scelta-etica-ad-acquisto-di-qualita-20181005\\_video\\_15300173](http://www.askanews.it/video/2018/10/05/sostenibilita-e-consumo-da-scelta-etica-ad-acquisto-di-qualita-20181005_video_15300173)

Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità Al **Salone** della **CSR** le opinioni di Realacci, Calabrò, Calvi Milano (askanews) - Da comportamento responsabile a scelta di qualità: al momento dell'acquisto il prodotto sostenibile non viene più scelto solo perché "etico", ma perché "migliore". E' una delle evidenze che emergono dall'indagine Ipsos realizzata per l'edizione 2018 del **Salone** della **CSR** e dell'**innovazione sociale**. L'indagine ha dato conto degli atteggiamenti di consumatori e aziende nei confronti della sostenibilità, e ha offerto un primo tema di confronto ai relatori intervenuti al **Salone**. "Credo che tutte le ricerche recenti dicano che nei consumatori dei Paesi più evoluti e a maggior livello di reddito sta crescendo la consapevolezza dell'importanza di un consumo sostenibile - conferma Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli e vicepresidente di Assolombarda che ha partecipato al **Salone** - E gran parte dei consumatori sono anche disposti a pagare quel pezzettino in più di prezzo che faccia sì che sul mercato ci siano prodotti di qualità e rispettosi dell'ambiente. La qualità viene apprezzata dai consumatori evoluti". E la ricerca della qualità, in termini di sostenibilità, ha una ricaduta importante sulle aziende che hanno fatto propria una strategia di responsabilità di lungo periodo. "Uno studio che ha fatto la Fondazione Symbola insieme a Uniocamere - dice Ermete Realacci presidente di Fondazione Symbola a margine di un convegno svolto al **Salone** della **CSR** - risulta un dato molto importante: che le imprese che scommettono sulla coesione e sulla sostenibilità sono quelle che vanno meglio economicamente. Cioè esportano di più, producono più posti di lavoro, crescono di più. Per dirla con una battuta: in Italia essere buoni conviene". Sostenibilità percepita dai consumatori come qualità e amministrata dalle imprese come leva di crescita. Verrebbe da dire che per la tutela delle risorse della terra dove non sono arrivate l'ideologia e la politica sta arrivando il mercato. "Ovviamente nel mercato ci sono scontri, competizioni. E non tutto è virtuoso: abbiamo l'economia in nero e quella illegale, però sì: c'è un pezzo delle nostre imprese, in Italia più che negli altri Paesi, che anche senza la politica ha fatto dei passi avanti - dice Realacci - Sono grosso modo un terzo delle imprese manifatturiere e sono quelle più forti. Da queste dobbiamo in qualche modo ripartire, e poi se la politica si occupasse di questo. Non farebbe certo danno". "Credo che la sostenibilità sia un obiettivo generale ed è una grande responsabilità della politica costruire politiche industriali che premiano la qualità - argomenta invece Calabrò - Vedo purtroppo un crescente atteggiamento anti-imprese che considero molto negativo per la qualità della vita, per il lavoro per il benessere generale". Ma qualità e sostenibilità comunque costano, e se i consumatori sono disposti a pagare per ottenerle, una media del 10 per cento in più, quale deve essere la risposta delle imprese? "Posso fare un esempio che è apparentemente irriuale: il vino - spiega il presidente di Symbola - L'Italia nel 1986 ebbe un trauma tremendo perché aveva scelto una strada sbagliata. Grande quantità a basso prezzo. E arrivò il metanolo: morirono 20 persone ci fu una sofisticazione criminale. Poi ha cambiato rotta: qualità legata al territorio. E oggi si produce il 50 per cento in meno del vino, ma vale sei-sette volte di più. Una scommessa per la qualità è quella che tiene assieme la qualità della vita e anche la competitività delle imprese". "Le aziende devono potere offrire prodotti, che siano attenti alla sostenibilità e questo è un obbligo e un impegno - aggiunge Roberto Calvi, Corporate Communications & Scale Initiatives Leader di Procter & Gamble - Nel caso di P&G cerchiamo di diminuire il footprint ambientale di tutti i nostri prodotti guardando a tutto il ciclo di vita del prodotto, dalla materia prima con il quale è composto, fino alla

produzione fino all'utilizzo a casa e poi preoccupandoci dello smaltimento, e del fine vita del prodotto. Questo ovviamente deve essere fatto senza trade-off, senza che il consumatore debba pagare un centesimo di euro in più per avere un prodotto più sostenibile". Ma come si riconosce un prodotto sostenibile. Se i consumatori - dice la ricerca Ipsos - guardano ai pareri e alle segnalazioni di soggetti terzi, certificazioni incluse, le aziende puntano prima di tutto sulla comunicazione diretta, con pubblicità, con il proprio sito internet e con l'ingaggio del consumatore. Una scelta che non sembra priva di criticità. "Se forzato è un tentativo sbagliato. Nessuno chiede all'oste se il vino è buono. E' giusto che l'impresa sia trasparente nelle azioni che fa, ma è chiaro che noi ci fidiamo di un giudizio terzo. Ovviamente a valle di criteri trasparenti - conferma Realacci - Per altro in questo l'Europa ha fatto dei passi avanti: determinate imprese devono fare un Bilancio di sostenibilità e il controllo lo fa la Consob, quindi ci sono dei picchetti. E poi bisogna che le imprese capiscano che il giudizio dei cittadini, delle comunità e dei territori è per loro la migliore polizza di assicurazione per il futuro". "Noi cerchiamo di lavorare coinvolgendo sempre dei partner - spiega Calvi - sia commerciali, sia fondazioni, o organizzazioni come il Wwf nel nostro caso. Quindi c'è una mediazione e garanzia. Una grande organizzazione come il Wwf si associa a P&G proprio perché ne riconosce i valori, e l'impegno nella sostenibilità". Il **Salone** della **CSR** ha visto confrontarsi in Bocconi 390 relatori in oltre 80 incontri, confermadosi così il più importante evento nazionale dedicato alla sostenibilità. ( luca.ferraiuolo@askanews.it )

## Addio volumi cartacei i rendiconti sono on line

LINK: <http://www.ilgiornale.it/news/milano/addio-volumi-cartacei-i-rendiconti-sono-line-1583864.html>

Addio volumi cartacei i rendiconti sono on line Giulia Di Leo - Gio, 04/10/2018 - 06:00 Giulia Di Leo Costruire percorsi di rendicontazione trasparente e sostenibile con l'importante aspetto innovativo della condivisione dei dati e del continuo aggiornamento facilmente fruibile dal pubblico: sono i grandi obiettivi perseguiti e raggiunti dalla Lgh, la multiutility «Linea Group Holding» con sedi a Cremona, Pavia, Lodi, Rovato e Crema che rilascerà a fine ottobre la nuova piattaforma online «OpenReport». Presentato in un primo lancio ufficiale ieri mattina nell'ambito del «Salone della CSR e dell'innovazione sociale», il nuovo strumento digitale è tra i primi casi italiani di costruzione di un portale di rendicontazione capace di comunicare in modo dinamico e interattivo le strategie di un'azienda. «Con il nuovo progetto - ha precisato il Presidente di Lgh, Antonio Vivenzi - rispettiamo le tre caratteristiche proprie del dna del nostro gruppo: responsabilità sociale, sostenibilità e innovazione sono, infatti, i punti cardine su cui basiamo la nostra attività. Open Report non fa che confermare questa mission». Le responsabilità per Lgh sono un dovere al fine di lasciare un'impronta ecologica, arrivare al cuore del pubblico e rispondere alle amministrazioni locali in un costante e crescente rapporto di fiducia e attenzione al rispetto stesso dei propri obiettivi. Se, quindi, in precedenza i rendiconti venivano presentati in formato cartaceo, oggi con il formato web si adempie completamente al principio di sostenibilità ambientale ed economica. Differentemente dal sistema di rendicontazione standard, quindi, l'innovazione del gruppo lombardo si propone di rendere utili i dati, in primis per l'azienda e per il suo stesso rendimento, in secundis per il valore sociale e l'utilizzo delle informazioni da parte di enti amministrativi locali che possano, così, trarne nuove opportunità di analisi e di partecipazione alla governance della stessa Lgh. Il portale presenterà centinaia di schede con numeri e infografiche illustrative di tutte le aree di attività dell'azienda, con relativi obiettivi e risultati.

## Da oggi una nuova comunicazione digitale per la sostenibilità: nasce l'OpenReport di LGH

LINK: [http://www.affaritaliani.it/comunicati/notiziario/da\\_oggi\\_una\\_nuova\\_comunicazione\\_digitale\\_per\\_la\\_sostenibilita\\_nasce\\_lopenreport\\_di\\_lgh-788...](http://www.affaritaliani.it/comunicati/notiziario/da_oggi_una_nuova_comunicazione_digitale_per_la_sostenibilita_nasce_lopenreport_di_lgh-788...)

**affaritaliani.it**  
Il primo quotidiano digitale, dal 1996

3 ottobre 2018- 14:04 Da oggi una nuova comunicazione digitale per la sostenibilità: nasce l'OpenReport di LGH (Milano, 3 ottobre 2018) - Presentato in anteprima al **Salone della CSR** in Bocconi a Milano, l'innovativo progetto digitale della multiutility lombarda che cambia il paradigma della rendicontazione Milano, 3 ottobre 2018 - Dopo l'esperienza di 11 bilanci di sostenibilità dal 2006 al 2017, l'evoluzione nel dialogo con i territori e la forte volontà di LGH di raggiungere nuove frontiere nell'innovazione hanno permesso la nascita di un nuovo prodotto interamente digitale: l'OpenReport. Presentato in anteprima a una platea di esperti durante il **Salone della CSR** e dell'**Innovazione Sociale** all'Università Bocconi di Milano, OpenReport è tra i primi casi in Italia di costruzione di un portale di rendicontazione che comunica in modo dinamico e interattivo come le strategie di sostenibilità di LGH si traducano in scelte, attività e risultati concreti immediatamente riscontrabili. La multiutility - con sede a Cremona e che opera nel settore dell'energia, dell'ambiente, dell'innovazione nei territori del Sud Lombardia, dal 2016 protagonista di una importante partnership industriale con A2A - traccia così una nuova e importante rotta nell'ambito della rendicontazione di sostenibilità superando un approccio corretto, ma pur sempre concepito in una logica unidirezionale, a favore di una comunicazione in itinere, stabile nel tempo e orientata al coinvolgimento. Se infatti in passato il bilancio di sostenibilità veniva presentato annualmente, prevalentemente in formato cartaceo, oggi, per rispondere a nuovi paradigmi di interazione, condivisione e diffusione dei principi di sostenibilità, LGH ha voluto portare ad un livello ulteriore la propria cultura organizzativa, direzionandosi verso modelli sempre più interattivi ma soprattutto non più statici e di rendicontazione ex-post. Il portale L'OpenReport è una piattaforma web, connessa al sito internet aziendale, che offre una fotografia dettagliata e aggiornata dei differenti ambiti di attività di LGH. Presenta in home page la matrice di materialità, costruita in modo da offrire, oltre alla fotografia dei temi maggiormente rilevanti per la sostenibilità del Gruppo, anche un efficace strumento per la navigazione del portale, anche da mobile. La matrice, collegata agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU, è interattiva e consente all'utente di scoprire e approfondire nel dettaglio i contenuti collegati ai temi di suo interesse. In questo modo la navigazione oltre che multilivello, può essere personalizzata e profilata per tema e stakeholder. Gerardo Paloschi, Direttore Sviluppo Territoriale LGH sottolinea: "OpenReport, iniziativa realizzata con partner autorevoli e qualificati, apre uno scenario rilevante nell'integrazione tra contenuti già oggi disponibili in Azienda, e che grazie alla tecnologia possono essere presentati in modalità dinamica, fruibile da mobile, integrata al sito web dell'azienda, tracciati nella loro evoluzione. Un vero e proprio cambio di paradigma nell'approccio alla rendicontazione di sostenibilità e nel dialogo continuo verso le comunità locali". LGH, con questo importante progetto, conferma e rilancia così il

primario impegno per la trasparenza e la sostenibilità. Dentro il nuovo modello di rapporto tra azienda e territorio, OpenReport è lo strumento per raggiungere l'obiettivo concreto di innovare la presenza delle utility nelle comunità, cogliendo le straordinarie potenzialità delle nuove tecnologie per ampliare conoscenza e dialogo. Tra i risultati in evidenza per il 2017 presentati nell'OpenReport, e che saranno parte della mole di dati messi a disposizione e aggiornati, vi sono: per il valore economico: 505 milioni di valore economico prodotto da LGH - di cui l'88% distribuito agli stakeholder e il 22% reinvestito in azienda - oltre 80 mln di euro il valore delle forniture sul territorio lombardo; per il valore ambientale: oltre 235 mila tonnellate di rifiuti raccolti nei 118 Comuni serviti, di cui il 73,4% differenziati, superando di oltre 8 punti l'obiettivo regionale del 65%. 329 mila tonnellate di gas serra evitate grazie alle tecnologie adottate negli impianti della società LGH; per il valore sociale: 97% i dipendenti assunti a tempo indeterminato, 47% i neoassunti under30. 87 su 100 la soddisfazione dei clienti per il servizio di igiene ambientale; 78 mila clienti iscritti ai servizi online e oltre 11 mila studenti coinvolti in iniziative di educazione ambientale. "Tra le principali iniziative illustrate agli stakeholder del territorio all'indomani della partnership industriale tra A2A ed LGH vi fu proprio un progetto di web reporting, che oggi presentiamo col significativo nome di OpenReport. Uno strumento nato e pensato per il web, ideato per creare uno spazio di condivisione di informazione sulle molteplici attività aziendali" afferma Antonio Vivenzi, Presidente LGH. Oltre alle peculiarità già citate OpenReport favorirà un'ulteriore crescita di una cultura manageriale interna orientata alla condivisione delle strategie e degli obiettivi aziendali, puntando a conseguire un coinvolgimento degli stakeholder sistematico e informato, sviluppando un piano di comunicazione continuativo e innovativo. "OpenReport è la testimonianza concreta di un impegno assunto verso i nostri stakeholder: quello di costruire percorsi di trasparenza e rendicontazione che - dopo l'esperienza dei Report di Sostenibilità nei primi 10 anni di LGH - spostasse in alto l'asticella della condivisione delle informazioni. OpenReport si colloca nelle esperienze più avanzate nel comparto utility, e da un proprio originale contributo alla cultura della sostenibilità diffusa del Gruppo A2A, alla quale si ispira e che intende arricchire di un ulteriore tassello" dichiara Massimiliano Masi, Amministratore Delegato LGH. L'OpenReport è stato sviluppato da LGH secondo il metodo Rendersi conto per rendere conto in partnership con Refe, società di Milano specializzata in sostenibilità, accountability e partecipazione. Linea Group Holding (Gruppo A2A) è l'utility del Sud Lombardia. Nasce per conciliare le sfide del mercato, la crescita del territorio e la salvaguardia delle risorse naturali e per rispondere concretamente alle esigenze delle comunità locali di riferimento. Sorta nel 2006 è oggi operativa nei settori ambiente, energia e distribuzione; da agosto 2016 è protagonista con A2A - la maggiore multiutility del Paese che ne detiene il 51% del capitale sociale - di una partnership industriale ricca di sinergie. [www.lgh.it](http://www.lgh.it) Contatti Linea Group Holding Sviluppo Territoriale, Relazioni istituzionali e comunicazione [Media\\_relations\\_relazioniesterne@lgh.it](mailto:Media_relations_relazioniesterne@lgh.it) 0372.802135 - 030.7714209 MultiMediaMedia Relations progetto [OpenReportmultimedia@multimediamilano.it](mailto:OpenReportmultimedia@multimediamilano.it) +39 02 28040587

## Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z

LINK: [http://www.affaritaliani.it/notiziario/bullyctionary\\_il\\_bullismo\\_dalla\\_a\\_alla\\_z-78707.html](http://www.affaritaliani.it/notiziario/bullyctionary_il_bullismo_dalla_a_alla_z-78707.html)

**affaritaliani.it**  
Il primo quotidiano digitale, dal 1996

2 ottobre 2018- 16:21 Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z Roma, 2 ott. - (AdnKronos) - Si chiama Bullyctionary ed è il primo dizionario online, scritto con i ragazzi, che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete. Ma è anche un progetto, che prevede incontri in tutta Italia rivolti alle famiglie, per informare, sensibilizzare ed educare sul cyberbullismo. Ed è valso a Generali Italia il "Premio Areté" per la Comunicazione d'Impresa, assegnato nell'ambito del **Salone CSR** 2018 di Milano e promosso da Nuvolaverde Onlus con Confindustria, Abi e Gruppo 24 Ore. Questa la motivazione del premio: "L'azione va in molte direzioni: i ragazzi innanzitutto, la famiglia attraverso i luoghi di lavoro, il web. Azione corale su un tema che coinvolge tutti e che va affrontato in armonia senza terrorismo psicologico". Con Bullyctionary, spiega Lucia Sciacca, direttore Comunicazione e Sostenibilità di Generali Italia, "grazie alle nostre agenzie sul territorio, agli amici di Informatici Senza Frontiere e all'importante contributo di testimonial d'eccezione, vogliamo fare sistema comune per contrastare il cyberbullismo. Intendiamo così creare una rete virtuosa a supporto dei ragazzi e delle famiglie". Per sensibilizzare i ragazzi sul fenomeno sono stati infatti coinvolti dei testimonial d'eccezione. Al **Salone della CSR** di quest'anno il musicista Saturnino con Federico Basso e Davide Paniate dei Boiler di Zelig, hanno trattato il tema del bullismo con musica e parole. Saturnino e il duo dei Boiler, si aggiungono alla squadra di ambassador di Bullyctionary: la creator Sofia Viscardi, il cantante Michele Bravi, i campioni italiani di rugby Edoardo Gori, Tommaso Allan e Alessandro Zanni, e Mauro Sanchini, ex motociclista italiano ora telecronista della MotoGP. "Bullyctionary", nato dalla collaborazione con J. Walter Thompson Italia e lanciato con Informatici Senza Frontiere, è un progetto aperto e collaborativo a cui tutti possono aderire candidando una o più parole sul sito <http://www.bullyctionary.generali.it/> e partecipando agli incontri sul territorio nelle Agenzie di Generali.

## Bnl: dal BnpParibas 155 mld a progetti sviluppo sostenibile

LINK: [http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio\\_news.asp?id=201810012000021911&chkAgenzie=PMFNW](http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=201810012000021911&chkAgenzie=PMFNW)

Bnl: dal BnpParibas 155 mld a progetti sviluppo sostenibile 01/10/2018 19:28 ROMA (MF-DJ)-  
-Bnl e BnpParibas sono protagonisti al **salone** della **Csr** (Corporate Social Responsibility) e dell'**Innovazione sociale**, il piu' importante evento del settore, in programma da domani a Milano all'Universita' Bocconi. Il gruppo ha finanziato a oggi progetti di sviluppo sostenibile per 155 miliardi di euro ed ha organizzato di recente in Italia 2 "positive incentive loan", finanziamenti che prevedono incentivi per le aziende al raggiungimento di specifici obiettivi ambientali, sociali e di governance Entro il 2020, BnpParibas si e' impegnata a raddoppiare da 7,5 a 15 miliardi di euro i finanziamenti per le energie rinnovabili non sostenendo, per contro, le nuove centrali elettriche a carbone e l'estrazione di carbone termico nel mondo. Per quanto riguarda Bnl, sono 400 i milioni di euro di finanziamenti alle energie rinnovabili (+27% rispetto al 2017). BnpParibas e', infine, tra i primi 3 attori mondiali nelle emissioni dei green bond e tra i leader negli Investimenti Socialmente Responsabili con oltre 35 miliardi di asset in gestione; mentre sono 1,5 miliardi gli investimenti socialmente responsabili gestiti da Bnl. pev (fine)  
MF-DJ NEWS

## Sostenibilità e consumo: da scelta etica ad acquisto di qualità

LINK: [http://www.askanews.it/video/2018/10/05/sostenibilit%C3%A0-e-consumo-da-scelta-etica-ad-acquisto-di-qualit%C3%A0-20181005\\_video\\_15300173/](http://www.askanews.it/video/2018/10/05/sostenibilit%C3%A0-e-consumo-da-scelta-etica-ad-acquisto-di-qualit%C3%A0-20181005_video_15300173/)

Milano (askanews) - Da comportamento responsabile a scelta di qualità: al momento dell'acquisto il prodotto sostenibile non viene più scelto solo perché "etico", ma perché "migliore". E' una delle evidenze che emergono dall'indagine Ipsos realizzata per l'edizione 2018 del Salone della CSR e dell'innovazione sociale. L'indagine ha dato conto degli atteggiamenti di consumatori e aziende nei confronti della sostenibilità, e ha offerto un primo tema di confronto ai relatori intervenuti al Salone. "Credo che tutte le ricerche recenti dicano che nei consumatori dei Paesi più evoluti e a maggior livello di reddito sta crescendo la consapevolezza dell'importanza di un consumo sostenibile - conferma Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli e vicepresidente di Assolombarda che ha partecipato al Salone - E gran parte dei consumatori sono anche disposti a pagare quel pezzettino in più di prezzo che faccia sì che sul mercato ci siano prodotti di qualità e rispettosi dell'ambiente. La qualità viene apprezzata dai consumatori evoluti". E la ricerca della qualità, in termini di sostenibilità, ha una ricaduta importante sulle aziende che hanno fatto propria una strategia di responsabilità di lungo periodo. "Uno studio che ha fatto la Fondazione Symbola insieme a Uniocamere - dice Ermete Realacci presidente di Fondazione Symbola a margine di un convegno svolto al Salone della CSR - risulta un dato molto importante: che le imprese che scommettono sulla coesione e sulla sostenibilità sono quelle che vanno meglio economicamente. Cioè esportano di più, producono più posti di lavoro, crescono di più. Per dirla con una battuta: in Italia essere buoni conviene". Sostenibilità percepita dai consumatori come qualità e amministrata dalle imprese come leva di crescita. Verrebbe da dire che per la tutela delle risorse della terra dove non sono arrivate l'ideologia e la politica sta arrivando il mercato. "Ovviamente nel mercato ci sono scontri, competizioni. E non tutto è virtuoso: abbiamo l'economia in nero e quella illegale, però sì: c'è un pezzo delle nostre imprese, in Italia più che negli altri Paesi, che anche senza la politica ha fatto dei passi avanti - dice Realacci - Sono grosso modo un terzo delle imprese manifatturiere e sono quelle più forti. Da queste dobbiamo in qualche modo ripartire, e poi se la politica si occupasse di questo. Non farebbe certo danno". "Credo che la sostenibilità sia un obiettivo generale ed è una grande responsabilità della politica costruire politiche industriali che premiano la qualità - argomenta invece Calabrò - Vedo purtroppo un crescente atteggiamento anti-imprese che considero molto negativo per la qualità della vita, per il lavoro per il benessere generale". Ma qualità e sostenibilità comunque costano, e se i consumatori sono disposti a pagare per ottenerle, una media del 10 per cento in più, quale deve essere la risposta delle imprese? "Posso fare un esempio che è apparentemente irriuale: il vino - spiega il presidente di Symbola - L'Italia nel 1986 ebbe un trauma tremendo perché aveva scelto una strada sbagliata. Grande quantità a basso prezzo. E arrivò il metanolo: morirono 20 persone ci fu una sofisticazione criminale. Poi ha cambiato rotta: qualità legata al territorio. E oggi si produce il 50 per cento in meno del vino, ma vale sei-sette volte di più. Una scommessa per la qualità è quella che tiene assieme la qualità della vita e anche la competitività delle imprese". "Le aziende devono potere offrire prodotti, che siano attenti alla sostenibilità e questo è un obbligo e un impegno - aggiunge Roberto Calvi, Corporate Communications & Scale Initiatives Leader di Procter & Gamble - Nel caso di P&G cerchiamo di diminuire il footprint ambientale di tutti i nostri prodotti guardando a tutto il ciclo di vita del prodotto, dalla materia prima con il quale è composto, fino alla produzione fino all'utilizzo a casa e poi preoccupandoci dello smaltimento, e del fine vita del

prodotto. Questo ovviamente deve essere fatto senza trade-off, senza che il consumatore debba pagare un centesimo di euro in più per avere un prodotto più sostenibile".Ma come si riconosce un prodotto sostenibile. Se i consumatori - dice la ricerca Ipsos - guardano ai pareri e alle segnalazioni di soggetti terzi, certificazioni incluse, le aziende puntano prima di tutto sulla comunicazione diretta, con pubblicità, con il proprio sito internet e con l'ingaggio del consumatore. Una scelta che non sembra priva di criticità."Se forzato è un tentativo sbagliato. Nessuno chiede all'oste se il vino è buono. E' giusto che l'impresa sia trasparente nelle azioni che fa, ma è chiaro che noi ci fidiamo di un giudizio terzo. Ovviamente a valle di criteri trasparenti - conferma Realacci - Per altro in questo l'Europa ha fatto dei passi avanti: determinate imprese devono fare un Bilancio di sostenibilità e il controllo lo fa la Consob, quindi ci sono dei picchetti. E poi bisogna che le imprese capiscano che il giudizio dei cittadini, delle comunità e dei territori è per loro la migliore polizza di assicurazione per il futuro". "Noi cerchiamo di lavorare coinvolgendo sempre dei partner - spiega Calvi - sia commerciali, sia fondazioni, o organizzazioni come il Wwf nel nostro caso. Quindi c'è una mediazione e garanzia. Una grande organizzazione come il Wwf si associa a P&G proprio perché ne riconosce i valori, e l'impegno nella sostenibilità".Il **Salone** della **CSR** ha visto confrontarsi in Bocconi 390 relatori in oltre 80 incontri, confermadosi così il più importante evento nazionale dedicato alla sostenibilità.( luca.ferraiuolo@askanews.it )

## Salone della CSR, de Bortoli: "Sostenibilità decisiva per attrarre ...

LINK: [https://www.ilmessaggero.it/economia/flashnews/salone\\_della\\_csr\\_de\\_bortoli\\_sostenibilita\\_decisiva\\_per\\_attrarre\\_investimenti\\_futuri-4016874.h...](https://www.ilmessaggero.it/economia/flashnews/salone_della_csr_de_bortoli_sostenibilita_decisiva_per_attrarre_investimenti_futuri-4016874.h...)



Economia > Flashnews Giovedì 4 Ottobre 2018 (Teleborsa) - Due giorni per spiegare l'importanza della sostenibilità per l'impresa e per il mondo che le ruota attorno. E' questo l'obiettivo del **Salone della CSR**, organizzato ogni anno dall'Università Bocconi di Milano. L'evento, il più importante in Italia dedicato a questa tematica, è prima di tutto un'occasione per attivare energie positive, condividere idee, trovare percorsi comuni. Il titolo di questa 6ª edizione - Le rotte della sostenibilità - 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. Nel corso dell'evento sono stati programmati decine di incontri, centinaia di relatori, migliaia di visitatori Teleborsa, presente in entrambe le giornate ha intervistato Ferruccio de Bortoli, giornalista ed ex Direttore del Corriere della Sera e Il Sole 24 Ore, intervenuto in qualità di Presidente dell'associazione VIDAS che fornisce assistenza ai malati terminali. Come vede la sostenibilità nel business delle aziende? "L'elemento della sostenibilità sarà sempre più decisivo non soltanto per l'immagine dell'azienda sul mercato e, ovviamente, il proprio rapporto con i clienti, ma anche per attrarre investimenti", ha risposto de Bortoli. "I cosiddetti fattori ESG che sono legati alla sostenibilità, cioè al fatto che non si distrugga troppo l'ambiente, che non ci siano dei fattori negativi per la società, saranno sempre più decisivi", sottolinea, ricordando una recente lettera di Larry Fink, il "gran capo" di BlackRock, e quindi uno dei più grandi investitori al mondo e della Borsa italiana, che ha detto: "noi decideremo gli investimenti a medio e lungo termine sui fattori di sostenibilità". "Il vostro business è sostenibile oppure si mangia un pezzo della società che cerca di servire? Ecco, questa sarà la domanda dei prossimi anni". Sostenibilità è un termine molto ampio, ma è comprensibile alla maggior parte della gente? "Credo che sia comprensibile, perché sempre di più noi ci orienteremo nei nostri acquisti tenendo conto di come l'oggetto che acquisteremo sarà poi riciclato e non disperso nell'ambiente. Saremo sempre più attenti alla tracciabilità, ad esempio, di alcuni capi di abbigliamento, se questi sono stati fatti rispettando tutta una serie di diritti", ha detto de Bortoli. "La rete favorisce una scelta maggiormente consapevole di essere dei buoni cittadini e probabilmente avremo anche un complesso di colpa, se acquisteremo qualcosa che non è sostenibile, di fare qualcosa contro l'ambiente". "Per esempio il radicale cambio di prospettiva che c'è stato fra il diesel e l'elettrico nelle auto è un esempio", conclude. © RIPRODUZIONE RISERVATA 0 commenti COMMENTA LA NOTIZIA - NOME UTENTE rendi visibile su facebook

## ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno

LINK: [http://www.affaritaliani.it/green/notiziario/colleghamogenova\\_con\\_carpooling\\_5mila\\_auto\\_in\\_meno-78818.html](http://www.affaritaliani.it/green/notiziario/colleghamogenova_con_carpooling_5mila_auto_in_meno-78818.html)

**affaritaliani.it**  
Il primo quotidiano digitale, dal 1996

3 ottobre 2018- 12:47 ColleghiAmoGenova, con carpooling 5mila auto in meno Roma, 3 ott. (AdnKronos) - Oltre 2.500 viaggi condivisi in meno di un mese e 5.000 auto lasciate a casa e tolte dalle strade del capoluogo ligure: questi i primi risultati di ColleghiAmoGenova, il progetto lanciato a inizio settembre 2018 da Jojob, operatore di carpooling aziendale in Italia, con lo scopo di facilitare la viabilità di Genova, ridurre il traffico cittadino e ricollegare le aree industriali più difficili da raggiungere in seguito alle conseguenze del crollo del Ponte Morandi. I numeri, presentati da Jojob in occasione del **Salone della Csr** a Milano, mostrano che tra Genova e Provincia sono più di 1.500 gli iscritti al servizio di carpooling aziendale: con l'iniziativa ColleghiAmoGenova, per cui tutti gli abitanti che utilizzano il proprio mezzo per raggiungere il posto di lavoro possono condividere l'auto con chi ha difficoltà ad attraversare la città per recarsi al lavoro, il numero è aumentato del 20% nell'ultimo mese, con una prevalenza di donne tra i nuovi iscritti, che si attestano al 60%, e il restante 40% rappresentato da uomini. Per quanto riguarda gli equipaggi, se in media in Italia viaggiano a bordo della stessa auto 2,32 persone, a Genova il dato è nettamente più alto, con una media di 2,94 persone ad equipaggio, che segnala un'ottima propensione a condividere l'auto da parte dei genovesi. In media cittadini e lavoratori liguri percorrono in carpooling tragitti casa-lavoro di 15-35 km. La rotta più battuta è Savona-Genova, seguita da Sestri Levante-Genova, Ovada-Genova, Novi Ligure-Genova. Con 'ColleghiAmoGenova', Jojob ha risposto all'appello del Comune di Genova per individuare soluzioni che alleggeriscano la viabilità del capoluogo, mettendo gratuitamente a disposizione della città il servizio di carpooling aziendale per facilitare gli spostamenti nella tratta casa-lavoro. Per attivare il servizio è sufficiente scaricare l'app 'Jojob Carpooling' su smartphone o registrarsi su [www.jojob.it/colleghamogenova](http://www.jojob.it/colleghamogenova), inserire i codici dell'area in cui si trova l'azienda per cui si lavora o il Cap di destinazione, pubblicare il proprio tragitto casa-lavoro e individuare passeggeri o autisti con cui condividere la tratta. "I genovesi hanno risposto positivamente alla proposta di condividere l'auto sulla piattaforma, considerando inoltre che più di 50 aziende hanno richiesto codici dedicati da comunicare ai propri dipendenti, per dare loro la possibilità di raggiungere insieme il luogo di lavoro, dimostrando allo stesso tempo interesse verso soluzioni innovative che facilitano la mobilità di un'intera città", spiega Gerard Albertengo, founder di Jojob. La tendenza positiva all'utilizzo del carpooling aziendale è stata registrata anche da Ansaldo Energia, azienda che da gennaio ha aderito al servizio offerto da Jojob e interessata da vicino dal crollo del Ponte: tra fine agosto e settembre il numero di dipendenti iscritti al portale per la condivisione dell'auto è cresciuto del 12% e i viaggi certificati da luglio a settembre sono aumentati del 28%. L'Istituto Italiano di Tecnologia, istituto di ricerca genovese, segnala invece una crescita degli iscritti del 17% e un +70% di viaggi certificati.

## Sostenibilità, cresce l'attenzione degli italiani sul tema

LINK: <http://finanza.lastampa.it/News/2018/10/02/sostenibilita-cresce-lattenzione-degli-italiani-sul-tema/ODdfMjAxOC0xMC0wMI9UTEI>



Sostenibilità, cresce l'attenzione degli italiani sul tema Secondo una ricerca Ipsos, ben il 72% dei nostri connazionali si dichiara "interessato" Pubblicato il 02/10/2018 Ultima modifica il 02/10/2018 alle ore 08:19 Teleborsa Cresce l'attenzione degli italiani verso il tema della sostenibilità. Secondo quanto rivelato da un'analisi condotta da Ipsos, il 72% dei nostri connazionali si dichiara interessato alla materia, tra cui un 20% si definisce vero e proprio "sostenitore" dei valori della sostenibilità e di conseguenza agisce verso comportamenti sostenibili, specialmente in ottica ambientalista. I numeri segnano un forte incremento rispetto al passato, anche se risulta ancora un 13% di "scettici" in materia, ovverosia persone convinte che dietro alle innovazioni si celino finalità commerciali, nonché un 17% di "indifferenti", poco interessati all'argomento. Per concludere, il restante 50% si definisce "aperto", mediamente informato e predisposto a comportamenti sostenibili. La ricerca, che sarà presentata in occasione del **Salone** della **CSR** (Corporate **Social Responsibility**) e dell'**innovazione sociale** 2018, il più importante evento in Italia che prenderà il via oggi 2 e domani 3 ottobre all'Università Bocconi di Milano, rivela che l'85% degli italiani considera i prodotti sostenibili più innovativi e qualitativamente superiori. Inoltre ben il 77% delle persone basa le sue scelte di acquisto sulla qualità, che significa origine delle materie, sostenibilità del packaging, attenzione alla filiera e alla produzione.

## Così il progetto Officine del caffè contribuisce al reinserimento dei detenuti

LINK: <https://www.comunicaffe.it/cosi-il-progetto-officine-del-caffe-contribuisce-al-reinserimento-dei-detenuti/>



Così il progetto Officine del caffè contribuisce al reinserimento dei detenuti 8 ottobre 2018 Condividi Facebook Twitter LinkedIn Google+ Pinterest WhatsApp Mario Toniutti (primo da sinistra) illustra il progetto Officine del caffè al **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale** MILANO - Mario Toniutti, vice presidente di Gruppo Illiria, azienda italiana di riferimento per la distribuzione automatica, ha raccontato al **Salone** della **Csr** e dell'**innovazione sociale** il progetto Officine del caffè avviato nel Carcere di Bollate dal Consorzio Coven. Il Consorzio riunisce 14 aziende del mondo del vending per un fatturato complessivo di oltre 205 milioni di euro. E un totale di circa 1600 dipendenti. Il progetto impiega i detenuti del Carcere di Bollate nella riparazione e manutenzione della macchine Ocs (office coffee system) del Consorzio. Il percorso seguito ha contemplato una fase di formazione in cui i tecnici di Coven, insieme a Lavazza, hanno illustrato le caratteristiche delle macchine da riparare, le varie fasi della manutenzione e le modalità di riparazione/sostituzione dei pezzi. Partiti con 200 macchine del sistema Firma, sono seguite altre 200 macchine di altri sistemi. La fase della formazione è stata fondamentale ai fini del raggiungimento degli standard qualitativi da garantire. Essa ha altresì permesso ai detenuti di acquisire delle capacità lavorative spendibili sul mercato, una volta terminata la reclusione. Un'iniziativa da estendere altri carceri L'obiettivo di Coven è di estendere ora l'iniziativa anche ad altri carceri in Italia, permettendo a più soci di far parte di questo progetto. È infatti assodato che lavorando in carcere i detenuti acquisiscono delle competenze che li rendono più sicuri e capaci di affrontare il mondo esterno all'uscita di prigione. Un fattore, questo, che riduce notevolmente la probabilità di essere recidivi. L'esperienza di Officine del caffè dimostra l'importanza di una collaborazione costante fra mondo esterno e interno al carcere nell'ottica del reinserimento dei detenuti nella società. Reinserimento che offre oltretutto al detenuto la possibilità di ripagare la società stessa del danno arrecato. Il Carcere di Bollate è sicuramente un'eccellenza per quanto riguarda l'organizzazione del lavoro penitenziario e gli esiti positivi che ne derivano. Questa struttura è nota inoltre per lavorare moltissimo sulla formazione professionale e culturale dei detenuti. Il **Salone** della **Csr** (Corporate **Social Responsibility**) e dell'**innovazione sociale** è il più importante evento in Italia dedicato alla sostenibilità. Esso costituisce un'occasione di visibilità?, confronto e networking per le organizzazioni che hanno fatto di questi temi un driver strategico per la crescita e lo sviluppo.

## FS Italiane al **Salone della CSR** declina la sostenibilità nell'operatività delle ferrovie

LINK: [https://www.ilmessaggero.it/economia/flashnews/fs\\_italiane\\_al\\_salone\\_della\\_csr\\_declina\\_la\\_sostenibilita\\_nell\\_operativita\\_delle\\_ferrovie-4016...](https://www.ilmessaggero.it/economia/flashnews/fs_italiane_al_salone_della_csr_declina_la_sostenibilita_nell_operativita_delle_ferrovie-4016...)



Economia > Flashnews Giovedì 4 Ottobre 2018 (Teleborsa) - Anche quest'anno il **Salone della CSR** e dell'**Innovazione sociale**, organizzato annualmente dall'Università Bocconi di Milano, ha offerto ampi spunti di riflessione agli intervenuti. La sesta edizione quest'anno, sul tema "Le rotte della sostenibilità", ha programmato una serie di seminari su queste problematiche, fra cui quello su "Valore condiviso e reputazione: un rapporto sempre più stretto". Al dibattito hanno partecipato i rappresentanti di Saipem, CNH Industrial, Ferrovie dello Stato, CRS Gruppo Hera e Guna. Ferrovie di Stato Italiane riserva al tema della sostenibilità una grandissima attenzione. Lo ha confermato il Presidente di Trenitalia, Tiziano Onesti, in una intervista rilasciata a Teleborsa. **CSR** ovvero **responsabilità sociale** d'impresa. Qual è l'impegno del gruppo FS e di Trenitalia? "Il Gruppo è sempre stato sensibile alla **CSR**", ha affermato Onesti, aggiungendo che questo "significa sposare una logica nuova, che pone al centro dell'attenzione l'uomo, la sua dignità, il suo benessere in tutte le sue manifestazioni". "Questo - ha aggiunto - ha anche un ritorno in termini economici". Onesti riferendosi poi alla campagna del Banco Alimentare, a cui anche il gruppo FS ha preso parte, ha spiegato "questa campagna che facciamo ogni anno a Natale è proprio rivolta a raccogliere fondi che poi destiniamo a sensibilizzare le persone a non sprecare". Poi, ha aggiunto che l'iniziativa significa proprio questo: "assumere una logica di non spreco, di rispettare le risorse e di far sì che, attraverso un piccolo contributo che danno i nostri viaggiatori sui treni riusciamo a raccogliere dei contributi anche mediante una tavoletta di cioccolato, che è stata offerta dal gruppo Nestlé - Perugina". "Oltre 400 volontari hanno aderito a questa iniziativa per sensibilizzare la coscienza delle persone", ha aggiunto il Presidente di Trenitalia, sottolineando che con questa campagna sono stati erogati quasi 5 milioni di pasti. Su quella che è conosciuta come sostenibilità il gruppo è fortemente impegnato da tempo su tantissimi fronti. "La sostenibilità non è un concetto né elitario né velleitario", ha precisato il manager, affermando che questo concetto "deve entrare proprio nel DNA" e che il Gruppo FS è aiutato anche dal fatto di "avere un'anima totalmente pubblica" e porsi come "modello" per tutte le imprese che sposano questo concetto di **CSR**. "Il modello lo vediamo anche a livello di esperienza di viaggio, anche a livello del caring che noi mettiamo vicino alle persone, che non sono viaggiatori, ma l'esperienza di viaggio in toto viene modificata, con tutte le attenzioni e preoccupazioni, per far sì che una persona giunga a destinazione nel miglior modo possibile", ha spiegato Onesti. "Quindi attenzione alle persone, sia ai viaggiatori sia alle persone interne, che sono le nostre risorse umane e si recupera molto il concetto di dignità e di benessere del lavoro all'interno della compagine aziendale", ha sottolineato il numero uno di Trenitalia. Il concetto di sostenibilità poi "si vede anche negli investimenti" ha detto Onesti, ricordando i 4,5 miliardi investiti nei nuovi treni dei pendolari, il Jazz e soprattutto il Pop e Rock.

"Arriviamo a dei treni in cui la sostenibilità è al massimo, treni che si riciclano al 95%, è impressionante", ha detto. "Noi non vogliamo lasciare eredità negative, ma vogliamo lasciare eredità positive alle future generazioni, far sì che il concetto di sostenibilità venga vissuto pienamente ad ogni livello della nostra organizzazione". © RIPRODUZIONE RISERVATA 0 commenti COMMENTA LA NOTIZIA - NOME UTENTE rendi visibile su facebook

## Salone della CSR e dell'innovazione sociale: essere sostenibili conviene

LINK: <http://www.affaritaliani.it/mediatech/salone-della-csr-innovazione-sociale-essere-sostenibili-conviene-563718.html>



**Salone della CSR e dell'innovazione sociale:** essere sostenibili conviene Esperti e aziende a confronto al **Salone della CSR** per parlare di **Responsabilità sociale** d'impresa e di sostenibilità. Entra nel vivo Il **Salone della CSR** e dell' **Innovazione Sociale**, il più importante evento in Italia dedicato alla sostenibilità, all'Università Bocconi di Milano. Il titolo di questa 6° edizione, "Le rotte della sostenibilità", 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. Decine di incontri, centinaia di relatori, migliaia di visitatori, come spiegano gli organizzatori, chi viene al **Salone** può conoscere le imprese che hanno fatto della sostenibilità un driver strategico, incontrare molti giovani, contribuire a costruire il futuro della **CSR**. Due giorni intensi grazie a un ricco programma culturale, molti appuntamenti stimolanti, tante occasioni per fare networking. L'evento si sviluppa su sei percorsi tematici: Circular economy, Diversity & Inclusion, Finanza responsabile, Innovation & Change, Processi e filiere sostenibili, Smart community & Smart city. Tra le aziende che stanno investendo in sostenibilità c'è Pirelli che ha partecipato a un seminario dedicato alla mobilità sostenibile, uno dei grandi temi con cui le aziende che operano nella logistica devono confrontarsi visto che secondo l'Agenzia Europea dell'Ambiente, i trasporti sono responsabili di circa un terzo del consumo complessivo di energia e di più di un quinto delle emissioni di gas serra, oltre che di una parte considerevole dell'inquinamento atmosferico e acustico urbano. Occuparsi di sostenibilità però secondo Pirelli significa prendersi cura anche della sicurezza delle persone, come spiega Stefano Porro, Future Mobility Manager di Pirelli ad Affaritaliani.it: "È incredibile che oggi ci siano ancora 1.200.000 morti per incidenti stradali. Le tecnologie possono ridurre non solo le emissioni, ma anche l'incidentalità. Pirelli sta lavorando per migliorare i propri pneumatici e renderli più sicuri, riducendo per esempio lo spazio di frenata o di garantire la guida estesa in caso di fortuna. La sensoristica poi gioca un ruolo fondamentale in questo senso". VIDEO - **Salone CSR**, Pirelli: la mobilità sostenibile può ridurre gli incidenti mortali Commenti Ci sono altri 0 commenti. [Clicca per leggerli](#)

## Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z

LINK: <https://www.liberoquotidiano.it/news/cronaca/13383839/bullyctionary-il-bullismo-dalla-a-alla-z.html>

Bullyctionary, il bullismo dalla A alla Z 2 Ottobre 2018 0 Roma, 2 ott. - (AdnKronos) - Si chiama Bullyctionary ed è il primo dizionario online, scritto con i ragazzi, che raccoglie e monitora le parole più utilizzate dai bulli in rete. Ma è anche un progetto, che prevede incontri in tutta Italia rivolti alle famiglie, per informare, sensibilizzare ed educare sul cyberbullismo. Ed è valso a Generali Italia il "Premio Areté" per la Comunicazione d'Impresa, assegnato nell'ambito del **Salone CSR** 2018 di Milano e promosso da Nuvolaverde Onlus con Confindustria, Abi e Gruppo 24 Ore. Questa la motivazione del premio: "L'azione va in molte direzioni: i ragazzi innanzitutto, la famiglia attraverso i luoghi di lavoro, il web. Azione corale su un tema che coinvolge tutti e che va affrontato in armonia senza terrorismo psicologico". Con Bullyctionary, spiega Lucia Sciacca, direttore Comunicazione e Sostenibilità di Generali Italia, "grazie alle nostre agenzie sul territorio, agli amici di Informatici Senza Frontiere e all'importante contributo di testimonial d'eccezione, vogliamo fare sistema comune per contrastare il cyberbullismo. Intendiamo così creare una rete virtuosa a supporto dei ragazzi e delle famiglie". Per sensibilizzare i ragazzi sul fenomeno sono stati infatti coinvolti dei testimonial d'eccezione. Al **Salone della CSR** di quest'anno il musicista Saturnino con Federico Basso e Davide Paniate dei Boiler di Zelig, hanno trattato il tema del bullismo con musica e parole. Saturnino e il duo dei Boiler, si aggiungono alla squadra di ambassador di Bullyctionary: la creator Sofia Viscardi, il cantante Michele Bravi, i campioni italiani di rugby Edoardo Gori, Tommaso Allan e Alessandro Zanni, e Mauro Sanchini, ex motociclista italiano ora telecronista della MotoGP. "Bullyctionary", nato dalla collaborazione con J. Walter Thompson Italia e lanciato con Informatici Senza Frontiere, è un progetto aperto e collaborativo a cui tutti possono aderire candidando una o più parole sul sito <http://www.bullyctionary.generali.it/> e partecipando agli incontri sul territorio nelle Agenzie di Generali. Condividi le tue opinioni su Libero Quotidiano Testa

## SOSTENIBILITA'-L'impegno ambientale di Epson al **Salone della CSR 2018**

LINK: <https://www.impresamia.com/sostenibilita-limpegno-ambientale-di-epson-al-salone-della-csr-2018/>

A confronto i rifiuti prodotti da una stampante laser e da una inkjet per stampare 2.100 pagine al mese (1.500 in nero, 600 a colori) per 5 anni



Stampante laser  
Toner, fusori e imballaggi



Stampante inkjet Epson  
Sacche di inchiostro

2 ottobre 2018 Comments Off on SOSTENIBILITA'-L'impegno ambientale di Epson al **Salone della CSR 2018** Commerciale SOSTENIBILITA'-L'impegno ambientale di Epson al **Salone della CSR 2018** Oggi alle 14 al **Salone della CSR 2018** si terrà la tavola rotonda Quanto vale il capitale naturale?: durante l'incontro il **CSR** Manager di Epson Italia, Luca Cassani, presenterà dati e statistiche sull'impatto che le tecnologie di stampa hanno sull'ambiente e illustrerà un documento sull'Ufficio Sostenibile realizzato in collaborazione con ReteClima. Ridurre le emissioni provocate dalle stampanti in ufficio si può. Passando dalla tecnologia laser a quella inkjet, in quattro anni le aziende italiane potrebbero ridurre la loro impronta ecologica in maniera significativa: emetterebbero oltre 58 mila tonnellate in meno di CO2, risparmiando fino a 29,4 milioni di euro. E per capire se il proprio ufficio è sostenibile, Epson propone, in collaborazione con ReteClima, uno strumento online di self audit. Epson, che vanta una lunga storia nell'impegno ambientale e nel miglioramento della sostenibilità dei prodotti, partecipa al **Salone della CSR 2018** che si svolge a Milano il 2 e 3 ottobre presso l'Università Bocconi ed è il più importante evento in Italia dedicato alla **Responsabilità Sociale** di Impresa. Luca Cassani, **CSR** Manager di Epson Italia, parteciperà alla Tavola Rotonda "Quanto vale il capitale naturale?" che si terrà alle 14 del 2 ottobre nella Piazza Cintura di Orione e presenterà le iniziative e i progetti da parte di Epson in termini di salvaguardia ambientale. "Nelle aziende italiane - ha detto Luca Cassani, **CSR** Manager di Epson Italia - cresce sempre più l'attenzione verso la riduzione dell'impatto ambientale. Da una ricerca che abbiamo appena fatto realizzare è emerso che per il 69% degli intervistati è un criterio importante o molto importante, sebbene non sia tra i due fattori che più influenzano la scelta di acquisto. Ma quando le aziende comprendono i benefici economici che comporta, ne tengono maggiormente conto." L'Ufficio Sostenibile: cosa significa, come misurarlo, come realizzarlo. La rinnovata attenzione delle imprese per i temi ambientali, in particolare quando hanno anche un impatto economico, pone un nuovo focus sul tipico ambiente di lavoro delle aziende, l'ufficio, che deve essere anch'esso allineato ai criteri di sostenibilità ambientale ed economica. Per questo motivo Epson ha incaricato ReteClima, società specializzata in informazione ed azione per la sostenibilità ed il contrasto al cambiamento climatico, di realizzare un documento sull'Ufficio Sostenibile dove vengono descritti i vari elementi che nell'ufficio possono avere un impatto in termini ambientali e vengono elencati alcuni suggerimenti su come ridurre tale impatto con scelte tecnologiche appropriate. Ma non solo. Sarà anche disponibile online uno strumento di self audit che permetterà di avere una prima idea su quanto il proprio spazio lavorativo sia adeguato in termini ambientali. L'apporto della tecnologia Epson all'Ufficio Sostenibile. Le due principali tecnologie di stampa, inkjet (a getto di inchiostro) e laser, hanno caratteristiche di funzionamento e consumi energetici

decisamente diversi, così come differente è l'impatto ambientale prodotto dal materiale di consumo utilizzato. Le stampanti a getto di inchiostro consumano pochissima energia elettrica, mentre le laser sono nettamente più energivore, perché devono riscaldare il toner ad alte temperature. In più funzionano con materiale di consumo più articolato (toner, tamburo e fusore) rispetto alle stampanti inkjet (cartucce). Da diversi anni Epson ha introdotto un nuovo concetto per aumentare l'autonomia di stampa e quindi ridurre la produzione di rifiuti legati alle cartucce (plastica e imballi). Nei modelli EcoTank, per la casa e i piccoli uffici, ha eliminato le cartucce sostituendole con serbatoi ad alta capacità che possono stampare fino a 4.500 pagine in nero e 7.500 a colori prima di essere ricaricati con semplici flaconi. Nei modelli WorkForce, sempre più utilizzate negli uffici, grazie alla tecnologia RIPS (Replaceable Ink Pack System) ha sostituito le cartucce con sacche di inchiostro che assicurano un'autonomia fino a 40.000, 50.000 o addirittura 84.000 copie prima della sostituzione. "I vantaggi per l'ambiente - conclude Cassani - sono facilmente intuibili: rispetto alle soluzioni laser, le nostre stampanti inkjet per l'ufficio permettono di diminuire fino al 95% il consumo energetico e fino al 94% i rifiuti. Non solo, perché il costo pagina è la metà e gli interventi di manutenzione richiedono fino al 98% di tempo in meno." Gruppo Epson Epson è leader mondiale nell'innovazione con soluzioni pensate per connettere persone, cose e informazioni con tecnologie proprietarie che garantiscono efficienza, affidabilità e precisione. Con una gamma di prodotti che comprende stampanti inkjet, sistemi di stampa digitale, videoproiettori 3LCD, così come robot industriali, visori e sensori, Epson ha come obiettivo primario promuovere l'innovazione e superare le aspettative dei clienti in settori, quali stampa inkjet, comunicazione visiva, tecnologia indossabile e robotica. Con capogruppo Seiko Epson Corporation che ha sede in Giappone, il Gruppo Epson conta oltre 76.000 dipendenti in 87 nazioni ed è orgoglioso di contribuire alla salvaguardia dell'ambiente naturale globale e di sostenere le comunità locali nelle quali opera. <http://global.epson.com> Epson Europe Epson Europe B.V., con sede ad Amsterdam, è il quartier generale regionale del Gruppo per Europa, Medio Oriente, Russia e Africa. Con una forza lavoro di 1.830 dipendenti, le vendite di Epson Europa, per l'anno fiscale 2017, hanno raggiunto i 1,7 miliardi di euro. <http://www.epson.eu> Environmental Vision 2050 <http://eco.epson.com/> Epson Italia Epson Italia - Epson Italia, sales company nazionale, per l'anno fiscale 2016 ha registrato un fatturato di oltre 221 milioni di Euro e impiega circa 190 persone. <http://www.epson.it> Per non ricevere più i nostri comunicati, seguire il link [Messaggi](#) - [Contatti](#) - [Calendario](#) - [Opzioni](#) - [PEC webmail](#) - [Logout](#) <

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato