



IL 50% DELLE PICCOLE IMPRESE PIEMONTESI INVESTE IN SOSTENIBILITÀ E UN ALTRO 48% PREVEDE DI FARLO IN FUTURO

IL SALONE DELLA CSR E DELL'INNOVAZIONE SOCIALE FA TAPPA A TORINO: LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA PROTAGONISTA NELLE INIZIATIVE DI GRANDI E PICCOLE AZIENDE DEL TERRITORIO

Torino, 28 febbraio 2017 – **Approda a Torino Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale, il più importante evento in Italia sulla Corporate Social Responsibility.** Nel capoluogo piemontese, presso il Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi, si è tenuta oggi la seconda tappa del Salone, che fra febbraio e maggio compie quest'anno un vero e proprio viaggio attraverso l'Italia della Responsabilità Sociale d'Impresa, alla scoperta delle molte storie che raccontano come un approccio sostenibile ha modificato il modo di "fare impresa". L'edizione nazionale sarà a Milano, in Università Bocconi, il 3 e 4 ottobre 2017.

Alstom, CSS-EBLA, Fiat Chrysler Automobiles, Leroy Merlin, Intesa Sanpaolo, Iren, Nova Coop, Orti Alti, Reale Group, Politecnico di Torino: queste le organizzazioni che hanno presentato oggi le loro esperienze di CSR.

*"Sono già 50 le organizzazioni che hanno aderito a "Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale" 2017 e questo ci fa capire come l'impegno per la sostenibilità sia ritenuto strategico per molte imprese e come sia cresciuta la consapevolezza che comunicare le esperienze positive serva a far crescere la cultura della sostenibilità – commenta **Rossella Sobrero, del Gruppo promotore del Salone** – La bellezza del fare bene e di dividerlo è il senso del tema scelto per l'edizione di quest'anno, L'arte della sostenibilità, al quale si affianca un focus specifico sugli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite".*

LE IMPRESE RESPONSABILI IN PIEMONTE

Nell'ambito del progetto CSRPiemonte, Unioncamere Piemonte e Regione Piemonte hanno condotto a fine 2016 un monitoraggio delle imprese responsabili della regione. **La risposta delle 2646 aziende piemontesi è notevole e testimonia un'attenzione rinnovata verso un modo diverso, per alcuni nuovo, di fare impresa** in un'ottica non solo di business, ma di sostenibilità economica, ambientale e sociale.

L'indagine ha coinvolto esclusivamente le imprese con più di 5 addetti e la quasi totalità delle aziende partecipanti è di piccola dimensione (l'86,5% ha meno di 50 addetti), mentre solo un'impresa su 10 è media e il 3,1% è grande.

Un'impresa su 2 ha investito o investe in azioni di CSR e il 48,8% ha in previsione di farlo in futuro. Le realtà che si sono già occupate di CSR o che investiranno nel prossimo biennio in attività di responsabilità sociale d'impresa hanno deciso di farlo principalmente per migliorare il clima interno, incrementare la produttività dei lavoratori e migliorare l'immagine aziendale.

Il 77% delle aziende che negli anni hanno sviluppato azioni di CSR si dichiara molto o abbastanza soddisfatto dei risultati raggiunti: questo dimostra che un approccio sostenibile paga nel tempo, soprattutto in tema di welfare aziendale e di attenzione al benessere dei lavoratori.

Con la tappa torinese del *Salone della CSR e dell'innovazione sociale* si inaugura inoltre una **nuova iniziativa promossa da Unioncamere nazionale**, membro del Gruppo promotore del Salone: un **sondaggio sulla CSR** destinato alle imprese ma anche a tutte le persone interessate alla sostenibilità, che si snoderà attraverso gli appuntamenti di Torino, Bari, Firenze, Verona, Bologna, Genova e Roma. I risultati del sondaggio verranno condivisi e commentati in ogni tappa della manifestazione e presentati ad ottobre all'edizione nazionale.



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.**

Il Salone è un evento sostenibile certificato ISO 20121 da Bureau Veritas Italia. Un risultato reso possibile anche grazie alle certificazioni ambientali 100% energia pulita e 100% CO² free (Dolomiti Energia) e alla compensazione delle emissioni del sito (ReteClima).

www.facebook.com/SaloneCSRInnovazioneSociale

twitter.com/CSRIS_it

per mention: @CSRIS_it – hashtag: #CSRIS17TO

In collaborazione con



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO
DM DIPARTIMENTO
DI MANAGEMENT



www.csreinnoventionsociale.it

CASE STUDIES DALLA TAPPA DI TORINO –28 FEBBRAIO 2016

INTESA SANPAOLO – SOLUZIONI DI MICROCREDITO. IL SOSTEGNO A FAMIGLIE E A MICROIMPRESE

La volontà di Intesa Sanpaolo di giocare un ruolo per la crescita sociale delle comunità in cui opera si è tradotta in numerosi progetti di microcredito volti a supportare famiglie e piccole imprese in grave situazione finanziaria o a rischio di usura e a sostenere i progetti di autoimprenditorialità dei giovani.

Tra le diverse iniziative a cui la Banca partecipa ci sono:

- il Prestito della Speranza, promosso dalla Conferenza Episcopale Italiana e dall'ABI, destinato alle famiglie («Credito Sociale» di importo massimo di 7.500 euro) e alle microimprese («Credito fare impresa» di importo massimo i 25.000 euro);
- la Fondazione Welfare Ambrosiano, ente finanziato dal Comune di Milano a cui partecipa anche la Fondazione Lombarda Antiusura, il cui bacino di utenza è essenzialmente l'area milanese;
- il «Finanziamento a valere sul Fondo Regionale di garanzia per il Microcredito – Regione Piemonte assistito da garanzia FINPIEMONTE», dedicato alle piccole imprese di nuova costituzione e ai lavoratori autonomi, che hanno sede operativa in Piemonte, per la fase di avvio dell'attività;
- il «Finanziamento Microcredito Imprenditoriale», dedicato ai giovani e alle microimprese al fine di aiutarli a lanciare una nuova attività imprenditoriale o investire in progetti di crescita.

LEROY MERLIN – L'AGORÀ DELL'ABITARE

L'Agorà dell'abitare è un esempio di innovazione sociale, una rete che mette insieme aziende, associazioni, enti, amministrazioni, persone che vogliono trovare soluzioni concrete al problema dell'abitare: ristrutturare case per le persone in difficoltà, scuole, spazi comuni di accoglienza o di aggregazione oppure progettare parti di spazio urbano.

Il progetto si basa su tre pilastri: il fare rete tra diversi soggetti, accomunati dalla condivisione di una prospettiva economica, culturale, sociale e ambientale basata su principi di relazione, reciprocità, solidarietà, circolarità, legalità, comunità e fraternità; il lavorare attraverso un processo che si basa sul confronto tra i vari soggetti coinvolti che porta un risultato che non è la semplice somma di risorse messe in campo per realizzare un progetto; il generare valore: i beneficiari dei progetti, terminato l'intervento, diventano parte attiva dell'Agorà partecipando in prima persona alla realizzazione di progetti successivi. I

Il progetto ha avuto inizio nel 2016 ed è già attivo nella città di Torino con la ristrutturazione di Casa Speranza, situata all'interno della Parrocchia Maria SS. Speranza Nostra di via Ceresole, che ospiterà nelle prossime settimane 12 migranti richiedenti asilo. Questo progetto comprende lavori di rifacimento importanti che coinvolgono la ristrutturazione dei bagni, la messa a norma dell'impianto elettrico e l'imbiancatura per creare 6 camere da letto e aree comuni. Il partner del progetto è la Comunità Impegno Servizio Volontariato (CISV), che gestisce il centro d'accoglienza e con il quale Leroy Merlin collabora da molto tempo. Importante anche il coinvolgimento della comunità parrocchiale, grazie al suo supporto verranno infatti organizzati incontri di sensibilizzazione sul tema della migrazione dedicati a giovani e adulti e verranno avviati progetti di volontariato insieme alle persone accolte, a vantaggio di altri abitanti dello stesso quartiere.

POLITECNICO DI TORINO - ENERGIA SOCIALE: UN'AZIONE “DAL BASSO” PER COMBATTERE LA POVERTÀ ENERGETICA

Il termine “povertà energetica” potrebbe far pensare ad un problema dei Paesi in via di sviluppo, laddove le infrastrutture sono ancora inadeguate al consumo e al comfort “di massa”. In realtà uno studio del 2009 stima che in Europa ci siano tra i 50 e i 120 milioni di persone in difficoltà a sostenere le spese per riscaldare la propria abitazione e per gli usi energetici di base, di cui 5 milioni in Italia. È difficile fornire numeri affidabili sull'ampiezza del problema, data l'assenza di una definizione univoca a livello internazionale della “precarità” energetica e l'inesistenza di indicatori universalmente riconosciuti. Tuttavia molte famiglie in

condizioni di reddito modeste si trovano in situazioni di morosità (+12% nel mercato elettrico residenziale tra il 2013 e il 2014) e rischiano la disconnessione dai servizi a causa dell'aumento dei prezzi dell'energia e dei consumi esagerati dalle scarse prestazioni tecniche degli alloggi e da comportamenti sconsiderati.

Un'azione di lotta alla Povertà Energetica deve quindi necessariamente passare per 3 assi principali:

- La diagnosi delle prestazioni e l'aumento dell'efficienza dell'equipaggiamento domestico
- La formazione all'uso responsabile dell'energia e la consulenza alla ripartizione razionale del budget familiare
- La creazione di una comunità di supporto intorno al tema del risparmio energetico di contrasto all'esclusione sociale con piccole soluzioni alla portata di tutti

Un'esperienza significativa in Europa proviene dal progetto tedesco "Energy saving check" (Stromsparcheck), che ha permesso la diffusione di buone pratiche e l'installazione di dispositivi "fai da te" in più di 100 000 famiglie a basso reddito sul territorio nazionale nel bacino di utenza dei centri di ascolto Caritas. Alcuni disoccupati di lunga data sono stati opportunamente formati per diventare "consulenti del risparmio energetico" presso le famiglie beneficiarie: la sola installazione di kit contenenti lampadine a basso consumo, prese elettriche temporizzate, rompigitto per lavandini a risparmio d'acqua, sensori di temperatura e altri gadget (valore del kit 50 € circa), associata a una consulenza personalizzata, ha permesso risparmi stimati oltre i 100 €/anno a famiglia, equivalenti a 300 kWh/anno economizzati sulla bolletta del riscaldamento e 400 kWh/anno economizzati sull'energia elettrica. Per dare un'idea del significato, il 9° rapporto Energia della Città Metropolitana di Torino ipotizza il consumo medio di una famiglia di 3 persone a 3000 kWh/anno per l'elettricità e 4500 kWh/anno per il riscaldamento.

Una sinergia tra Caritas Piemonte, il Dipartimento di Energia del Politecnico di Torino, il Dipartimento di Scienze Economico-Sociali e Matematico-Statistiche dell'Università di Torino e Leroy Merlin Italia permette di replicare un tale modello in Piemonte e Valle d'Aosta su un campione pilota di 200 famiglie in diverse province del territorio compresa Torino. Alcuni volontari della Rete Caritas saranno formati sui temi della coscienza ambientale, del risparmio energetico e dell'economia familiare per installare prodotti opportunamente selezionati reperibili in normali supermercati e forniti dagli sponsor. La speranza è la diffusione "porta a porta" della cultura della sostenibilità, l'acquisizione di informazioni utili alla caratterizzazione del problema della povertà energetica nella realtà italiana, la profilazione delle famiglie vulnerabili, l'ottimizzazione delle risorse spese dagli organismi di aiuto, la creazione di comunità e aggregazione sociale intorno al tema dell'energia, l'esplorazione di modelli di business intorno alle fasce di reddito basse.

REALE GROUP – LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Accettare la sfida per legittimare le imprese come attori della sostenibilità e la CSR come attore nell'impresa. Abbracciare una visione trasversale di creazione di valore condiviso a cui concorrono tutte le funzioni aziendali.

Ascoltare e comprendere il contesto e le esigenze degli stakeholder attraverso le conoscenze tecniche ma anche e soprattutto attraverso l'intelligenza emozionale che permette di adottare un approccio tailor made.

Innovare alleandosi con partner di eccellenza per prevenire le necessità del futuro garantendo prodotti di qualità con una visione di ciclo vita che permette il miglioramento continuo delle performance sociali, ambientali, economiche.

Integrare la sostenibilità al business, distinguendola nettamente dalla filantropia, in modo che diventi un elemento di competitività indissolubile dai valori del marchio.

Reinvestire in sostenibilità il valore aggiunto creato dalla sostenibilità, generando così un effetto a catena che non potrà che essere sostenibile.

Comunicare per creare consapevolezza, perché la sostenibilità deve essere valorizzata per non diventare un paradosso.

La strategia di sostenibilità di Reale Group è guidata dal principio mutualistico della Capogruppo, è globale, integrata al business e inclusiva. Identità, centralità delle persone, performance economica, innovazione ed eccellenza sono, unite ad una comunicazione chiara ed efficace e ad una costante valorizzazione del

Territorio nel quale operiamo, le leve strategiche su cui agiamo per soddisfare le esigenze di tutti gli stakeholder.

GLI OBIETTIVI DELL'AGENDA 2030



Obiettivo 1. Porre fine ad ogni forma di **povertà** nel mondo

Obiettivo 2. Porre fine alla **fame**, raggiungere la **sicurezza alimentare**, migliorare la nutrizione e promuovere un'**agricoltura sostenibile**

Obiettivo 3. Assicurare la **salute** e il benessere per tutti e per tutte le età

Obiettivo 4. Fornire un'**educazione** di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti

Obiettivo 5. Raggiungere l'**uguaglianza di genere** ed emancipare tutte le donne e le ragazze

Obiettivo 6. Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'**acqua** e delle strutture igienico-sanitarie

Obiettivo 7. Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di **energia** economici, affidabili, sostenibili e moderni

Obiettivo 8. Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'**occupazione** piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti

Obiettivo 9. Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una **industrializzazione equa**, responsabile e sostenibile

Obiettivo 10. **Ridurre l'ineguaglianza** all'interno di e fra le nazioni

Obiettivo 11. Rendere **le città** e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili

Obiettivo 12. Garantire **modelli sostenibili di produzione e di consumo**

Obiettivo 13. Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il **cambiamento climatico**

Obiettivo 14. Conservare e utilizzare in modo durevole **gli oceani, i mari e le risorse marine** per uno sviluppo sostenibile

Obiettivo 15. Proteggere, ripristinare e favorire un **uso sostenibile dell'ecosistema terrestre**

Obiettivo 16. Promuovere **società pacifiche e inclusive** per uno sviluppo sostenibile

Obiettivo 17. Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il **partenariato mondiale** per lo sviluppo sostenibile.