

lavoro



Pochi incentivi e ritorni dai tempi lunghi gli ostacoli verso gli obiettivi di sostenibilità

Svolta difficile. Confronto a Palermo sulle difficoltà delle aziende per seguire i target previsti da Agenda 2030

COSÌ CAMBIA IL MONDO DELL'IMPRESA

Dall'approccio di rendicontazione a quello trasformativo

Serve un'azione integrata per cambiare in maniera decisiva il modello di sviluppo: le aziende hanno un ruolo importante, ma devono essere affiancate da istituzioni, dal mondo accademico e dalla società civile.

È un vero e proprio appello quello che Daniela Bernacchi, executive director dell'UN Global Compact Network Italia lancia in occasione dell'ultimo Forum svoltosi a Palermo. Perché le aziende sono un tassello importante, ma bisogna lavorare alla condivisione non solo dei traguardi, ma anche dei vincoli e degli stadi di misurazione.



Daniela Bernacchi, executive director dell'UN Global Compact Network Italia, ospite del Forum svoltosi a Palermo

«Le aziende che si avviano alla transizione ecologica in maniera seria devono essere agevolate - spiega Bernacchi -. Solo così possono passare da un approccio di rendicontazione a quello trasformativo. La priorità è condividere l'impatto, ragionare per metodologie e indicatori condivisi rende più concreto il raggiungimento dell'obiettivo comune. Serve fare un cambio di paradigma: l'output della misurazione è molto più che un numero, è il risultato di un'attività complessa che genera impatto, ovvero l'effetto capace di portare benessere nel medio-lungo termine».

Un approccio che è più semplice da inglobare se si ragiona in una logica multistakeholder condivisa con altre imprese e interlocutori allargati: solo così è possibile lavorare alla pienezza dell'acronimo ESG, non concentrandosi solo sul tema aziendale, ma anche su quello sociale e di governance.

«La consapevolezza tra le aziende sta crescendo; anche la nostra ricerca dichiara che le aziende sono consapevoli dell'importanza e dell'urgenza dell'agenda 2030 sono più del 90%. Allo stesso tempo i numeri ci dicono che meno della metà crede che la raggiungeremo. Questo significa - spiega Daniela Bernacchi, che la crescita è graduale e ha bisogno della partecipazione di tutti. Ci aiuteranno i tempi delle normative, che in un paio di anni coinvolgeranno sempre più aziende. Ciò stimolerà la produzione di normative condivise. Nel frattempo le aziende devono riuscire a costruirsi una competenza interna investendo sulla formazione, il grande traguardo di questi anni».

Un ruolo importante secondo la ricerca, infine, ce l'hanno i consumatori, che possono influenzare le scelte fatte anche nella catena di fornitura e supportare lo sviluppo di una managerialità più attenta a questi temi. «Basti pensare - conclude Daniela Bernacchi - che fino a tre anni fa non c'erano master in sostenibilità e invece oggi l'offerta formativa si è arricchita di numerosi corsi sul tema, proprio a riprova di una sensibilità crescente che chiede soluzioni operative».

S. G.

SANTINA GIANNONE

Sostegno, scetticismo e contraddizioni: sono queste tre le reazioni principali che l'opinione pubblica mostra verso il tema dello sviluppo sostenibile e in particolare verso il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, su cui anche l'Asvis, l'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, ha lanciato l'alert qualche settimana fa: siamo in ritardo.

Un problema che coinvolge e sollecita la riflessione anche da parte del mondo del lavoro, in particolare del segmento privato.

Alcuni leader e manager del settore aziendale si sono interrogati durante l'ottava edizione dell'Italian Business & SDGs Annual Forum svoltosi a Palermo qualche settimana fa, per favorire il dialogo e lo scambio di esperienze tra rappresentanti del mondo delle aziende, delle istituzioni, della società civile e di enti accademici, sul ruolo del settore privato nel raggiungimento dell'Agenda 2030 ONU per lo Sviluppo Sostenibile.

L'evento è stato organizzato dal Global Compact delle Nazioni Unite, un'iniziativa speciale del Segretario Generale delle Nazioni Unite che ha il mandato di guidare e sostenere la comunità imprenditoriale globale nel promuovere gli obiettivi e i valori delle Nazioni Unite attraverso pratiche aziendali responsabili. Con più di 20.000 aziende e oltre 3.500 firmatari non profit con sede in 162 Paesi e 69 reti locali, l'UN Global Compact è la più grande iniziativa di sostenibilità aziendale nel mondo. Il Global Compact delle Nazioni Unite opera in Italia attraverso l'UN Global Compact Network Italia (UNGCN Italia).

L'UN Global Compact ha realizzato la ricerca Global Private Sector Stocktake insieme ad Accenture, coinvolgendo 2.800 aziende mondiali, di cui oltre 130 del nostro Paese.

Dallo studio emerge che il 94% delle imprese italiane è consapevole del ruolo del settore privato in termini di potenzialità di impatto sui Sustainable Development Goals (SDGs) e l'87% è impegnato per il raggiungimento di questi obiettivi. Tuttavia, solo il 48% crede che gli SDGs saranno raggiunti entro il 2030. Tra le barriere strutturali percepite dalle aziende italiane per il completamento degli obiettivi ci sono le difficoltà nel coinvolgimento delle catene di fornitura (per il 90% degli intervistati), un periodo di ritorno troppo lungo degli investimenti in sostenibilità (per l'84% del campione), la mancanza di metodologie e tecniche condivise di valutazione dell'impatto delle imprese (per il 79% degli intervistati) e la scarsità di incentivi per il settore privato (per l'86% del campione).

«La sostenibilità è ampiamente riconosciuta dal settore privato come un approccio irreversibile e necessario per favorire la competitività e la resilienza sui mercati e nel lungo periodo, ha dichiarato Marco Frey, Presidente UN Global Compact Network Italia. Le aziende hanno sempre più il ruolo di generare cambiamento e il loro potenziale di contribuire a migliorare il benessere dei cittadini, delle comunità e dell'ambiente circostante. Tuttavia, la scarsità di metodologie e tecniche condivise di valutazione dell'impatto delle imprese sullo sviluppo sostenibile è percepita come una delle barriere strutturali al raggiungimento degli SDGs».

Da dove cominciare per le aziende che vogliono intraprendere questo percorso virtuoso come opportunità di cambiamento e crescita globale?

Il primo passaggio è quello di introdurre e presidiare i diritti umani essenziali in ogni ambito di lavoro, fermando i casi di corruzione e lavorando per rendere la comunicazione sempre più trasparente.

Questo comporta anche un dialogo con i

partner e i fornitori per rendere la catena di produzione efficace, ma anche soddisfacente in termini di condizioni di lavoro e di retribuzione per i lavoratori.

Altro tasto dolente su cui lavorare è la promozione dell'equilibrio uomo-donna non solo come presenza in azienda, ma anche come retribuzione e possibilità di crescita. Il tema rimane ancora uno tra i più difficili da risolvere per le difficoltà connaturate con il ruolo femminile di gestore di gran parte delle incombenze familiari che rendono difficile trovare un equilibrio tra vita privata e carriera professionale.

L'aspetto ambientale pesa tanto quanto quello sociale: avviare la transizione energetica e strutturarla con azioni concrete, passa sia dalle piccole scelte quotidiane, come fornitori di energie provenienti da fonti rinnovabili, ma richiede anche la capacità di progettare il futuro con consapevolezza, soprattutto nella produzione e smaltimento dei rifiuti e nell'impatto generato dalle costruzioni.

Le parole chiave sono "recupero" e "circularità": un nuovo modo di pensare il prodotto fin dall'inizio, concentrandosi non solo sul suo utilizzo, ma sulla sua vita fino ad arrivare al momento dello smaltimento.

Infine i processi di potere e organizzazione, a cui è richiesto di essere più rappresentativi e trasparenti, sono il traguardo per completare la transizione verso un modello di sostenibilità rispettoso di tutti gli SDGs, ovvero i goal dell'azienda 2030.

L'attività di formazione e sensibilizzazione è necessaria per fare in modo che il cambiamento non sia solo una scelta di marketing.

L'SDG Forum 2023 è stato organizzato con il supporto di Edison e Irritec. L'iniziativa ha ottenuto il Patrocinio dell'Assemblea Regionale Siciliana, della Regione Siciliana Presidenza, della Città di Palermo, di Sicindustria e dell'Università di Palermo.

L'UNIVERSITÀ TELEMATICA

Il "brand" Campus offre la propria esperienza a Sciacca formazione all'altezza della sfida contro la disoccupazione

GIUSEPPE RECCA

Il Gruppo Multiversity arricchisce la sua presenza su tutto il territorio siciliano e apre una nuova sede d'esami Pegaso a Sciacca. Alla cerimonia, nei giorni scorsi, sono intervenuti l'assessore comunale alle Attività produttive Francesco Dimino, il presidente provinciale di Concommercio, Giuseppe Caruana, il capo area Sicilia e Calabria del gruppo Multiversity, Giacchino Scrimali, il direttore sedi e poli territoriali del gruppo Multiversity, Gerlando Montante.

Insieme a Mercatorum e San Raffaele Roma, Pegaso fa parte del gruppo che in Italia occupa il primo posto nel settore dell'Education, con 72 percorsi di laurea, oltre 300 Master, un ente di certificazione Certipass, una coding factory Aulab, e una società con il Gruppo 24 Ore, "Sole 24 Ore Formazione", scuola di eccellenza nell'Executive Education.

Responsabile della sede d'esami di Sciacca è Calogero Colletti, un giovane manager che alcuni anni fa è entrato con determinazione nel mondo della formazione digitale, oggi ritenuta volano per lo sviluppo: «Tra le bellezze, la storia e la cultura di Sciacca - dice

il responsabile della sede d'esami Calogero Colletti - oggi c'è anche l'Università. La nostra sede sarà anche un centro di incontri, di confronti e di iniziative per la crescita culturale ed economica del territorio».

La digitalizzazione in Italia è notevolmente ritardata, influenzata dalla particolare situazione



geografica del Paese. L'80% della popolazione risiede in Comuni con meno di 100 mila abitanti, portando al 60% degli studenti fuori sede, evidenziando la necessità di un approccio più accessibile all'istruzione. Rispetto ad altri Paesi europei come la Spagna, l'Italia registra una penetrazione online inferiore del 40%, sottolineando la necessità di accelerare l'adozione delle tecnologie digitali nell'educazione. Sono fenomeni che minano il potenziale di crescita del Paese e che

impongono l'urgenza di affrontare la divaricazione tra le esigenze di formazione e la realtà educativa attuale. «Stiamo lavorando in modo intenso per portare l'università nei territori - ha commentato Gerlando Montante - crediamo fermamente in un progetto che fornisce un'offerta didattica di alta qualità e accessibile a tutti, grazie alla forza dell'innovazione digitale».

Multiversity eroga i corsi attraverso una piattaforma tecnologica proprietaria, che sviluppa contenuti digitali prodotti internamente. A questo si aggiunge una capilazione

sull'intero territorio nazionale che si concretizza in quasi sedi d'esame e 1000 centri di orientamento. «L'Italia - aggiunge Montante - si trova attualmente in una posizione critica rispetto alla digitalizzazione e all'istruzione, dobbiamo colmare un gap educativo e per questo l'imperativo è costruire un ponte attraverso la formazione digitale. Solo attraverso investimenti mirati e strategie innovative sarà possibile affrontare le sfide attuali e preparare la popolazione i-

taliana per un futuro sempre più digitale e competitivo nell'arena globale».

Dai dati statistici emerge che l'Italia registra un triste primato con il 27% di Neet, giovani che non lavorano e non studiano. Inoltre, solo il 10% degli studenti italiani è iscritto a università digitali, mentre la media europea supera il 20%, mentre rispetto ad altri Paesi europei come la Spagna, l'Italia registra una penetrazione online inferiore del 40%: «Sono numeri - ci dice Giacchino Scrimali - che ci indicano come occorre in tempi rapidi promuovere l'istruzione online per raggiungere un numero maggiore di studenti ed adottare tecnologie digitali nell'educazione». La value proposition del Gruppo Multiversity si articola attorno all'accessibilità e all'inclusione. Attraverso la piattaforma digitale più evoluta del mercato, competenze accademiche d'eccellenza e una visione manageriale avanzata, il Gruppo si propone di democratizzare l'accesso al sapere, alla tecnologia e al mondo del lavoro. La diversificazione in tre Atenei digitali e tre Società specializzate evidenzia un approccio completo alla formazione, rispondendo a fabbisogni differenziati.