ITALIAN BUSINESS & SDGs ANNUAL FORUM

25-26 settembre 2016
Venezia

Global Compact Network Italia

IL PROGRAMMA DEL FORUM

Il Forum ha preso avvio la sera del 25 settembre con una ***NETWORKING DINNER*** ospitata presso la prestigiosa sede storica dell'Università Ca' Foscari Venezia. Il giorno successivo, presso la VIU - Venice International University - l'incontro si è sviluppato in due sessioni. La prima, gestita utilizzando come modalità di lavoro **l'OPEN SPACE TECHNOLOGY**, è stata dedicata a raccogliere idee e proposte sul contributo delle imprese a supporto degli SDGs nei prossimi anni.

La seconda, gestita con la metodologia del **PRO-ACTION CAFÉ**, è stata dedicata ad approfondire quello che la Fondazione potrebbe fare nei prossimi anni per sostenere lo sforzo delle imprese sugli SDGs.

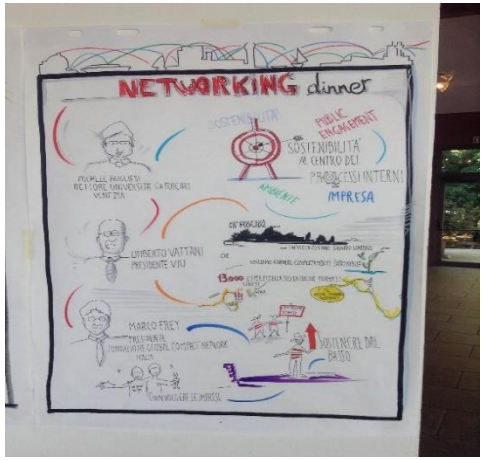
I lavori sono stati progettati e gestiti dalla Fondazione Global Compact Network Italia in collaborazione con Gerardo de Luzenberger e il suo team. Per la gestione del workshop è stata utilizzata la tecnologia di STORMZ.

Il Forum è stato organizzato in collaborazione con la VIU - Venice International University - e Università Ca' Foscari Venezia e grazie al supporto di FriulAdria e Edison.

LA NETWORKING DINNER

SALUTI INTRODUTTIVI

- Michele Bugliesi, Rettore - Università Ca' Foscari
- Umberto Vattani, Presidente - Venice International University
- Marco Frey, Presidente - Fondazione Global Compact Network Italia
- Chiara Mio, Presidente - Friuladria
- Francesca Magliulo, Sustainability Manager - Edison
- Carlo Giupponi, Dean - Venice International University
- Fabio Pranovi, Delegato alla sostenibilità - Università Ca' Foscari

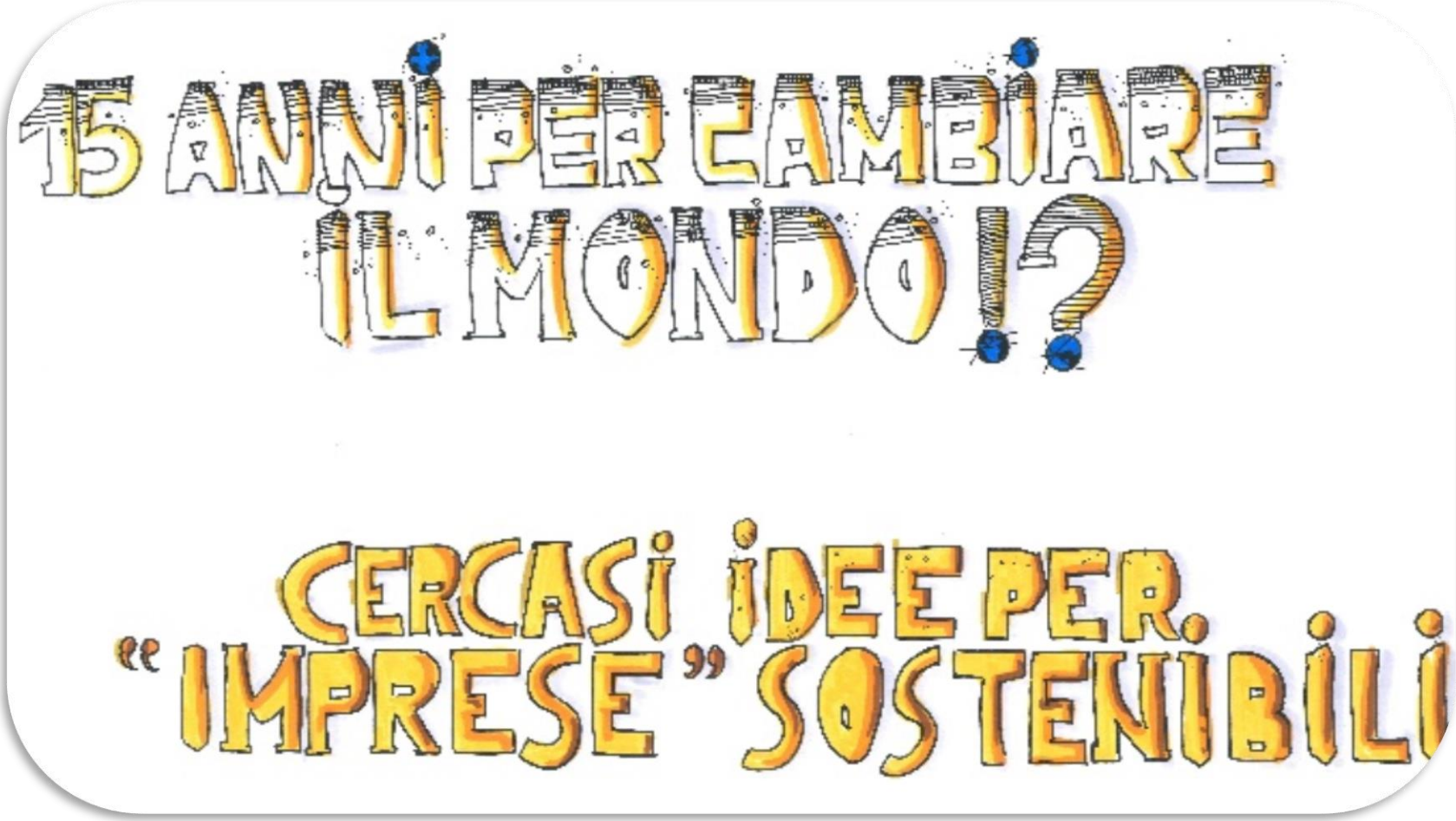


LA NETWORKING DINNER

TRE DOMANDE DI AVVIO DEL FORUM

1. Quale tra gli SDGs avrà un ruolo fondamentale per il successo della vostra organizzazione nel lungo periodo?
2. Quale tra gli SDGs offre opportunità concrete di azione immediata alla vostra organizzazione?
3. Qual è la sfida principale che la vostra organizzazione deve vincere per contribuire al raggiungimento degli SDGs?

OPEN SPACE


15 ANNI PER CAMBIARE IL MONDO!?
CERCASI IDEE PER "IMPRESE" SOSTENIBILI

OPEN SPACE: PROGRAMMA

La prima sessione del Forum è stata dedicata, con una discussione aperta organizzata secondo la tecnica dell'Open Space Technology, a raccogliere idee e proposte su come sostenere il lavoro delle imprese sugli SDGs. Dopo una breve introduzione ai lavori, i partecipanti hanno costruito il programma di una serie di sessioni parallele che hanno poi gestito in completa autonomia. Una breve sintesi dei risultati di queste sessioni è stata raccolta dagli organizzatori e viene esposta nel seguito di questo report. In conclusione dei lavori i partecipanti hanno espresso una serie di commenti sui lavori della mattina e sui risultati raggiunti.

L'Open Space Technology è una metodologia, nata dall'intuizione di Harrison Owen, che ha rivoluzionato il modo di condurre incontri, conferenze e forum trasformandoli in veri e propri laboratori in cui tutti i partecipanti possono, se lo vogliono, essere protagonisti.

OPEN SPACE: AVVIO DEI LAVORI

OPEN SPACE: TEMI DI DISCUSSIONE

1. SINERGIE E FORME DI COLLABORAZIONE TRA IMPRESE E SOCIETÀ CIVILE
2. CIRCULAR ECONOMY SFIDA O "FREGATURA"?
3. COME FAR DIVENTARE GLI SDGs UN DRIVER DI CRESCITA ECONOMICO-FINANZIARIA PER LE IMPRESE
4. CHE SIGNIFICA TURISMO SOSTENIBILE? COME SI FA?
5. FORUM MEDITERRANEO RESPONSABILITÁ SOCIALE
6. NUOVI PARADIGMI DI BUSINESS
7. COME INVESTIRE NELLE NUOVE GENERAZIONI
8. COME CREARE CONSAPEVOLEZZA SUGLI SDGs
9. COME GARANTIRE L'ENDORSEMENT DEL TOP MANAGEMENT SUI TEMI DI SOSTENIBILITÀ
10. COME COINVOLGERE LE PMI E I FORNITORI
11. COME FAVORIRE L’INCONTRO TRA DOMANDA E OFFERTA DI PRODOTTI PIÙ SOSTENIBILI AMBIENTALMENTE E SOCIALMENTE
12. COME INCLUDERE GLI UTENTI (OGGI CITTADINI-CONSUMATORI/COMUNITÀ ATTIVE) PER INNOVARE I MODELLI DI BUSINESS

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

1.SINERGIE E FORME DI COLLABORAZIONE TRA IMPRESE E SOCIETÀ CIVILE

COSA CI SIAMO DETTI

♦Difficoltà a costruire una relazione efficace per via di linguaggi e punti di partenza diversi ♦Necessario uno sforzo da entrambi i lati: da una parte, le imprese sono chiamate a superare la logica di relazione con le organizzazioni della società civile fondata prettamente sulle donazioni, dall'altra, a queste ultime, è richiesto un impegno maggiore nel comunicare meglio come le aziende potrebbero contribuire in termini di knowledge sharing ♦Utile trovare delle modalità attraverso le quali individuare il valore che un rapporto di partnership con le organizzazioni della società civile genera per l'azienda ♦Assenza di un framework istituzionale nell'ambito del quale inserire sinergie e collaborazioni tra aziende e organizzazioni della società civile ♦La mancanza di consapevolezza riguardo gli SDGs porta a un basso impatto mediatico, bassa awareness dei dipendenti e poco commitment del top management ♦Il tessuto delle PMI possiede poca cultura in tema di sostenibilità (mancanza di risorse ma anche problema culturale)

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

COSA PROPONIAMO

1. Realizzazione di azioni di educazione, educazione e change management rispetto alle sinergie tra i due "mondi"
2. Superare la logica delle donazioni e sponsorizzazioni e attivare partnership concrete nella progettazione e realizzazione di iniziative comuni dove ogni parte può apportare le proprie competenze
3. Attivare processi di reporting e comunicazione congiunti tra imprese e società civile evidenziando l'impatto sociale creato attraverso la partnership
4. Migliorare la comprensione dell'altro: le aziende nel comprendere la mission delle organizzazioni della società civile, queste nel comprendere che la partnership deve inserirsi in una logica di strategia aziendale
5. Realizzazione di una mappatura e di un database delle aziende, delle organizzazioni della società civile e delle realtà facilitatrici (Fondazione Global Compact Network Italia): chi, su quali SDGs, dove, con che azioni
6. Istituzione di un tavolo permanente di confronto tra imprese e organizzazioni della società civile

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

REFERENTE
Luca Burinato - SOLETERRE

PARTECIPANTI
Cristina Viale - AIESEC ITALIA; Giulio Lo Iacono - ASVIS; Marian de Bruijn - UNICRI; Flaminia Battistelli - IDLO; Laura Bezzi - GSE; Alessandro Pellini - GSE; Lucia Pasquadibisceglie - AVANZI; Giovanni Pizzochero - AVANZI; Benedetta Celata - SOGIN; Ilario Gavioli - INTESYS; Licia Veronesi - INTESA SANPAOLO; Luigi di Marco - AIAS; Filippo Bocchi - HERA; Barbara Morgan - ASSICURAZIONI GENERALI; Ilaria Pais - FONDAZIONE ENI ENRICO MATTEI; Flaminia Tozzoli - PHILIP MORRIS ITALIA; Francesca Magliulo - EDISON; Valentina Lucchini - EDISON; Arnoldo Schoch - ERACLYA; Andrea Berro - SAN SERVOLO SERVIZI METROPOLITANI

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

2.CIRCULAR ECONOMY SFIDA O "FREGATURA"?

COSA CI SIAMO DETTI

♦La Circular Economy rappresenta una sfida e non una fregatura nel momento in cui riusciamo ad ottenere un sistema win-win azienda e consumatore ♦L'azienda farà prodotti sempre più riciclati e riciclabili nel momento in cui il consumatore finale riuscirà ad attribuire un valore economico a tali aspetti ♦Oggi acquisti "sostenibili" sono premiati solo da chi ha un'elevata responsabilità individuale sul tema sostenibilità. Lo stesso vale per la vita dei prodotti, il consumatore deve riconoscere il costo superiore ♦L'altro aspetto prioritario è la questione normativa legata alla definizione di rifiuto. Questo ora limita la possibilità da parte di una azienda di richiedere scarti e fare nuovi prodotti poiché in questo caso diventano gestori di rifiuti ♦Attenzione alla questione posti di lavoro: produrre prodotti più duraturi vuol dire produrre meno, meno dipendenti, questi dovranno essere mantenuti con la creazione della catena del riciclo e recupero nell'ambito della ricerca ed innovazione ecc.

COSA PROPONIAMO

1. IVA agevolata per i prodotti che garantiscono più lunga durata o che siano prodotti con il riciclo ecc.
2. Internalizzare il costo ambientale
3. Permettere e agevolare la gestione del ritiro del prodotto da parte delle aziende
4. Obbligare con la normativa all'aumento dei costi dei prodotti non sostenibili

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

REFERENTE
Petra Scanferla - UNIVERSITÀ CA' FOSCARI

PARTECIPANTI
Tommaso De Luca - LUCART; Stefano Brown - IKEA; Maria Mazzei - UNITALIA; Luca Grassi - MATTM

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

3. COME FAR DIVENTARE GLI SDGs UN DRIVER DI CRESCITA ECONOMICO FINANZIARIA PER LE IMPRESE

COSA CI SIAMO DETTI

♦Il coinvolgimento del top management passa per la creazione di valore aggiunto ♦ L'importanza di fare focus anche sul micro e non solo sul macro: i manager sono affascinati dai grandi progetti ma anche i micro comportamenti generano impatti rilevanti ♦Finanziare la sostenibilità: rilevanza dell'investimento sostenibile come potenziale mercato, i fondi di private equity come selezionano cosa finanziare? Ancora sull'importanza dei finanziatori, come rendicontare e misurare? ♦SDGs come gestione del rischio abbinata ad una visione di lungo termine ♦ Sostenibilità sociale nella fase di produzione e poi nella filiera del consumo ♦Come comunicare iniziative che già sono sviluppate dalle aziende per generare crescita? ♦Superamento dei limiti del modello certificazione volontaria sul tema della sostenibilità, gli SDGs possono essere un modello alternativo? ♦Importanza della formazione sulla sostenibilità in azienda. Il cambiamento culturale interno: come valorizzare le best practices già attivate ma non formalizzate? Ancora sulla sostenibilità all'interno delle strategie aziendali: quale è il ruolo del CSR Manager a supporto delle decisioni strategiche? Come misurare l'EBIT generato per coinvolgere il Top Management? ♦Poca attenzione delle istituzioni territoriali ai temi della sostenibilità ♦CSR pervasiva e non limitata ad alcune funzioni ♦Dimostrare la convenienza nel lungo ma anche nel breve periodo

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

♦Banca impatto diretto ma il core è sugli impatti indiretti, aziende dovrebbero comunicare meglio, le banche, specie al livello periferico, devono leggere meglio i progetti ♦SDGs rispetto agli MDGs sono driver crescita, esempio rinnovabili e accesso all'energia ♦Individuare e circoscrivere non solo elementi di crescita ma anche risparmio di costi ♦MBO più "fantasiosi" ♦Rapporto breve/lungo periodo: riduzione dell'orizzonte temporale nelle scelte di sostenibilità che per loro natura sono a lungo termine

ELEMENTI DI SINTESI

- Il commitment è sicuramente un obiettivo, cosa facciamo per raggiungerlo?
- Il rischio è l'elemento che, se correttamente gestito, può essere una variabile importante nella scelta di perseguire gli SDGs
- La questione medio-lungo periodo è irrisolvibile, la convenienza economica della sostenibilità è uno dei fattori di successo e consente anche il coinvolgimento del middle management
- Emergono 4 argomenti fondamentali: integrazione, misurazione, finanza/investimenti, comunicazione di quanto viene svolto (rispetto agli SDGs)

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

COSA PROPONIAMO

1. Integrazione della sostenibilità nelle strategie di business e di innovazione, collocare correttamente l'area CSR, sviluppare piani di medio lungo periodo
2. Misurazione per obiettivi, analisi costi benefici e gestione del rischio
3. Finanza e investimenti, evidenziazione del rischio, necessità di essere accountable per ingaggiare gli investitori
4. Comunicazione interna ed esterna basata sugli SDGs per valorizzare le buone pratiche già svolte e per costruirne di nuove

REFERENTE
Domenico Antonelli - FONDAZIONE GCNI

PARTECIPANTI
Marco Montanini - PWC; Sebastiano Renna - SEA; Gloria Zavatta - EXPO 2015; Francesco Bicciato - FORUM PER LA FINANZA SOSTENIBILE; Giulia Cosulich - SCS CONSULTING; Luana La Bara, UNIVERSITÀ TOR VERGATA; Roberta La Vecchia - BENETTON; Lucio Della Pozza - ANTEO; Pulcini Massimo - ILLY CAFFÈ; Karim Bruneo - WHIRPOOL; Tommaso Focardi - GRUPPO VERITAS; Guglielmo Grosso - FIORITAL; Tiziana Ammendola - PHILIP MORRIS ITALIA; Romina Noris - FREELANCE; Vittorio Biondi - ASSOLOMBARDA; Giacomo Cosimo Befo - TIM; Marco Frey - FONDAZIONE GCNI; Giovanna Zacchi - BPER; Sabrina Bandera - EUPOLIS LOMBARDIA; Andrea Valcalda - ENEL

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

4. CHE SIGNIFICA TURISMO SOSTENIBILE? COME SI FA?

COSA CI SIAMO DETTI

♦Capacità di carico dei territori punto di partenza o di arrivo? Musealizzare i centri storici o valutare l'impatto ambientale dei flussi? Carbon footprint o piuttosto ecological footprint come indicatore? ♦Impatto sulla risorsa che ha attirato il turismo ♦Il valore del patrimonio culturale sta nella fedeltà all'originale? ♦Quale è il ruolo dell'educazione? Aumentare la consapevolezza della necessità di un comportamento responsabile su tutti gli attori della filiera, turista incluso ♦In che modo l'infrastrutturazione e la progettazione dei servizi turistici condiziona la sostenibilità turistica ♦Green procurement e certificazione edifici, ristorazione, accoglienza? Venezia ha un sistema di autocertificazione (Venezia sostenibile). Problema della moltiplicazione delle certificazioni ♦Fenomeno dell'associazionismo dei viaggiatori su tematiche di sostenibilità ♦Energia e settore turistico: energie rinnovabili + efficientamento. Come togliere l'idea che investire in sostenibilità significhi aumentare i costi? ♦Da dove partiamo? Caratterizzazione dei territori. Impronta ecologica e gap quanto è l'ammontare massimo di turismo che possono assorbire? E quanto è l'ammontare minimo di cui abbiamo bisogno? Come segmentiamo il turismo in modo da distribuire i flussi? Come bilanciare le condizioni di sostenibilità di territorio con quelle di imprese e singole istituzioni? ♦L'importanza della legalità. Il problema dei lavoratori stagionali. Sostenibilità interna e nei confronti dei clienti ♦Il turismo è un settore con un impatto economico enorme al livello mondiale → è tutt'altro che irrilevante occuparsene. Se tutti viaggiassero per turismo, l'impatto sarebbe devastante. Le forme low-cost di viaggio sono più o meno impattanti dei chilometri zero?

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

COSA PROPONIAMO

1. Analisi dei flussi turistici seguendo il ciclo dell'esperienza di visita
2. Caratterizzazione delle filiere sia di fornitura dei servizi sia di turismo
3. Promozione di politiche di territorio che dimostrino il vantaggio per gli operatori di mettere in atto politiche sostenibili

REFERENTE
Paola Dubini - UNIVERSITÀ BOCCONI

PARTECIPANTI
Martina Gonano - CA' FOSCARI; Alessandro Costa - VIU; Laura Savoia - EDISON

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

5. FORUM MEDITERRANEO RESPONSABILITÁ SOCIALE

COSA PROPONIAMO

1. Laboratori territoriali per networking
2. Rating di legalità
3. Supply-chain program
4. Scambio buone prassi

REFERENTE
Raffaella Papa - SPAZIO ALLA RESPONSABILITÀ

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

6. NUOVI PARADIGMI DI BUSINESS

COSA CI SIAMO DETTI

♦Cambio paradigma e dello scopo di business = creazione di valore ♦La sfida principale è il riconoscimento di questo valore da parte di tutti gli stakeholder

COSA PROPONIAMO

1. Aziende: avere un "piano unico" che integra il valore (ambientale/ sociale, non solo economico) nella strategia. Questo può essere un elemento di differenziazione nel mercato e creare una "massa critica" dentro l'azienda, con partner e fornitori, e esternamente nel settore
2. Coinvolgere lo Stato/le istituzioni, per semplificare la burocrazia e/o creare agevolazioni o incentivi, con l'occhio sempre al bene comune

REFERENTE
Julia Sherbakov - Expedia

PARTECIPANTI
Fabrizio Prevarin - FRIULADRIA; Gianfranco Altafin - FRIULADRIA; Antonella Pinto - GRUPPO AUTOGRILL; Davide Libralesso - FONDAZIONE ETIMOS

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

7. COME INVESTIRE NELLE NUOVE GENERAZIONI

COSA CI SIAMO DETTI

♦Oltre costo/beneficio: formazione → accademia e scuola; peer to peer ♦GAP tra domanda ed offerta

COSA PROPONIAMO

1. Goal educazione di qualità next generation
2. Coordinamento strutturato tra diversi attori: imprese, società civile, istituzioni
3. Focus su raggio d'azione
4. Sharing
5. Scaling up
6. Mapping issues, solutions, etc
7. Consulting under 18
8. Advocacy/peer to peer

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

REFERENTE
Daniela Fiorentino - UNICEF

PARTECIPANTI
Lorenzo Mattarolo - POLITECNICO MILANO; Patricia Navarra - ENEL; Guido Zilli - GRUPPO DANI; Manuela Baudana - A2A; Frenc Snezana - SOLETERRE

8. COME CREARE CONSAPEVOLEZZA SUGLI SDGs

COSA CI SIAMO DETTI

♦ASVIS → Report: presentazione mercoledì alla Camera ♦CA' FOSCARI → Sviluppo sostenibile poco attrattivo per studenti ♦IDLO → SDG16 Promozione Stato di Diritto e Giustizia + Bassi Investimenti + Accesso Giustizia ♦BENETTON → SDG5: Women empowerment – promozione dei diritti della donna, Program UN + locale ♦SEA→ Non ancora impegni ufficiali ma diverse attività CSR ♦Impact Investing: Attenzione ad interventi che creano condizioni per il miglioramento (strutturali) ma focus per creare un environment sostenibile e nuove imprese sostenibili (KENYA → AZIENDA ACQUA POTABILE) ♦UNICRI → Mappatura + progetti sulla sicurezza SGD5 – SDG12 – SDG13 ♦AIESEC → Global Volunteer → Scambi internazionali in uscita – awareness nei giovani (18-30 anni) ♦ENEL → SDG 7, impegno pubblico + SDG 13 impatto futuro con target specifici SDG 8 e SDG 4 educazione dei giovani

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

COSA PROPONIAMO

1. Sinergia mondo accademico attraverso docenze
2. Coinvolgere i MEDIA per toccare tutti i target
3. Insegnamento nelle scuole elementari sui target SDGs
4. Sinergia strategica per aumentare la consapevolezza su tre livelli: locale, nazionale, internazionale
5. AZIENDA ←→ STUDENTI per creare consapevolezza sugli SDGs
6. SDGs generali a primo impatto → collegare i target SDGs ai problemi

REFERENTE
Cristina Viale - AIESEC Italia

PARTECIPANTI
Giulio Lo Iacono - ASVIS; Federica De Marco - UNIVERSITÀ CA' FOSCARI; Marian de Bruijn - UNICRI; Roberta Lavecchia - BENETTON; Patricia Navarra - ENEL; Flaminia Battistelli - IDLO; Sebastiano Renna - SEA

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

9. COME GARANTIRE L'ENDORSEMENT DEL TOP MANAGEMENT SUI TEMI DI SOSTENIBILITÀ

COSA CI SIAMO DETTI

♦Metrica misurazione business di riferimento - chi si occupa di sostenibilità deve avere un posto nel definire la strategia del business ♦Necessità di un framework di riferimento in cui incasellare le attività già in essere, discrepanza con obiettivi a breve termine del business

COSA PROPONIAMO

1. Creare una cultura comune di impresa - un unico sistema valoriale condiviso all'interno dell'impresa, accettato da top management
2. Valutazione delle performance dei membri del management su questi temi (obiettivi quantificabili)
3. Riconoscimento del valore delle attività svolte attraverso strumenti di misurazione

REFERENTE
Tiziana Ammendola - PHILIP MORRIS ITALIA

PARTICIPANTI
Karim Bruneo - WHIRPOOL ITALIA; Lucia Pasquadibisceglie - AVANZI; Vittorio Biondi - ASSOLOMBARDA; Lorenzo Mattarolo - POLITECNICO MILANO; Guglielmo Grosso - FIORITAL; Massimo Pulcini - ILLY CAFFÈ; Tommaso Focardi - GRUPPO VERITAS; Alessandro Pellini - GSE; Julia Sherbakov - EXPEDIA; Flaminia Tozzoli - PHILIP MORRIS ITALIA

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

10. COME COINVOLGERE LE PMI E I FORNITORI

COSA CI SIAMO DETTI

♦Come tirare a bordo fornitori? Riposizionamento in logica win-win: partnership con condivisione del vantaggio ottenuto, es. terre da scavo (riciclo) ♦Catena del valore: a monte tutte le realtà dovrebbero coinvolgere clienti e fornitori ♦Il codice appalti aiuta ♦Rating legalità: collaborazione con AGCM e ANAC, usato anche come strumento premiale ♦Le PMI fanno sostenibilità inconsapevolmente, l'esperienza delle grandi imprese andrebbe passata alle piccole ♦Forte tema cultura interna → Fondamentale coniugare core business con SDGs

COSA PROPONIAMO

1. Chiarire strategie per avere scenario medio/lungo periodo
2. Creare tavoli orientati alle soluzioni win-win, mettendo anche sul tavolo industry 4.0
3. Politica di credito al livello indiretto
4. Definire standard e regole per la selezione dei fornitori
5. Report di sostenibilità semplificato per PMI, es. COP del UN Global Compact, importante comunque per garantire la consapevolezza prima dell'impegno, es. Report n.0 per fare strategie coerenti col business e inoltre si devono misurare l'impatto e i risultati
6. Con specifico riferimento alle banche: sfruttare possibilità offerte dal rating legalità

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

REFERENTE
Marco Frey - FONDAZIONE GCNI

PARTICIPANTI
Filippo Bocchi - GRUPPO HERA; Maria Mazzei - UTILITALIA; Romina Noris – FREELANCE; Petra Scanferla - UNIVERSITÀ CA' FOSCARI; Antonella Pinto - GRUPPO AUTOGRILL; Giovanna Zacchi – BPER; Ilario Gavioli - INTESYS; Lucio Dalla Pozza - ANTEO; Alberto Domini; Raffaella Papa - SPAZIO ALLA RESPONSABILITÀ; Marco Montanini - PWC

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

11. COME FAVORIRE L'INCONTRO TRA DOMANDA E OFFERTA DI PRODOTTI PIÙ SOSTENIBILI AMBIENTALMENTE E SOCIALMENTE

COSA CI SIAMO DETTI

♦La pubblica amministrazione può fare da volano ma le obbligatorietà sono partite ora e forse non c'è abbastanza offerta per tutte le PA ♦Come garantire acquisti green social CAM per privati e innovazione di prodotto in ottica di sostenibilità coinvolgendo il consumatore? ♦Alcuni prodotti non sono intrinsecamente sostenibili e sono difficilmente comunicabili come sostenibili: LCA è sufficiente? Ecological footprint? I CAM sono molto ampi e certificazioni come ecolabel non danno vantaggio competitivo perché troppo ampie e concesse a tutti. Ecolabel è anche molto burocratizzato ♦Attenzione dei clienti è molto sull'organizzazione (avere certificazione, fare il bilancio di sostenibilità), si sta ragionando su una certificazione per l'impronta ecologica, sociale, etc. ma questo sforzo difficilmente viene premiato dalle imprese che acquistano. Si può cercare di arrivare al consumatore finale (etichette)♦Si possono sviluppare partnership ma l'impresa poi si sente legata ♦Le certificazioni aiutano ma hanno troppi limiti e dovrebbero essere soprattutto sui prodotti non sull'azienda ♦La grande distribuzione non tiene conto delle percentuali di prodotti che vende ♦Certificazioni a volte non tengono dentro tutte le caratteristiche richieste ♦Filiere corte sono garanzie di sostenibilità

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

COSA PROPONIAMO

1. Costruire una definizione dei CAM più multi-stakeholder che coinvolga i consumatori e tenga conto dell'evoluzione del concetto di sostenibilità e della diversità nei vari settori
2. Criteri premiali nei capitolati per i prodotti con caratteristiche green e social da diffondere al privato
3. LCA può essere un sistema migliore e più oggettivo per descrivere la sostenibilità ecologica del prodotto rispetto ai CAM
4. Partnership che danno la possibilità di presentarsi come filiera di prodotti e fare comunicazione di questo
5. Fare una comunicazione efficace verso le imprese e verso i consumatori

REFERENTE
Gloria Zavatta - EXPO 2015

PARTICIPANTI
Francesco Bicciato - FORUM PER LA FINANZA SOSTENIBILE; Licia Veronesi - INTESA SANPAOLO; Arnoldo Schoch - ERACLYA; Martina Gonano - UNIVERSITÀ CA' FOSCARI; Davide Libralesso - FONDAZIONE ETIMOS; Giulia Cosulich - SCS CONSULTING; Luca Grassi - MATTM; Tommaso De Luca - LUCART; Guido Zilli - GRUPPO DANI

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

12. COME INCLUDERE GLI UTENTI (OGGI CITTADINI-CONSUMATORI/COMUNITÀ ATTIVE) PER INNOVARE I MODELLI DI BUSINESS

COSA CI SIAMO DETTI

♦Come includere gli stakeholder? ♦Difficoltà nel percepire una progettualità propria, proveniente dall'esterno. Ci sono casi in cui l'azienda si fa promotrice di incontri di ascolto programmati, per comprendere il territorio (es. A2A). Il problema è come dar piedi a progettualità comune e trovare insieme soluzioni

COSA PROPONIAMO

- Nuove soluzioni che siano di vera Creazione di Valore Condiviso
- Problema primario: andare oltre la stakeholder consultation così come pensato finora. Dopo la matrice di materialità come innescare una compartecipazione alla produzione di beni/servizi? È necessario il ruolo di un soggetto facilitatore
- Soluzioni co-create: valorizzare la conoscenza e il know-how della società civile per incentivare la costruzione di risposte da parte dell'impresa. Partire dalla materialità, ascolto e consultazione, individuare obiettivi comuni e co-produrre risposte, grazie al supporto di soggetti aggregatori e facilitatori. È importante che l'impresa si faccia carico anche del seguito degli investimenti, seguendo attivamente il processo di creazione di sviluppo e di valore

OPEN SPACE: SINTESI DELLA DISCUSSIONE

REFERENTE
Ilaria Pais - FONDAZIONE ENI ENRICO MATTEI; Alessandro Costa - VIU

PARTICIPANTI
Laura Savoia - BOCCONI E EDISON; Valentina Lucchini - EDISON; Benedetta Celata - SOGIN; Andrea Berro - SAN SERVOLO SERVIZI METROPOLITANI; Barbara Morgan - ASSICURAZIONI GENERALI; Manuela Baudana - A2A; Stefano Brown - IKEA; Giovanni Pizzochero - AVANZI; Giacomo Cosimo Befo - TIM; Luigi Di Marco - AIAS; Daniela Fiorentino - UNICEF

OPEN SPACE: COMMENTI CONCLUSIVI

A chiusura dei lavori è stato chiesto ai partecipanti di fare un commento sui lavori della mattina ("Cosa ti porti a casa dai lavori di questa mattina"?). Ecco ciò che hanno indicato:

- Il polso della situazione sullo stato di comprensione del valore della sostenibilità nelle imprese italiane
- Concretezza e condivisione, il network del Global Compact può essere vicino come mai alle imprese
- Ottima opportunità di confronto
- Necessità di aumentare la collaborazione tra stakeholder differenti e la comunicazione sugli SDGs in Italia
- Sharing di esperienze da settori differenti, ripasso generale sugli SDGs
- Necessità di attenzione a questioni di contenuto e di processo insieme
- **Networking**
- SDG 17 sinergia
- Spunti da altre realtà di business sulla gestione di problematiche comuni
- Molta voglia di confrontare esperienze e trovare progetti comuni su cui lavorare

OPEN SPACE: COMMENTI CONCLUSIVI

- Novità, confronto, innovativo il modus operandi
- La complessità ma anche l'opportunità della diversità tra i diversi interlocutori
- Il confronto con altre aziende ha permesso di conoscere la situazione attuale e di prendere spunti di riflessione utili al proprio business
- Il Global Compact è una organizzazione con un grande potenziale di impatto. Deve mettere a disposizione strumenti operativi efficaci, favorendo partnership cross settore (vedi TenP) ma anche focus mono settore
- Nuove considerazioni sulla collaborazione con i privati per raggiungere gli SDGs
- Condivisione di esperienze e consapevolezza di sfide comuni
- L'apprendimento di un nuovo metodo di conoscenza e confronto/discussione. La varietà ampia e non facile attuazione di realizzazione degli SDGs
- L'importanza del network nella risoluzione di problemi complessi
- Validissima la Open Space Technology
- Arricchito/a dall'ascolto e condivisione di punti di vista di mondi diversi sul tema della sostenibilità
- Una comunità di valori

OPEN SPACE: COMMENTI CONCLUSIVI

- Mi porto a casa che gli SDGs possono diventare un faro globale per aiutare la PMI a capire che la direzione verso cui andare per esserci nel futuro è la sostenibilità d'impresa
- Idee nuove e punti di vista nuovi
- La consapevolezza che esistono ancora molte barriere...ma se ne parla molto di più
- La riconfermata consapevolezza di un grande gap tra nord e sud sulle tematiche della sostenibilità e della CSR. Urge uno scambio più sinergico e proattivo per stimolare ed accelerare il processo di responsabilizzazione delle PMI nel mezzogiorno
- Idea di sinergia tra le diverse dimensioni, istituzionale, imprenditoriale, società civile e accademici forte e condivisa
- Esperienze diverse, punti di vista convergenti
- Il punto di vista di soggetti, organizzazioni e imprese diverse, sul tema della sostenibilità
- Negoziare è il fattore di successo
- Necessità di continuare a condividere le esperienze
- Maggiore consapevolezza, arricchimento da diversità di prospettive
- Necessità di trovare e condividere metriche di valutazione

OPEN SPACE: COMMENTI CONCLUSIVI

- Una giornata di lavoro nella natura, con scambi di idee e contatti. Esercizio di ascolto
- Condivisione, confronto, co-progettazione
- Importanza del confronto con le istituzioni
- Integrare gli SDGs nel business as usual
- Confronto e sinergie per il raggiungimento degli obiettivi
- Un forte stimolo a trovare soluzioni condivise
- Molto utile lo scambio di esperienze e la possibilità di interagire con un network
- Tutti professionisti del settore sono d'accordo! Ma i concetti non hanno ancora raggiunto una massa critica nelle aziende e col pubblico
- Necessità di accorciare distanza "mondo impresa" e "mondo reale"
- La convinzione che l'unico modo per raggiungere gli SDGs è creare - al livello locale, nazionale e globale – partnership strategiche e creative tra tutti gli attori dello sviluppo: istituzioni, accademia, società civile e settore privato
- La voglia di spingere per la creazione e la moltiplicazione di spazi in cui far crescere il dialogo tra soggetti diversi

OPEN SPACE: COMMENTI CONCLUSIVI

- Rete sinergia unione di prospettive
- Punti di vista diversi e tanti spunti da approfondire
- Obiettivi comuni per progetti impresa - comunità civile
- Co-progettazione
- Sostenibilità come parametro del business plan dei nuovi investimenti
- Confronto di idee, visioni ed esperienze
- Contributi interessanti da professionisti in vari settori
- I tavoli a cui ho partecipato hanno prodotto idee e soluzioni concrete e fattibili

OPEN SPACE: COMMENTI CONCLUSIVI

PRO ACTION CAFÈ

COME LA FONDAZIONE PUÒ ACCOMPAGNARE IL LAVORO DELLE IMPRESE SUGLI SDGs NEI PROSSIMI ANNI?

PRO ACTION CAFÈ: I LAVORI

I partecipanti sono stati invitati, lavorando in piccoli gruppi (max. 4 persone), a rileggere le sintesi delle discussioni fatte nella mattina.

A partire da quelle, sono stati invitati a riflettere su: *Cosa emerge di interessante per le attività della fondazione dall'incontro di questa mattina?* Le indicazioni così raccolte sono state visualizzate e commentate utilizzando una word cloud. Successivamente, pensando alla Fondazione ed alle sue attività, i partecipanti sono stati invitati, sempre lavorando in piccoli gruppi, a ragionare su cosa la Fondazione potrebbe fare di nuovo, dovrebbe continuare a fare, dovrebbe smettere di fare.
Le proposte così raccolte sono state infine votate dai singoli gruppi per assegnare un ordine di priorità.

Il Pro Action Cafè è una tecnica per la gestione di incontri e forum che, a partire da alcune domande particolarmente "importanti", invita i partecipanti a sviluppare delle proposte concrete e realizzabili. Per saperne di più

PRO ACTION CAFÈ: I RISULTATI

1. Cosa emerge di interessante per le attività della Fondazione dall'incontro di questa mattina?

- Ente promotore degli interessi di categoria legati agli obiettivi di sostenibilità interagendo in maniera attiva con le istituzioni nazionali e internazionali (lobby). Es. Direttiva disclosure non financial information
- Creare una piattaforma/mappatura di imprese e ONG su SDGs. Obiettivo facilitare dialogo e definizione strategie/progetti comuni sugli SDGs
- Esigenza di consolidare una comunità professionale che condivida esperienze e approcci
- Occorre lavorare a sistema con gli altri attori: imprese, accademia, istituzioni, NGO, comunità, media
- Usiamo gli SDGs come schema di riferimento per sistematizzare in un'ottica integrata i diversi schemi di certificazione
- Stakeholder engagement che utilizzi soluzioni co-create e co-prodotte con il supporto soggetti aggregatori e facilitatori
- Piattaforma di incontro tra domanda e offerta di soggetti interessati a lavorare su temi comuni (es. ONG e imprese) creando una sorta di agorà di scambio
- Creare degli MBO settoriali ma con riferimenti SDGs
- Condividiamo gli strumenti applicativi disponibili (TenP, SDG Compass, COP per le PMI, sistemi di misurazione e valutazione dell'impatto,…) anche in sinergia con altre organizzazioni
- Incrementare la diffusione della conoscenza di base degli SDGs
- Costruiamo un repertorio di chi opera e cosa fa in questa arena

PRO ACTION CAFÈ: I RISULTATI

- Indicazioni per Fondazione GCNI:
  - comunicazione su due livelli: direzionale (top manager) e alle comunità locali
  - predisporre un modello organizzativo/gestionale per gli SDGs
  - sostenibilità, non solo ambientale
  - approccio normativo >>> comunicazione alle imprese, anche PMI
- Primo tema: necessità del coinvolgimento diretto del top management sia all'interno della struttura aziendale sia in tavoli di lavoro istituzionali
- Secondo tema: necessità di supporto e di incentivi mirati da parte di enti istituzionali e non per affrontare tematiche inerenti alla sostenibilità prevalentemente per le PMI
- Terzo tema: creare una struttura omogenea che coinvolga istituzioni a tutti i livelli e associazioni di categoria con precisi obblighi di servizi e di risultato all'interno della strategia nazionale di sviluppo sostenibile
- È necessario coinvolgere le PMI. GCNI potrebbe pensare a delle formule di premialità da parte delle grandi imprese partner per selezionare le PMI fornitrici più sostenibili offrendo loro la partecipazione al network e supportandole nella crescita di awareness sui temi di sviluppo sostenibile

PRO ACTION CAFÈ: I RISULTATI

- Servirebbero strumenti/meccanismi di dialogo tra i diversi soggetti che possono contribuire concretamente agli SDGs. GCNI potrebbe proporsi come soggetto facilitatore mettendo a disposizione informazioni organizzate (database condiviso) su:
  - aziende che più contribuiscono agli SDGs per settore
  - best practice e risultati
  - potenziali partner della società civile e istituzioni
- Ricercare il commitment: sensibilizzazione peer to peer del top management, sviluppo di metriche di valutazione sul costo del non fare

PRO ACTION CAFÈ: I RISULTATI

2. Pensando ai prossimi anni, quali sono, secondo voi le cose nuove che la fondazione deve fare, quelle che già sta facendo e deve continuare a fare, quelle che forse è il caso di smettere di fare?

COSE NUOVE DA AVVIARE	Voti
FORMAZIONE SUGLI SDGS CON APPROCCIO CONCRETO (IN COLLABORAZIONE CON SOGGETTI PREPOSTI)	17
ELABORARE UNO STRUMENTO SEMPLIFICATO DI ASSESSMENT E RENDICONTAZIONE CHE PARTA DAGLI STRUMENTI ESISTENTI DEDICATO ALLE PMI	9
DIVULGAZIONE ESTESA SUI SDGs	9
SENSIBILIZZARE I MEDIA, IN PARTICOLARE QUELLI ECONOMICI, SUI SDGs E IN PARTICOLARE SUL CONTRIBUTO DELLE IMPRESE	5
PROPORSI COME FACILITATORI, IN PARTICOLARE AGEVOLANDO L'INCONTRO TRA IMPRESE E SOCIETÀ CIVILE (INDIVIDUANDO GLI ATTORI PIÙ ADEGUATI PER SVILUPPARE COLLABORAZIONI E PARTNERSHIP)	4
PROMUOVERE LA CULTURA DEGLI SDGs NEI TAVOLI DI LAVORO GIA ESISTENTI COINVOLGENDO LE PMI CON INCONTRI PUNTUALI A TEMA	4
VETRINA DELLE INIZIATIVE E DELLE ATTIVITÀ GIÀ ESISTENTI VERSO L'ESTERNO DELLA COMUNITÀ	3
TAVOLI DI LAVORO TRA GRANDI IMPRESE E PMI	3
ATTIVITÁ DI SUPPORTO E COMUNICAZIONE SULLE PMI	3
ALLARGARE LA PARTECIPAZIONE ALLA FONDAZIONE IN PARTICOLARE DA PARTE DI PMI	3
SVILUPPARE INIZIATIVE/MODALITÀ PER COINVOLGERE MAGGIORMENTE PA E ISTITUZIONI	3
ATTIVARE UN PROGETTO DI RICERCA O TAVOLO DI LAVORO SUI COSTI DEL NON FARE	3
ATTIVITÀ DI LOBBY E ADVOCACY SU TEMI DI SOSTENIBILITÀ	2
COSTRUIRE UN MODELLO ORGANIZZATIVO PER GLI SDGs	2
REPERTORIO DEGLI ATTORI E DELLE ESPERIENZE	1
SUPPORTARE ATTUAZIONE DIRETTIVA 95/2014 PRESSO LE IMPRESE	1

PRO ACTION CAFÈ: I RISULTATI

COSE DA CONTINUARE	Voti
GIORNATE COME QUELLE ODIERNE (CON OBIETTIVI PROGETTUALI – 10 voti)	16
RAFFORZARE E AMPLIARE IL COINVOLGIMENTO DEI CEO	10
PROSEGUIRE NELLO SVILUPPO DELLA PIATTAFORMA TENP INVESTENDO SULLA FORMAZIONE DEI FORNITORI E SULLA DIFFUSIONE	9
RINFORZARE LA FACILITAZIONE TRA IMPRESE E ISTITUZIONI PER LA DEFINIZIONE DI POLICY CONDIVISE SUGLI SDGs	9
ORGANIZZARE E SISTEMATIZZARE LE ESPERIENZE/BEST PRACTICE D'IMPRESA LEGATE AGLI SDGs	8
FORMAZIONE / GRUPPI DI LAVORO TOP MANAGER SUGLI SDGs	4
CONTINUARE INCREMENTANDO IL DIALOGO MULTISTAKEHOLDER NEL FRAMEWORK DEGLI SDGs	4
GRUPPI DI LAVORO TEMATICI	2
PROPORSI COME FACILITATORE DI DIALOGO E PARTNERSHIP MULTI-STAKEHOLDER	2
PROSEGUIRE NELLE ATTIVITÁ DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT DELLA FGCNI SIMILI ALL'ESPERIENZA ODIERNA	2
RUOLO DI ADVISOR NEI PROGETTI AZIENDALI	1
NETWORKING	0
COMUNICAZIONE COSTANTE E EFFICACE SULLE ATTIVITÀ, PROGRESSI E RISULTATI DI GCNI	0
INCONTRI PAN-EUROPEI SU DIRITTI UMANI	0

COSE DA SMETTERE	Voti
RIVEDERE I GRUPPI DI LAVORO ATTUALI IN OTTICA DEI NUOVI SDGs	12
CHIUDERE I GRUPPI DI LAVORO CHE HANNO ESAURITO IL LORO RUOLO	0
(MERGED) CHIUDERE I GRUPPI DI LAVORO CHE HANNO ESAURITO IL LORO RUOLO	6
INCONTRI DI NETWORK TRA LE SOLITE REALTÀ CHE NON PORTANO A RISULTATI CONCRETI	2

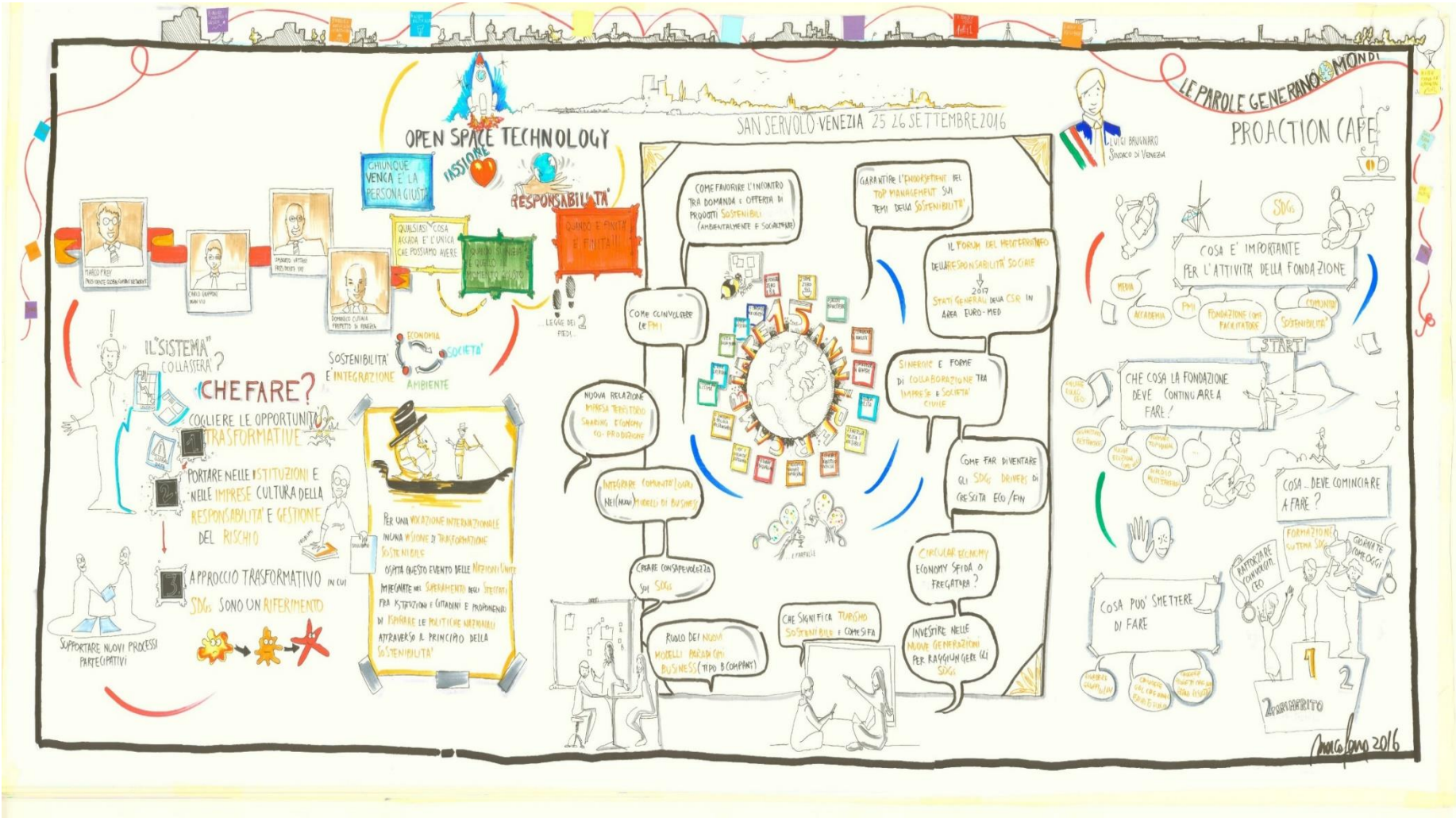
PRO ACTION CAFÈ: I RISULTATI

LE PROPOSTE PIU' VOTATE

FORMAZIONE SUGLI SDGs CON APPROCCIO CONCRETO (IN COLLABORAZIONE CON SOGGETTI PREPOSTI)	17
GIORNATE COME QUELLE ODIERNE (CON OBIETTIVI PROGETTUALI – 10 voti)	16
RIVEDERE I GRUPPI DI LAVORO ATTUALI IN OTTICA DEI NUOVI SDGs	12
RAFFORZARE E AMPLIARE IL COINVOLGIMENTO DEI CEO	10
ELABORARE UNO STRUMENTO SEMPLIFICATO DI ASSESSMENT E RENDICONTAZIONE CHE PARTA DAGLI STRUMENTI ESISTENTI DEDICATO ALLE PMI	9
RINFORZARE LA FACILITAZIONE TRA IMPRESE E ISTITUZIONI PER LA DEFINIZIONE DI POLICY CONDIVISE SUGLI SDGs	9
DIVULGAZIONE ESTESA SUI SDGs	9
PROSEGUIRE NELLO SVILUPPO DELLA PIATTAFORMA TENP INVESTENDO SULLA FORMAZIONE DEI FORNITORI E SULLA DIFFUSIONE	9

PRO ACTION CAFÈ: CHIUSURA

ITALIAN BUSINESS & SDGS ITALIAN FORUM: RIASSUMENDO



RINGRAZIAMENTI

L'evento è stato organizzato dalla Fondazione Global Compact Network Italia in collaborazione con:

Venice International University

Università Ca'Foscari Venezia

e con il supporto di:

FRIULADRIA CRÉDIT AGRICOLE

EDISON

Si ringraziano le autorità Veneziane, e nello specifico il dott. Domenico Cuttaia, Prefetto e il dott. Luigi Brugnaro, Sindaco di Venezia per l'accoglienza e la gradita partecipazione.

La progettazione e gestione del Forum è stata curata da:

gerardo de luzenberger
GENIUS LOCI FACILITATION & DEVELOPMENT

In collaborazione con Workshop Facilitation Solution STORMZ

Photo credit: Marcello Masiero (Venice International University)