Organizzato da

SPINOSI marketing

APTS Agenzia per la Promozione del Turismo Sostenibile POPOLI TERME

In collaborazione con

SDA Bocconi SCHOOL OF MANAGEMENT

SUSTAINABILITY LAB
SUSTAINABLE OPERATIONS AND SUPPLY CHAIN MONITOR

La Sostenibilità come nuova leva competitiva per le Aziende

Le opportunità strategiche delle politiche ESG

Introduzione

La Sostenibilità insieme alla Digital Transformation e all'AI generativa sono i tre driver che stanno modificando il panorama competitivo moderno. Nello specifico la Sostenibilità è salita in cima alle priorità delle aziende anche grazie alle spinte legislative provenienti dalla Comunità Europea che ha accolto prontamente gli stimoli delle Nazioni Unite.

In particolare l'acronimo ESG (Environment, Social e Governance) è divenuto un trend topic per tutte le iniziative aziendali e alla base di tutti i Report di Sostenibilità.

Lo scenario presenta ancora ampi spazi da comprendere, misurare e regolamentare affinché si possa arrivare ad avere una visione unitaria e di valore del contributo che oggi le aziende restituiscono sotto forma di iniziative ESG.

In tale contesto, la Spinosi Marketing Strategies, partner del Sustainable Operations and Supply Chain (SOSC) Monitor di SDA Bocconi School of Management e società di consulenza di marketing strategico, in collaborazione con APTS - Agenzia per il Turismo Sostenibile, la SDA Bocconi e con il patrocinio di CNA Abruzzo, il Comune di Popoli Terme, i Poli d'Innovazione Agire e Palm, Cogitek, Non solo Meeting e Gruppo Metron, hanno organizzato il 1° Meeting in Abruzzo dal titolo "La Sostenibilità come nuova leva competitiva per le aziende" per favorire una divulgazione qualificata degli aspetti culturali, di marketing e normativi relativi all'argomento.

Media partner dell'evento: il Gruppo24Ore e Abruzzo Magazine.

Obiettivi del Meeting

Il Meeting si è prefissato l'obiettivo di favorire la promozione di una consapevolezza qualificata del tema Sostenibilità come nuova leva competitiva. Grazie all'intervento di persone autorevoli in ambito strategico, normativo e comunicativo sono stati analizzati i diversi ambiti.

Gli attuali e futuri obblighi normativi spingono le aziende a rivedere i loro modelli di business e non semplicemente soddisfare requisiti normativi in una miope visione di breve periodo.

La nuova competitività aziendale passa per modelli di business "ESG complaint" dove le aziende siano effettivamente in grado di sviluppare iniziative misurabili e riconosciute dagli stakeholder come realmente di valore per l'ambiente, la società e lo stile di governance.

Partnership e Patrocini

Il 1° Meeting in Abruzzo sulla Sostenibilità è stato realizzato grazie alla collaborazione di Istituzioni, Associazioni ed Aziende che hanno fatto già scelte strategiche su differenti livelli di questi argomenti.

Di seguito l'importante ruolo svolto da ognuno di loro.

Organizzato da

In collaborazione con

Con il patrocinio di

Media Partner

I numeri del meeting

4
ORE VIDEOREGISTRATE

250
MAIL INVIATE

15.564
TELEFONATE

74
ISCRITTI

57
PARTECIPANTI

543
FOTO SCATTATE

Agenda meeting

La Sostenibilità come nuova leva competitiva per le Aziende

Le opportunità strategiche delle politiche ESG

9.00 Registrazione partecipanti

9.30 Welcome speech
Avv. Benigno D'Orazio
APTS Agenzia per il Turismo Sostenibile Popoli Terme

9.45 ESG: la nuova leva competitiva grazie alla sostenibilità
Prof. Pietro De Giovanni
Direttore Monitor SOSC - SDA Bocconi

10.30 Nuove regole in materia di rendicontazione di sostenibilità
Dott.ssa Erica Monticelli
Senior Manager Cogitek srl

11.00 Brand design per la sostenibilità
Prof. Marco Colognola
Art Director e Prof. IED Roma

11.30 I criteri ESG nella transizione energetica dell'industria europea
Dott. Stefano Cianciotta
AD Fira Spa ed Esperto nel Comitato Europeo delle Regioni

11.50 La sostenibilità ambientale per il rafforzamento dei territori e delle filiere
Ing. Claudia Di Vincenzo
Responsabile Ambiente e Sostenibilità Gruppo Metron srl

12.10 Q&A

12.40 Conclusioni
Prof. Lorenzo Spinosi
Partner Monitor SOSC - SDA Bocconi e CEO Spinosi Marketing

Moderatrice **Dott.ssa Evelina Frisa**
Giornalista Redazione Abruzzo Magazine

La Sostenibilità come nuova leva competitiva per le Aziende

SDA Bocconi SCHOOL OF MANAGEMENT
NONSOLOMEETING EVENTI & COMUNICAZIONE
Cogitek
GRUPPO METRON
POPOLI TERME
CNA Artigiani Imprenditori d'Italia Abruzzo
AGIRE
PALM
ABRUZZO Magazine
GRUPPO 24 ORE
SPINOSI marketing
LORENZO SPINOSI
FACULTY
CLAUDIA DI VINCENZO
FACULTY

I RELATORI

PIETRO DE GIOVANNI

Professor of Practice in Sustainability and Operations Management and Co-director Sustainable Operations and Supply Chain (SOSC) Monitor in SDA Bocconi School of Management.

Sintesi dell'intervento:

Come possono le aziende acquisire conoscenze sulla valutazione degli impatti ESG?

Inizio spiegando le ragioni che, nel tempo, hanno spinto le imprese a dover affrontare il problema della sostenibilità, facendo leva sulla necessità di considerare gli argomenti ESG e di avviare progetti più approfonditi. Illustrerò specificatamente i rischi a cui le imprese si espongono quando non gestiscono correttamente la sostenibilità, sia a livello di costi diretti sia per quanto riguarda i costi indiretti legati alla reputazione. Sottolineerò poi l'importanza di adottare una strategia di sostenibilità credibile, che sia approvata da enti esterni e basata su approcci scientifici. Introdurrò una serie di attività che abbiamo avviato all'interno del nostro osservatorio, con esempi di progetti diretti e correlati a ciascuna delle lettere ESG. Il primo progetto, relativo alla "E", riguarda la decarbonizzazione di una birreria attraverso iniziative mirate e ad hoc. Il secondo progetto tratta la sostenibilità sociale e come questa possa essere perseguita attraverso le operazioni. L'ultimo progetto, relativo alla "G", descrive un'iniziativa che stiamo lanciando con Fercam, Edison e altri partner riguardo la rendicontazione di un servizio logistico realizzato mediante l'uso di biofuel e veicoli elettrici, che rivoluziona completamente il modo di governare e gestire i rapporti nella supply chain. Concluderò il mio intervento con un focus sull'impatto della sostenibilità e su come il monitor stia ora avviando un progetto di ricerca volto alla misurazione degli impatti, che dovrebbero rappresentare i principali driver per una strategia di sostenibilità credibile.

ERICA MONTICELLI

Responsabile della gestione di progetti relativi alla Corporate Social Responsibility

Sintesi dell'intervento:

Nuove regole in materia di rendicontazione di sostenibilità

Il 16 dicembre 2022, l'Unione Europea ha pubblicato nella propria Gazzetta Ufficiale la Direttiva numero 2022/2464, la cosiddetta "Corporate Sustainability Reporting Directive" o "CSRD" che si inquadra nell'ambito del Green Deal Europeo e ha lo scopo di promuovere la trasparenza e la divulgazione di informazioni da parte delle imprese riguardo agli impatti ambientali, sociali e legati alla governance (ESG) delle loro attività, attraverso un rafforzamento degli obblighi di reporting da parte delle imprese.

L'obiettivo perseguito con la CSRD è quello di consentire l'accesso da parte di investitori e stakeholders ad un'informativa sulla sostenibilità, per singola impresa o gruppo, maggiormente dettagliata, chiara e quanto più possibile standardizzata ed esaustiva, con evidenti conseguenze positive per il mercato finanziario in termini di completezza informativa, trasparenza e comparabilità dei dati.

La direttiva CSRD, entrata in vigore il 5 gennaio 2023, ai sensi dell'articolo 5 (Recepimento) dovrà essere recepita da parte degli Stati Membri entro il 6 luglio 2024.

MARCO COLOGNOLA

**Graphic designer e Art director,
esperto in branding e progettazione editoriale,
docente di branding presso lo IED di Roma.**

Sintesi dell'intervento:

Brand design per la sostenibilità

Il documento "Brand design per la sostenibilità - sintesi" esplora l'importanza del design del brand nel comunicare la sostenibilità aziendale. I viaggi in Amazzonia rappresentano un primo approccio significativo alla sostenibilità ecologica e sociale. Il film Fitzcarraldo esemplifica temi di sostenibilità ecologica, sociale ed economica, oltre a evocare il concetto di utopia.

L'autore ha contribuito alla progettazione dell'identità visiva dell'associazione Visiòn 2050, utilizzando colori naturali per richiamare piante e acqua. La comunicazione della sostenibilità richiede più di un marchio ben progettato; è necessario utilizzare vari materiali e mezzi comunicativi, come carta ecologica, packaging sostenibile, e contenuti informativi su brochure, newsletter e social media.

Nel caso di Plenitude, il rebranding di Eni gas e luce include la transizione verso energie rinnovabili e una rete di ricarica per veicoli elettrici. Il nuovo logo sostituisce la fiamma con il sole, simbolo della transizione energetica. Patagonia, un brand di abbigliamento sportivo, ha integrato la sostenibilità nei suoi prodotti e comunicazioni, con campagne come "Don't buy this jacket" che promuovono acquisti consapevoli.

In conclusione, il design del brand è fondamentale per comunicare la sostenibilità aziendale e deve essere sostenibile in sé, rispettando l'ambiente e l'uomo. Il documento sottolinea che comunicare la sostenibilità attraverso il design del brand non solo rafforza l'immagine aziendale, ma deve anche riflettere un impegno reale verso pratiche sostenibili.

STEFANO CIANCIOTTA

**AD Fira Spa ed Eperto nel Comitato Europeo
delle Regioni**

Sintesi dell'intervento:

I Criteri ESG nella transizione energetica dell'industria europea

Negli ultimi anni lo scenario economico-sociale si è molto complicato e le imprese hanno affrontato gravi e notevoli sfide generate da una molteplicità di eventi: dalla pandemia alla guerra in Ucraina, e poi in Israele e Palestina, dai cambiamenti climatici alla ripresa dell'inflazione, sino al rialzo dei tassi d'interesse, per citare i più rilevanti.

Gli imprenditori ed i consigli di amministrazione si sono così trovati ad operare in contesti molto difficili che hanno messo a dura prova le strutture organizzative e la capacità di reazione e adattamento, che hanno indotto le imprese più avvedute a sviluppare competenze innovative, in grado cioè di prendere in considerazione ed affrontare variabili nuove e complesse al fine di formulare valutazioni di scenario lungimiranti e di individuare e gestire rischi e opportunità connessi con le possibili conseguenze di fenomeni complessi.

Tutto ciò accelerato, anche sul piano regolamentare e di policy, sia da un maggiore ricorso all'intelligenza artificiale ed alla digitalizzazione ("D") dei processi, sia, più in generale, dalla sostenibilità dei modelli di business aziendali. Alla vigilia delle elezioni europee, peraltro, oggi si parla molto della revisione del Green Deal, che è stato uno dei presupposti delle Direttive comunitarie sulla regolamentazione dei criteri ESG.

Cosa può accadere nei prossimi mesi?

CLAUDIA DI VINCENZO

Responsabile Ambiente e Sostenibilità

Sintesi dell'intervento:

Sostenibilità ambientale per il rafforzamento dei territori e delle filiere

L'intervento inizia con un breve richiamo alla Direttiva UE CSRD per evidenziare l'importanza per le PMI di implementare le informazioni ESG, in quanto facenti parte della catena del valore di Grandi Aziende o PMI quotate.

Successivamente viene evidenziata la correlazione tra economia circolare e filiera, i metodi di attuazione ed i diversi meccanismi e iniziative; con esempi di azioni da intraprendere all'interno delle filiere.

Breve focus sulla filiera agroalimentare.

Ci sarà un'analisi dei vari ambiti di sostenibilità (ecologico/ambientale – sociale – economico) che possono contribuire al rafforzamento dei territori, analizzando i vantaggi e le strategie applicabili.

L'intervento si concluderà con i vantaggi e le sfide delle filiere sostenibili.

a Sostenibilità come
uova leva competitiva
er le Aziende

La Sostenibilità come
nuova leva competitiva
per le Aziende

Dott. Stefano Cianciotta
AD Fira spa
Esperto nel Comitato Europeo delle Regioni
DR. S. CIANCIOTTA

Q&A

La Sostenibilità come
nuova leva competitiva
per le Aziende

La Sostenibilità come
nuova leva competitiva
per le Aziende

a dell'industria europea
Dott. Stefano Cianciotta
AD Fira spa
'to nel Comitato Europeo delle Regioni
DR. S. CIANCIOTTA

Organizzato da

In collaborazione con

©2024 Spinosi Marketing Srl. Tutti i diritti riservati.

Concept e grafica Spinosi Marketing Strategies Srl.

SPINOSI
marketing