Altra presentazione de "La guida del Sole24Ore al Crisis Management"

Si intitola “SCUSATE, ABBIAMO UN PROBLEMA:LO STABILIMENTO VA A FUOCO!” la presentazione de “La guida del Sole 24Ore al Crisis Management”, in programma martedì 19 giugno prossimo, a Padova, Sala Convegni Cassa di Risparmio del VenetoVia VIII febbraio 20, h. 17.30.
Qui puoi leggere l’invito, con l’elenco dei relatori e dei temi che verranno trattati.

Digitale e sostenibilità

Una giornata dell’orgoglio digitale,con ospiti di calibro internazionale:questo è Nuvolaverde Day, a Milano il 25 giugno. Gli interventi di tecnici, scienziati, uomini d’impresa,ricercatori, artisti 2.0, padri della robotica e intellettualiapprofondiscono alcuni aspetti del mondo della tecnologia digitale sostenibile.
Qui puoi leggere il programma e tutti i dettagli dell’evento.

Forum per la Finanza

Sostenibile: anche le banche riflettono sulla CSR

Quanti di noi, investendo in fondi bancari e assicurativi, si sono chiesti dove vanno a finire i nostri soldi? Da alcuni anni sta prendendo piede, anche in Italia, una nuova attenzione per gli investimenti finanziari, sia sulla scia di una incertezza diffusa riguardo alla sicurezza dei risparmi, che a seguito di una crescente attenzione riguardo ai temi ambientali e sociali. Il tema è stato affrontato e diffuso in Italia soprattutto da Banca Etica, che inspira "tutta la sua attività, sia operativa che culturale, ai fini della Finanza Etica: trasparenza, diritto di accesso al credito, efficienza e attenzione alle conseguenze non economiche delle azioni economiche". Quello che fino a poco tempo fa era un argomento per pochi, sta lentamente prendendo piede anche in altre realtà bancarie e assicurative.

"Le imprese più attente alla sostenibilità incrociano le preferenze di quella quota di consumatori, sempre più vasta, che vota con il portafoglio" – spiega Leonardo Becchetti, ordinario dell'Università di Roma Tor Vergata in occasione del Forum per la Finanza Sostenibile, organizzato a Roma a conclusione della Settimana della Settimana Italiana dell'Investimento Sostenibile e Responsabile, – "di conseguenza, le gestioni finanziarie che tengono conto degli aspetti ambientali, sociali e di governance offrono spesso rendimenti migliori o comunque riducono i rischi".

L'appuntamento, organizzato dall'Associazione Forum per la Finanza Sostenibile, ha visto la partecipazione di accademici, aziende e politica. Le sfaccettature di riflessione sono molte. Si rileva innanzitutto la necessità di una reportistica attenta e puntuale: secondo Frank Figge, ricercatore della Euromed Marseille School , "il problema principale è rendere comprensibili e attendibili i dati contenuti nei report di sostenibilità. La questione urgente oggi è infatti garantire

l’affidabilità dei dati e definire un sistema per dare un valore alla sostenibilità”. Matt Christensen, a capo del settore Investimenti Responsabili di Investment Managers commenta ottimista: “E’ arrivato il tempo del cambiamento. Stiamo vivendo una transizione che sembra accadere molto lentamente: ma anche per la diffusione del telefono c’è voluto del tempo, e così pure per internet; ma poi il cambiamento è avvenuto.”

Proprio la trasparenza delle informazioni è uno dei principi sanciti nella “Carta dell’Investimento Sostenibile e Responsabile della Finanza Italiana” scritta e firmata a quattro mani dall’Associazione Bancaria Italiana, dall’Associazione Nazionale delle Imprese Assicuratrici, Assogestioni e Federazione Banche, Assicurazioni e Finanza (FeBAF). Gli altri principi cardine della nuova Carta riguardano l’importanza dell’attenzione agli aspetti di carattere sociale, ambientali e di governance, auspicando anche analisi di carattere statistico sui rendimenti e i vantaggi di tipo economico di questa scelta di sostenibilità, e l‘ottica temporale di medio-lungo periodo: come sottolineato da Enrico Granata, Segretario Generale della FeBAF, “gli investimenti di medio-lungo termine sono quelli più funzionali a una sostenibilità e ad un’immissione di credito agli investimenti produttivi.”

Il Ministro dell’Ambiente Corrado Clini è intervenuto a conclusione dell’incontro, plaudendo alla nuova Carta e proponendosi come partner dell’iniziativa. Riportando l’argomento all’attualità, ha commentato con una riflessione sulle politiche adottate dal governo e sulle prossime scelte: “Un ostacolo è l’esigenza di mettere insieme il pareggio di bilancio, orientato al fiscal compact, e le politiche di spesa pubblica per la crescita, che tengano di conto di esigenze e risultati misurabili su un periodo più lungo.” Secondo il Ministro, “è interessante che l’ottica temporale sia uno dei punti centrali di questa carta.” Clini cita la Roadmap 2050 per la Low-Carbon Economy, che “necessariamente include investimenti iniziali molto ampi, ma con vantaggi di lungo

termine più ampi della spesa iniziale. Se riuscissimo a implementare questo modo di operare anche nelle scelte strategiche sarebbe un passo avanti.”
Il segretario generale del Forum per la Finanza Sostenibile Davide Dal Maso conclude poi l’incontro annunciando il nuovo Premio per l’Investitore Istituzionale Sostenibile dell’Anno, con l’augurio che abbia molti partecipanti, a testimonianza di un crescente impegno delle istituzioni a scelte finanziarie più consapevoli e sostenibili.

CSR. Il primo Sustainable Value Report di illycaffè

Sarà pubblicato online il 16 giugno, in occasione della partecipazione di Andrea Illy a Rio +20, voluta dal ministro dell’Agricoltura Corrado Clini.
illycaffè a Rio+20 sarà, infatti, una delle aziende italiane che, nel progetto del ministro dell’Ambiente Corrado Clini, farà parte di un network di imprese italiane d’eccellenza anche in fatto di riduzioni della impronta inquinante. **Questa rete d’imprese contribuirà infatti a ridurre la carbon footprint del Paese Italia.**

L’impegno di illycaffè ora lo si può leggere nel primo Sustainable Value Report – annunciato nell’intervista rilasciata a Vita lo scorso novembre (scaricabile a lato) – descrive nel dettaglio le strategie e le pratiche attraverso le quali illycaffè mette in atto la sostenibilità nelle sue diverse accezioni: economica, sociale, ambientale. **Spiega** come l’azienda persegua la sostenibilità economica ai vari livelli, con particolare attenzione ai Paesi produttori da cui acquista direttamente, senza intermediazioni, la quasi totalità di

caffè verde che utilizza nei suoi prodotti (ad eccezione dell'Etiopia, il cui ordinamento politico non consente un contatto diretto con i coltivatori).**Racconta** come illycaffè supporti e crei sostenibilità a livello sociale, facendo leva sul concetto di crescita e sul trasferimento della conoscenza. Descrive le iniziative adottate, lungo tutta la catena di produzione, per minimizzare l'impatto ambientale delle sue attività.

«illycaffè è una stakeholder company, che mette al centro della sua attività la creazione di **valore condiviso.** Per noi la sostenibilità non è una questione di immagine ma un comportamento che permea il nostro modo di essere azienda, una conditio sine qua non per perseguire la nostra missione: produrre il miglior caffè che la natura possa offrire, esaltato dalle migliori tecnologie, affinché possano beneficiarne tutti gli attori coinvolti lungo la filiera, dal coltivatore al consumatore», ha dichiarato Andrea Illy, presidente e amministratore delegato di illycaffè.

Un approccio che ha portato illycaffè, prima fra tutte le aziende del mondo, a ottenere nel 2011 la certificazione **"Responsible Supply Chain Process" di DNV Business Assurance**, che mette al centro del concetto di sostenibilità la qualità del caffè e la creazione di valore per tutti gli stakeholder.

Ogni tappa di questo percorso rientra in un programma articolato, messo a punto dall'azienda, basato sugli obiettivi del pacchetto clima-energia fissati **dall'UE per il 2020**: ridurre del 20% le emissioni di gas a effetto serra, portare al 20% il risparmio energetico e aumentare al 20% il consumo di fonti rinnovabili.

In questo contesto sono stati implementati i due nuovi impianti per l'utilizzo di energie rinnovabili nello stabilimento produttivo di Trieste: un **sistema a pannelli fotovoltaici** tra i più estesi del Nord Italia e, pioniera fra le aziende torrefattrici, un impianto che **recupera e riutilizza il calore prodotto dai camini delle tostatrici.** Questo porterà all'azienda un risparmio energetico del 20% e

l’autonomia per quanto riguarda il riscaldamento e la produzione di acqua calda.
Sempre con l’obiettivo di ridurre le emissioni di CO_2, illycaffè e il Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare hanno firmato un accordo finalizzato all’analisi, riduzione e neutralizzazione dell’impatto sul clima del **settore caffè.** Obiettivo di questo progetto è la definizione di un sistema di gestione delle emissioni di carbonio che possa fungere **da modello**per tutte le industrie che operano nel settore caffè.

———

illycaffè, con sede a Trieste, produce e commercializza un unico blend di caffè espresso ed è marca leader nel segmento del caffè di alta qualità. Ogni giorno vengono gustate oltre 6 milioni di tazzine di caffè illy. illy viene venduto in oltre 140 paesi in tutto il mondo ed è disponibile in oltre 100.000 fra i migliori ristoranti e bar. espressamente illy, la catena di caffè all’italiana in franchising, tocca ad oggi 30 Paesi con all’attivo più di 230 locali. Con l’obiettivo di accrescere e diffondere la cultura del caffè l’azienda ha istituito l’Università del caffè, il centro di eccellenza che offre una formazione completa teorica e pratica ai coltivatori, ai baristi e agli appassionati su tutte le tematiche attinenti al caffè. A livello globale la società impiega 796 dipendenti e ha realizzato nel 2011 un fatturato consolidato di 342 milioni di euro.
illy acquista il caffè verde direttamente dai produttori della più pregiata Arabica attraverso rapporti di partnership basati sullo sviluppo sostenibile. Con i migliori coltivatori del mondo – in Brasile, nei Paesi dell’America Centrale, in India e in Africa – l’azienda triestina sviluppa un rapporto di collaborazione a lungo termine trasferendo loro conoscenze e tecnologie e riconoscendo una remunerazione superiore ai prezzi di mercato.

Le startup italiane vivono in città?

Tutti pazzi per le startup: fino a pochi mesi fa gli incontri erano limitati a pochi adepti, ora sono veri e propri eventi, con centinaia di persone. L'attenzione è sicuramente in crescita, ma che cosa ne sappiamo? A dire il vero, ben poco. Quante sono? Dove sono? Di che cosa si occupano? Quanto lavoro creano? Come lavorano? Il progetto Startuppeople, promosso con Indigeni Digitali e Intervistato.com, è nato con l'obiettivo di rispondere a queste domande. E' stata creata una mappa e a breve verrà lanciata un'indagine attraverso questionario e videointerviste. La mappa è ancora parziale (l'analisi è stata realizzata su 219 startup, il numero è in costante crescita) ma permette di fare qualche osservazione e avanzare alcune ipotesi.

Le startup raccolte finora sono concentrate nelle grandi città: Roma (42 startup), Milano (33), Torino (13) e Napoli (11) complessivamente coprono quasi la metà delle aziende censite. Il contesto urbano offre infrastrutture (banda larga, trasporti ecc.), ma anche capitale umano e sociale, favorito dalla presenza di università e di luoghi di supporto all'innovazione (coworking, incubatori, acceleratori ecc.).

La prima regione è la Lombardia (62): oltre alla provincia di Milano (37), si segnalano Brescia (8) e Bergamo (7). In Lazio, sono tutte concentrate in provincia di Roma (45 startup), lo stesso vale per Campania (su 21 aziende, 17 sono in provincia di Napoli) e Piemonte (su 19, 15 in provincia di Torino). L'unica regione dove la presenza delle startup è distribuita è l'Emilia Romagna: le startup (sono 20) seguono la dorsale adriatica, attraversando le Marche, fino a toccare i confini abruzzesi, ripercorrendo i luoghi del made in Italy

manifatturiero. Nella mappa sono presenti anche tre startup fondate da italiani all'estero: una realtà ancora poco studiata.
Finora sono state mappate quasi esclusivamente startup internet (l'unica eccezione sono due aziende innovative nell'edilizia). Prevalgono le aziende che sviluppano applicazioni per iPhone e Android (35), seguite da consulenza alle imprese, soprattutto nella gestione di servizi ai clienti (31), e-commerce o social commerce (21). Ma ci sono ben 13 startup che si occupano di lavoro (prevalentemente intermediazione domanda/offerta) e 12 nel campo dell'economia e finanza, oltre a ristorazione (12), sport (11) ed eventi e tempo libero (11).
Le nuove forme di imprenditorialità sono legate al saper fare tradizionale del territorio. Roma si caratterizza per le startup nella musica ed è l'unica città con aziende dedicate all'arte e al cinema. A Milano, invece, prevalgono la consulenza e il social commerce. Torino è specializzata nel neo-artigianato e nell'editoria. Invece Napoli è la capitale delle startup dedicate alla società civile e a forme innovative di partecipazione.
Concentrazione nelle città e legame con i sistemi locali di produzione: l'analisi è ancora parziale e l'inserimento di nuove startup potrebbe cambiare la configurazione della mappa.
Resta un punto fermo: per le startup la geografia conta. Ma quali sono i fattori che incidono sulle scelte degli startupper? Lo chiederemo direttamente a loro.