La responsabilità sociale per l'industria 4.0

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

per le imprese che cambiano, per un Paese più sostenibile

Ravenna, 18 giugno 2018

CONFINDUSTRIA
Gruppo Tecnico
Responsabilità Sociale d'Impresa

ROSSANA REVELLO

La Responsabilità Sociale per l'Industria 4.0

La svolta di Confindustria

Da tema di cultura a tema di politica industriale

7.000 imprenditori presenti,
6 tavoli tematici

CONFINDUSTRIA ASSISE GENERALI 2018
Veronafiere -16 febbraio 2018 - ore 10.00

L'Italia del futuro. Appuntamento il 16 febbraio 2018 per proporre al Paese un progetto duraturo di sviluppo

Confindustria lancia le Assise di Verona

«L'Italia non ha bisogno di promesse elettorali, ma di un piano organico di politica economica». Con il tweet e il post Facebook di Confindustria parte ufficialmente la marcia di avvicinamento alle Assise Generali in programma a Verona il 16 febbraio. Un appuntamento «per proporre al Paese un progetto duraturo di sviluppo e d elaborato insieme a tut ciazioni del Sistema d dustria», preannuncia zione degli industriali.

Il titolo dell'event gramma a Veronafier struiamo insieme l'Itali ro». Gli industriali pre no una agenda che punt plificazione, scuola infrastrutture, innova sco, Europa». Con «sei matici per definire una piattaforma economica che rimetta la questione industriale al centro dell'agenda politica». Le Assise, nelle intenzioni di via dell'Astronomia, «saranno un momento di incontro e riflessione dell'intero Sistema confindustriale per trasmettere alle formazioni politiche che si confronteranno per la occupazione». Si concluderà così «un percorso di consultazioni di Sistema articolato in 14 tappe territoriali». Mentre il giorno prima, sempre a Verona, si riuniranno Consiglio Centrale della Piccola Industria e quello dei Giovani Imprenditori, due pilastri del sistema confindustriale, ed il Consiglio Generale di Confindustria.

mattino i sei tavoli tematici: Italia più semplice e efficiente; Prepararsi al futuro: scuola, formazione, lavoro, inclusione giovani; Un Paese sostenibile: investimenti assicurazione sul futuro; L'impresa che cambia; Un fisco a supporto di investimenti e crescita; Europa miglior luogo per fare impresa-Prospettiva mon-

Il Sole 24 ORE
Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 84.581 Diffusione: 124.748 Lettori: 57.231

Le storie. In platea i campioni della sostenibilità

NON SOLO INNOVAZIONE

Sostenibilità nuova chiave a stella

Il nostro contributo

Tavolo **«L'Impresa che cambia»:** oltre 1000 imprenditori presenti

Il documento "**La visione e la proposta**" -sintesi di un percorso di ascolto ed elaborazione maturato tra novembre 2017 e febbraio 2018.

[…]non c'è antitesi tra responsabilità sociale e competitività. Anzi nell'ottica di una redditività nel lungo termine, la strada è integrare la sostenibilità nel business per generare quel valore condiviso con tutti gli stakeholder, dentro e fuori l'impresa.
Un'impresa che cambia e si muove nel mondo, che tiene conto delle esigenze degli stakeholder e che crea lavoro è il modo migliore per contrastare la cultura anti-industriale che ancora pervade il Paese. [pag. 12]

[…]Facilitare la riorganizzazione e la responsabilizzazione delle imprese:[…] *diffondere la Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), promuovendo l'adozione di sistemi di certificazione internazionali afferenti ai vari aspetti della RSI, anche attraverso sistemi premiali.* [pag.22]

Confindustria e l'impegno nel partenariato

«[…]soggetti diversi che si alleano per una visione comune di valori e questo significa trasformare le parole in azioni».

«Sostenibilità e responsabilità non diventino questioni di moda: sono elementi trasversali alla società. Nel 2008 abbiamo capito che la crescita non era un fine ma solo la precondizione per ridurre le diseguaglianze e i divari e abbiamo capito che dietro al pensiero economico c'è un'idea di società aperta ed inclusiva, sostenibilità della finanza, economica e ambientale».

Durante questi giorni è stata lanciata una **call to action con tre obiettivi concreti da realizzare** nel corso di quest'anno:

1. **rafforzare il partenariato tra privati**;
2. **promuovere la formazione degli immigrati** per l'inclusione nel nostro Paese;
3. **incrementare l'uso di green bo**nd per finanziare attività legate alla sostenibilità, in particolare in Africa.

Politica industriale e responsabilità sociale

Giulio Pedrollo
Vice Presidente per la Politica Industriale

- Gruppo Tecnico Industria e Ambiente
  -
  - Claudio Gemme
- Gruppo Tecnico Logistica, trasporti, economia del mare
  -
  - Guido Ottolenghi
- **Gruppo Tecnico Responsabilità Sociale d'Impresa**
  -
  - Rossana Revello
- Gruppo Tecnico Ricerca e Innovazione
  -
  - Daniele Finocchiaro

Politica industriale e responsabilità sociale

Gruppo Tecnico Responsabilità Sociale d'Impresa

Rossana Revello
Presidente

- 2 anni di lavoro
- Oltre 25 persone coinvolte
- Decine di incontri, testimonianze, confronti

Sottogruppo 1
Manifesto e posizionamento strategico

Marina Migliorato
Coordinatore

Sottogruppo 2
Dati e strumenti a supporto delle Imprese

Cosimo Franco
Coordinatore

Sottogruppo 3
Networking e Comunicazione

Sauro Pellerucci
Coordinatore

La Responsabilità Sociale per l'Industria 4.0

PERCHE' un MANIFESTO?

- **per testimoniare** che Confindustria c'è su questo tema
- **per raccontare** il percorso che abbiamo intrapreso
- **per contribuire** al dibattito che in questi ultimi anni sta crescendo con grande velocità
- **per identificare** aree di intervento concrete per le imprese, soprattutto le PMI

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L'INDUSTRIA 4.0

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE

Gli imprenditori di oggi devono affrontare uno scenario nuovo rispetto al passato che richiede un ripensamento del modello di sviluppo CHE PUNTI SULL'INNOVAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ ALL'INTERNO DI UN SISTEMA IN GRADO DI CREARE VALORE CONDIVISO PER TUTTI. È in questo contesto che CONFINDUSTRIA considera la RESPONSABILITÀ SOCIALE un elemento vincente per la competitività delle imprese e si impegna per promuoverla all'interno e all'esterno della sua organizzazione attraverso un percorso di impegni concreti.

1 PROMUOVERE LA CONSAPEVOLEZZA
Aumentare la consapevolezza dei problemi sociali e ambientali che hanno maggiore impatto per le imprese italiane

2 INCIDERE SULLA GOVERNANCE
Promuovere l'integrazione della sostenibilità nella governance di impresa nella logica di migliorare la competitività

3 SOSTENERE L'INNOVAZIONE
Promuovere l'innovazione dei modelli di business e lo sviluppo di strategie aziendali orientate verso i SDGs (Sustainable Development Goals) anche attraverso la raccolta e la diffusione di best practice

4 PROMUOVERE LA FORMAZIONE
Sviluppare programmi di formazione sulla sostenibilità, sulle caratteristiche dell'agenda 2030 e dei SDGs e coinvolgere le associazioni territoriali e le categorie produttive attraverso la messa a punto di strumenti e iniziative volte a valorizzare i casi di successo e a favorire l'ingaggio delle imprese nella logica di migliorare la competitività del sistema industriale italiano.

5 SOSTENERE L'INTEGRITÀ
Sostenere e promuovere l'adozione di politiche e sistemi di gestione volti ad assicurare l'integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione

6 INDIVIDUARE ADEGUATI STRUMENTI DI POLITICA ECONOMICA
Proporre alle istituzioni forme di incentivazione non opportunistiche per le imprese che adottino buone pratiche di RSI

7 FAVORIRE LA RICERCA
Orientare le iniziative di sostegno alla ricerca – pubblica e privata – verso soluzioni che diano risposta ai problemi dello sviluppo sostenibile e che favoriscano nuovi modelli di business

8 STRATEGIA NAZIONALE
Richiedere al governo un impegno costante per il raggiungimento degli SDGs attraverso l'implementazione della strategia Nazionale per lo sviluppo sostenibile, creando tavoli di lavoro congiunto e garantendo un impegno efficace e continuo

9 CONSOLIDARE LE PARTNERSHIP
Promuovere lo sviluppo di partnership pubblico-private, e con il terzo settore, attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione verso le imprese associate, per favorire l'innovazione e la creazione di valore condiviso

10 CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ
Incoraggiare le scuole, le business school e le università a sviluppare una cultura della sostenibilità come modello di comportamento per le imprese

La Responsabilità Sociale per l'Industria 4.0

IL MANIFESTO TESTIMONIA CHE SIAMO CONSAPEVOLI CHE LA RSI NON è (più):

- ✓ **UNA VETRINA**
- ✓ **UNO STRUMENTO DEL MARKETING**
- ✓ **MATERIA PER CONVEGNI**
- ✓ **LUSSO PER CHI SE LO PUO' PERMETTERE**

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L'INDUSTRIA 4.0

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE

Gli imprenditori di oggi devono affrontare uno scenario nuovo rispetto al passato che richiede un ripensamento del modello di sviluppo CHE PUNTI SULL'INNOVAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ ALL'INTERNO DI UN SISTEMA IN GRADO DI CREARE VALORE CONDIVISO PER TUTTI. È in questo contesto che CONFINDUSTRIA considera la RESPONSABILITÀ SOCIALE un elemento vincente per la competitività delle imprese e si impegna per promuoverla all'interno e all'esterno della sua organizzazione attraverso un percorso di impegni concreti.

1 PROMUOVERE LA CONSAPEVOLEZZA
Aumentare la consapevolezza dei problemi sociali e ambientali che hanno maggiore impatto per le imprese italiane

2 INCIDERE SULLA GOVERNANCE
Promuovere l'integrazione della sostenibilità nella governance di impresa nella logica di migliorare la competitività

3 SOSTENERE L'INNOVAZIONE
Promuovere l'innovazione dei modelli di business e lo sviluppo di strategie aziendali orientate verso i SDGs (Sustainable Development Goals) anche attraverso la raccolta e la diffusione di best practice

4 PROMUOVERE LA FORMAZIONE
Sviluppare programmi di formazione sulla sostenibilità, sulle caratteristiche dell'agenda 2030 e dei SDGs e coinvolgere le associazioni territoriali e le categorie produttive attraverso la messa a punto di strumenti e iniziative volte a valorizzare i casi di successo e a favorire l'ingaggio delle imprese nella logica di migliorare la competitività del sistema industriale italiano.

5 SOSTENERE L'INTEGRITÀ
Sostenere e promuovere l'adozione di politiche e sistemi di gestione volti ad assicurare l'integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione

6 INDIVIDUARE ADEGUATI STRUMENTI DI POLITICA ECONOMICA
Proporre alle istituzioni forme di incentivazione non opportunistiche per le imprese che adottino buone pratiche di RSI

7 FAVORIRE LA RICERCA
Orientare le iniziative di sostegno alla ricerca – pubblica e privata – verso soluzioni che diano risposta ai problemi dello sviluppo sostenibile e che favoriscano nuovi modelli di business

8 STRATEGIA NAZIONALE
Richiedere al Governo un impegno costante per il raggiungimento degli SDGs attraverso l'implementazione della Strategia Nazionale per lo sviluppo sostenibile, creando tavoli di lavoro congiunto e garantendo un impegno efficace e continuo

9 CONSOLIDARE LE PARTNERSHIP
Promuovere lo sviluppo di partnership pubblico-privato, e con il terzo settore, attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione verso le imprese associate, per favorire l'innovazione e la creazione di valore condiviso

10 CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ
Incoraggiare le scuole, le Business School e le Università a sviluppare una cultura della sostenibilità come modello di comportamento per le imprese

La Responsabilità Sociale per l'Industria 4.0

IL TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ È DIVENTATO UN TEMA DI VISIONE
visione di un'impresa che guarda al futuro in un'ottica di politica industriale

La responsabilità sociale è

- ✓ **una risposta alla cultura antindustriale**
- ✓ **un modo per differenziarsi rispetto a chi opera con standard non adeguati**
- ✓ **una presa d'atto dei cambiamenti dei consumatori, dei cittadini, degli investitori, dei regolatori**

RSI
RESPONSABILITÀ
SOCIALE D'IMPRESA

NEL 2016 CONFINDUSTRIA HA ADERITO ALL' AGENDA 2030 DELLE NAZIONI UNITE

17 obiettivi

169 target

240+ indicatori

La scelta si è focalizzata su tre obiettivi

Italia & Agenda 2030

- Abbiamo giocato un ruolo decisivo nel negoziato ONU che ha portato all'adozione dell'Agenda

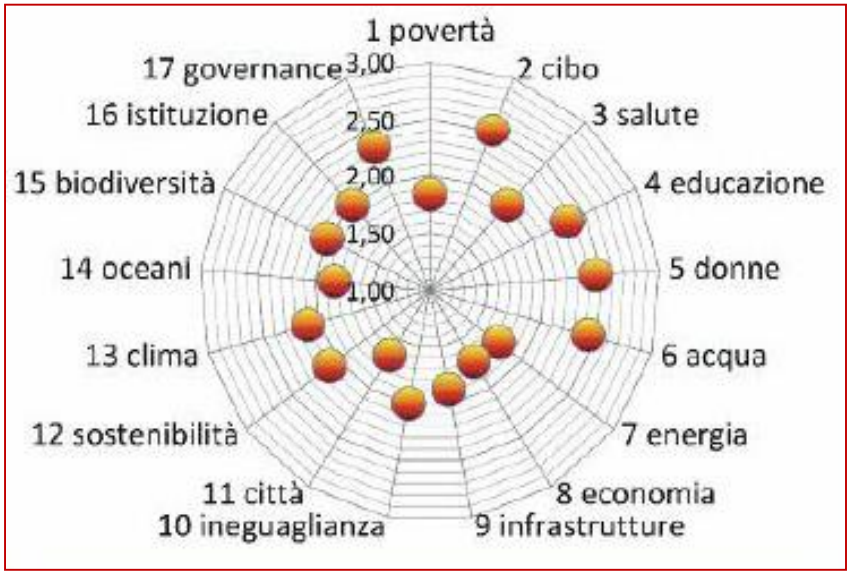
- Nel DEF 2017, primi in Europa, sono stati inseriti alcuni indicatori del BES (Benessere equo e sostenibile) tra cui il reddito medio disponibile, l'indice di diseguaglianza di reddito, il tasso di mancata partecipazione al lavoro e le emissioni di CO2

- Nel novembre 2017 Il Consiglio dei Ministri approva la Strategia nazionale di sviluppo sostenibile 2017- 2030 (che amplia il raggio d'azione della precedente 2002-2010). Si tratta di un provvedimento che affronta, come mai si è fatto finora, la profonda interrelazione tra le dinamiche ambientali e la crescita economico-sociale. Lo fa partendo dagli Obiettivi di sostenibilità delle Nazioni unite.

Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile

L'Italia e la sostenibilità: tutto bene dunque?

Non proprio: lo studio elaborato da ASviS (Alleanza Italiana per lo sviluppo sostenibile) mostra che per nessun Goal l'Italia appare in linea con gli Obiettivi di sviluppo sostenibile



Valutazione sintetica della distanza dell'Italia dalla condizione di sostenibilità economica, sociale, ambientale e istituzionale

Obiettivi 2 (cibo e fame), 3 (salute e benessere), 4 (istruzione), 5 (parità di genere), 9 (innovazione e infrastrutture), 12 (consumo e produzione responsabili), 13 (lotta contro il cambiamento climatico), 14 (flora e fauna acquatica), 16 (pace giustizia e istituzioni solide);

Obiettivi 1 (povertà), 6 (acqua e servizi sanitari), 10 (disuguaglianza), 15 (flora e fauna terrestre);

la situazione è statica per gli Obiettivi 7 (energia pulita e accessibile), 8 (buona occupazione e crescita economica), 11 (città e comunità sostenibili) e 17 (partnership)

Scenario Economico e richieste del mercato: alcuni dati

IN ITALIA IL 52% DEI CONSUMATORI E' DISPOSTO A PAGARE DI PIU' PER PRODOTTI PROVENIENTI DA BRAND SOSTENIBILI

Indagine condotta su un campione di 30.000 individui in 60 Paesi. Nei 60 mercati presi in esame, in media le fasce d'età maggiormente propense a pagare di più per la sostenibilità sono quelle dei Millennials (21-34 anni) e della generazione Z (15-20 anni).

Cfr. Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability , 2015

AZIENDE SOSTENIBILI: IL PUNTO DI VISTA DEI CONSUMATORI

I CRITERI DI VALUTAZIONE DELLE AZIENDE SOSTENIBILI

71% del campione ha sentito parlare di «aziende sostenibili»

Aspetti ritenuti più importanti quando si deve giudicare se un'azienda è «sostenibile»

Base: totale campione (1.004)

L'Osservatorio Findomestic **Consumi 2017**

Findomestic
Più responsabili, insieme

AZIENDE SOSTENIBILI: IL PUNTO DI VISTA DEI CONSUMATORI

SETTORI PIÙ VIRTUOSI E SETTORI MENO VIRTUOSI

Settori in cui ci sono PIÙ aziende attente al tema della sostenibilità

- Alimentare
- Energetico
- Automobilistico

Settori in cui ci sono MENO aziende attente al tema della sostenibilità

- Bancario
- Trasporti
- Abbigliamento

Una banca, un'assicurazione o un ente che eroga prestiti è «sostenibile» se …

- **40%** aiuta il cliente che sta attraversando un momento di difficoltà
- **35%** comunica in modo chiaro e trasparente
- **33%** propone prodotti, servizi adeguati alle possibilità del cliente

Base: totale campione (1.004)

L'Osservatorio Findomestic **Consumi 2017**

Findomestic
Più responsabili, insieme

AZIENDE SOSTENIBILI: IL PUNTO DI VISTA DEI CONSUMATORI

I CONSUMATORI PREMIANO LE AZIENDE «SOSTENIBILI»

7 consumatori su 10
sono disposti a pagare di più per beni prodotti da aziende sostenibili

Nei confronti di aziende palesemente **«non sostenibili»** il consumatore…

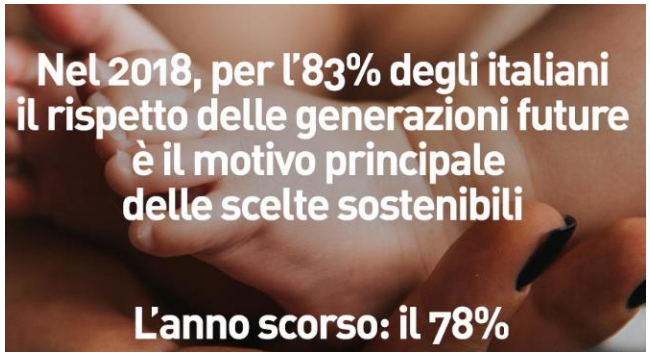
64% non acquista i prodotti/servizi di quelle aziende

45% sconsiglia ad amici/parenti l'acquisto di prodotti/servizi di quelle aziende

Base: totale campione (1.004)

L'Osservatorio Findomestic **Consumi 2017**

Findomestic
Più responsabili, insieme



LIFEGATE

Dati 4° Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

Investitori e imprese

Rapporto Global Investor Study

I dati raccolti nella ricerca annuale Schroders Global Investor Study 2017, condotta su oltre 22.000 investitori di 30 Paesi, evidenziano come l'importanza attribuita agli investimenti responsabili sia in netto aumento:

72% DEL CAMPIONE DI INVESTITORI ITALIANI PENSA CHE INVESTIRE IN MODO SOSTENIBILE E' PIU' REMUNERATIVO DI 5 ANNI FA

27% DEGLI INVESTITORI ITALIANI RITIENE LA SOSTENIBILITA' AZIENDALE IL PIU' IMPORTANTE FATTORE DI SCELTA

DAL 2012 AD OGGI

55% DEGLI INVESTITORI ITALIANI HA AUMENTATO IL CAPITALE ALLOCATO IN FONDI D'INVESTIMENTO SOSTENIBILI

Rapporto Global Sustainable Investment Alliance

- 2016: **22,9 i miliardi di dollari vengono gestiti professionalmente seguendo strategie di investimento responsabili** (SRI). + 25% sul 2015.

- Gli **investimenti responsabili rappresentano il 26%** di tutti i fondi gestiti in modo professionale.

- **Tra il 2014 e il 2016 l'area più dinamica è stata il Giappone**, In termini di asset, le tre aree più rilevanti sono l'Europa, gli Stati Uniti e il Canada.

- **I criteri guida per gli investimenti sono sempre più basati sui principi ESG: environment, social, governance**

Table 2: Proportion of SRI Relative to Total Managed Assets

Region	2014	2016
Europe	58.8%	52.6%
United States	17.9%	21.6%
Canada	31.3%	37.8%
Australia/New Zealand	16.6%	50.6%
Asia	0.8%	0.8%
Japan		3.4%
Global	30.2%	26.3%

Istituzioni e imprese

Una piattaforma per valutare la sostenibilità delle imprese (2013)

PROGETTO INTERREGIONALE "CREAZIONE DI UNA RETE PER LA DIFFUSIONE DELLA RESPONSABILITA SOCIALE D'IMPRESA" Regioni, Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero del Lavoro, INAIL, MPAF-INEA

La piattaforma costituisce una guida per le P.A. che intendono agevolare le imprese socialmente responsabili, anche mediante i bandi della programmazione 2014-2020.
Per le imprese, parallelamente, la piattaforma favorisce l'avvicinamento al tema della gestione socialmente responsabile e competitiva, oggi imprescindibile per affrontare i mercati globali, rispondere ai consumatori, migliorare il benessere e la sicurezza dei lavoratori e dimostrare una riduzione della propria rischiosità da valorizzare per l'accesso al credito e ai capitali finanziari. Il progetto, curato dall'Università degli Studi di Genova, è promosso da un gruppo di lavoro interregionale composto da 15 Regioni, Ministeri dello Sviluppo Economico con il Punto di Contatto nazionale (Pcn), del Lavoro, delle Politiche agricole e forestali, Inea e Inail.

Direttiva 2014/95/UE - D.Lgs. 254/2016

PER MIGLIORARE LA TRASPARENZA DELLE COMUNICAZIONI DA PARTE DELLE IMPRESE, PROMUOVENDO LA CULTURA DELLA RENDICONTAZIONE OLTRE IL DATO FINANZIARIO e coniugare valori economici (redditività delle imprese) e obiettivi ambientali e sociali per la sostenibilità e la crescita nel lungo periodo

Ambito di applicazione

- Enti di interesse pubblico con un numero di dipendenti medio superiore a 500 e che alla data di chiusura del bilancio soddisfino almeno uno dei due seguenti limiti dimensionali:
  - totale attivo stato patrimoniale superiore a 20 mln €;
  - totale ricavi netti delle vendite e delle prestazioni superiori ai 40 mln €.
- Enti di interesse pubblico che siano società madri di un gruppo di grandi dimensioni (come da parametri sopra indicati).

Obblighi

Le imprese che rientrano nell'ambito di applicazione della Direttiva saranno chiamate ad elaborare una **dichiarazione di carattere non finanziario** contenente "almeno" le "informazioni ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani, alla lotta contro la corruzione attiva e passiva in misura necessaria alla comprensione dell'andamento dell'impresa, dei suoi risultati, della sua situazione e dell'impatto della sua attività".

Nella relazione sul governo societario, le imprese devono includere una descrizione della loro politica applicata in materia di diversità in relazione alla composizione degli organi di amministrazione, gestione e controllo dell'impresa.

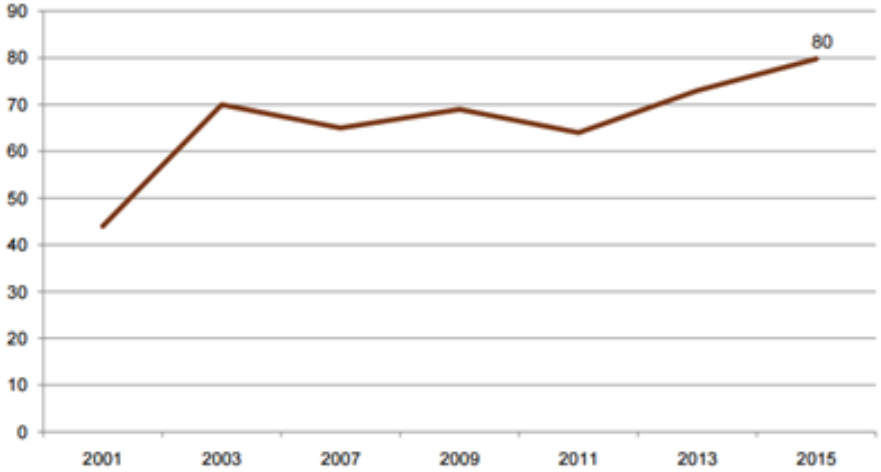
Entrata in vigore

Le disposizioni si applicano dagli esercizi finanziari dal 1° gennaio 2017.

Le posizioni delle imprese

IN ITALIA L'IMPEGNO DELLE AZIENDE NELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA È IN AUMENTO

l'80% delle imprese italiane con oltre 80/100 dipendenti dichiara di impegnarsi in iniziative di RSI, per un investimento globale che ha raggiunto 1 miliardo e 122 milioni di euro nel 2015



[cfr VII Rapporto di indagine sull'impegno sociale delle aziende ın Italia a cura dell'Osservatorio Socialis]

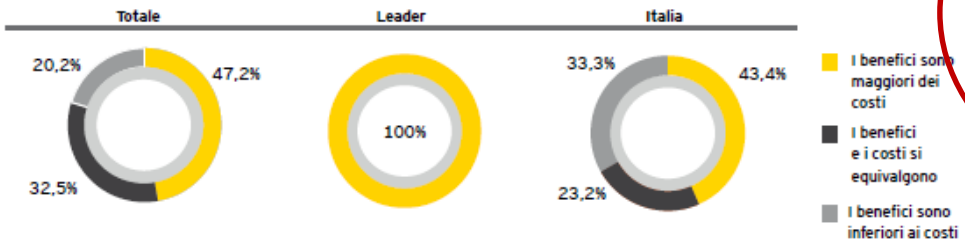
Valori: % Universo: imprese con almeno 80 dipendenti; Campione intervistato: posizioni di vertice, dirigenti, quadri (solo se con ruolo decisionale e in dipartimenti/aree coerenti con lo studio) Dimensione campionaria: 400 casi; Periodo di rilevazione: dal 20 al 27 aprile 2016

EY - LA SOSTENIBILITÀ NON È UN OPTIONAL

Il sondaggio è stato realizzato nel giugno 2016 su un campione di 1.524 professionisti provenienti da aziende di diversi comparti dei settori primario, secondario e terziario in Europa, Nord America, Centro e Sud America e Asia, selezionate tra i clienti di DNV GL – Business Assurance.

Sono 193 le aziende italiane che hanno partecipato all'indagine (il campione comprende anche 142 aziende classificate come leader, per la maturità loro riconosciuta nel percorso di integrazione della sostenibilità).

Come valuta nel complesso il rapporto tra costi e benefici in relazione alle azioni intraprese?



43,4 % benefici sono maggiori dei costi

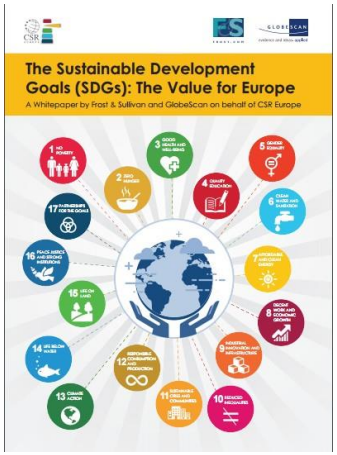
23,2 % benefici e i costi si equivalgono

32,5 % benefici sono inferiori ai costi

"Seize the change" studio condotto dall'ente di certificazione DNV GL e da EY, con il supporto di GFK Eurisko.

CSR Europe

Ostacoli maggiori per le imprese nei confronti degli SDGs



"Ci sono forti ragioni per integrare gli SDGs nella pianificazione e nelle strategie d'impresa". Gli SDGs sono un importante catalizzatore di nuove opportunità di business".

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA PROMOZIONE E LA FORMAZIONE

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L'INDUSTRIA 4.0

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE

Gli imprenditori di oggi devono affrontare uno scenario nuovo rispetto al passato che richiede un ripensamento del modello di sviluppo CHE PUNTI SULL'INNOVAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ ALL'INTERNO DI UN SISTEMA IN GRADO DI CREARE VALORE CONDIVISO PER TUTTI. È in questo contesto che CONFINDUSTRIA considera la RESPONSABILITÀ SOCIALE un elemento vincente per la competitività delle imprese e si impegna per promuoverla all'interno e all'esterno della sua organizzazione attraverso un percorso di impegni concreti.

1 PROMUOVERE LA CONSAPEVOLEZZA
Aumentare la consapevolezza dei problemi sociali e ambientali che hanno maggiore impatto per le imprese italiane

2 INCIDERE SULLA GOVERNANCE
Promuovere l'integrazione della sostenibilità nella governance di impresa nella logica di migliorare la competitività

3 SOSTENERE L'INNOVAZIONE
Promuovere l'innovazione dei modelli di business e lo sviluppo di strategie aziendali orientate verso i SDGs (Sustainable Development Goals) anche attraverso la raccolta e la diffusione di best practice

4 PROMUOVERE LA FORMAZIONE
Sviluppare programmi di formazione sulla sostenibilità, sulle caratteristiche dell'agenda 2030 e dei SDGs e coinvolgere le associazioni territoriali e le categorie produttive attraverso la messa a punto di strumenti e iniziative volte a valorizzare i casi di successo e a favorire l'ingaggio delle imprese nella logica di migliorare la competitività del sistema industriale italiano.

5 SOSTENERE L'INTEGRITÀ
Sostenere e promuovere l'adozione di politiche e sistemi di gestione volti ad assicurare l'integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione

6 INDIVIDUARE ADEGUATI STRUMENTI DI POLITICA ECONOMICA
Proporre alle istituzioni forme di incentivazione non opportunistiche per le imprese che adottino buone pratiche di RSI

7 FAVORIRE LA RICERCA
Orientare le iniziative di sostegno alla ricerca – pubblica e privata – verso soluzioni che diano risposta ai problemi dello sviluppo sostenibile e che favoriscano nuovi modelli di business

8 STRATEGIA NAZIONALE
Richiedere al Governo un impegno costante per il raggiungimento degli SDGs attraverso l'implementazione della strategia Nazionale per lo sviluppo Sostenibile, creando tavoli di lavoro congiunto e garantendo un impegno efficace e continuo

9 CONSOLIDARE LE PARTNERSHIP
Promuovere lo sviluppo di partnership pubblico-private, e con il terzo settore, attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione verso le imprese associate, per favorire l'innovazione e la creazione di valore condiviso

10 CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ
Incoraggiare le scuole, le Business School e le Università a sviluppare una cultura della sostenibilità come modello di comportamento per le imprese

- ✓ **Incontri nelle Territoriali:** diffusione del Manifesto e valorizzazione delle buone pratiche esistenti sul territorio e momenti di approfondimento su iniziative promosse da centri di ricerca, istituzioni, mondo universitario, fondazioni, etc.
- ✓ **Tavoli interassociativi:** organizzazione di gruppi di lavoro misti sui temi dell'ambiente, infrastrutture, ricerca e innovazione e altri
- ✓ **Incontri con le associazioni di categoria:** per la promozione dello sviluppo delle buone pratiche all'interno della filiera
- ✓ **Tavolo con le grandi imprese:** per la promozione della sostenibilità nella filiera
- ✓ **Percorsi formativi:** è allo studio una proposta di corsi finanziati per le PMI per temporary manager sul tema del sustainability/CSR

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L'INDUSTRIA 4.0

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE

Gli imprenditori di oggi devono affrontare uno scenario nuovo rispetto al passato che richiede un ripensamento del modello di sviluppo CHE PUNTI SULL'INNOVAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ ALL'INTERNO DI UN SISTEMA IN GRADO DI CREARE VALORE CONDIVISO PER TUTTI. È in questo contesto che CONFINDUSTRIA considera la RESPONSABILITÀ SOCIALE un elemento vincente per la competitività delle imprese e si impegna per promuoverla all'interno e all'esterno della sua organizzazione attraverso un percorso di impegni concreti.

1 PROMUOVERE LA CONSAPEVOLEZZA
Aumentare la consapevolezza dei problemi sociali e ambientali che hanno maggiore impatto per le imprese italiane

2 INCIDERE SULLA GOVERNANCE
Promuovere l'integrazione della sostenibilità nella governance di impresa nella logica di migliorare la competitività

3 SOSTENERE L'INNOVAZIONE
Promuovere l'innovazione dei modelli di business e lo sviluppo di strategie aziendali orientate verso i SDGs (Sustainable Development Goals) anche attraverso la raccolta e la diffusione di best practice

4 PROMUOVERE LA FORMAZIONE
Sviluppare programmi di formazione sulla sostenibilità, sulle caratteristiche dell'agenda 2030 e dei SDGs e coinvolgere le associazioni territoriali e le categorie produttive attraverso la messa a punto di strumenti e iniziative volte a valorizzare i casi di successo e a favorire l'ingaggio delle imprese nella logica di migliorare la competitività del sistema industriale italiano.

5 SOSTENERE L'INTEGRITÀ
Sostenere e promuovere l'adozione di politiche e sistemi di gestione volti ad assicurare l'integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione

6 INDIVIDUARE ADEGUATI STRUMENTI DI POLITICA ECONOMICA
Proporre alle istituzioni forme di incentivazione non opportunistiche per le imprese che adottino buone pratiche di RSI

7 FAVORIRE LA RICERCA
Orientare le iniziative di sostegno alla ricerca – pubblica e privata – verso soluzioni che diano risposta ai problemi dello sviluppo sostenibile e che favoriscano nuovi modelli di business

8 STRATEGIA NAZIONALE
Richiedere al Governo un impegno costante per il raggiungimento degli SDGs attraverso l'implementazione della strategia Nazionale per lo sviluppo sostenibile, creando tavoli di lavoro congiunto e garantendo un impegno efficace e continuo

9 CONSOLIDARE LE PARTNERSHIP
Promuovere lo sviluppo di partnership pubblico-private, e con il terzo settore, attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione verso le imprese associate, per favorire l'innovazione e la creazione di valore condiviso

10 CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ
Incoraggiare le scuole, le Business School e le università a sviluppare una cultura della sostenibilità come modello di comportamento per le imprese

IL NOSTRO IMPEGNO PER AIUTARE LE IMPRESE CON STRUMENTI CONCRETI

- **Incentivi per migliorare i sistemi di gestione aziendali:**
  - **certificazioni (es ISO9001, ISO14001, SA8000, OHSAS 18001)**
  - **Rendicontazione (report sostenibilità, misurazione dell'impatto, ecc.)**

✓ **Individuazione incentivi fiscali, agevolazioni premialità nei bandi di gara**

✓ **Identificazione indicatori finalizzati a migliorare il rating creditizio: (esempio accordo Piccola Industria Banca Intesa)**

✓ **Premi alle imprese virtuose: *Premio Imprese x Innovazione* inserimento buone pratiche sulla responsabilità sociale**

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L'INDUSTRIA 4.0

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE

Gli imprenditori di oggi devono affrontare uno scenario nuovo rispetto al passato che richiede un ripensamento del modello di sviluppo CHE PUNTI SULL'INNOVAZIONE E LA SOSTENIBILITÀ ALL'INTERNO DI UN SISTEMA IN GRADO DI CREARE VALORE CONDIVISO PER TUTTI. È in questo contesto che CONFINDUSTRIA considera la RESPONSABILITÀ SOCIALE un elemento vincente per la competitività delle imprese e si impegna per promuoverla all'interno e all'esterno della sua organizzazione attraverso un percorso di impegni concreti.

1 PROMUOVERE LA CONSAPEVOLEZZA
Aumentare la consapevolezza dei problemi sociali e ambientali che hanno maggiore impatto per le imprese italiane

2 INCIDERE SULLA GOVERNANCE
Promuovere l'integrazione della sostenibilità nella governance di impresa nella logica di migliorare la competitività

3 SOSTENERE L'INNOVAZIONE
Promuovere l'innovazione dei modelli di business e lo sviluppo di strategie aziendali orientate verso i SDGs (Sustainable Development Goals) anche attraverso la raccolta e la diffusione di best practice

4 PROMUOVERE LA FORMAZIONE
Sviluppare programmi di formazione sulla sostenibilità, sulle caratteristiche dell'agenda 2030 e dei SDGs e coinvolgere le associazioni territoriali e le categorie produttive attraverso la messa a punto di strumenti e iniziative volte a valorizzare i casi di successo e a favorire l'ingaggio delle imprese nella logica di migliorare la competitività del sistema industriale italiano.

5 SOSTENERE L'INTEGRITÀ
Sostenere e promuovere l'adozione di politiche e sistemi di gestione volti ad assicurare l'integrità dei comportamenti e il contrasto alla corruzione

6 INDIVIDUARE ADEGUATI STRUMENTI DI POLITICA ECONOMICA
Proporre alle istituzioni forme di incentivazione non opportunistiche per le imprese che adottino buone pratiche di RSI

7 FAVORIRE LA RICERCA
Orientare le iniziative di sostegno alla ricerca – pubblica e privata – verso soluzioni che diano risposta ai problemi dello sviluppo sostenibile e che favoriscano nuovi modelli di business

8 STRATEGIA NAZIONALE
Richiedere al governo un impegno costante per il raggiungimento degli SDGs attraverso l'implementazione della strategia Nazionale per lo sviluppo sostenibile, creando tavoli di lavoro congiunto e garantendo un impegno efficace e continuo

9 CONSOLIDARE LE PARTNERSHIP
Promuovere lo sviluppo di partnership pubblico-private, e con il terzo settore, attraverso azioni di sensibilizzazione e informazione verso le imprese associate, per favorire l'innovazione e la creazione di valore condiviso

10 CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ
Incoraggiare le scuole, le business school e le università a sviluppare una cultura della sostenibilità come modello di comportamento per le imprese

IL NOSTRO IMPEGNO

stiamo lavorando anche su:

- ✓ **la creazione di una banca dati sulle imprese sostenibili di Confindustria**
- ✓ **l'identificazione di una «buona causa» del sistema**
- ✓ **il bilancio di impatto del sistema Confindustria**
- ✓ **Realizzazione eventi a impatto zero**
- ✓ **Organizzazione di un ciclo di testimonianze eccellenti («Champions» della sostenibilità e dell'innovazione)**

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE

BRESCIA, 11 MAGGIO 2018
PRIMA TAPPA DEL ROAD SHOW

Il Sole 24 ORE

Impresa & territori

SOSTENIBILITÀ

A Brescia road show di Confindustria

Bresciaoggi

Brescia lancia il «Manifesto» per un business più sostenibile

GIORNALE DI BRESCIA

Impresa sostenibile, il modello Confindustria a Brescia è già realtà

Sul palco di Aib. Rossana Ravello e Roberto Zini

MANIFESTO DI CONFINDUSTRIA

PER LE IMPRESE CHE CAMBIANO, PER UN PAESE PIÙ SOSTENIBILE

RAVENNA, 18 GIUGNO 2018
SECONDA TAPPA DEL ROAD SHOW

CONFINDUSTRIA

4° Festival dell'Industria e dei Valori d'Impresa

18 maggio 12 luglio

CONFINDUSTRIA ROMAGNA

con il patrocinio di: Comune di Ravenna; Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico centro settentrionale

con il contributo di: Camera di Commercio Ravenna

Main Sponsor: BPER Banca, UMANA, vulcaflex

Sponsor: costa, Ron-Auto Piraccini, vianello Assicurazioni, VICIC, VULCANGAS

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE PER L'INDUSTRIA 4.0

Per le imprese che cambiano, per un Paese più sostenibile

18 giugno dalle 15.00 alle 17.00

Sala Muratori Biblioteca Classense - Via A. Baccarini, 3 - Ravenna

Lo scenario inedito in cui si muovono le imprese oggi richiede un ripensamento del modello di sviluppo, che punti sull'innovazione e la sostenibilità all'interno di un sistema in grado di creare valore condiviso per tutti. In questo contesto, Confindustria considera la responsabilità sociale un elemento vincente per la competitività delle imprese, e si impegna per promuoverla all'interno e all'esterno della propria organizzazione attraverso un percorso di impegni concreti, esplicitati in un manifesto che sta facendo il giro di tutto il Paese e fa tappa a Ravenna nell'ambito del Festival dell'Industria e dei Valori di Impresa.

Introduce

Alberto Di Perna

Vicepresidente Confindustria Romagna con delega alla Responsabilità Sociale d'Impresa

Rossana Revello

Presidente del Gruppo Tecnico per la Responsabilità Sociale d'impresa di Confindustria

illustra il manifesto di Confindustria

La Romagna presenta le sue esperienze di successo

Adriano Aureli – *Presidente Onorario Scm Group Spa* - Unindustria Rimini e la sfida lanciata sulla RSI nel 2005

Sara Cirone – *Amministratore Delegato Stafer Spa e membro tavolo tecnico del gruppo Responsabilità Sociale di Confindustria* - Report integrato e obiettivi di sviluppo sostenibile dell'agenda Onu 2030 in una PMI di territorio

Lino Sbraccia – *Presidente Associazione Figli del Mondo* - Responsabilità Sociale come fattore competitivo di successo. 15 anni di esperienze a Rimini

Alessandro Curti – *Alessandro Curti – Amministratore Delegato Curti Spa e Vice presidente Confindustria Romagna con delega a Lavoro e relazioni sindacali* – Cosa si fa alla Curti: alcuni esempi pratici di responsabilità

Elisa Tamagnini – *Referente RSI del Gruppo SGR* – Responsabilità sociale d'Impresa dal 1956

Massimo Lo Rizzo – *Consigliere Tozzigreen* - Energie Rinnovabili. Le nuove generazioni. L'impegno educativo e culturale di TozziGreen

“Un vero viaggio di scoperta non è cercare nuove terre ma avere nuovi occhi.” M. Proust

GRAZIE!