

Community engagement e benefici condivisi

AULA AS03 - 4 ottobre 2017, ore 14,00 – 16,00
Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale c/o Università Bocconi via Roentgen, Milano

Introduzione a cura di Manuela Macchi

Per le imprese il tema del coinvolgimento della comunità è sempre più importante e si è ormai diffusa la parola chiave **“community engagement”**. Sul significato di **“engagement”** sono tutti d'accordo (coinvolgimento attivo e appassionato per creare un dialogo con gli stakeholder), mentre sul termine **“community”** l'interpretazione può essere ampia, poiché si riferisce a un *“insieme di persone che condividono un interesse”*. In generale si fa riferimento a un approccio nuovo che può contribuire al rafforzamento dei piani di sviluppo in una logica di **co-progettazione in cui l'impresa lavora con le diverse comunità** (dipendenti, fornitori, clienti, comunità locali/territorio, etc.), superando l'autoreferenzialità.

Inoltre, nel tempo si sono evoluti gli **obiettivi** del community engagement: da quello tradizionale volto a **ottenere/mantenere la licence to operate** fino a quelli che si prefiggono di **far crescere il business insieme all'ambiente, rafforzare la catena del valore, innovare nei prodotti e/o servizi finali**.

Si possono, infine, individuare **5 principi** chiave basandosi sui quali lavorare per realizzare un community engagement di successo:

1. Trasparenza delle informazioni
2. Inclusività
3. Materialità
4. Reattività e sensibilità verso gli stakeholder
5. Misurazione

I progetti innovativi



Licia Casamassima (Azione contro la fame) | **“Ristoranti contro la fame”**

Un campagna internazionale che coinvolge ristoranti, chef, associazioni, aziende, media e food lovers per raccogliere fondi per i programmi contro la malnutrizione infantile che Azione contro la Fame realizza nel mondo. La campagna nasce in UK e si è sviluppata poi in Spagna, US, Canada, Italia, Germania.

In Italia dal 2015, in due sole Edizioni sono stati coinvolti partner numerosi e di alto profilo: le principali associazioni cuochi (APCI, Chic, Le Soste), Thefork, Brand Events organizzatori dei Taste Festival in Italia; 200 ristoranti; 30 grandi chef; una community stimata di food lovers pari a 250.000 persone.



Sono state organizzate cene a più mani con la partecipazione di chef di fama nelle città di Milano, Roma, Napoli, raggiungendo oltre 500 persone e coinvolgendo diverse aziende sponsor, tra cui Ferrarelle e Metro Italia Cash and Carry, case vinicole e aziende che hanno avuto piacere a partecipare acquistando tavoli.

Nel 2017 sono stati coinvolti nuovi partner (Ambasciatori del Gusto, l'Associazione Pizzaioli Napoletani, Touring Club Italiano), nuove aziende e catene, tra cui Groupon, La Perla di Torino e Fratelli La Bufala. Si sta ragionando anche di partnership con aziende di food delivery. L'obiettivo è rendere "Ristoranti contro la fame" la più grande mobilitazione del food contro la fame nel mondo.



Paolo Cerino (Sace Group) | "Push To Open"

Dal 2015, SACE offre la partecipazione a "Push To Open" ai figli dei propri dipendenti che frequentano il 4° e 5° anno di scuola superiore e, dal 2016, anche agli studenti di scuole pubbliche delle città dove è presente: un percorso multicanale di conoscenza e scambio di esperienze, progettato per aiutare le ragazze e i ragazzi ad affrontare consapevolmente le scelte che li attendono al termine della scuola superiore.

Push To Open è promosso da "Jointly", una rete che aggrega numerose grandi aziende italiane su programmi di welfare condiviso in grado di offrire una risposta efficace ai bisogni di conoscenza del mondo del lavoro dei giovani di 17/19 anni. Si svolge una volta all'anno da ottobre a febbraio; a seguire sono offerte, con criteri meritocratici, esperienze di job shadowing nelle aziende facenti parte della rete. A partire dall'anno scolastico 2017/2018, Push to Open è un programma accreditato MIUR, novità che consente agli istituti scolastici il riconoscimento "automatico" di 50 ore da imputare all'alternanza scuola/lavoro.

Push to Open apre ai ragazzi nuovi orizzonti e dà loro strumenti per compiere scelte consapevoli, senza tuttavia indirizzarli con indicazioni specifiche: ogni ragazzo dovrà fare una propria sintesi delle informazioni raccolte, per capire quale sia la scelta migliore per il suo futuro.

È un programma interfunzionale e condiviso: i ragazzi possono trarre beneficio dalle testimonianze e dalle esperienze messe a disposizione da manager di grandi aziende, professionisti affermati, accademici. In questo modo, durante il percorso avranno la possibilità di conoscere non solo un mestiere o un'azienda, ma decine di mestieri, descritti dai formatori e dai testimonial che partecipano al progetto.

Push to Open è un programma multicanale e interattivo fatto di incontri fisici, moduli di e-learning, dirette in live streaming, ingaggio attraverso i social network. I canali e il linguaggio utilizzati sono vicini a quelli dei ragazzi e questo li incoraggia all'ascolto e all'apprendimento. Il programma è molto interattivo e prevede che i ragazzi non siano solo spettatori, ma protagonisti. Ad esempio, vengono stimolati con iniziative di gamification, premiando i ragazzi più attivi. Una delle risposte più frequenti che riceviamo dai partecipanti sottolinea che a loro piace essere trattati da adulti.

È un programma a dimensione nazionale: il format e la multicanalità hanno consentito la partecipazione di ragazze e ragazzi residenti in tutta Italia, e i workshop sono stati ospitati in numerose sedi su tutto il territorio italiano. L'utilizzo della tecnologia permette di ottenere la massima copertura territoriale e consente la partecipazione al programma in qualsiasi realtà italiana.

Dalle domande, dai commenti e dalle esperienze maturate dai partecipanti ai workshop è nato "Universo 18", un osservatorio sulla visione del presente e del futuro dei giovani che stanno terminando le scuole superiori e che si accingono a scegliere il loro percorso formativo e professionale.



Luisa Gulluni (Costa Crociere) | “È buono: un gelato, tante ragioni”

La responsabilità di Costa Crociere per le comunità in cui opera si concretizza anche con l’attenzione ai bisogni sociali delle stesse, a cui la compagnia si impegna a rispondere sempre più in una logica di supporto allo sviluppo di conoscenze e capacità, fattori abilitanti per l’innovazione e la creazione di valore nel tempo. Tale impegno è finalizzato al supporto di enti e organizzazioni operanti in diversi contesti, in particolare nella tutela e nello sviluppo delle fasce deboli per il miglioramento delle condizioni di vita e per favorire l’avvio al lavoro e all’attitudine imprenditoriale delle nuove generazioni.

“È buono: un gelato, tante ragioni” è uno dei primi progetti supportati attraverso il programma di Volontariato d’impresa. Realizzato da un’idea della Consulta Diocesana di Genova, “È buono” è il primo franchising sociale in Italia: prevede l’apertura di laboratori e punti vendita di gelato artigianale di qualità, fatto con prodotti provenienti da filiera sociale o da terreni confiscati alla mafia, con l’obiettivo di offrire delle opportunità lavorative a ragazzi provenienti da realtà familiari disagiate. La formula è quella del franchising, con la differenza che i fondi necessari per l’avvio non sono a carico dei giovani imprenditori ma della cooperativa stessa. Il primo lab ha aperto a Genova e analoga iniziativa è stata lanciata a Bologna con il supporto dell’associazione Agevolando. A luglio 2017, è stato aperto un altro punto vendita nella meravigliosa cornice della passeggiata di Nervi (Genova).

La realizzazione del progetto è stata possibile, in ottica di approccio multi-stakeholder, grazie a un intenso lavoro di concertazione con diversi attori attivi sul territorio, tra cui Costa Crociere. In particolare, Costa ha messo a disposizione le conoscenze e le capacità di alcuni colleghi dei dipartimenti Finance e Sales&Marketing, nonché del dipartimento Culinary, per la creazione del business plan e quindi finalizzare il lancio e la strategia commerciale del primo United Ice Cream Lab.

Ad oggi, 40 ragazzi della Consulta hanno partecipato a corsi di formazione, creati anche col supporto di Costa, insieme ad AMIU e Tigullio, altre importanti realtà del territorio genovese: la prima gelateria è gestita da tre ragazze formate su tecniche di gestione e di vendita. Il progetto è stato insignito a dicembre 2016 del premio annuale “Esperienze innovative di partnership sociali tra imprese e organizzazioni di volontariato” indetto da Confindustria.



Francesca Magliulo (Edison) | “L’evoluzione dell’approccio alla biodiversità: dalla tutela alla co-progettazione con le comunità locali”

L’impegno di Edison sul tema Biodiversità è di lunga data, ed è tutt’oggi rinnovato anche come strumento per perseguire gli obiettivi (14 e 15) dell’ONU (SDG). Edison ha una forte presenza sul territorio nazionale e per questo motivo uno dei temi materiali per l’azienda è sempre stato il suo ruolo di cittadino responsabile verso l’ambiente in cui opera. In tal senso nel 2012 è stato lanciato un progetto con l’obiettivo di monitorare la vulnerabilità delle aree circostanti gli impianti on-shore al fine di definire quelle più sensibili, su cui effettuare studi più approfonditi; l’area più sensibile è risultata quella della centrale idroelettrica di Chievolis, sulla quale è stato fatto uno studio approfondito sullo stato della flora e fauna circostanti. Il risultato è stato positivo ed ha dimostrato che l’attività antropica non ha impattato sull’alto livello naturalistico dell’area.



Anche i primi progetti sulle piattaforme off-shore sono stati creati con lo scopo di valutarne l'impatto sull'ambiente, ed in particolare sulle specie esistenti. In particolare su Vega A, piattaforma di esplorazione e produzione situata al largo delle coste di Siracusa (Pozzallo), è stato creato "Biovega", un laboratorio di monitoraggio della biodiversità attorno all'impianto. La piattaforma Edison è risultata un'oasi di ripopolamento marino per specie animali e vegetali prima assenti in quel tratto del canale di Sicilia, come è emerso dal progetto realizzato in collaborazione con l'Area Marina Protetta Isole Ciclopi di Acitrezza.

Per valorizzare il progetto Biovega e replicarlo al meglio nel contesto della piattaforma Vega B, in fase di sviluppo, Edison ha avviato un percorso di ascolto degli stakeholder, capace da una parte di amplificare la conoscenza del progetto stesso e dall'altra di massimizzarne il valore, declinandolo secondo le aspettative specifiche dei portatori di interesse aprendo con essi nuovi canali di relazione. La declinazione più interessante è risultata di natura tecnico - scientifica. La piattaforma è infatti una risorsa preziosa in quanto non esistono punti fisici permanenti di osservazione dei fenomeni marini nel Mediterraneo, con focus sulla biodiversità. Negli ultimi anni è emersa sempre più forte la necessità, e volontà, di coinvolgere gli attori locali nei progetti sui territori, per trovare il modo più efficace ed utile di portare valore.

Un ulteriore esempio riguarda l'area del Tracciolino, un sentiero donato da Edison alla comunità locale della Valchiavenna, precedentemente utilizzato per il servizio tra diversi punti della centrale Campo.

Edison ha promosso un progetto con la scuola media di Novate Mezzola per aiutare i ragazzi delle seconde medie a conoscere e valorizzare i propri territori con il focus sulla biodiversità. I ragazzi, dopo una giornata di lezione a scuola, sono stati accompagnati sul campo del Tracciolino con esperti di fauna e flora per sperimentare le attività di raccolta e riconoscimento delle specie, supportati dalle nuove tecnologie. Il progetto ha lo scopo di promuovere la cultura della sostenibilità e dell'attenzione al proprio territorio fra i ragazzi, fornendo loro una chiave diversa, insolita, di lettura di ambienti noti. Questi progetti rappresentano l'approccio di Edison al concetto di valore condiviso e all'impegno con gli stakeholder, che vuole andare al di là del modello top-down del monitoraggio tradizionale della biodiversità, considerando le esigenze e le idee dei territori in cui Edison opera.

Oggi, le metodologie classiche per valutare e preservare la ricchezza della biodiversità sono ancora un primo passo fondamentale nel raccogliere informazioni. Tuttavia, negli ultimi anni l'approccio di Edison si è evoluto verso il valore comune e l'impegno con gli stakeholder, avvicinandoci ai territori in cui operiamo attraverso l'ascolto delle loro esigenze e, se possibile, co-progettando con loro soluzioni e progetti. I canali di relazione attivati attraverso l'approccio di valore condiviso consentono anche la diffusione della cultura della sostenibilità, una delle tappe fondamentali per creare valore in tutto il territorio.



Nicolas Meletiou (ESO Società Benefit) | "esosport e sostenibilità"

Da un'idea di Nicolas Meletiou, Managing Director di ESO, nonché runner appassionato, e dagli amici Marco Marchei e Fulvio Massini, esosport è nato per soddisfare una precisa domanda: che cosa si può fare con un paio di vecchie scarpe sportive ormai consumate e non più utilizzabili? Il problema del corretto smaltimento delle scarpe esauste è stata la molla per pensare, ideare e realizzare un progetto ecosostenibile che contribuisce concretamente all'Economia Circolare: così è nato esosport, il primo e unico progetto di raccolta e riciclo di scarpe sportive esauste in Italia e in Europa.



A settembre 2017 il progetto si amplia e nasce esosport bike, per la raccolta e il riciclo di copertoni e camere d'aria esausti: il nuovo servizio si rivolge ai negozianti di biciclette, ai bike sharing di tutte le città oltre che ai Comuni.

L'obiettivo consiste nel minimizzare l'accumulo dei rifiuti in discarica e innescare nelle persone la convinzione che è possibile non solo riciclare, ma anche ottenere dal ciclo del riciclo materia prima seconda, utilizzabile per nuove iniziative sul territorio. La raccolta delle scarpe ha come fine ultimo la generazione di materia prima seconda, che ESO Società Benefit, dona gratuitamente alle amministrazioni pubbliche per la realizzazione di due progetti: "Il Giardino di Betty" e "La Pista di Pietro".

"Costruisci la tua strada", così recita il pay-off di esosport che ben rappresenta il filo conduttore del progetto, una strada che si costruisce passo dopo passo da ognuno di noi. Ad ogni materiale sportivo riciclato si aggiunge un tassello di un nuovo progetto, che sia esso "Il Giardino di Betty", un parco giochi, o "La Pista di Pietro", una pista di atletica di 60 metri dedicata a Pietro Mennea che presto nascerà.

esosport run e esosport bike, data la loro valenza ambientale e sociale, sono patrocinate rispettivamente da FIDAL – Federazione Italiana Di Atletica Leggera – e da FIC – Federazione Ciclistica Italiana -.



Selina Xerra (Gruppo Iren) | **"Progettare con e per le comunità"**

I Comitati Territoriali sono un canale di dialogo, confronto e progettazione partecipata tra il Gruppo Iren e tutti i portatori di interesse delle comunità locali in merito ai servizi dell'azienda e ai temi della sostenibilità ambientale e sociale. Sono stati attivati a fine 2014 e sono previsti nel patto parasociale dei soci pubblici di Iren per mantenere un costante rapporto diretto con gli stakeholder del Gruppo.

Si tratta di un vero e proprio strumento di lavoro per raccogliere idee e proposte con lo scopo di migliorare i servizi del Gruppo, progettando insieme ai cittadini soluzioni innovative e per uno sviluppo sostenibile del territorio. Essi sono costituiti su base provinciale e corrispondono alle aree geografiche di distribuzione dei servizi di Iren, ovvero Genova, Parma, Piacenza, Reggio Emilia e Torino.

Ciascun Comitato è composto da un massimo di 23 membri, di cui fino a 15 sono rappresentanti nominati da Associazioni e realtà della società civile, che salgono a 18 nel caso di provincia con popolazione superiore a 800.000 abitanti, e che garantiscono un impegno su base volontaria. A questi si aggiungono 5 componenti di diritto: il Presidente e il Vicepresidente di Iren, un rappresentante del Comune capoluogo, un rappresentante dei Comuni della provincia serviti da Iren e un rappresentante dell'Università locale. La presenza dei vertici del Gruppo rappresenta un impegno sostanziale di Iren nel coinvolgimento degli stakeholder. L'individuazione dei componenti rappresentanti delle realtà del territorio avviene attraverso la pubblicazione di un bando da parte di Iren a cui tutte le Associazioni e le realtà della società civile possono candidarsi.

Al fine di garantire ed allargare il coinvolgimento capillare del territorio, ciascun Comitato utilizza la piattaforma online irencollabora.it, primo esempio a livello nazionale, in cui tutti i cittadini, possono partecipare direttamente pubblicando propri contributi sui temi o discussioni aperte all'interno del Comitato, avanzare nuove proposte o suggerimenti su tematiche d'interesse per il Gruppo con l'obiettivo di generare progetti concreti e tangibili. Il flusso informativo prodotto dalla piattaforma è anche una fonte preziosa a cui Iren potrà ispirarsi per adottare strategie innovative di servizio e per anticipare i bisogni del territorio.



Ad oggi i 5 Comitati Territoriali Iren hanno incubato 35 progetti di sostenibilità, di cui 12 sono già stati realizzati, mentre gli altri sono in fase di realizzazione. I progetti vengono proposti dai membri dei Comitati o dai cittadini attraverso la piattaforma on-line www.irencollabora.it e valutati dai Comitati stessi.

La progettualità si è sviluppata su diversi ambiti: risparmio energetico, riduzione della produzione e riuso dei rifiuti, lotta allo spreco alimentare, miglioramento dei canali e delle modalità di contatto tra Gruppo Iren e categorie deboli (in particolare anziani e cittadini stranieri), interventi a favore delle povertà energetiche, riqualificazione di aree territoriali, educazione alla sostenibilità, uso razionale delle risorse idriche, maggiore comprensibilità delle bollette energetiche, decoro urbano, valorizzazione del patrimonio verde urbano.

La progettualità è frutto dell'attività di gruppi di lavoro interni ai Comitati che producono analisi e piani realizzativi fino ad arrivare al progetto di fattibilità tecnico-economica. I progetti, oltre ad avere positive ricadute sociali e ambientali sulle comunità e i territori, sono sempre realizzati in una logica di replicabilità affinché le migliori idee di un territorio possano essere trasferite ad altri ambiti. Proprio a partire da questa logica, diversi progetti si sono sviluppati o si stanno sviluppando coinvolgendo più Comitati, creando quindi occasioni di collaborazione nuove tra gli stakeholder di Iren.

CSR Manager Network è l'associazione che dal 2006 riunisce professionisti e manager che si dedicano alla definizione e alla realizzazione delle strategie e dei progetti socio-ambientali e di sostenibilità nelle imprese e in altre organizzazioni. Opera per promuovere la professionalità dei responsabili aziendali della CSR e per diffondere la cultura della sostenibilità, concepita come uno strumento di competitività delle aziende e di sviluppo del paese. Promuove attività di ricerca sui temi della sostenibilità e delle professioni di CSR Manager, secondo gli indirizzi espressi al proprio Comitato Scientifico e con la collaborazione di ALTIS – Alta scuola impresa e società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Nel 2016 è diventato partner e rappresentante dell'Italia nel [Global Network del World Business Council for Sustainable Development \(WBCSD\)](#) e ha promosso e lanciato la **European Association of Sustainability Professionals (EASP)**, un nuovo network che riunisce le maggiori organizzazioni europee che rappresentano i professionisti della CSR.

Contatti: [Twitter @CSRManagerNet](#) | website www.csrmanagernetwork.it