



Lo sviluppo sostenibile dell'Onu «contagia» la cultura d'impresa

I 17 Obiettivi nel calendario Lavazza. Aumentano i casi virtuosi

LUCA MAZZA

È la stessa location dove, lo scorso 1° giugno, le principali associazioni imprenditoriali italiane firmarono un «patto» per lo sviluppo sostenibile nel corso della tappa milanese del Festival dedicato proprio a questo tema cruciale. Ora, a distanza di sei mesi dalla sigla di quella dichiarazione d'intenti, sempre all'Unicredit Pavilion di Milano, il portavoce dell'ASviS Enrico Giovannini fa il punto sui passi in avanti compiuti nel frattempo, «con i tavoli di lavoro specifici avviati», e sul ruolo sempre più decisivo giocato dalle realtà produttive per raggiungere i traguardi fissati dall'Onu nell'Agenda 2030. L'occasione è la presentazione del calendario 2018 di Lavazza che per

quest'edizione ha scelto come filo conduttore i Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite. Lo slogan è diretto: «E tu che cosa stai facendo?». Un interrogativo che chiama in causa l'impegno quotidiano che ciascuno può mettere in difesa del Pianeta. La stessa domanda, ovviamente, richiede risposte anche – anzi, soprattutto – dalle imprese. «Senza il contributo delle aziende non si realizzano gli obiettivi dello sviluppo sostenibile – sostiene non a caso Giovannini –. Per tale ragione abbiamo bisogno di "campioni" in campo imprenditoriale che trascino in questo percorso virtuoso più soggetti possibili». Lo scopo

è diffondere una dinamica già in corso: far entrare gli SDGs dell'Onu nella cultura d'impresa. A tal proposito viene giudicata

positivamente anche un'altra novità di giornata, ovvero la nascita dell'Alleanza per l'economia circolare. Sarà composta da alcune grandi aziende internazionali per rafforzare l'impegno sui temi ambientali, incrementare le collaborazioni e raggiungere le principali filiere industriali del Paese. A firmarla, nella sede di Confindustria a Roma

– durante un'iniziativa con il patrocinio dei ministeri dell'Ambiente e dello Sviluppo economico –, sono stati Enel, Intesa San Paolo, Gruppo Salvatore Ferragamo, Bulgari, Novamont, Fater, Eataly e Costa crociere.

Tornando a Lavazza, la decisione della storica azienda del caffè di dedicare un calendario allo sviluppo sostenibile rientra in u-

na logica di ampio respiro, in cui la sostenibilità non viene relegata in un angolo, ma "contagia" il lavoro complessivo. «Abbiamo cominciato questo cammino specifico un anno e mezzo fa – spiega Mario Cerutti, responsabile della sostenibilità dell'impresa – e dove entriamo in partnership con gli attori principali che si dedicano a questi temi a livello nazionale e internazionale, portando avanti progetti comuni, specie in campo formativo».

Il coinvolgimento dei giovani, del resto, è un altro fattore-chiave. E

i segnali che arrivano a livello globale lasciano ben sperare. «Notiamo un'attenzione crescente da parte delle ultime generazioni – evidenzia Dario Pirelli, responsabile del SDSN (Sustainable Development Solutions

Network) della sezione Youth, ovvero quella riservata alle soluzioni che arrivano da chi ha tra i 15 e i 30 anni –. In particolare i cittadini dei Paesi in via di sviluppo, dal Sud est asiatico all'Africa, mostrano una spiccata sensibilità e altissime competenze». Giovannini cita anche l'ultimo studio dell'Ania, in cui si nota una crescita del trend che vede i giovani italiani sempre più propensi a condividere l'auto anziché comprarla. «È un salto verso la mobilità sostenibile da giudicare positivamente in vista di altri passi avanti da compiere il prima possibile – osserva il portavoce dell'ASviS –. Anche perché il 2030 non è poi tanto lontano. E la sfida sostenibile va considerata una priorità del presente, non del futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il portavoce dell'ASviS Enrico Giovannini: «Aziende decisive per rispettare l'Agenda 2030, che è una sfida del presente, non del futuro»

► 30 novembre 2017



Enrico Giovannini (ASviS)



L'INIZIATIVA

Cinque scatti del calendario 2018 di Lavazza, il cui filo conduttore è dato dai 17 obiettivi fissati dall'Onu. Protagonisti dell'edizione realizzata dal fotografo britannico di origini greche Platon, noto per gli scatti ai grandi della politica e della società, non solo personaggi noti, ma anche "sconosciuti" che con la loro attività quotidiana rendono il mondo più sostenibile.