Integrare gli obiettivi sociali e ambientali nelle strategie aziendali

Le imprese si stanno impegnando per ridurre i negativi impatti ambientali e contribuire allo sviluppo del territorio. Ma «servono agevolazioni e incentivi fiscali, in particolare per le Pmi», sottolinea Sabrina Florio, presidente Anima per il sociale nei valori d'impresa

Ha iniziato a riflettere e intervenire sulla sostenibilità quando ancora nessuno lo faceva. Anima per il sociale nei valori d'impresa, la non profit fondata nel 2001 da Unindustria, lavora oggi in stretta sinergia con l'Associazione territoriale del sistema Confindustria di Roma, Frosinone, Latina, Rieti e Viterbo, che ha da poco creato il gruppo tecnico Strategie Esg per affiancare e supportare le imprese sui temi della sostenibilità in tre aree di lavoro: comunicazione e (in)formazione; policy e strumenti per l'avvio di progetti concreti. «Come osservatorio privilegiato dell'evoluzione della sostenibilità, Anima ha vissuto la trasformazione del tema in uno dei pilastri delle politiche economiche europee e nazionali», spiega la presidente Sabrina Florio. «Divenuta un osservatorio privilegiato, un think tank dove si registrano i cambiamenti, l'Associazione riunisce 40 soci, tra grandi (Acea, Enel, Ferrovie dello Stato, Generali, Johnson & Johnson Medical, Poste Italiane) e piccole e medie imprese. Si occupa di promuovere la cultura della sostenibilità tra le aziende del territorio, coinvolgendo in particolare le Pmi ad adottare pratiche di sostenibilità, tramite il confronto e lo scambio di know-how con le grandi imprese leader sulla tematica. E lo fa tramite eventi, seminari, workshop, incontri associativi», prosegue l'imprenditrice.

Oggi la sostenibilità non è solo economica, è anche ambientale e sociale. Le imprese creano valore e ricchezza con un impatto che va oltre i confini della "fabbrica". Al tempo della twin transition, come si declina il valore sociale di impresa?

«La sostenibilità intesa a 360 gradi non è oggi un asset marginale, funzionale alla comunicazione di facciata o puramente normativa. Le realtà produttive devono saper integrare gli obiettivi sociali e ambientali nelle strategie aziendali, come leva di competitività ed elemento reputazionale nel lungo periodo. Il percorso tecnologico e quello ambientale compiuto dalle imprese si inserisce sempre di più in una direttrice di politica industriale finalizzata alla crescita. A ciò si collega il tema delle competenze: bisogna oggi investire nella formazione professionale e manageriale per lo sviluppo di conoscenze adeguate a rispondere alle sfide imposte dalla sostenibilità, costruendo all'occorrenza sinergie con scuole e università».

Nonostante il momento socio-economico complesso, caratterizzato dalle tensioni geopolitiche e dal ritorno delle barriere commerciali, a cui si aggiunge il preoccupante trend di denatalità, il nostro Paese pare aver imboccato la strada giusta sul fronte dell'attrattività e della sostenibilità.

«Sì, i segnali sono incoraggianti. In base alla nota di marzo del Centro Studi Confindustria, l'Italia è tra le economie più sostenibili del G20 e dell'Ue, oltre a essere leader nella transizione circolare, con una produttività delle risorse (3,6 €/kg) superiore alla media Ue (2,2 €/kg). Il valore aggiunto del settore in Italia è del 2,7 per cento del Pil (superiore alla media europea del 2,3 per cento). Provenendo dal comparto farmaceutico, posso confermare che, in dieci anni, il settore ha ridotto in Italia i consumi energetici complessivi del 32 per cento, quintuplicando l'uso di energia da fonti rinnovabili. Per stimolare la crescita sostenibile delle imprese, servono agevolazioni e incentivi fiscali- in particolare per le Pmi- testi a supportare la digitalizzazione verde e le iniziative sociali, spingendo sulla collaborazione pubblico-privata».

IL TEMA DELLE COMPETENZE

Bisogna oggi investire nella formazione professionale e manageriale per lo sviluppo di conoscenze adeguate a rispondere alle sfide imposte dalla sostenibilità, costruendo all'occorrenza sinergie con scuole e università

In che modo le aziende stanno interpretando questo impegno verso la sostenibilità?

«Le aziende si stanno impegnando molto in ambito di sostenibilità e rendicontazione. Come emerge dalla Survey Kpmg pubblicata a giugno 2025 sulla rendicontazione di sostenibilità 2024 (dopo il primo anno di applicazione della CSRD in Italia), le aziende del nostro Paese- almeno quelle più grandi- stanno compiendo passi avanti sulla sostenibilità, aspetto che non riguarda più solo i processi produttivi dentro gli stabilimenti o gli uffici, ma anche quello che accade prima e dopo, lungo tutta la filiera: fornitori, distribuzione, clienti. Tante aziende non hanno però fissato obiettivi di miglioramento chiari su alcuni temi rilevanti. Sulla carta c'è il piano di sostenibilità, ma resta un po' troppo spesso scollegato dalla strategia di business. I più comuni obiettivi Esg sono ridurre le emissioni di gas serra e aumentare la parità di genere. Nonostante le ombre, resta proattiva l'iniziativa delle imprese italiane; in base all'indagine EY- SWG sull'imprenditoria (giugno 2025), il 96 per cento degli imprenditori investirà nel prossimo biennio in innovazione e sostenibilità».

Parlando delle attività dell'Associazione, non si può che ricordare il Premio Anima 'Per la crescita di una coscienza etica', giunto alla sua 24esima edizione, un riconoscimento prestigioso che sarà assegnato il prossimo 12 novembre presso la Terrazza Caffarelli in Campidoglio.

«Sì, è un premio che ci rende molto fieri e orgogliosi, consegnato alla presenza dei principali rappresentanti delle istituzioni locali, nazionali e del mondo imprenditoriale. La cerimonia, che gode del patrocinio di Roma Capitale, Regione Lazio e Rai per la Sostenibilità ESG, manifesta al meglio l'impegno delle nostre imprese per la valorizzazione della cultura, riconoscendo il contributo apportato da personalità del mondo della cultura e dell'arte alla crescita di una coscienza etica, della solidarietà e della responsabilità sociale nell'opinione pubblica. Il riconoscimento è assegnato ad autori e professionisti che nelle rispettive categorie- Cinema, Fotografia, Giornalismo, Letteratura, Musica, Teatro e Premio Speciale- si sono distinti per la forza comunicativa dei loro contenuti e messaggi. Molti i temi salienti affrontati, dalla guerra al disagio giovanile, fino alla sostenibilità ambientale e alla valorizzazione delle donne. Le candidature, scelte dal Comitato tecnico da me presieduto, sono poste al vaglio di una Giuria prestigiosa e qualificata, presieduta da Luigi Abete».

• Francesca Druidi

Sabrina Florio presidente Anima per il sociale nei valori d'impresa