

evolution

IL MAGAZINE DI ANIMAIMPRESA



evolution è un magazine
bimestrale a cura
dell'Associazione
Animaimpresa

PRESIDENTE
Valeria Broggian

REDAZIONE
Irene Quaglia
Andrea De Colle
Grafica:
Lorenzo D'Andrea

In questo numero,
articoli a cura di:
Nicola Bonotto e
Pietro Jarre
Alberto Bertossi
Paola Dalle Molle
Francesca Visintin
Giulia Detomati

ILLUSTRAZIONI
Le illustrazioni sono
generate da Midjourney

CONTATTI
Associazione
Animaimpresa
Via Antonio Bardelli, 4
33035
Torreano di Martignacco
UDINE
Codice Fiscale:
94117150303
Telefono: 0432 544660
team@animaimpresa.it
www.animaimpresa.it



© Photo by stevenarrow on Midjourney

Scrivici

Vuoi partecipare al prossimo numero, lasciare dei commenti o inviarcì delle segnalazioni? Evolution vuole essere uno spazio aperto di confronto e condivisione. Contattaci: team@animaimpresa.it

Editorial Talk

A cura di Fabiana Vidoz
pag.6



Focus

I confini dividono, la natura unisce!
Borders separate, nature unites!
pag.25

Evoluzioni del movimento benefit e
creazione di community
pag. 28



Alta Ispirazione

Se non ora, quando?
pag. 9

Diversity & Inclusion

Rispetto delle differenze di
genere
pag.16

Sostenibilità ambientale

Il ruolo chiave del vending
nella transizione ecologica
pag.20



Network

La parola ai soci
pag. 32

Gruppo Giovani Animaimpresa
pag. 36

News
pag. 38

Eventi
pag. 42

Credits

Questa edizione di evolution è stata
realizzata con il gentile contributo di:



Voce al Consiglio Direttivo di Animaimpresa



Fabiana Vidoz

Consigliera

GO!2025

Rinascita Urbana. Quando Cultura incontra Sostenibilità.

GO!2025 non è un evento culturale, ma l'ambizione visionaria di una comunità transfrontaliera che si propone di rivoluzionare il proprio tessuto socio-economico e ambientale andando oltre il semplice superamento del confine. Un decisivo passo avanti verso un nuovo paradigma di integrazione culturale, sociale ed economica.

GO!2025 è un esempio tangibile di come la cultura, l'arte e la sostenibilità possano giocare un ruolo cruciale nella costruzione di un futuro più

inclusivo e resiliente: Nova Gorica e Gorizia -due città separate da confini nazionali, ma unite da un comune retaggio culturale e storico-, diventano simbolo di cooperazione, innovazione e crescita sostenibile.

GO!2025 è una piattaforma per l'innovazione sostenibile dove, attraverso la cittadinanza attiva e la partecipazione comunitaria, si esplorano nuove soluzioni per lo sviluppo del territorio e la sua sostenibilità a lungo termine.

Nel cuore del programma culturale e artistico di GO!2025 sta l'idea che la cultura possa essere un potente motore di cambiamento, capace di abbattere le barriere -fisiche e culturali- che dividono le persone, ma anche di promuovere pratiche sostenibili che rispondano alle urgenti esigenze del nostro tempo. Una piena risposta, dunque, all'Unione Europea che considera la sostenibilità come uno dei pilastri del quadro d'azione sul patrimonio culturale capace di rafforzare il capitale sociale, rigenerare città e regioni, promuovere il riutilizzo adattivo degli edifici, bilanciare l'accesso al patrimonio culturale con il turismo sostenibile e il rafforzamento del patrimonio naturale.

L'attenzione verso la sostenibilità si manifesta nell'ambizione di trasformare le due città in centri *verdi e vibranti*, dove soluzioni creative ed ecologiche -dalla mobilità verde all'uso sostenibile degli spazi-, dimostrano come la cultura e l'arte possano contribuire alla costruzione di comunità più verdi e sostenibili capaci di attrarre visitatori, nuovi residenti e, non ultimo, imprese e investimenti. Un impegno pianificato, che si integra perfettamente anche nelle strategie di sviluppo regionale che mirano a rafforzare il ruolo delle industrie creative e a promuovere l'innovazione nei settori del turismo culturale e gastronomico.

Un elemento centrale di questo processo trasformativo è l'integrazione transfrontaliera *de facto*. Uno sforzo che va oltre la semplice cooperazione culturale, mirando a un'integrazione amministrativa, sociale ed economica che possa fungere da modello per l'Europa.

Il progetto di ristrutturazione della piazza della Transalpina è il simbolo dell'unità transfrontaliera e fulcro delle attività culturali previste per il 2025. La piazza della Transalpina, situata letteralmente sul confine tra Italia e Slovenia, è destinata a diventare il primo cantiere aperto dell'ampio piano di rinnovamento che mira a cambiare il volto delle due città. Con un investimento significativo, il progetto prevede la creazione di un **nuovo distretto culturale unitario**, che fungerà da porta d'ingresso

alla *Città della Cultura* e simbolo di un'inedita integrazione tra le due realtà. L'area della stazione ferroviaria di Nova Gorica sarà ri-disegnata e ri-qualificata con l'eliminazione dei binari inutilizzati, la costruzione di nuove piste ciclabili, impianti sportivi, parchi giochi, spazi aperti e aree verdi.

L'obiettivo è abbattere le barriere, trascendere i confini, promuovere un nuovo concetto di cittadinanza europea che valorizza il multiculturalismo e la cooperazione promuovendo un senso di identità che vada oltre le appartenenze nazionali; un nuovo modello per la risoluzione dei conflitti legati a dimensioni storiche attraverso l'arte e la cultura intesi come ponti che facilitano dialogo e la comprensione reciproca.





Alta Ispirazione



Nicola
Bonotto



Pietro
Jarre

Se non ora,
quando?

Politiche di responsabilità digitale. Se non ora, quando?

La rivoluzione digitale è avvenuta; è un po' come se noi fossimo sbarcati su questo pianeta, e le cose che avverranno dopo non le sappiamo, è un po' come se fosse arrivato qualcuno su un continente sconosciuto. Oggi dobbiamo cominciare a pensare non tanto a una costante spinta alla innovazione tecnologica, ma a che cosa facciamo con questa tecnologia, quindi guardare anche ai suoi limiti, dove funziona e dove invece non funziona.

Così sintetizza il filosofo Luciano Floridi nella sua lettura fatta al Forum Per l'Etica Digitale di Sloweb, e basata sul libro Il Verde e il Blu, pubblicato nel 2020.

Quanto detto da Floridi indica che in azienda di digitale devono occuparsi i CEO, i responsabili risorse umane, i

responsabili vendite, e anche i CIO e gli IT manager, ma in quest'ordine. Il digitale e il suo uso sono anche, solo in subordine, un problema tecnico.

Un'azienda sana è un'azienda che sa badare ai propri interessi, e quindi privilegia la qualità alla quantità, gestisce gli azionisti come una parte degli stakeholder, sa equilibrare crescita e profitto a breve e lungo termine. Nei decenni scorsi queste priorità hanno contribuito alla messa a punto di politiche di responsabilità di impresa, alla nascita delle società benefit e la sostenibilità si è affermata, dopo i primi sospetti, come motore di crescita e benessere, e abbiamo appunto imparato a sviluppare e mantenere politiche di responsabilità sociale delle imprese, politiche di CSR.



La CDR, con la CSR

Oggi è il momento in cui la CSR deve focalizzarsi sugli aspetti digitali, per diverse ragioni:

1. Il digitale ha un impatto su tutti noi, e quindi anche i nostri impiegati, operai, e tutti gli stakeholder. Compresa la terra, stakeholder muto ma davvero importante: il digitale se gestito bene opera a favore di benessere per la terra, ma se gestito male o non gestito comporta un serio incremento di consumi di materie prime – anche molto rare – di acqua, suolo e di emissioni nocive.
2. Il digitale pervade ogni momento della vita in azienda, dalla produzione alla vendita alla distribuzione di servizi e prodotti, e quindi il modo con cui lo usiamo e lo facciamo usare deve veicolare, nei fatti, un'immagine responsabile e positiva dell'azienda.
3. La competitività si gioca oggi anche sull'attenzione all'uso sostenibile del digitale in azienda e dalla azienda.

In Europa centrale molte aziende da quasi dieci anni praticano politiche che sono chiamate di Corporate Digital Responsibility. Un importante riferimento, da questo punto di vista, è il [Manifesto](#). Secondo la scuola dell'Europa centrale la CDR è “l'insieme di valori e di norme che guidano una organizzazione nella creazione e/o nell'uso di tecnologie digitali e di dati” (Lobschat e altri, 2020). A nostro avviso è utile pensare alla CDR come a uno strumento di gestione del rischio, un rischio crescente e ancora poco noto e che quindi merita particolare attenzione.

Le aziende migliori dunque affiancano l'Unione Europea, che con GDPR, AI Act, DSA e DMA, tra l'altro, sta completando un'offensiva a 360 gradi per la “decade digitale”. Si tratta non solo e non tanto di aziende del settore Information e Telecommunication – ICT – ma soprattutto di aziende manifatturiere e di servizi, e anche la Pubblica Amministrazione. Nella pratica, i passi sono i soliti:

1. Assessment per valutare lo stato di partenza
2. Confronto per un accordo collettivo sullo “stato “desiderato”
3. Piano di lavoro condiviso per operare cambiamenti secondo buone pratiche di change management.

È utile
pensare
alla CDR
come a uno
strumento
di gestione
del rischio

Cosa si considera con la CDR?

La sostenibilità digitale guarda ovviamente agli aspetti ambientali (energia e materie prime, acqua e suolo), gli aspetti sociali (lavoro, attenzione, cioè alle energie che consumiamo) e quelli economici in ogni fase del ciclo di servizi e progetti: dalla ideazione – progettazione, alla produzione e distribuzione, all'uso fino allo smaltimento o, ancora meglio, al riuso.

Una politica di responsabilità digitale per gli apparecchi usati in azienda riguarderà quindi, come minimo, il processo di acquisto e le procedure

di uso, manutenzione e dismissione. Ma ci si dovrebbe anche interrogare su che software utilizzare per ridurre l'obsolescenza dei device, su come questi, una volta dismessi, potrebbero contribuire al benessere della comunità circostante. E ancora: come vengono gestiti, ridotti e smaltiti i dati? O, ancora meglio, come possono essere riutilizzati – anonimizzati – per farne un lascito, a patrimonio pubblico, e lasciati in eredità per migliorare il pianeta?

Una politica di responsabilità digitale implica ad esempio che ai dipendenti dell'azienda siano date istruzioni chiare su come usare la mail: sempre compulsivamente, o solo ogni tanto, con



messaggi lunghi o corti, tanti o nessun allegato? Ogni messaggio che si porta dietro la “coda” di tutti gli altri, e magari il logo, ripetuto dozzine di volte, è un messaggio sciatto, pesante, consumatore, un messaggio da evitare.

Lo stesso vale per il primo biglietto da visita di un'azienda, cioè per il suo sito web. Anni fa abbiamo imparato a usare biglietti da visita in carta riciclata, abolendo quelli di plastica. Oggi dobbiamo fare lo stesso con i siti web; ogni versione deve essere più leggera e sostenibile della precedente - e non il contrario, come spesso avviene a causa di errate consulenze di marketing. Il sito deve corrispondere ai valori delle nostre aziende: deve essere leggero, chiaro, efficace e efficiente.

Suggerimenti

Infine, di seguito offriamo qualche raccomandazione basata su esperienze di non pochi decenni nella gestione di imprese professionali in tutto il mondo, e di consulenza alle blue chip sui temi della sostenibilità ambientale, le politiche di CSR, i processi di change management.

Partire dai capi, non lasciare che si deleghi a terzi. La formazione, l'educazione, la riflessione devono partire con grande lentezza, e profondità, dai vertici dell'azienda: dal proprietario al top manager, e solo dopo diffondersi. Se il top manager usa lo smartphone in modo compulsivo, manda mail durante il weekend, non bada né alla cybersecurity né alla cybersafety, meglio lasciar perdere: nessuna azienda può fare un vero cambiamento se la testa non lo fa per prima, lo mostra e lo dimostra.

Usare le politiche di CSR e le iniziative di responsabilità verso gli stakeholder già esistenti per innestare il discorso



digitale; per esempio, favorire nelle scuole o nelle comunità circostanti momenti di educazione digitale. Le famiglie oggi sono a disagio, non sanno cosa fare e apprezzeranno l'aiuto della nostra azienda.

Non partiamo da byte e bit, cyborg e tecnicalità. Partiamo dagli aspetti di ecologia, a cui tutti si sentono vicini, e quindi dalla ecologia digitale, per approfondire poi altri aspetti più complessi o delicati dell'impatto del digitale: aspetti sanitari, come la dipendenza e la riduzione dell'attenzione, o aspetti etici, come la conservazione della memoria e delle identità collettive e di un territorio.

Evitiamo, quando decidiamo di implementare delle politiche digitali, di creare nuove strutture interne. È meglio rimanere leggeri: come detto all'inizio, di CDR si possono occupare diverse figure, con l'aiuto dei responsabili ICT. Ogni volta che in azienda si crea una nuova struttura interna, si crea una frattura. Il digitale fa parte di ogni azione, dipartimento, momento della nostra vita lavorativa (e non solo), quindi non ne facciamo un tema “separato”. Un tema da considerare è che l'esperienza dei consulenti di gestione in merito a CDR e simili non è assolutamente sviluppata: stiamo attenti a usare consulenti che siano davvero competenti.

È importante quindi inserire elementi di politica digitale nelle attività già presenti, evitando di crearne di nuove. Per esempio, inserendo i rischi digitali nel registro dei rischi, o menzionando le proprie politiche digitali dentro al rapporto di sostenibilità, e così via. Per questo è importante che sia il CEO ad occuparsi in prima battuta di CDR e, solo in seguito, il/la responsabile della sostenibilità.

uno dei rischi legati alla CDR è che,

trattandosi di argomenti all'apparenza ancora più specialistici della CSR, dopo il greenwashing e i greenhushing possono emergere fenomeni di bluewashing. Un esempio già diffuso è che molti pubblicano dichiarazioni circa il fatto che i data centre fornitori siano “puliti”, quando invece vi è solo un commercio di crediti per la compensazione delle emissioni.

Sloweb, è stata così chiamata in contrapposizione all'idea dominante che tutto debba essere veloce sempre e comunque, e in linea invece con l'idea Slow Food, che lotta per un cibo buono pulito e giusto. Sloweb lotta per un web buono pulito e giusto: sobrio, che non dia

Gli autori

Nicola Bonotto

Co-fondatore dell'agenzia digitale Piano D, azienda B Corp specializzata nella realizzazione di siti web a basso impatto ambientale. Da sempre impegnato nella diffusione del tema della sostenibilità digitale in Italia, coopera con realtà nazionali e internazionali che condividono lo stesso obiettivo.

Pietro Jarre

Fondatore di Sloweb, ha insegnato Impatto del digitale al Politecnico di Torino, e ha curato due testi per Loescher: Manuale di informEtica (2022) e Elementi di etica digitale (2024) dopo quarant'anni di carriera come consulente per progetti ambientali in tutto il mondo.

♀ PARITÀ DI GENERE ⚖️ RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

Rispetto delle differenze di genere



Paola Dalle Molle

Giornalista free lance, si occupa di temi legati alla parità di genere, di prevenzione e lotta contro la violenza sulle donne, soprattutto in riferimento al ruolo della informazione. Attualmente ricopre l'incarico di vicepresidente dell'Ordine dei Giornalisti Fvg.

Breve e sintetico, costituito da soli tre capoversi, l'articolo 5 bis introdotto nel Codice deontologico dei giornalisti è entrato in vigore il 1° gennaio del 2021.

Un atto che rappresenta un “risultato storico” soprattutto per il significato ideologico che porta con sé: le parole sono importanti e ne dobbiamo essere tutti consapevoli (non solo chi lavora nel giornalismo).

Alla luce della cronaca che ci riporta continui episodi di violenza e discriminazione di genere, finalmente, si metteva nero su bianco che, su alcuni argomenti, delineati anche dall'Obiettivo 5 dell'Agenda 2030 dell'Onu, occorre essere preparati e formati.

Una competenza necessaria per un tema spesso sottovalutato, ma che ha radici culturali profonde e che ci rende portatori, spesso inconsapevolmente, di stereotipi e di pregiudizi. La lingua che usiamo per comunicare e informare, quindi, rappresenta lo specchio della realtà, della comunità civile e politica in cui siamo immersi e, come confermano numerosi studi, rappresenta allo stesso tempo, un potente strumento, forse il più efficace, per scalfire i luoghi comuni della nostra società patriarcale. Partiamo di conseguenza, dal presupposto che gli errori linguistici in cui rischiamo di rimanere intrappolati anche per un automatismo, vanno riconosciuti per essere evitati. Ciascuno di noi quindi,



La lingua veicola gli stereotipi e i concetti fondativi della nostra identità culturale in modo sottile e pervasivo

nell'ambito in cui si muove, professionale o no, può mettere in atto scelte linguistiche che restituiscono alle donne e ai loro ruoli la giusta visibilità, anche usando i relativi sostantivi coniugati al femminile, come la nostra grammatica prevede. Un processo culturale non facile se pensiamo che solo nel 1981 (legge n.442) veniva abolito definitivamente il delitto d'onore e il matrimonio riparatore, lasciti del Codice Rocco che si basava su una visione della donna intesa come oggetto da possedere e sottomettere. Inoltre, sono passati oltre trent'anni dalla pubblicazione delle "Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana" a firma di Alma Sabatini che continuano a distanza di oltre tre decenni, ad essere il lascito teorico più importante da cui è partito il lavoro legato al linguaggio. Una fra le più autorevoli riflessioni sul sessismo della lingua italiana. Ed è qui, il nocciolo della questione: come parliamo e informiamo può essere determinante nell'accelerare il cambiamento che vogliamo?

Una delle risposte più illuminanti è stata espressa da Giuliana Giusti, docente di Linguistica all'Università Ca' Foscari di Venezia:

"Il linguaggio è un fortissimo mezzo di trasmissione di concetti culturali che formano la nostra identità di gruppo e individuale. La lingua veicola gli stereotipi e i concetti fondativi della

nostra identità culturale in modo sottile (non ne siamo consapevoli) e pervasivo (siamo immersi nella lingua anche quando pensiamo in silenzio)".

Dunque, le parole contano. Ci si chiede a questo proposito: la lingua modifica le mentalità o occorre modificare prima le mentalità per ottenere le adeguate trasformazioni linguistiche? In merito è intervenuta la sociologa e saggista Graziella Priulla:

"È un falso problema: i due fenomeni sono intrecciati, qualora si consideri la lingua non solo come uno strumento di informazione e comunicazione, ma come uno dei più importanti sistemi simbolici a nostra disposizione, che costituisce



uno degli strumenti privilegiati per la costruzione della soggettività individuale e collettiva e in primo luogo dell'identità di genere.

La lingua non ha solo la funzione di rispecchiare i valori, ma anche quella di concorrere a determinarli, organizzando le nostre menti".

Concludendo, l'utilizzo consapevole della nostra lingua può contribuire a consolidare quel cambiamento culturale necessario per costruire una società inclusiva.

Oggi la strada davanti appare ancora lunga, tuttavia, alcuni passi avanti sono stati compiuti. La società per certi versi è più consapevole. Certo, servirà del tempo. Di sicuro, un lavoro di squadra con un obiettivo comune: fare goal per un futuro migliore e di parità di genere.

Il ruolo chiave del vending nella transizione ecologica



Alberto Bertossi

Assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche (DIES) dell'Università degli Studi di Udine. Il suo tema di ricerca è la sostenibilità del settore agroalimentare, con particolare attenzione a quello della distribuzione automatica.

Ll duro colpo inferto all'intero settore alimentare dalla pandemia di COVID-19, insieme alla crisi del cambiamento climatico, ha evidenziato la necessità di sviluppare sistemi alimentari più sani, sostenibili, equi e resilienti.

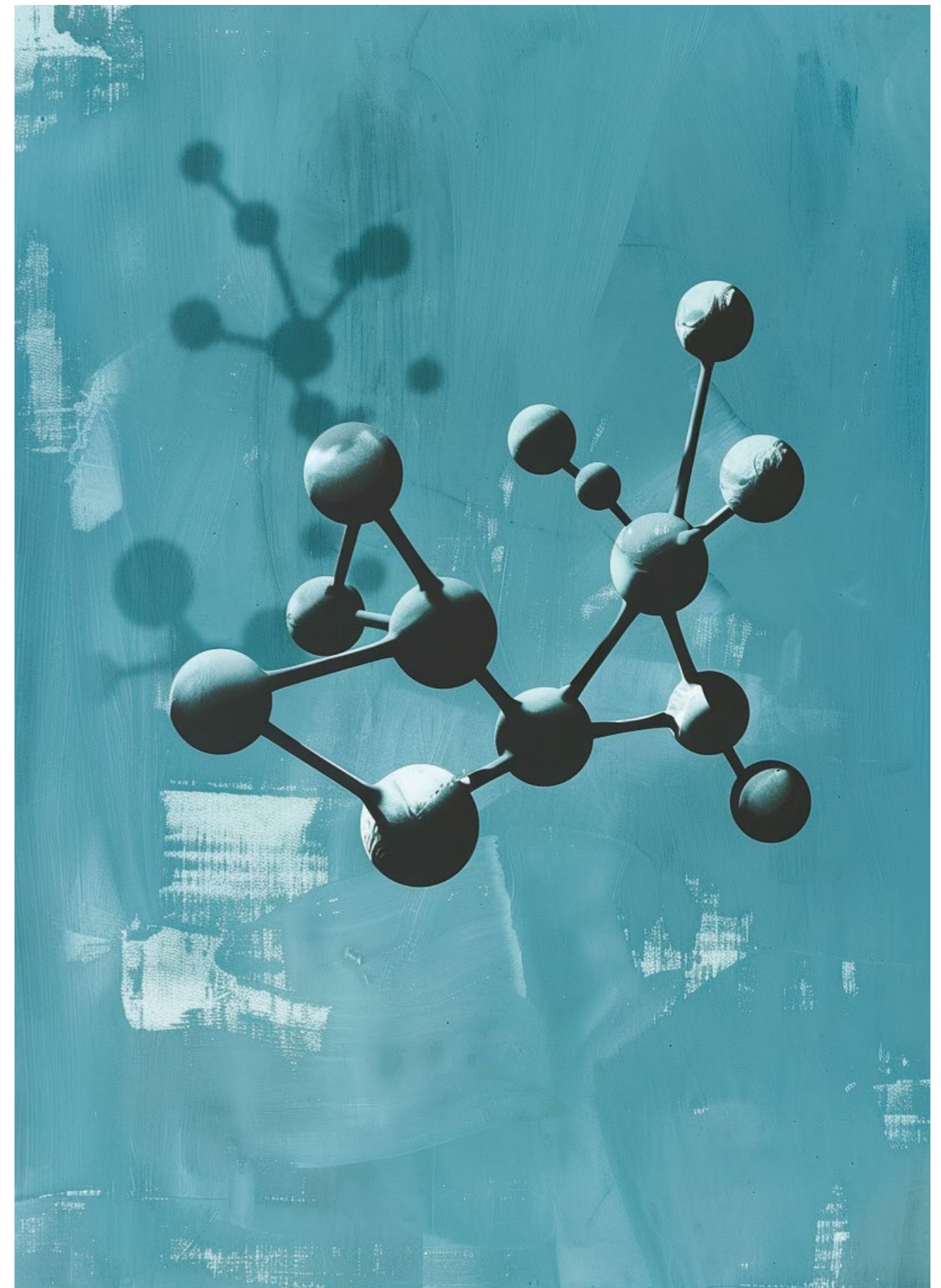
L'importo totale degli investimenti necessari ogni anno per la loro trasformazione entro il 2030 è stimato essere di 300-350 miliardi di dollari.

Due aspetti chiave su cui è indispensabile concentrarsi sono lo sviluppo di diete salutari e di filiere corte. Il primo richiede investimenti annuali pari a circa 30 miliardi di dollari ed è fondamentale per ridurre l'insorgenza di malattie quali l'obesità o diabete; il secondo, invece, richiede investimenti per circa 10 miliardi e può portare ad una maggiore diminuzione dell'inquinamento e guadagni economici per gli agricoltori locali. Affinché la transizione abbia successo, è necessario lavorare su quei settori industriali con significativi impatti negativi sull'ambiente e la società, e

trovare delle strategie per una loro trasformazione in chiave sostenibile.

Il vending è un settore che si occupa di distribuzione di cibo e bevande ad un vasto numero di consumatori attraverso distributori automatici. Si stima che in Europa il suo fatturato si aggiri intorno ai 17 miliardi di €, con le bevande calde come il prodotto più consumato. L'Italia è uno dei mercati più importanti a livello europeo, non tanto per il numero di consumazioni (in classifica, il Paese occupa il terzo/quarto posto), ma piuttosto per il numero di distributori presenti sul territorio (più di 800 mila, che ci collocano al primo posto).

Sebbene la sua importanza economica sia ben riconosciuta, ancora poco si sa di quanto tale settore impatti a livello sociale e ambientale. Ciò che si sa è che il vending si è quasi sempre concentrato sulla distribuzione di prodotti prevalentemente ultra-calorici, ad alto contenuto di zuccheri e grassi, e povero di vitamine, fibre e proteine. Oltretutto, la maggior parte del cibo e bevande presente nei distributori è prodotto da grandi multinazionali e con materie prime coltivate soprattutto in paesi esteri (basti



pensare al caffè, tè, cioccolato e zucchero). Sulla base di ciò, è facile ipotizzare un contributo significativo del settore sia allo sviluppo di problemi salutaris, come l'obesità (sebbene non esistano sufficienti evidenze scientifiche a dimostrarlo), che all'inquinamento ambientale (derivante dalle pratiche di coltivazione delle materie prime e dal loro trasporto).

Tuttavia, da qualche anno il settore è entrato in una importante fase di evoluzione e molte aziende si stanno impegnando, attraverso iniziative ed investimenti, per far sì che il vending si trasformi in un servizio in grado di

rispondere alle sfide del nostro tempo. Alimenti sani e salutaris sono più frequenti (sebbene in quantità ancora inferiori rispetto le loro controparti caloriche), e stanno aumentando anche i prodotti derivanti da filiera corta.

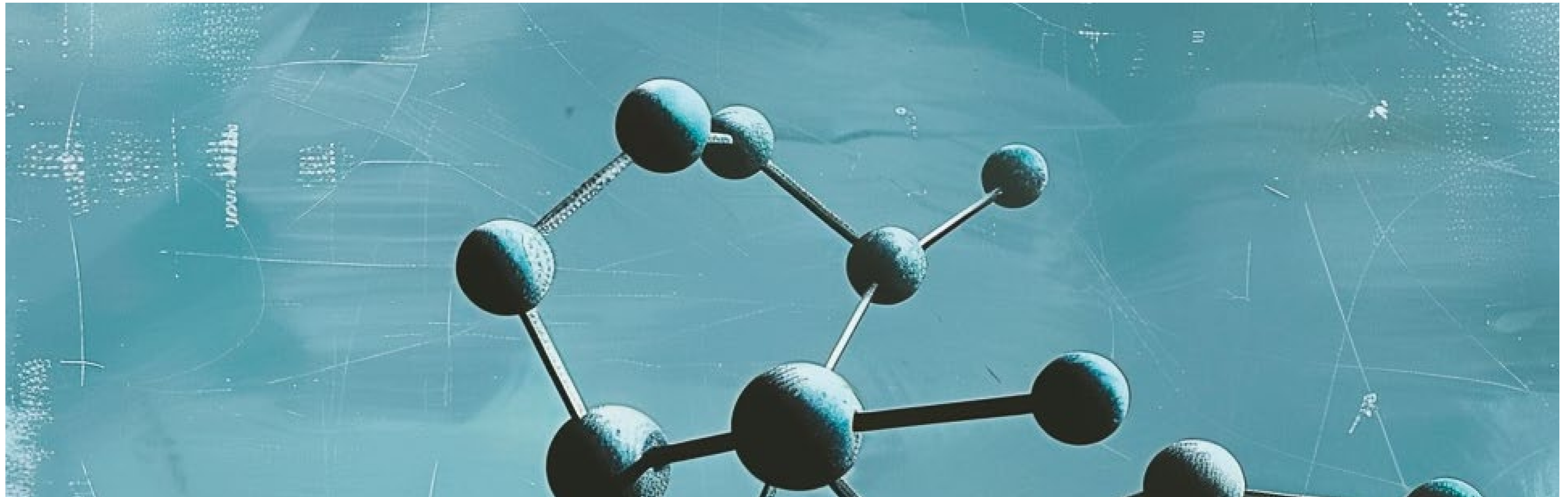
Questa transizione, però, sta avvenendo in modo piuttosto lento e sembrano esserci diverse ragioni alla base. La prima riguarda le scelte dei consumatori, le quali di basano sugli impulsi (es. gola) e sull'esperienza pregressa. Questi due aspetti possono portare le persone a scegliere prodotti tradizionali che già hanno provato piuttosto che uno nuovo,

anche se questo è percepito come più sostenibile. La seconda ragione riguarda gli enormi investimenti necessari per pubblicizzare prodotti sostenibili. Molto spesso le piccole aziende non hanno capitale sufficiente per campagne di marketing, e ciò impedisce una capillare conoscenza del loro prodotto tra i consumatori. La terza ragione ha a che fare con il prezzo. Alimenti salutaris e a filiera corta molto spesso costano più di quelli calorici e a filiera internazionale.

Nel settore del vending, i consumatori sono molto attenti al prezzo: se eccessivo, viene visto come un elemento negativo.

Infine, sviluppare filiere corte è difficile e richiede organizzazione, conoscenza, intraprendenza, e partnerships, aspetti che possono essere implementati solamente attraverso investimenti considerevoli.

Si rendono quindi necessari politiche e strumenti finanziari che possano accompagnare le piccole medie imprese del vending nell'innovazione così da metterle nelle condizioni di promuovere prodotti salutaris, creando filiere corte e sostenibili.





Focus



Focus



I CONFINI DIVIDONO, LA NATURA UNISCE! BORDERS SEPARATE, NATURE UNITES!

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

VITA SULLA TERRA

Attualmente, circa 150 organizzazioni governative e non governative provenienti dai 24 Paesi coinvolti sono unite nella European Green Belt Association.



Francesca Visintin

Presidente dell'Associazione Rete Italiana European Green Belt APS fondata insieme ad altri 20 soci nel 2016. Dal 2018 al 2022 ha ricoperto per due mandati consecutivi il ruolo di vice presidente della European Green Belt Association che riunisce le organizzazioni governative e non governative che aderiscono all'iniziativa della EGB. Economista ambientale di formazione e nell'animo.

Durante quei decenni la natura ha trovato rifugio negli spazi a servizio della difesa e, nei decenni successivi alla caduta, la natura ha ripreso possesso delle aree prima militarizzate e poi abbandonate, dando vita ad ambienti unici e diversificati, popolati da specie animali e vegetali altrove non più presenti.

Una porzione di questo corridoio corre lungo il confine orientale della nostra regione, ha segnato il confine con l'allora Jugoslavia e oggi è condiviso con la Slovenia. Si estende per circa 200 chilometri abbracciando una varietà di paesaggi naturali e culturali a partire dalle maestose Alpi fino alle Prealpi ricche di zone selvagge e ampi corridoi naturali, alle fertili terre collinari, attraversa la città di Gorizia e Nova Gorica fino a raggiungere il suggestivo Carso e affacciarsi sul mare.

Oggi questa fascia, che ha svolto un ruolo centrale nel nostro continente, costituisce un importante corridoio ecologico noto come European Green Belt (EGB). Attraversando 24 Paesi, la EGB lambisce oltre 40 parchi nazionali e 3.200 aree protette, ed è diventata un luogo di grande valore da conservare ed esplorare poiché non solo è custode di un ambiente naturale ma è anche memoria della nostra storia recente.

A partire dagli anni '70 del secolo scorso, le associazioni ambientaliste tedesche hanno iniziato a guardare con interesse alla natura e alla fauna selvatica che avevano trovato rifugio lungo la Cortina di Ferro. Solo nel 2003, però,

“**D**a Stettino nel Baltico a Trieste nell'Adriatico una cortina di ferro è scesa attraverso il continente. Dietro quella linea giacciono tutte le capitali dei vecchi stati dell'Europa Centrale e Orientale”. Con queste parole si espresse Winston Churchill in un famoso discorso tenuto il 5 marzo 1946 nella cittadina di Fulton nel Missouri (Usa). Una cortina che è resistita fino al 1989 e che, per un periodo durato ben 40 anni, ha diviso l'Europa lungo un confine di 12.500 chilometri. Questa striscia di terra, che si estendeva dal Mar Glaciale Artico fino al Mar Nero, è rimasta per lungo tempo inaccessibile all'uomo protetta da servitù militari e in vari modi militarizzata e presidiata.

La pianificazione territoriale, con l'introduzione di limiti e vincoli urbanistici ed economici, ha condotto al progressivo abbandono delle aree che alla fine sono state lasciate a sé stesse.

Focus

ha preso forma la European Green Belt Initiative, unendo diverse iniziative regionali preesistenti. Da allora, numerosi progetti locali, nazionali e internazionali hanno preso le mosse con l'obiettivo di conservare il patrimonio naturale e di promuovere un turismo sostenibile, cercando di proteggere le zone del corridoio che, al di fuori dei parchi e delle aree protette, sono fondamentali per garantirne la continuità.

Attualmente, circa 150 organizzazioni governative e non governative provenienti dai 24 Paesi coinvolti sono unite nella European Green Belt Association. L'Italia è rappresentata dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia e dall'Associazione Rete Italiana European Green Belt APS. L'Associazione Rete Italiana European Green Belt APS è impegnata in diversi settori e progetti, dalla conservazione della natura alla promozione di attività sostenibili, escursioni, iniziative di divulgazione e didattico-educative.

Non possiamo nascondere che la nuova cortina di ferro calata sull'Europa, non più invalicabile ma fronte di contese e conflitti, ha adombrato lo spirito con cui ci siamo spesi in tutti questi anni. Ma senza voler peccare di ingenuità, vogliamo continuare a credere che la forza che viene profusa per abbattere i muri sia la stessa che è necessaria per erigerli. E la EGB ha scelto la prima.

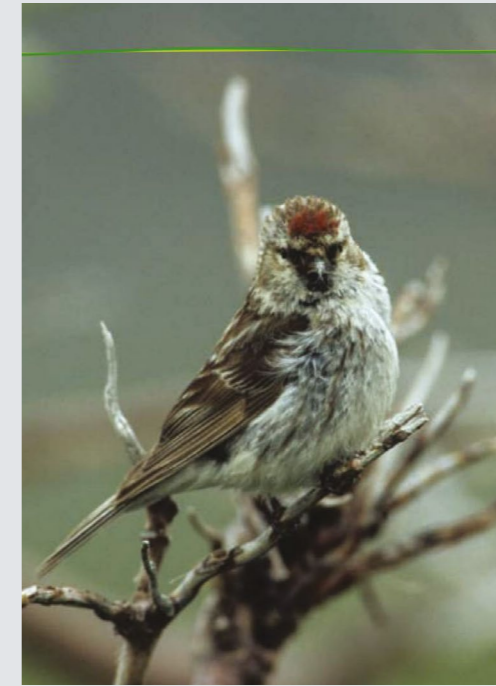


Photo credits https://issuu.com/euronatur/docs/european_greenbelt_10_years_brochur



EVOLUZIONI DEL MOVIMENTO BENEFIT E CREAZIONE DI COMMUNITY

IMPRESE, INNOVAZIONE ED INFRASTRUTTURE CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI PARTNERSHIPS PER GLI OBIETTIVI

Le Società Benefit non si interrogano semplicemente su come rendicontare i propri impatti, ma agiscono mettendo sullo stesso piano finalità economiche e di beneficio comune.



Giulia Detomati

Nel 2014 fonda InVento Innovation Lab, premiata B Corp in Italia, una delle "Best for the World B Corps" che aiuta aziende e istituzioni verso una transizione rigenerativa.

In qualità di CEO, è responsabile dello sviluppo di progetti con aziende multinazionali e progetti education.

In particolare le sue competenze si concentrano sulla gestione, certificazione B Corp, pianificazione generale, design aziendale rigenerativo, SDG, cambiamento climatico, strategie di sostenibilità e economia circolare.

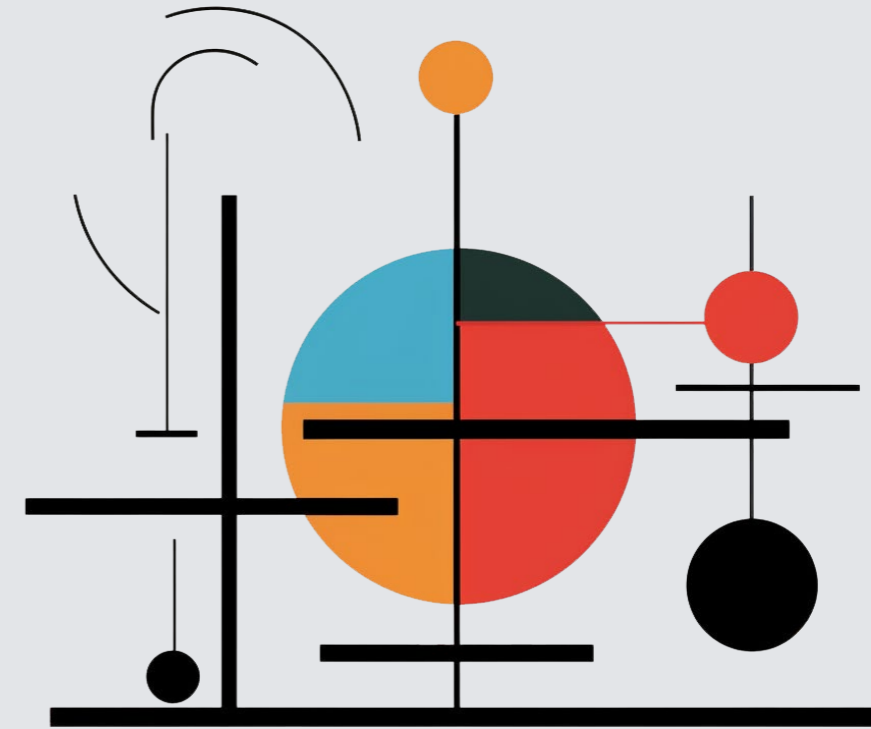
La cosa più interessante che emerge in questo momento è anche, per la prima volta, la volontà di fare sistema: a livello europeo è in corso un confronto ricco di spunti e riflessioni approfondite che rafforzano l'impegno comune nel promuovere e accelerare l'adozione di politiche utili alle imprese, per affrontare le sfide della transizione in atto. Recentemente, a Bruxelles, è stata presentata Business for a Better Tomorrow, un'ampia coalizione europea di network d'impresе finalizzata a presentare 22 proposte concrete per sviluppare un quadro normativo più favorevole per le imprese a impatto sociale e ambientale. Di qui, l'impegno di Assobenefit (l'Associazione Nazionale delle Società Benefit), la Communauté des Entreprises à Mission e la Coalizione di Ecoimprenditori Kaya che hanno intrapreso un'iniziativa volta a promuovere l'adozione di una direttiva europea che introduca un quadro giuridico d'impresa fondato sui principi costitutivi delle Società Benefit. Uno dei primi frutti del lavoro è la creazione di un vero e proprio manifesto che mira a sensibilizzare le rappresentanze degli europarlamentari per continuare quanto fatto nei singoli paesi e arrivare a convergere verso una direttiva europea comune.

Quest'onda in crescita è ancora più significativa in termini di potenzialità nel creare cambiamento culturale se si considera il modello benefit alla luce dell'evoluzione delle normative europee legate alla sostenibilità come la CSRD: è qui che le imprese benefit possono e dovrebbero assumere un ruolo di guida e di ispirazione nei confronti delle

Le Società Benefit in Italia sono ben oltre 3.600, in aumento del 38% ogni anno rispetto al 2022 (dati dell'Osservatorio di CCIAA di Brindisi - Taranto e Infocamere): queste aziende impiegano nel complesso quasi 188.000 addetti e hanno una produzione totale di 33,3 Miliardi di euro.

Sono ormai diffuse in modo capillare in tutto il territorio nazionale e ogni regione d'Italia ne conta almeno una: la maggiore concentrazione si ha in Regione Lombardia, a seguire Lazio, Veneto, Emilia Romagna, Piemonte e Toscana.

Anche a livello Europeo, la diffusione del modello benefit si espande ed è in continua evoluzione: oltre alle Società Benefit in Italia, nel 2019 sono nate le Entreprises à Mission in Francia, e nel 2022 le Sociedades de Beneficio e Interés Común nate in Spagna.



altre realtà organizzative, in quanto integrano le strategie di sostenibilità all'interno del proprio modello economico. Le Società Benefit infatti non si interrogano semplicemente su come rendicontare i propri impatti, ma agiscono adottando logiche di dual purpose, mettendo sullo stesso piano le finalità economiche e le finalità di beneficio comune, quelle che creano valore per i propri stakeholders (l'ambiente, la comunità, i lavoratori, i clienti, i fornitori).

Sul territorio nazionale ad oggi diverse regioni italiane hanno promosso e stanno promuovendo iniziative per incentivare la diffusione capillare di questi modelli virtuosi, si citano Regione Veneto, Puglia e Lombardia. La Regione Friuli Venezia Giulia ha attivato un palinsesto culturale significativo per diffondere il modello sui territori e ispirare un'azione sistemica.

In questo scenario in divenire, in InVento Lab, tra le prime B Corp in Europa e advisor selezionato da B Lab per l'accompagnamento delle società nella trasformazione B, ci stiamo muovendo per contribuire a mantenere alto il livello delle società che intraprendono questo percorso di

trasformazione, contribuendo a creare comunità di scambio di best practices, diffondendo contenuti, metodologie e modelli per riuscire a misurare e rendicontare l'impatto e soprattutto contribuire a creare un vero e proprio cambiamento culturale.

Una di queste iniziative è la Impact Education Coalition (www.impacteducationcoalition.com), una vera e propria community di imprese e organizzazioni che, partendo dalle proprie comunità e dai territori e quindi dalle nuove generazioni o dal coinvolgimento dei propri collaboratori e della propria filiera, si attivano per creare azioni di impatto in rete. Un esempio: azioni di contrasto alla violenza di genere condivise tra imprese di dimensione e settori eterogenei, diffusione di modelli imprenditoriali benefit tra gli studenti e le studentesse delle scuole d'Italia e rendicontazione degli impatti negli strumenti di governance. Il prossimo appuntamento della Coalition sarà il 30 Maggio, presso gli spazi di Le Village Milano e il 27 Maggio durante la giornata Nazionale delle Società Benefit a Roma, presso l'Acquario Romano.



Network

La parola ai soci

Infortuni sul luogo di lavoro: un convegno sulla sicurezza nei magazzini con Carr Service e Ceccarelli Group
pag. 32

Reson Ice: una cordata FVG per la Giornata Mondiale dell'Acqua
pag.34

Gruppo Giovani

Parliamo in Aziendalese: La Sostenibilità crea un vantaggio competitivo
pag. 36

AperiPillole #6
pag. 37

News

MicroDONO 2024: solidarietà e impegno in azione per Hattiva Lab
pag. 38

Tappa regionale del Salone della CSR
pag. 40

Successo per Digitale Sostenibile
pag. 41

Eventi

CSR Talk
pag. 42

Development Goals Business Game
pag. 42

Capitolo Umano
pag. 43



Infortuni sul luogo di lavoro: un convegno sulla sicurezza nei magazzini con Carr Service e Ceccarelli Group

Le due aziende in sinergia per sensibilizzare gli operatori del territorio

Lo confermano le cronache dei giornali, le cui pagine spesso riportano notizie di infortuni sui luoghi di lavoro. Lo conferma anche l'Inail, che a ottobre scorso nella sua relazione annuale, ha evidenziato come nel 2022 gli infortuni e le malattie professionali sul posto di lavoro siano aumentati di quasi il 25% rispetto all'anno precedente. Nessun luogo di lavoro o settore è immune, logistica compresa, i cui magazzini presentano molteplici fattori di rischio, primi fra tutti i macchinari utilizzati per il trasporto delle merci. Parte da qui il convegno che Ceccarelli Group, leader friulana nel settore della logistica e dei trasporti, ha ospitato nella sede di Tolmezzo. L'incontro è stato organizzato da Carr Service, azienda di Basiliano nata nel 1984, tra i fornitori di Ceccarelli Group e con una lunga esperienza

nel settore logistico e di movimentazione merci. È proprio in Carr Service che, durante il suo lungo percorso di crescita ed evoluzione anche in ambito formativo, è stata creata un'Academy dedicata che si occupa dell'organizzazione diversi eventi per approfondire questo tema molto spesso sottovalutato, oltre che alla formazione degli operatori sull'utilizzo dei mezzi e sulla sicurezza più in generale.

Il convegno

L'incontro, dal titolo "Seiri e Metodo K.I.T: gestire i rischi per una logistica più sicura", ha visto la partecipazione di un qualificato pool di esperti locali e nazionali, a cominciare da Simonetta Rossi Espagnet, logistic solutions safety advisor per Toyota Material Handling Italia. Al suo fianco Valerio Zanetti, Italy sales specialist di Kiwitron e Andrea Pignolo, membro della

logistics solutions di Carr Service. L'obiettivo del convegno è stato quello di mantenere alta l'attenzione sulla sicurezza nei magazzini e intorno alle scaffalature industriali, un tema ancora troppo spesso sottovalutato. L'incontro si è proposto dunque di fornire una panoramica completa sui rischi e pericoli associati alle attività di magazzino, offrendo ai partecipanti un'occasione di approfondimento e consapevolezza.

«Siamo stati entusiasti di organizzare questo evento in collaborazione con Ceccarelli Group – commenta Monica Della Picca, vice presidente di Carr Service –. La sicurezza nei luoghi di lavoro è un tema di fondamentale importanza e la partecipazione di una realtà autorevole come

Ceccarelli rappresenta un valore aggiunto di grande rilievo per l'iniziativa. Confidiamo che questo convegno sia stato un momento di crescita e confronto per tutti i partecipanti – conclude – contribuendo ad aumentare la consapevolezza sulla sicurezza nei magazzini e a creare un ambiente di lavoro più sicuro per tutti».

Al termine della sessione dei lavori si è tenuto un aperitivo di networking organizzato dalla cooperativa sociale Hattiva Lab. Un modo per abbinare sicurezza e solidarietà, due aspetti apparentemente distanti, che invece non a caso si incontrano qui proprio grazie all'inclinazione delle due aziende che anche su questi principi fondano il loro essere vicine al territorio. Il convegno è stato organizzato all'interno della Campagna sulla Sicurezza ideata da Carr Service, che raggruppa diversi eventi, workshop e convegni.



Le aziende

Ceccarelli Group nasce nel 1979 diventando un importante Gruppo Industriale, punto di riferimento nel settore dei trasporti prima e della logistica dopo. Con diverse sedi in regione, nel nord Italia e in Europa, offre un servizio completo grazie alle diverse divisioni aziendali in grado di accompagnare le attività dei clienti, semplificandone al massimo le operazioni. www.ceccarelligroup.it

Carr Service è nata come officina meccanica: oggi è un punto di riferimento della logistica di tutto il territorio delle province di Udine, Trieste – le due città che ospitano le due sedi – e Gorizia. Dalla vendita e noleggio di mezzi di movimentazione al servizio completo di post vendita, con assistenza su mezzi, manutenzione obbligatoria e programmata, fornitura di scaffalature e visite ispettive. Completa il servizio la formazione sui mezzi, logistica integrata, soft skills e Toyota Way. www.carrservice.it

Reson-Ice: una cordata FVG per la Giornata Mondiale dell'Acqua

Alla vigilia della Giornata Mondiale dell'Acqua 2024 si è svolto in Confindustria Udine un evento straordinario: "Reson-Ice: il ghiaccio che risuona".

Un progetto innovativo che esplora il paesaggio sonoro dei ghiacciai, con particolare attenzione a quello del Montasio che, con la sua resilienza, ha attirato l'attenzione trasversale di scienza, impresa e territorio, in un momento in cui la consapevolezza sull'importanza della scarsità della risorsa acqua è più urgente che mai. Il ghiacciaio è storicamente un simbolo di permanenza e immutabilità; il cambiamento climatico accelera il suo scioglimento, modificando radicalmente il nostro rapporto con esso. Le immagini della sua scomparsa colpiscono profondamente, ma Reson-Ice vuole andare oltre il visibile per esplorare il suono dei ghiacciai.

Durante l'evento si sono succeduti interventi tra loro molto eterogenei che hanno messo in luce, pur da diversi punti vista, **un'unica stringente urgenza: preservare la risorsa acqua per la nostra e per le future generazioni.**

Simposio

Ad aprire la serata l'intervento di Barbara Zilli, assessore alle Finanze del Friuli Venezia Giulia: "Conoscere un luogo attraverso le immagini è la cosa probabilmente più semplice, ma riuscire a farlo riconoscere dai suoni, dalla sua voce profonda, è una sfida accattivante da vincere."

Entrando nel vivo del racconto, il professor Federico Cazorzi, membro del Comitato Glaciologico Italiano, ha aperto il dibattito

concentrandosi su informazioni scientifiche sul ghiacciaio del Montasio, mentre Pietro Tonchia e Paola Fattori, avvocati e musicisti udinesi, ideatori del progetto, hanno esplorato le dinamiche di uno sviluppo poliedrico e multidisciplinare dell'idea a partire dal suono, cui è stata dedicata una sessione di ascolto. Arianna Arizzi, responsabile sostenibilità di Maddalena SpA ha posto l'attenzione sull'importanza della misura dell'acqua.

Paesaggio sonoro

Nel 2023 Reson-ice ha registrato e reinterpretato i suoni dei ghiacciai, incorporando anche il suono di un contatore d'acqua Maddalena e quello di un violoncello di ghiaccio, ed è stato selezionato dalla call Radio Utopia – Notizie dal mondo lanciata in occasione della XVIII Biennale Internazionale di Architettura di Venezia 2023, e presentato anche alla Cité de l'architecture et du patrimoine di Parigi nell'ambito delle Giornate nazionali di architettura (JNA) e nel febbraio 2024 al Chicago Architecture Center. Ospite di eccezione della serata Corrado Bungaro regista del docufilm "N-Ice Cello - Storia del Violoncello di Ghiaccio" con protagonisti il violoncellista e compositore palermitano Giovanni Sollima e l'artista americano del ghiaccio Tim Linhart.

Sublimazione artistica

Nel 2024 il progetto evolve e si trasforma, divenendo il risultato di un approccio multidisciplinare, integrando i suoi contenuti attraverso l'installazione totemica sul territorio ideata dagli artisti Carlo Vidoni, Luigina Gressani, Paolo Muzzi e Giuseppe Iob, lo spettacolo "L'acqua e il mistero di Maripura" di Chiara Carminati e Giovanna Pezzetta e una performance in cui un'originale narrazione di sintesi dei temi proposti dialoga con strumenti musicali e con suoni non convenzionali (pianoforte, theremin e contatori per acqua) proposti dal polistrumentista Leo Virgili.

Valorizzazione del territorio

Obiettivo di Reson-ice è diventare anche un veicolo di conoscenza del patrimonio naturalistico e culturale del Friuli-Venezia Giulia: le testimonianze di Daniela Piussi, guida di media montagna che ha accompagnato il gruppo sul ghiacciaio del Montasio ad effettuare le prime registrazioni, Stefano Santi, Direttore del Parco Naturale delle Prealpi Giulie e Nanaoalbruna, il Festival Green della nostra regione, rappresentato da Annalisa Chirico e Stefano Cercelletta, hanno trasmesso i valori e le ricchezze del territorio in un viaggio che verrà destinato a tutti i curiosi, appassionati di montagna ed escursionismo.

Reson-ice sottolinea l'importanza di prendersi cura degli elementi fragili del nostro ambiente per creare consapevolezza sull'importanza dei temi della sostenibilità per le generazioni presenti e future, mantenendo viva la memoria, anche sonora, di un elemento naturale che oggi sembra impossibile possa scomparire.

Un grazie ai partner speciali della serata: la rete d'impresa Udine Chiavi in Mano e Specogna Vini.



COLLETTIVO

L'evento è stato organizzato da Ekitapro s.r.l., organizzazione del territorio fortemente orientata alla sostenibilità, e Maddalena Spa, azienda leader internazionale nella produzione di strumenti di misura dell'acqua e dell'energia termica.

Parliamo in Aziendalese: La Sostenibilità crea un vantaggio competitivo

A cura di Chiara Andreazzoli

I dati ISTAT¹ sulle pratiche sostenibili sono estremamente chiari: “Si stima che il 62,4% delle imprese dei servizi abbia intrapreso azioni di sostenibilità a giugno 2023. Tra queste, il 49,3% ha svolto iniziative di tutela ambientale, il 57,1% pratiche di sostenibilità sociale e il 35,3% azioni di sostenibilità economica.”

Ma ciò che non è altrettanto chiaro è: cosa significa esattamente intraprendere “pratiche (o azioni) sostenibili”?

Durante la tappa di Gorizia del Salone della CSR e dell’innovazione sociale, al quale abbiamo partecipato come Gruppo Giovani di AnimaImpresa, il professor Luca Brusati dell’Università di Udine è stato particolarmente illuminante a riguardo, descrivendo ciò che distingue le pratiche di greenwashing dagli investimenti reali in sostenibilità.

A mio avviso, le risposte sono due, come due sono anche le tipologie di Sostenibilità applicabile:

1. La sostenibilità ATTIVA, che SOSTIENE, valorizza, INVESTE e CREDE nei progetti che, dati dei consulenti alla mano², possono portare **vantaggi certi e quantificabili** all’azienda e al suo clima interno;
2. La sostenibilità PASSIVA, di chi alza la mano nella folla per non finire “ghettizzato”, fuori dal mercato e adeguandosi con il minimo indispensabile: supportando progetti che vanno totalmente al di fuori della loro catena del valore e del loro sistema produttivo.

Riportando le parole di Brusati, queste aziende pubblicizzano il loro “dare da mangiare all’orso bianco” senza intervenire minimamente nei loro core-business, trattando la Sostenibilità come una medaglietta o pass da appuntarsi al petto.

Non comprendono che l’attenzione alla produttività guidata dalla sostenibilità, nella catena di approvvigionamento, **aumenta veramente l’efficienza e può aiutare a risparmiare** riducendo gli sprechi di materie prime, trasporti ed energia³. Ed il vantaggio competitivo sta proprio in questo: **nell’investimento**. Quello vero, attivo. Quello che, in sinergia ad una catena del valore responsabile, porta una nuova identità che acquisirà vantaggi a 360°:

- nel pubblico, principalmente nei bandi degli enti ma anche in collaborazioni istituzionali;
- nel segmento “B to B” (business to business), come punto distintivo rispetto ai competitors, essenziale per clienti che scelgono una filiera di sostenibilità con cui contrattare e in cui scegliere beni e servizi;
- nel “B to C” (consumatori finali) per l’esempio, la proattività e soprattutto la coerenza, che genera fiducia.

Ricordandosi sempre che la fiducia, una volta tradita, diventa solo pane per i crisis managers.

E in tutto questo, la Dichiarazione di sostenibilità diventa lo strumento perfetto per scindere chi la sostenibilità la Agisce o la Subisce.



Chiara Andreazzoli

Forgiata da 10 anni di studi in Sostenibilità, propone con ogni sua idea un miglioramento vero, duraturo e rispettoso della dignità della persona e della Vita.

Per approfondimenti:

¹Fonte: <https://www.istat.it/it/files/2023/10/STATISTICA-TODAY-PRATICHE-SOSTENIBILI-IMPRESA-12-10-23.pdf>

²Fonte: <https://www.civita.it/2023/09/21/ey-la-sostenibilita-e-una-grande-opportunita-di-crescita/>

³Fonte: <https://corporate.enelx.com/it/question-and-answers/sustainability-in-supply-chain>

AperiPillole #6

a cura di Chiara Mallano

Il protagonista dell’aperipillole di aprile è stato Manuele Ceschia, CEO di MyNet – Your corporate app.

Tra una chiacchierata e qualche risata Manuele ci ha accompagnato a scoprire le tappe del percorso che lo ha portato a creare la prima startup innovativa Società Benefit d’Italia, MyNet.

MyNet è un software per la gestione delle risorse umane in azienda, anche in ottica di CSR, che permette di mettere in relazione l’organizzazione, il management e i collaboratori.



Tanti aneddoti e consigli riguardanti strategie organizzative e gestionali aziendali, soft skills, welfare aziendale e pratiche sostenibili, ci hanno fatto avvicinare alla sua esperienza personale e imprenditoriale in modo spontaneo e unico.

Grazie Manuele!



#iniziative

Microdono 2024: Solidarietà e Impegno in azione per Hattiva Lab

L'impegno dei collaboratori e il sostegno aziendale trasformano progetti in realtà concrete.

Si è rinnovato anche nel 2024 il progetto microDONO a favore della Cooperativa Sociale Hattiva Lab di Udine.

MicroDONO, ideato da Animaimpresa, è un'iniziativa di raccolta fondi che coinvolge i collaboratori di un'azienda che, con una modesta trattenuta mensile dalla busta paga, sostengono i progetti proposti da Hattiva Lab.

Alla fine di ogni anno, l'azienda si impegna a raddoppiare l'ammontare raccolto e a devolverlo alla Cooperativa. Per il 2023 e il 2024, microDONO ha supportato il progetto Eat Ethic, focalizzato sull'inserimento lavorativo di

persone con fragilità all'interno di un laboratorio artigianale di biscotti, che produce i Bistorti, ed un'attività di catering solidale.

Nel 2023, grazie al prezioso supporto dei dipendenti della BeanTech di Udine, sono stati raccolti 5.300 euro. Anche grazie a questo contributo, si è generato un impatto significativo per Eat Ethic, consentendo l'assunzione di due persone a tempo indeterminato, l'introduzione di due nuovi gusti di Bistorti (cannella e triplo cioccolato), e il miglioramento del packaging. Inoltre, sono stati potenziati i processi produttivi ed è stata avviata l'attività di catering

solidale, che ha effettuato 46 servizi nei suoi primi nove mesi di vita.

MicroDONO coinvolge costantemente i collaboratori tramite incontri dedicati e newsletter periodiche sull'andamento dei progetti. Ogni aderente, inoltre, riceve una "welcome box" con un'anteprima di assaggi dei nuovi gusti sperimentali dei Bistorti.

Questa iniziativa, coinvolgendo sia i collaboratori che la governance dell'azienda, permette di perseguire un obiettivo solidale comune, aumentando il senso di appartenenza aziendale e apportando benefici tangibili alla comunità.

Nel 2024 microDONO, oltre alla conferma della presenza di BeanTech, ha registrato anche la preziosa adesione dei collaboratori della MEP di Reana del Rojale. Anche grazie a questo supporto aggiuntivo, nel corso dell'anno, sarà possibile acquistare attrezzature indispensabili per poter sviluppare ulteriormente l'attività di catering solidale, tra cui una affettatrice professionale, una camera di lievitazione, un frigorifero professionale, un estrattore di frutta, contenitori isotermitici e tante altre piccole attrezzature.

MicroDONO continua ad essere un importante fulcro di solidarietà ed impegno sociale per Hattiva Lab. Grazie al sostegno generoso e costante dei dipendenti delle aziende coinvolte, il progetto ha potuto dare un contributo tangibile a Eat Ethic, migliorando le prospettive lavorative di persone svantaggiate e promuovendo una produzione alimentare etica e sostenibile.

L'impegno di microDONO non si limita alla raccolta fondi, ma si estende anche al coinvolgimento attivo dei dipendenti e

alla creazione di un senso di appartenenza e partecipazione. L'ampliamento del programma nel 2024, con il coinvolgimento di due aziende, testimonia il crescente impatto e la solidità di questo modello di impegno sociale che dimostra il potere trasformativo della collaborazione e della solidarietà.





#Eventi

Tappa regionale del Salone della CSR

Si è tenuta lo scorso 6 marzo a Gorizia la tappa regionale de Il Giro d'Italia della CSR, appuntamento che ogni anno porta sul nostro territorio il format nazionale de Il Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale.

Frontiera come contraddizione: dalla competizione alla cooperazione, il titolo dell'incontro realizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Udine, il

Comitato Promotore del Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale e Animaimpresa, con il patrocinio di Go!2025.

Diverse esperienze per affrontare il tema della frontiera in modo inedito, analizzandola come un'opportunità di sviluppo sociale e ambientale.



#altaspirazione


Successo per Digitale Sostenibile

Il convegno "Digitale Sostenibile" dello scorso 5 aprile ha rappresentato un importante momento di confronto e riflessione sul rapporto sempre più stretto tra sostenibilità e digitalizzazione.

Sempre più imprese si trovano a dover conciliare la necessità di adottare soluzioni digitali innovative con l'impegno verso una maggiore sostenibilità ambientale e sociale: un tema quanto mai attuale, che

ha attirato oltre 100 partecipanti tra aziende, giovani e cittadinanza.

Il primo appuntamento del nostro filone Alta Ispirazione ha accolto interventi di referenti da tutta Italia: più voci per riflettere sul ruolo strategico delle imprese nell'educazione ad una maggiore responsabilità digitale, affinché l'evoluzione tecnologica sia al servizio della persona e non a scapito del suo benessere.




EVENTO
CSR TALK
networking

Incontro dedicato a consolidare le relazioni interne al network tramite la presentazione dei nuovi associati e la condivisione di buone pratiche

Dove:
Il Giardino di De Pra
Pasiano di Pordenone

Quando: Venerdì 3 maggio, ore 16.00
Iscrizioni: team@animaimpresa.it

 animaimpresa
BUSINESS DI VALORE



SAVE THE DATE
Development Goals Business Game
sostenibilità in gioco

Sessione dell'ultima versione del CSR Business Game, software che permette di simulare in forma ludica e formativa la gestione di un'azienda attraverso scelte operative e attività strategiche allineate agli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030.

Dove:
sede Spider 4 Web, Fiume Veneto PN

Quando:
Venerdì 3 maggio, ore 15.00

Iscrizioni:
L'incontro è a numero chiuso.
Per informazioni e iscrizioni:
team@animaimpresa.it

Capitolo Umano

Venerdì 7 giugno 2024
Ore 15:00
Faber Industrie, Udine

SAVE THE DATE



 Alta Ispirazione

 animaimpresa
BUSINESS DI VALORE

Capitolo Umano

Il secondo appuntamento ad Alta Ispirazione del 2024 affronterà il rapporto tra sviluppo tecnologico e sostenibile, esplorando opportunità e limiti di visioni che mettano realmente al centro l'essere umano.

Date
Venerdì 7 giugno

Orari
Dalle 15:00 alle 18:00

Dove
Sede Faber, Udine

INFO
Le iscrizioni apriranno a breve,
nel frattempo SAVE THE DATE

Lo sviluppo tecnologico sta avendo un forte impatto su economia, società e ambiente, e ne sta determinando gli equilibri. Affinché sia motore di sviluppo, è indispensabile che venga proiettato verso una logica sistemica ed ascritto a principi di sostenibilità per minimizzare i rischi – in particolare sui sistemi umani – e massimizzare le opportunità, per il benessere sociale e del pianeta. In un'era evolutiva che alcuni autori definiscono provocatoriamente Capitalocene, dominata da impulsi economici e sorretta da una tecnologia sempre più pervasiva, si incardinano importanti riflessioni sul ruolo dell'essere umano: strumento o fine, fruitore passivo o protagonista?

Già negli anni '70 era stato coniato il termine di Capitalismo Umanistico, concetto che intenta una sintesi fra Umanesimo, come perseguimento di esigenze e bisogni sociali, ed economia di mercato. Mai come oggi sentiamo la necessità di ripensare alla centralità delle Persone per un nuovo Umanesimo, sostenibile, immateriale, tecnosofico. Quanto lo sviluppo sostenibile ha bisogno di quello tecnologico? Come tracciare una rotta che metta al centro gli esseri umani?

