

evolution

IL MAGAZINE DI ANIMAIMPRESA



evolution è un magazine
bimestrale a cura
dell'Associazione
Animaimpresa

PRESIDENTE
Valeria Broggian

REDAZIONE
Irene Quaglia
Grafica:
Lorenzo D'Andrea

In questo numero,
articoli a cura di:
Matteo Ficara
Sabrina Fontanella
Rita White
Rossella Sobrero
Antonio Furlanetto
Mario Minoja

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

Comitato scientifico



**Valeria
Broggian**

Dal 2021 Presidente di Animaimpresa, è presidente di Servizi CGN Srl Società Benefit, primo gruppo nel mercato nazionale della consulenza fiscale e giuslavoristica business to business.



**Andrea
De Colle**

Project Manager di Animaimpresa, per cui sviluppa e coordina le varie linee progettuali. Consulente, accompagna imprese ed organizzazioni in percorsi di pianificazione, rendicontazione e certificazione ESG.



**Chiara
Cristini**

Ricercatrice, formatrice, futures facilitator, si occupa in IRES FVG di politiche di parità e pari opportunità. Già Consigliera di parità e Presidente della Commissione pari opportunità a Pordenone.



**Renata
Kodilja**

Docente dei corsi in Relazioni pubbliche e Comunicazione integrata per le imprese e organizzazioni de l'Università di Udine, è coordinatrice del Corso sullo Sviluppo Sostenibile e referente RUS Educazione Uniud.



**Rossella
Sobrero**

Fondatrice di Koinètica, è ideatrice de Il Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale. Autrice di libri sulla comunicazione della sostenibilità, è docente all'Università degli Studi di Milano e all'Università Cattolica.

Editorial Talk

Futuri testardi
pag. 7



Alta Ispirazione

L'anima del futuro
pag. 9

Diversity & Inclusion

Passato, presente e futuro
dell'inclusione in azienda
pag.16

Sostenibilità ambientale

La biofilia come chiave per
città e comunità future
pag. 20



Focus

La comunicazione del futuro?
Torniamo ai fondamentali
pag. 25

Lavorare con i futuri per gestire la
grande transizione
pag. 26

Dalla rendicontazione alla
transizione verso la sostenibilità:
il ruolo della società civile
pag. 28

Storie

Gruppo Davines
pag. 30



Network

La parola ai soci
pag. 36

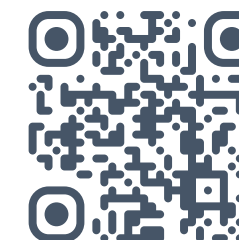
Gruppo Giovani Animaimpresa
pag. 40

News
pag. 42

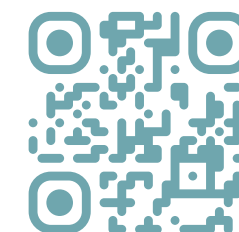
Eventi
pag. 46

Inquadra i
codici o clicca
sulla relativa
immagine

Leggi le edizioni passate



Iscriviti alla newsletter



Scrivici

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

FUTURI TESTARDI

La prospettiva di questo numero

Futuri

Non lasciare che la storia finisca qui! Si chiude con questa esortazione il Global Reptrack report 2025, studio che misura il *sentiment* del pubblico nei confronti delle aziende. Nell'ultimo periodo le aziende si sono trovate ad affrontare dure realtà. Solo nell'ultimo anno, turbolenze economiche, cambiamenti politici e cambiamenti culturali hanno dominato i titoli della cronaca quotidiana. Il panorama aziendale attuale sembra paradossale e confuso. È comprensibile, quindi, il motivo per cui molti manager scelgono la strada della cautela: rimanere sul posto, in attesa di chiarezza che non arriva mai. Questa cauta *inazione* può minacciare il futuro dell'azienda. Per quanto il panorama sia confuso, i leader devono piuttosto agire con coraggio informato per non rischiare di cedere la propria narrazione a forze esterne.

I dati di RepTrak 2025 continuano a rivelare che le aspettative degli stakeholder rimangono sorprendentemente coerenti, anche di fronte ai cambiamenti globali sismici. Fermo restando che i fattori ESG hanno un impatto sistematico e duraturo sui risultati aziendali, tre *driver* del management aziendale rimangono costantemente classificati come i più importanti:

- Prodotti e servizi di qualità: il valore affidabile si trova sempre in cima alla lista;
- Condotta etica e trasparente: un comportamento corretto e onesto rimane non negoziabile;
- Impatto sociale positivo: dare un contributo significativo alla società non è più facoltativo.

Allora, cosa è cambiato? Mentre i pilastri fondamentali del management aziendale rimangono saldi, il contesto in cui le aziende devono operare è cambiato drasticamente. Il monitoraggio delle maggiori preoccupazioni del pubblico nel 2025 in Europa ci restituisce la seguente classifica:

- Instabilità geopolitica: tensioni, guerre, terrorismo i conflitti tra stati e attori politici rappresentano la maggiore preoccupazione. In un mondo sempre più polarizzato, i rischi geopolitici mettono sotto pressione la gestione aziendale nell'intento di bilanciare le prospettive di business con le aspettative degli stakeholder.
- Volatilità economica: stagnazione economica, disoccupazione e inflazione restano temi caldi. Acquisire nuove conoscenze e competenze attraverso diverse modalità di apprendimento manageriale resta fondamentale per i manager per migliorare le prestazioni e preparare i propri team al futuro.
- Cambiamenti climatici e sociali: disastri ambientali, abuso delle risorse naturali ma anche la messa in discussione di valori sociali rappresentano preoccupazioni costanti. Termini come ESG (Environmental, Social,

Governance) e DEI (Diversity, Equity, Inclusion) sono diventati punti caldi politicizzati in alcuni mercati. Tuttavia, gli stakeholder apprezzano ancora profondamente le intenzioni alla base di queste etichette.

- La rivoluzione tecnologica: impatto e cattivo uso dell'Intelligenza Artificiale (IA) rappresentano una preoccupazione in crescita. Sebbene l'IA prometta grandi opportunità, il ritmo e l'incertezza con cui queste tecnologie si sviluppano generano notevoli tensioni. È necessario bilanciare attentamente gli obiettivi contrastanti tra l'intento di aumentare l'efficienza e l'efficacia produttiva, da un lato, e l'esigenza di minimizzare i rischi, dall'altro.

Alla luce di queste dinamiche, che aspetto ha esattamente il coraggio per i manager di oggi? Come per ogni grande *riavvio*, ciò che accade dopo è importante quanto ciò che è accaduto prima. La crescita aziendale non è un singolo momento, una campagna o un successo di breve durata. È un impegno costante che si guadagna nel tempo, rafforzato dall'azione e messo alla prova dalle inevitabili sfide future. Servono manager dotati di talento futuristico... testardo!

Come ci insegna l'istituto Gallup, i manager con uno spiccato talento futuristico immaginano ciò che potrebbe essere e aiutano gli altri a crederci. La loro visione del futuro porta energia, direzione e ispirazione a individui e team. Non si limitano ad anticipare il cambiamento; creano speranza per il futuro.

E quindi, facciamoci ispirare da Rainer Marie Rilke:

“Il futuro entra in noi, per trasformarsi in noi, molto prima di essere accaduto.”



Renata Kodilja
Comitato Scientifico



Alta Ispirazione



Matteo
Ficara

L'anima del futuro

Di fronte all'incertezza, abbiamo bisogno di ritrovare il significato

Bio

Matteo Ficara è filosofo, consulente e futurista. Co-founder di Happiness for Future, è esperto di presa di decisione, pensiero critico e immaginativo, foresight strategico. Insegna pratiche di consapevolezza e guida persone ed organizzazioni a muoversi nell'incertezza, verso futuri desiderabili, partendo dal perché.

Viviamo in un tempo che si è moltiplicato, frammentato, accelerato. Un tempo che sa fare quasi tutto (e lo fa anche meglio di noi), tranne forse fermarsi e chiedersi: “Perché?”.

Il futuro ci chiama da ogni direzione. C'è chi lo progetta, chi lo teme, chi lo subisce. Chi lo vuole più verde, più digitale, più giusto. Ma dentro questa corsa – innovazione, transizione, trasformazione – abbiamo smarrito qualcosa. Abbiamo riempito il futuro di contenuti, ma... abbiamo svuotato la sua essenza. Nel mio lavoro mi capita spesso di fare una domanda semplice, quasi disarmante: **"Di che cosa abbiamo davvero bisogno per il futuro?"**

Molti rispondono: risorse, tecnologie, dati, formazione, alleanze, intelligenza artificiale, energie alternative, relazioni... Tutto vero. Tutto utile. Ma manca qualcosa.

Due anni fa, durante un convegno nazionale dei futuristi in Italia, intervenne

in collegamento Christin Pfeiffer, senior consultant per Futures and Foresight in UNESCO. Avevano appena concluso un lavoro con gli stati membri: una grande consultazione attorno ad una sola domanda:

“Di cosa abbiamo più bisogno per il futuro?”

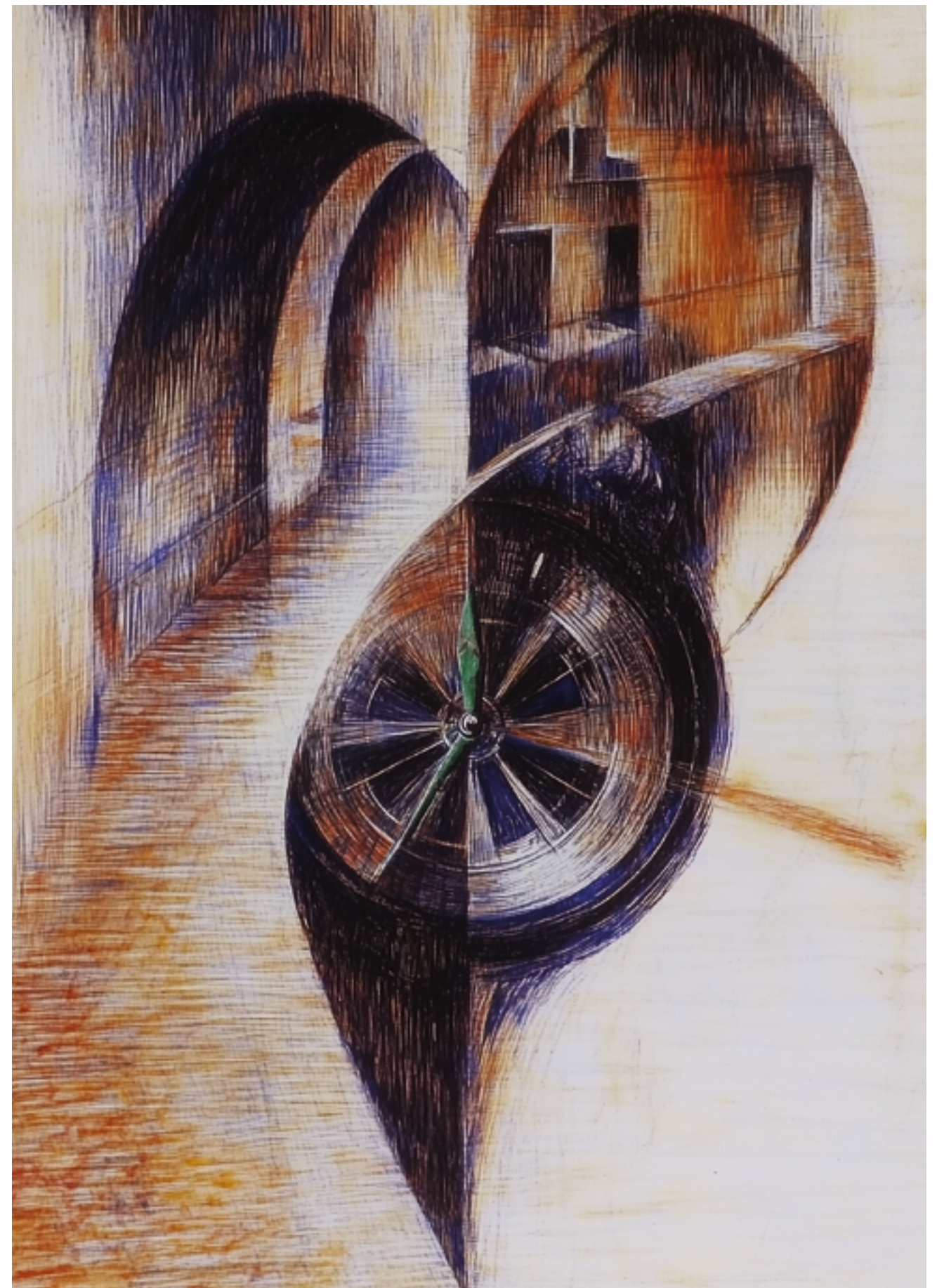
La risposta che emerse, silenziosa e forte, non fu “denaro”, né “informazioni”.

Fu una sola parola: **the meaning**. Il significato.

Quella parola riempì la stanza. O forse solo il mio cuore e la mia mente.

Mi riempì e mi sovrastò. Era una verità semplice e potente, una specie di “elefante nella stanza” che tutti sapevamo, ma... non vedevamo.

Se ci manca il significato, possiamo avere tutto – strumenti, soluzioni, intelligenze, mercati – ma è come se tutto fosse vuoto, perché non sapremmo dove andare, né perché farlo.



Senza significato, il futuro si svuota. Diventa un algoritmo, un'agenda, una procedura.

Ma con il significato... tutto cambia. Con il significato, anche la fatica diventa dono. Il lavoro torna vocazione. L'economia può farsi ecologia. L'impresa può diventare comunità e generare impatto. La tecnologia può essere una leva a servizio di qualcosa di chiaro, di giusto, di alto.

Con il significato, possiamo tornare a costruire futuri che valgano la pena di essere vissuti. Perché alla fine, non è il futuro in sé a salvarci, ma il senso che gli diamo. Ritrovare questo senso non è una questione teorica: è un atto quotidiano, rivoluzionario, radicale. Richiede un cambio di sguardo, un coraggio lento, un ritorno all'essenziale.

Richiede un'epochè, una parentesi sul mondo. Una botta di freno a mano. È un'operazione di decluttering: togliere tutto, finché non resta l'essenziale.

Come diceva James Hillman, parlando dei processi umani e sociali: abbiamo bisogno di ritornare a ciò che conta, all'anima delle cose. E lo stesso vale per i nostri stati, le aziende e le persone.

Per avere un futuro, insomma, dobbiamo tornare a "fare anima".

E tu, come lo stai facendo?

Prova a scoprire alcune azioni possibili con questo veloce libro-game di storie di futuro.

Stai per fare un breve esercizio di futuro, che sfrutta gli scenari di Jim Dator (quattro scenari caratteristici) in un lavoro di backcasting: parti da un futuro immaginato e, a ritroso, cerchi di capire come è stato realizzato.

E lo farai "giocando": leggi lo scenario di partenza (punto ZERO) e poi scegli un'opzione, quella che ti corrisponde di più, e vedi cosa dice. Dopo di che, potrai leggere anche le altre 3 opzioni.

Ora procedi al punto ZERO.

Punto 0.

Chiudi gli occhi un momento. Respira e immagina:

Ora sei lì, nel futuro. È un mondo dove le città respirano, le imprese rigenerano, le persone fioriscono. L'economia ha smesso di divorare il pianeta. Le decisioni nascono dal dialogo tra cuore e mente. Le tecnologie non ci rubano il lavoro, ma ci restituiscono tempo e relazioni. Le scuole insegnano a essere umani, non solo edotti. La specie umana si è ricordata di essere parte del vivente, non suo padrone.

Questo mondo esiste. Non come certezza, ma come possibilità. E tu lo stai osservando da dentro. Immaginalo.

Ora la domanda è: *"Da dove siamo partiti per arrivare fin qui?"*

Pensa ad oggi e scegli l'opzione che credi sia la più probabile per realizzare questo futuro:

1. Trasformazione

C'è stato un cambiamento radicale e profondo dei paradigmi, spesso guidato da innovazioni tecnologiche, spirituali o culturali.

2. Disciplina

Siamo evoluti attraverso ordine, regole e norme che hanno garantito equilibrio mondiale e sostenibilità.

3. Collasso

Non abbiamo retto il colpo della complessità e delle crisi. Abbiamo semplicemente dovuto ricominciare.

4. Continuità

Abbiamo continuato a procedere con le modalità e secondo le tendenze attuali, con minimi adattamenti, mantenendo lo status quo nonostante i segnali di crisi.



Percorso 1**Trasformazione**

In questo scenario, tutto è cambiato. Abbiamo trasformato non solo il sistema, ma anche il senso stesso del vivere. Le imprese hanno smesso di esistere solo per generare profitto, e sono diventate laboratori di coscienza. L'educazione ha integrato la meditazione, l'ecologia, la filosofia. Abbiamo accolto un salto evolutivo, non tecnologico ma interiore.

Le città sono organismi viventi. Le tecnologie sono strumenti di armonia. L'umanità ha mutato la propria visione di sé. È nata una nuova specie: più empatica, più consapevole, più interconnessa.

Domande

Quale intuizione, quale chiamata ci ha spinti a fare questo salto?

Cosa ci servirà per farlo?

Percorso 2**Disciplina**

In questo futuro, abbiamo imparato a contenerci. Abbiamo riconosciuto i limiti del pianeta, e abbiamo scelto di vivere dentro nuovi equilibri. Le regole sono chiare. I patti sociali sono più solidi. Le aziende sono vincolate a standard etici severi. La sobrietà è diventata stile. Il benessere, misurato anche in tempo libero, relazioni, salute mentale. Abbiamo capito che libertà senza responsabilità porta al collasso. E ci siamo disciplinati per salvarci.

Domande

Chi ha avuto il coraggio di indicare per primo un limite?

Che consapevolezza del confine abbiamo, oggi?

**Percorso 3****Collasso**

Non siamo riusciti a cambiare in tempo. Tutto è crollato: ecosistemi, economie, fiducia. Guerre per l'acqua. Migrazioni senza accoglienza. Intelligenze artificiali senza etica. Popoli interi invisibili. Eppure, dal crollo, sono nate sacche di rinascita. Comunità resilienti. Pratiche spirituali. Agroecologia. Pensatori e imprenditori visionari che hanno ricominciato dal poco, dal vero, dal locale.

Domande

Serve veramente la distruzione per imparare? Quanto amore possiamo generare dalle macerie?

Percorso 4**Continuità**

Il futuro è arrivato, ma assomiglia troppo al passato. Abbiamo fatto piccoli aggiustamenti, senza cambiare lo schema. Il mondo ci sembra meraviglioso, ma sotto-sotto... È solo un po' più verde, un po' più digitale, un po' più umano. Ma la logica di fondo è rimasta la stessa: produrre, crescere, competere, ottimizzare. Accelerare. Ci siamo detti che sarebbe bastato e per qualche altro anno abbiamo retto, abbiamo nascosto bene le falle. Ma sotto la superficie, le crepe sono aumentate.

Domande

Quali scelte, oggi, ci stanno tenendo ancorati a questa continuità?

Quali illusioni ci impediscono di cambiare?

Ritorno al presente

Ora che hai visto i futuri, puoi tornare qui, in questo oggi fragile e allo stesso tempo fertile, dove tutto conta: ogni parola che dici, ogni progetto che approvi, ogni alleanza. E anche ogni paura che accogli o ignori.

Tutto questo diventa un seme per il futuro o un solco che inaridisce il terreno.

Ogni gesto è una direzione: quale futuro stai tracciando?

PARITÀ DI GENERE

RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

IMPRESE, INNOVAZIONE ED INFRASTRUTTURE

Passato, presente e futuro dell'inclusione in azienda

Dalla DE&I usata come vetrina alla valorizzazione delle competenze inclusive attraverso modelli formativi esperienziali.



Sabrina Fontanella

Esperta in Diversity, Equity & Inclusion, utilizza il game-based learning per attivare competenze chiave individuate nella sua ricerca dottorale. Dal 2019 progetta percorsi formativi per una cultura più inclusiva, concreta e partecipata.

Passato: una DE&I dichiarata ma non integrata nel giorno per giorno

Negli ultimi anni, molte aziende hanno investito nella Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) attraverso certificazioni, piani di parità e campagne istituzionali. Ma osservando la quotidianità organizzativa, emerge spesso una frattura tra ciò che viene comunicato e ciò che effettivamente accade. L'inclusione viene trattata come un adempimento formale, funzionale a vantaggi reputazionali o finanziari, ma priva di impatto reale sulla cultura interna.

Quando la DE&I resta in superficie, perde forza trasformativa e si riduce a un'etichetta strategica. Le conseguenze sono evidenti: difficoltà nel trattenere talenti, dinamiche disfunzionali, calo di fiducia da parte di chi vive l'organizzazione, incoerenza percepita da clienti e stakeholder. L'inclusione viene spesso usata per intercettare le sensibilità di Millennial e Gen Z, attente alla coerenza tra valori e pratiche. Ma se questa narrazione non si traduce in esperienza concreta, il danno reputazionale è reale.

Non basta inserire la DE&I in un piano editoriale o in un bilancio di sostenibilità: serve la volontà di rimettere in discussione modelli organizzativi, ruoli, linguaggi e



prassi. Molte iniziative, invece, nascono da pressioni esterne o esigenze di compliance e si traducono in interventi episodici, scollegati dal contesto. Workshop, corsi “per obbligo” o giornate simboliche, se non inseriti in una strategia coerente, rischiano di disperdere tempo e risorse senza risultati che “sopravvivano” al cambio del management.

Presente: partire dal contesto

Un approccio efficace alla DE&I parte da una comprensione lucida e strutturata della realtà aziendale. L'obiettivo di questa fase è far emergere cosa funziona e cosa no, buone pratiche isolate, figure chiave disponibili al confronto o segnali informali di evoluzione.

Più che applicare modelli esterni, serve costruire **percorsi su misura**, coerenti con la cultura d'impresa e sostenibili nel tempo. Il cambiamento può essere graduale, non lineare, ma va sostenuto con processi che coinvolgano attivamente le persone. Le soluzioni più efficaci spesso arrivano da chi conosce bene il funzionamento quotidiano dell'organizzazione e può contribuire a migliorarla in modo pratico.

Un punto decisivo è la capacità di **tradurre i principi della DE&I in competenze applicabili**. Bias, rappresentanza, equità, ascolto: non sono concetti astratti, ma elementi che incidono su decisioni, relazioni e processi. Quando restano confinati a un linguaggio tecnico, appaiono distanti.

Futuro: allenare le competenze

Per accompagnare questo passaggio, **l'apprendimento esperienziale può offrire un supporto concreto**. Strumenti come il *game-based learning*, se inseriti in una progettazione coerente, permettono di simulare situazioni realistiche, osservare dinamiche relazionali, testare approcci alternativi e riflettere sull'impatto delle proprie scelte operative.

L'obiettivo non è riprodurre artificiosamente situazioni ideali, ma creare uno spazio di confronto attivo in cui **allenare competenze utili alla vita organizzativa**: empatia, pensiero critico, adattabilità, assertività e proattività. Quando ben integrato, questo tipo di esperienza contribuisce a rendere la cultura inclusiva un elemento concreto della quotidianità, non solo un tema da trattare in occasioni dedicate.

Ciò che rende questi percorsi efficaci non è la teoria, ma il coinvolgimento diretto. Lavorare su casi pratici, scenari simulati e feedback condivisi permette di acquisire strumenti applicabili, sviluppando maggiore consapevolezza e agendo su comportamenti reali.

Integrare la DE&I in modo strategico significa agire su elementi che incidono sulla qualità del lavoro, sul benessere interno delle persone. Anche pochi interventi, se ben progettati e coerenti con il contesto, possono produrre risultati concreti nel tempo. La sfida non è moltiplicare le iniziative, ma individuare quelle più rilevanti e sostenibili per l'organizzazione.



Serve la volontà
di rimettere in
discussione modelli
organizzativi, ruoli,
linguaggi e prassi

LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

PARTNERSHIPS PER GLI OBIETTIVI

RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

La biofilia come chiave per città e comunità future

Ripensare ambienti, organizzazioni e relazioni attraverso la connessione profonda con la natura.



Rita White

Psicologa Ambientale, è Presidente dell'Accademia Italiana di Biofilia (AIB). Dopo una carriera all'estero, oggi si dedica a formazione, ricerca, consulenza e divulgazione scientifica. Docente, mentor e speaker TEDx, inserita da Fortune Italia tra le Most Powerful Women. Ha pubblicato *Rinascere nel Verde* (Giunti).

Nel cuore delle trasformazioni ambientali e sociali in atto, la biofilia si rivela non come un'idea suggestiva, ma come una chiave concreta e multidimensionale per orientare il nostro futuro. È un principio attivo di rigenerazione, capace di guidare la progettazione di città, organizzazioni e comunità più sane, inclusive e resilienti.

La biofilia – ovvero il bisogno e legame innato dell'essere umano con la natura – ha radici evolutive profonde. Per oltre il 99% della nostra storia siamo vissuti immersi nella natura: riconoscerne i segnali, abitarne gli ambienti rigogliosi, coltivare

relazioni con altre specie era parte della vita quotidiana. Questo legame non si è estinto. Oggi la scienza lo conferma: sentirsi connessi alla natura migliora il benessere fisico e mentale, riduce stress e ansia, e stimola comportamenti più responsabili verso il pianeta.

Il costrutto scientifico che descrive questo legame è noto come *nature connectedness*, e si articola in tre componenti: cognitiva, affettiva e comportamentale. Secondo recenti meta-analisi, questa connessione è tra i più forti predittori dei comportamenti pro-ambientali, e la componente emotiva risulta decisiva.





In particolare, la connessione affettiva attiva un cambiamento profondo e stabile, più potente della sola consapevolezza razionale.

In altre parole, ci prendiamo cura di ciò che amiamo. L'informazione da sola non basta: può persino generare ansia o dissonanza se non è accompagnata da una relazione significativa con ciò che si vuole proteggere. È la connessione emotiva – non solo la conoscenza – a generare motivazione ecologica duratura. Ecco perché la sola “intelligenza ambientale” non è sufficiente: se non è sostenuta da un legame affettivo, rischia di rimanere sterile.

Ma come si traduce tutto questo nella pratica? Un esempio concreto arriva dalle *Nature Prescriptions* – vere e proprie prescrizioni cliniche di tempo in natura, integrate nei protocolli sanitari di Canada, Scozia, Giappone. Si tratta di “dosi di natura” evidence-based, capaci di migliorare salute mentale, fisica e sociale, aumentando al contempo autoefficacia e motivazione ecologica.

Nel mondo del lavoro, la *Progettazione Biofilica* (Biophilic Design) sta trasformando il concetto stesso di benessere organizzativo. Ambienti progettati secondo criteri evidence-based – luce naturale, materiali organici, piante, elementi acquatici, suoni e profumi naturali – generano benefici misurabili: riduzione dell'assenteismo, aumento della produttività, benessere psicologico e senso di appartenenza. Con un ritorno positivo sull'investimento, umano ed economico. Il Davines Village, a Parma, è un caso esemplare in Italia: un ecosistema produttivo dove paesaggio, architettura e cultura aziendale si fondono in un'identità viva e condivisa.

Anche le città possono (e devono) diventare ambienti biofilici. Il movimento internazionale delle *Biophilic Cities* promuove modelli urbani in cui la natura è riconosciuta come infrastruttura pubblica essenziale: verde accessibile, biodiversità diffusa, corridoi ecologici, spazi sensoriali che favoriscono salute e coesione sociale. Verona è la prima città italiana ad aver formalmente aderito a questa visione, diventando la prima *Città Biofilica* d'Italia – un traguardo raggiunto con il contributo dell'Accademia Italiana di Biofilia (AIB).

La biofilia, dunque, è una chiave trasformativa fondata su solide evidenze scientifiche. Un principio rigenerativo che ricompone ciò che la modernità ha separato: uomo e natura, mente e corpo, individuo e collettività. In un tempo segnato da crisi multiple – ecologiche, sociali ed economiche – la biofilia offre una direzione evolutiva chiara. Quella che riconosce che la nostra salute è interdependente da quella degli ecosistemi. Che il benessere umano non può prescindere da quello della Terra. Che costruisce città che curano, organizzazioni che rigenerano, società che rimettono al centro la vita.



Focus



Focus



LA COMUNICAZIONE DEL FUTURO? TORNIAMO AI FONDAMENTALI

 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

 PARTNERSHIPS PER GLI OBIETTIVI

 IMPRESE, INNOVAZIONE ED INFRASTRUTTURE

Bisogna coltivare
la relazione con
gli stakeholder
raccontando i
successi ma anche
le difficoltà



**Rossella
Sobrero**

La sostenibilità è oggi un fattore che può condizionare la scelta d'acquisto e le persone (non ancora tutte purtroppo!) decidono di comprare prodotti o servizi anche in base ai valori dell'organizzazione che li propone. In questo scenario in cambiamento per comunicare in modo efficace è utile far riferimento a due semplici regole: partire dall'ascolto degli stakeholder; raccontare con sincerità il proprio percorso verso lo sviluppo sostenibile.

La comunicazione è sempre più relazionale

La comunicazione diventa sempre più relazionale: non solo perché i social consentono un'interazione non immaginabile fino a qualche anno fa ma perché è aumentata la consapevolezza che per crescere le organizzazioni devono migliorare l'ascolto, il confronto, la condivisione con gli stakeholder. Il focus della comunicazione si sposta sempre più dalla soddisfazione di bisogni e desideri ai valori e alle iniziative che migliorano il rapporto con i portatori di interessi.

La comunicazione aiuta l'ingaggio dei collaboratori

Per un'impresa che crede nella sostenibilità è importante investire tempo e risorse per comunicare in modo continuativo con i propri

manager e dipendenti. I collaboratori sono i primi ambasciatori dell'organizzazione: per coinvolgerli possono essere utilizzati diversi strumenti sia offline sia online. Anche se l'uso del web è in continua crescita non bisogna dimenticare la funzione importante di attività come la formazione, la partecipazione ad eventi, il volontariato aziendale.

La comunicazione deve tornare ai fondamentali

Una comunicazione efficace richiede la scelta accurata di parole e immagini: il messaggio deve spiegare in modo chiaro la strategia e le azioni dell'organizzazione. Se vogliono essere considerate fonti affidabili, le imprese devono condividere dati concreti e centrali rispetto alla propria attività. Trasparenza e coerenza sono fondamentali: bisogna coltivare la relazione con gli stakeholder raccontando i successi ottenuti ma anche le difficoltà affrontate. Se il rapporto di fiducia si incrina a causa di un comportamento scorretto o di una comunicazione non veritiera le conseguenze possono essere gravi perché viene messa in discussione l'affidabilità dell'intera organizzazione.

Per concludere

Bisogna tornare ai fondamentali: dire poche cose in modo chiaro. Un linguaggio semplice facilita la comprensione e la condivisione da parte degli stakeholder della strategia dell'organizzazione.

Ma è necessario essere sempre sinceri: la mancanza di coerenza tra il dichiarato e l'agito porta un calo di credibilità con conseguenze gravi anche sul piano economico.



LAVORARE CON I FUTURI PER GESTIRE LA GRANDE TRANSIZIONE

IMPRESE, INNOVAZIONE ED INFRASTRUTTURE

RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

Solo una piccola parte dei futuri è descrivibile attraverso formule predittive, megatrend e rischi conosciuti



Antonio Furlanetto

Futurista professionista e risk manager, è AD di -skopia Srl e docente di Risk Management Anticipante al Master in Previsione sociale dell'Università di Trento e di Previsione Strategica alla Scuola Nazione dell'Amministrazione.

attività che cercano di predire cosa potrebbe accadere. E la stessa idea di “lavoro” implica impegno, forse anche fatica, senza escludere tuttavia soddisfazione e divertimento. Lavorare con il futuro può essere oggi anche una professione, quella della/del futurista, una professione al servizio delle organizzazioni, sia imprese che pubbliche amministrazioni.

Esiste una disciplina che si chiama Studi di futuro o Futures Studies, che ha alle spalle una storia lunga quasi ottant'anni. In Italia è insegnata a livello accademico nel Master in Previsione Sociale dell'Università di Trento e nei corsi specialistici che organizza -skopia Srl - la società che ho contribuito a fondare nel 2015 - come ad esempio nel corso “Professionisti di Previsione Strategica”. Ecco un'altra attività importante: la Previsione Strategica, a volte chiamata anche Anticipazione. Si tratta della messa a terra, cioè dell'attività pratica collegata agli Studi di futuro che si realizza da un lato attraverso la formazione, anche definita come “alfabetizzazione ai futuri” o Futures Literacy, e dall'altro come attività di consulenza alle organizzazioni per renderle consapevoli dei cambiamenti, pronte a trasformazioni e innovazioni e antifragili rispetto alle sorprese, buone o cattive, del futuro. Lavorare con i futuri è un modo per prepararsi, per fare prevenzione, per essere proattivi di fronte ai cambiamenti senza aspettare che questi ci travolgano, andando oltre l'attitudine reattiva che di solito è sempre più costosa e non ci

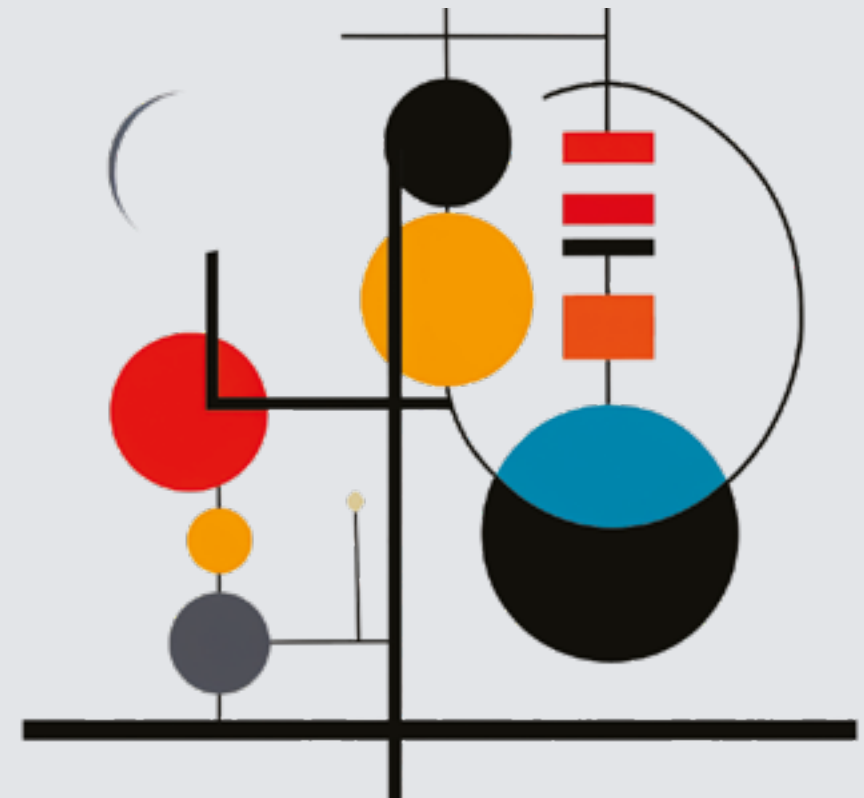
mette comunque nelle migliori condizioni per gestire i momenti di crisi.

Esistono diversi tipi di previsione: c'è la previsione di tipo quantitativo, che utilizza le estrapolazioni statistiche, chiamata Forecast. Siccome si basa sui dati del passato, solitamente la sua validità si limita a periodi brevi nel futuro (da alcuni mesi ad un paio d'anni). Dopo di che le ipotesi diventano sempre più divergenti. Ed inoltre non è capace di vedere le sorprese, le discontinuità che però sono tipiche e frequenti nella nostra società di cambiamenti accelerati e sovrapposti. Per questo è necessario rivolgersi anche ad un altro tipo di previsione qualitativa che si chiama, appunto, Previsione Strategica o Foresight. Si tratta di un'attività creativa, immersiva, esplorativa che va alla ricerca di notizie sui futuri per coglierli nella loro pluralità. Il suo spazio è quello delle incertezze autentiche e dei rischi emergenti. Solo una piccola parte dei futuri è descrivibile attraverso formule predittive, megatrend e rischi conosciuti. Tutto il resto sono soluzioni aperte, eventi più o meno probabili o addirittura “segnali deboli”, come noi definiamo i semi di futuro che si preannunciano nel presente.

Come si lavora con i futuri nella Previsione Strategica? Attraverso metodologie solide dal punto di vista scientifico e ormai utilizzate in

tutto il mondo sia a livello aziendale che dalle pubbliche amministrazioni. Sono strumenti duttili, semplici o complessi, che noi chiamiamo anche “esercizi di futuro”, alcuni abbastanza noti come, ad esempio, la Costruzione di Scenari Strategici. Consentono alle imprese di gestire in maniera ordinata i cambiamenti, di predisporre piani alternativi al mutare della realtà, di testare visioni di futuro e di stabilire strategie e piani di azione con una maggiore consapevolezza delle variabili in gioco. Si pensi solo a che valore può avere oggi indagare i futuri del lavoro e argomenti come i rischi dell'intelligenza artificiale o le conseguenze della longevità e degli squilibri demografici in un sistema-paese come quello italiano.

Per approfondire:
Roberto Poli, Idee e strumenti per governare l'incertezza, Egea 2019.





DALLA RENDICONTAZIONE ALLA TRANSIZIONE VERSO LA SOSTENIBILITÀ: IL RUOLO DELLA SOCIETÀ CIVILE

IMPRESE, INNOVAZIONE ED INFRASTRUTTURE

RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

La transizione verso la sostenibilità non può partire dalla rendicontazione, ma da solidi fondamenti culturali e valoriali



Mario Minoja

Mario Minoja è professore ordinario di Economia Aziendale all'Università di Udine, dottore commercialista e revisore legale, nonché membro del Comitato Scientifico dell'Istituto per i Valori d'Impresa (ISVI). È inoltre docente a contratto di Principi di Management all'Università della Svizzera Italiana di Lugano.

Oppure, al cambiamento di rotta nell'ambito della CSDDD (Direttiva sulla Diligenza Dovuta in materia di Sostenibilità delle Imprese), la cui versione finale prevede che le aziende siano obbligate ad adottare, ma non ad attuare, piani di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici.

Ma sarebbe un errore pensare che tale inversione di rotta da parte dell'Unione Europea produca necessariamente impatti rilevanti e negativi sulla transizione in atto. Ciò per almeno due motivi: in primo luogo, in quanto il suo successo dipende primariamente dall'intensità, dalla qualità e dalla velocità delle azioni verso la sostenibilità, non dal fatto di doverle rendicontare; in secondo luogo, perché la spinta e le iniziative "dal basso", ossia dalla società civile nelle sue molteplici espressioni, rimangono forti, almeno in buona parte dei Paesi europei.

Lo testimoniano in particolare:

- imprenditori e manager che hanno capito che l'impresa, per dirla con le parole dell'economista e consulente Marco Vitale, è "istituzione di interesse pubblico a gestione privata, strumento strategico e operativo per lo sviluppo collettivo", e compiono scelte di gestione coerenti con tale assunto;
- associazioni e fondazioni – come ISVI (Istituto per i Valori d'Impresa),

Il "pacchetto Omnibus" del febbraio 2025, unitamente alle norme e agli standard di rendicontazione in seguito emanati o in corso di discussione, non sono una buona notizia. Essi segnalano infatti un rallentamento, se non un passo indietro, dell'Unione Europea nel suo ruolo propulsivo della transizione verso la sostenibilità. Se l'obiettivo dichiarato di ridurre gli oneri legati alla rendicontazione di sostenibilità imposti dalla direttiva CSRD – nella sua versione originaria – soprattutto alle piccole e medie imprese è in sé condivisibile, nella realtà l'allentamento degli obblighi è di portata più ampia e generale. Basti pensare, ad esempio, agli importanti "sconti" concessi a molte imprese "first wave", ossia a imprese che, in quanto "enti di interesse pubblico" con più di 500 dipendenti, erano obbligate alla rendicontazione di sostenibilità già dal 2016.



Animaimpresa, la Fondazione Adriano Olivetti e la Fondazione Capitale & Lavoro – che svolgono un lavoro prezioso e instancabile di ricerca, formazione, diffusione di buona cultura d'impresa e di buone pratiche;

- università e business school, che, compresa la gravità dei danni prodotti da docenti di management eredi della "Scuola di Chicago" inneggianti alla massimizzazione del profitto e del valore azionario, stanno lavorando per diffondere tra le nuove generazioni una nuova e diversa cultura di impresa;
- tanti singoli cittadini che, nelle vesti di consumatori, risparmiatori, lavoratori, contribuiscono con le proprie scelte e i propri comportamenti responsabili ad accrescere la "domanda di sostenibilità".

L'auspicio è che la società civile non si lasci scoraggiare dai venti contrari, ma acquisisca anzi sempre più un ruolo di leadership consapevole, responsabile e appassionata della transizione, fino a costringere politici e governanti a fare la loro parte. La transizione verso la sostenibilità, in ogni caso, non può partire dalla rendicontazione, ma da solidi fondamenti culturali e valoriali che si traducono in scelte e azioni concrete che poi sono rendicontate. Ma i tempi per fare tutto questo sono ormai molto stretti.



Storie

..nel
mondo
di..

DAVINES GROUP

davines
sustainable beauty



[comfort zone]
conscious skin science



Il Gruppo Davines è una B Corp italiana con sede a Parma dedicata al settore della cosmetica professionale. L'azienda, fondata dalla famiglia Bollati, inizia il suo percorso nel 1983 come laboratorio di ricerca specializzato nella realizzazione di prodotti per la cura dei capelli e della pelle. Il Gruppo è oggi una realtà che, oltre alla sede centrale e produttiva di Parma, ha otto filiali nel mondo e distribuisce i suoi prodotti in 95 paesi.



Davide Bollati è Presidente del Gruppo Davines, B Corp italiana che promuove un concetto di Bellezza Sostenibile, con i marchi Davines e [comfort zone]. Dal 2004 guida il Gruppo, che nel 2024 ha raggiunto un fatturato di 295 milioni di euro.

1

Gruppo Davines da sempre si evolve e perfeziona per essere a prova di futuro. Quali sono state le tappe fondamentali e, soprattutto, qual è stata la chiave del successo nel passaggio da azienda familiare a Gruppo globale?

La volontà forte di mantenere la coerenza con i nostri valori fondativi ha caratterizzato tutto il nostro percorso di crescita: da piccolo laboratorio di produzione per conto terzi fondato negli anni 80, con la nascita dei nostri brand proprietari – Davines nel '92 e [comfort zone] nel '96 – si è concretizzata la nostra visione del mondo della cosmesi, guidata da un approccio alla bellezza che riteniamo debba essere sostenibile ed etico. È stata cruciale l'espansione internazionale del nostro Gruppo a partire dagli anni 90, attraverso l'instaurazione di partnership importanti, che ne hanno arricchito la visione, tramite la condivisione di approcci innovativi e punti di vista originali. Nel 2018 è stata inaugurata la nuova sede del Gruppo, il Davines Group Village, incarnazione dei nostri valori più profondi, che ci guidano in un percorso di disaccoppiamento tra l'espansione del business e la riduzione dell'impatto ambientale.



Il vostro Gruppo opera a livello mondiale, con una presenza in oltre 90 Paesi: come riuscite a gestire il senso di appartenenza, coinvolgimento e allineamento dei valori nelle persone che lavorano con voi?

La condivisione della nostra storia e dei valori che caratterizzano il nostro modo di fare impresa è la prima azione che dobbiamo ricordarci di compiere per assicurare l'allineamento valoriale delle nostre persone con la nostra visione. Dal 2005 abbiamo una Carta Etica che racchiude i principi che guidano il nostro operato, redatta in maniera collaborativa con le nostre persone, e che condividiamo con tutti i nuovi arrivati in azienda: questo documento è il minimo comune denominatore che ci permette di dialogare in maniera costruttiva, nonostante le differenze individuali.

La cultura aziendale non è qualcosa che vogliamo imporre; attraverso un dialogo costante, condividiamo con i collaboratori – sia nella nostra sede di Parma che nelle nostre filiali – la volontà di essere una force for good. Questa visione si arricchisce anche grazie al dialogo interculturale: siamo convinti che dal confronto e dalla possibilità di avere punti di vista anche molto diversi discenda un arricchimento importante, sia del singolo individuo che del nostro approccio come azienda.

3



Come Animaimpresa, nella nostra attività di divulgazione, quest'anno stiamo sviluppando il tema della (bio)diversità: il Giardino Scientifico all'interno del Davines Group Village è emerso più volte come best practice a livello globale. Ci raccontate com'è nato e quali valori persegue?

Il Giardino Scientifico è custode della biodiversità e svolge una funzione di laboratorio a cielo aperto: è infatti fonte di ispirazione per gli oltre 60 ricercatori che lavorano nel nostro dipartimento di Ricerca e Innovazione, che traggono spunto dalla capacità di adattamento delle piante per sviluppare le formule dei nostri prodotti. È stato progettato dallo studio londinese Del Buono – Gazerwitz durante la costruzione del Davines Group Village, prendendo spunto dal Giardino dei Semplici di Padova e sottolineando nel suo design l'incontro tra scienza e umanesimo, ispirandosi al paesaggio rurale tipico del territorio emiliano e richiamando con la sua geometria – una pianta circolare al cui interno è iscritto un quadrato – l'Uomo Vitruviano. Nei suoi 3000mq si trovano diverse sezioni dedicate a piante medicinali, aromatiche, fiori e alberi da frutto, coltivate secondo i principi dell'agricoltura biologica rigenerativa.

4

La parola chiave di questo numero è FUTURI: come immaginate il vostro?

Disaccoppiamento: è questo il concetto chiave che guiderà le azioni del nostro Gruppo, con l'obiettivo di perseguire una crescita etica e sostenibile, creando valore da poter restituire alla comunità, facendolo però con la volontà forte di diminuire il nostro impatto sulle risorse che utilizziamo.



La parola ai soci

Banca 360FVG a Nanovalbruna
per parlare di materialità
pag. 36

Futuribili 2025: quando il futuro
diventa pratica
pag. 38

Gruppo Giovani

Visita al cuore del distretto
della sedia
pag. 40

AperiPillole #17
pag. 41

News

OptikQ: la rivoluzione per la
tutela dei videoterminalisti
pag. 42

(Bio)diversità, equilibri e relazioni
pag. 44

Animaimpresa a Nanovalbruna
pag. 45

CSR Talk
pag. 45

Eventi

Fabbricare società
pag. 46

Salone della CSR e
dell'Innovazione Sociale
pag. 46

Presentazione report di
sostenibilità di Villa Russiz
pag. 47

IMPRESE, INNOVAZIONE ED INFRASTRUTTURE

PARTNERSHIPS PER GLI OBIETTIVI



#eventi

Banca 360FVG a Nanovalbruna per parlare di materialità

Lo scorso 22 luglio si è svolto l'evento "Acceleriamo la Transizione", organizzato da Banca 360FVG con il supporto di Circular Camp e di Lorenzo Sciadini, all'interno di NanoValbruna.

Una giornata interamente dedicata al rapporto tra impresa e sostenibilità, inserita all'interno del Festival dedicato alla rigenerazione per offrire un'occasione di confronto e lavoro operativo su un tema spesso sottovalutato ma strategico: la materialità.

La domanda guida dell'intera giornata è stata semplice ma fondamentale: cosa è davvero materiale per la mia impresa? Non in senso burocratico o normativo,

ma come strumento per orientare decisioni, ascoltare i bisogni e costruire strategie in grado di fare davvero la differenza.

La materialità, infatti, nasce in ambito contabile, ma oggi rappresenta una chiave essenziale per sviluppare politiche ESG efficaci, soprattutto per le piccole e medie imprese. Troppe volte ridotta a un esercizio formale, è stata invece riportata al centro del dibattito come leva concreta per leggere il

presente e progettare il futuro, partendo da ciò che conta davvero per le persone, per i territori e per le organizzazioni.

Il workshop si è sviluppato in due momenti: al mattino, una sessione di Reverse Pitch e confronto tra imprese ha permesso di condividere esperienze, criticità e approcci diversi. Nel pomeriggio si è lavorato in modalità laboratoriale, trasformando i concetti in azioni concrete attraverso strumenti innovativi.

Durante l'attività sono stati utilizzati un canvas pratico per l'analisi della doppia materialità, un framework Agile per facilitare il lavoro collaborativo e un agente conversazionale di intelligenza artificiale, progettato per simulare la voce degli stakeholder. Il tutto in coerenza con il VSME, lo standard europeo volontario pensato per aiutare le PMI a gestire la transizione sostenibile in modo proporzionato e realistico.

I risultati e gli strumenti emersi dalla giornata verranno ora applicati a casi aziendali reali all'interno del grande laboratorio della rigenerazione di NanoValbruna, il ReGeneration Hub Friuli. Un contesto in cui la sostenibilità viene vissuta non come una dichiarazione d'intenti, ma come un processo concreto, partecipato e orientato al cambiamento.

"Acceleriamo la Transizione" ha rappresentato un momento prezioso per riportare l'attenzione su ciò che è realmente rilevante e trasformare la sostenibilità in un percorso operativo e condiviso, a partire dalle imprese e dai loro stakeholder.

L'azienda

Banca 360 Credito Cooperativo FVG nasce dalla fusione di BancaTer e Friulovest Banca, tenendo ben saldi i valori fondanti del Credito Cooperativo che restano il punto centrale dell'attività della Banca. È l'unica BCC a livello regionale presente in tutte le province.

La Banca prosegue con determinazione nel solco del mutualismo, ponendosi come missione quella di promuovere la responsabilità sociale e favorire lo sviluppo economico e culturale delle comunità locali. L'operato si ispira ai principi etici e sociali della cooperazione e del radicamento territoriale".



#eventi

Futuribili 2025: quando il futuro diventa pratica

La 2ª edizione del festival-laboratorio dedicato a sostenibilità, felicità organizzativa, tecnologie e trasformazione sociale.

Cosa significa immaginare un futuro che valga la pena di essere vissuto? Non è una domanda lontana o astratta, ma qualcosa che ci accompagna ogni giorno, nelle scelte piccole e grandi, nelle abitudini e nei luoghi in cui ci muoviamo. Futuribili è nato nel 2024 come uno spazio dove arte, tecnologia e questioni sociali si intrecciano per farci riflettere sul senso di comunità, di cura, di felicità condivisa. Un cammino che passa per relazioni responsabili, per un equilibrio con la natura e con chi ci sta accanto.

La seconda edizione, che si è svolta a giugno 2025 negli spazi di Villa Russiz, storica tenuta vitivinicola immersa nel paesaggio del Collio friulano, ha portato questa consapevolezza un passo oltre, nella convinzione che le parole non bastano più: “green”, “digital” e “human-centric” ormai suonano vuote, ripetute come slogan. Qui, invece, si cercava la sostanza, la complessità vera, quella che non si racconta solo con etichette.

Due i Future Talk al centro del programma. Il primo, dedicato al nesso tra felicità organizzativa, sostenibilità e innovazione tecnologica, ha riunito voci appassionate - da Arianna Arizzi (Fondatrice del Gruppo CSR Manager di Animaimpresa, Marketing & CSR

Manager di Maddalena S.p.A.) a Eleonora D'Alessandri (Marketing & CSR Manager, Chief Happiness Officer di CDA di Cattelan srl Società Benefit), da Veruscka Gennari (Cofounder di 2BHappy, Culture Company e IIPO - Italian Institute for Positive Organizations) a Giuliano Pellizzari (Direttore Marketing di Sinesy Innovision) - che hanno raccontato come ridare senso al lavoro, con la sostenibilità e la felicità organizzativa al centro. Lo scambio, pieno di energia e speranza, è stato anche l'occasione per cominciare a scoprire GetUp, la app per il benessere organizzativo sviluppata da Sinesy con l'apporto scientifico di Dof.

Il secondo talk, fra ospiti internazionali e testimonianze locali, ha invece indagato il ruolo della tecnologia nei percorsi educativi e di cura, portando storie di innovazione che non spengono l'umano, ma lo amplificano. Abbiamo scoperto il



progetto “Youth on Street” del Comune di Codroipo e interagito, fra gli ulivi, con le Macchine pensanti, sviluppate da Casa Elvine in collaborazione con le Università di Newcastle, Northumbria e Londra, che mostrano come la tecnologia possa diventare un'alleata di presenza, attenzione e relazione autentica.

Intorno a questi momenti, i lab dell'Happiness Camp (che, grazie al Comune di Udine, diventerà nei prossimi mesi un progetto più esteso e comunitario) ha invitato a sperimentare la felicità come gesto quotidiano e come pratica di consapevolezza. Sono state giornate intense, dove esperienze, conversazioni profonde, performance artistiche e sorrisi si sono mescolati in un abbraccio capace di superare confini. Come ci ricorda Alessandro Rinaldi, CEO di DOF e curatore della rassegna, «Il futuro si coltiva. Futuribili è il terreno in cui seminare insieme visioni, dubbi, desideri, e prendersene cura, giorno dopo giorno, come si fa con ciò che conta davvero.»



Futuribili 2025 è promosso e prodotto da DOF Consulting, in collaborazione con Fondazione Villa Russiz, DMAV Social Art Ensemble, Housatonic, associazione Start, Comune di Udine, Comune di Codroipo, Comune di Torviscosa, Gruppo CSR Manager di Animaimpresa, Associazione Animaimpresa, 2BHappy, Sinesy Innovision, Casa-famiglia “Casa Elvine”, Università degli Studi di Udine, Partnership Studies Group, Open Lab - Newcastle University, Gruppo Prometa. DOF è un laboratorio di innovazione sul Community Design che da quasi 30 anni unisce esperienze, competenze e prospettive diverse per accompagnare il cambiamento di organizzazioni e comunità in modo concreto e sostenibile.

dofconsulting.it



Visita al cuore del distretto della sedia

Amore per il territorio, cooperazione, creazione di rete e di valore. Questo accomuna le aziende del Distretto della Sedia che abbiamo visitato lo scorso 20 giugno, guidati da Lorenzo Braida, in un percorso che ci ha dato modo di comprendere l'intero processo di realizzazione del prodotto d'arredo.

Ha aperto le danze del tour la **Rizzardi Srl**, un'azienda familiare che fa della componente tecnologica il fulcro della lavorazione del legno, rendendola sempre più precisa. Moderni macchinari vengono utilizzati per operazioni che vanno dal piccolo montaggio, alla levigatura fino all'inserimento di ferramenta all'interno dei componenti per le serie da realizzare. Degni di nota sotto l'aspetto della sostenibilità sono l'utilizzo di un impianto fotovoltaico da 120 kW, che garantisce circa tre quarti dell'autoconsumo di energia, e il riutilizzo del truciolo di scarto, che viene incenerito per il

riscaldamento invernale grazie a una nuova caldaia. Da Lauzacco di Pavia di Udine ci siamo spostati a Manzano, alla **Dridi Home s.n.c.**: una tappezzeria sempre a conduzione familiare, in cui abbiamo potuto osservare la precisione e la cura nella lavorazione a mano. Proseguendo nel nostro viaggio abbiamo conosciuto poi la **Società Cooperativa Sociale Nemesi** che assembla per conto terzi le diverse componenti del prodotto, lo imballa e provvede poi alla fase di logistica e spedizione, con un'ottica di aiuto nell'inserimento lavorativo di persone con difficoltà. Un'altra figura carismatica incontrata nel nostro cammino, e utile consulente in quanto wood expert, è **Gianni Cantarutti** che nel corso degli anni ha creato una xyloteca, conservando numerosi legni diversi tra loro e con caratteristiche uniche. Ci ha raccontato la sua esperienza fatta di viaggi in giro per il mondo e della sua passione per la classificazione, cura e lavorazione del legno. Infine, abbiamo chiuso il cerchio nell'azienda **Braida Srl SB** che, guidata dallo stesso **Lorenzo** e da suo fratello **Marco**, lavora su disegno e commessa per hotel, ristoranti e navi da crociera. Rappresenta un punto di

coordinamento per le aziende locali, in quanto coinvolge le realtà produttive territoriali più idonee alla tipologia di prodotto da realizzare. Nel tempo passato assieme è stato evidente che ciascuna realtà costituisce un tassello fondamentale non solo per la costruzione di un prodotto materiale finito, ma di un prodotto inteso come insieme di visioni e di valori. Costituiscono i tanti piccoli imprenditori che sono la struttura portante di un settore che da anni è l'anima pulsante di un territorio. Ciò che ci portiamo a casa da questo viaggio è amore per la comunità, una passione per il lavoro, un mondo produttivo basato sulla cooperazione e sulla creazione di rete. Ringraziamo per l'ospitalità **Lorenzo Braida** e tutte le realtà coinvolte!



Chiara Malisano

Studentessa del Master in Comunicazione della Scienza alla SISSA di Trieste e laureata in Scienze per l'Ambiente e la Natura all'Università di Udine. Svolge attività di comunicazione scientifica con focus sulla sensibilizzazione della sostenibilità a 360°, dei cambiamenti climatici e dei temi CSR.

AperiPillole #17

a cura di Sara Casarsa

Nel mese di giugno il Gruppo Giovani di Animaimpresa ha incontrato **Francesca Visintin ed Elisa Tomasinsig**, consulenti ambientali di **eFrame**, realtà friulana attiva nei settori della sostenibilità e dell'economia rigenerativa. Attraverso esempi concreti, le relatrici hanno raccontato il lavoro dell'azienda, che accompagna imprese e territori nella transizione ecologica. Tra i temi affrontati, l'**agrivoltaico** – sistema che integra produzione agricola ed energia solare – e la **valorizzazione dei servizi ecosistemici**, applicata anche in contesti transfrontalieri. L'intervento si è rivelato particolarmente interessante e coinvolgente: la chiarezza



espositiva delle relatrici ha permesso di comprendere a fondo la complessità dei temi trattati, offrendo spunti concreti su come approcci integrati e collaborativi possano contribuire in modo efficace alla creazione di valore ambientale e sociale. Un ringraziamento a **Francesca ed Elisa** per aver condiviso con autenticità il loro percorso e la visione che guida il loro impegno per una sostenibilità concreta e territoriale.



#scuole

OptikQ: la rivoluzione per la tutela dei videoterminalisti

Proteggere gli occhi nell'era digitale non è più solo una questione di buonsenso, ma una sfida concreta. Quante persone lavorano davanti a uno schermo e hanno gli occhi stanchi o dolori per la postura scorretta? Questi sono disagi comuni ed è proprio su questi problemi che si fonda OptikQ.

Siamo 8 studenti delle classi quarte dell'Istituto Tecnico "Antonio Zanon" di Udine e abbiamo deciso di concentrarci su queste tematiche nell'ambito del progetto di "Impresa in Azione", che simula la creazione di una start up con l'ideazione di un prodotto o servizio innovativo.

Il progetto è partito a novembre e, grazie all'aiuto dell'azienda Omniaevo srl, a maggio abbiamo sviluppato "Eylos". Eylos è un dispositivo wearable da applicare alla montatura degli occhiali che monitora in tempo reale l'esposizione alla luce blu e la postura dell'utente e, tramite un'applicazione dedicata, consiglia pause e esercizi di rilassamento quando l'esposizione è prolungata o la postura è errata per troppo tempo. Il 13 Maggio abbiamo partecipato ai campionati regionali di "Impresa in Azione" arrivando primi contro altre 7 scuole, 3 del Friuli Venezia Giulia e 4 slovene: questo ci ha dato l'opportunità di partecipare, come unici rappresentanti

del Friuli Venezia Giulia, ai campionati nazionali di Imprenditorialità, dove siamo arrivati quarti.

Nel frattempo, abbiamo contattato la GLP srl, un'azienda specializzata nella consulenza, per depositare il brevetto. Dal 17 al 23 Luglio la OptikQ, rappresentata dal CEO Nascig Lorenzo ha partecipato al festival internazionale di "NanoValbruna", specificatamente al contest di "BAITE Award": una competizione tra start up, dove OptikQ è arrivata prima, contro 7 start up universitarie partecipanti. Dal 17 al 19 ottobre rappresenteremo l'istituto Zanon in uno stand nella sezione scuole alla "Maker Faire" di Roma; per tale evento Eylos verrà ulteriormente migliorato. Il prossimo obiettivo è iniziare la fase di sperimentazione di un MVP (Minimun Viable Product) nelle aziende interessate, in modo da avere direttamente dagli utenti il feedback necessario agli ultimi miglioramenti utili al lancio sul mercato e alla costituzione di una reale startup innovativa.

Questa è OptikQ, un'idea nata tra i banchi di scuola, creata da giovani ragazzi e ragazze che credono nel benessere fisico all'insegna dell'innovazione e della sostenibilità e che punta al futuro con la voglia di migliorare lo stile di vita di ciascuno di noi!

Ringraziamo per l'esperienza imprenditoriale l'Istituto Tecnico Antonio Zanon di Udine, che da diversi anni coinvolge gli studenti nel progetto "Impresa in azione" e in particolare la prof.ssa Tiziana Tibalt, che ci ha seguito nell'attività. Ringraziamo inoltre per la collaborazione nella realizzazione di Eylos in primis Massimo Belluz della Omniaevo srl, che ha sviluppato il nostro prodotto, le aziende Scatolificio Udinese srl, Ivision Eyewear spa e Fabbro Indira.

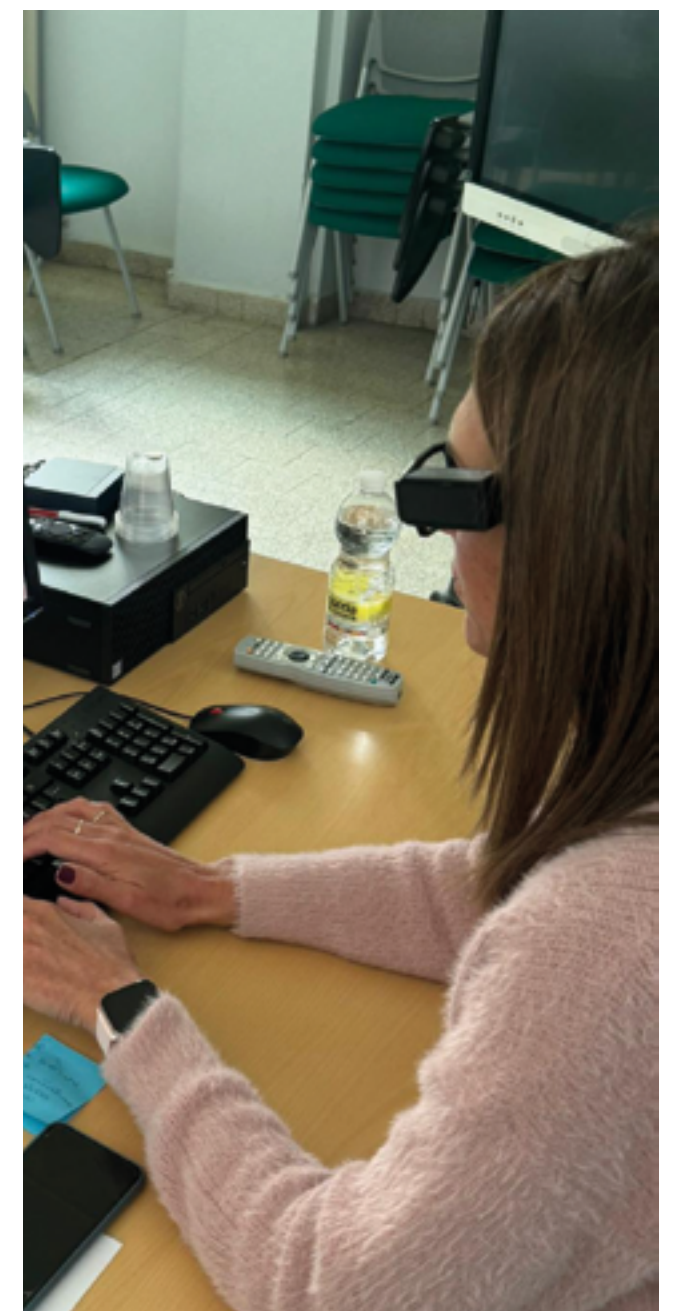
Il Team

Nascig Lorenzo (CEO), Rebecca Procia & Camilla Rinaldi (Manager Produzione), Mattia Driza & Simone Tassini (IT manager), Lorenzo Delneri (Marketing Manager), Giorgia Passoni (Manager amministrativo)

Per approfondire:

Mail: optikq.ja@gmail.com

Instagram: [optikq.ja](https://www.instagram.com/optikq.ja)





#altaispirazione

(Bio)diversità, equilibri e relazioni

Venerdì 27 giugno, presso la sede della Fondazione Friuli a Udine, si è tenuto il secondo appuntamento del ciclo di eventi Alta Ispirazione, che quest'anno dedichiamo all'esplorazione della (bio) diversità in tutte le sue forme.

L'incontro **(Bio)diversità, Equilibri**, ha offerto ai partecipanti – una platea variegata e multigenerazionale – l'opportunità di esplorare il valore della biodiversità in modo trasversale, analizzandolo con prospettive accademiche e imprenditoriali – e non solo.

Promosso nell'ambito del progetto Sostenibilità a Sistema, finanziato dalla Regione Friuli Venezia Giulia, il convegno è stato realizzato con il sostegno di Banca di Udine e MEP.

Testimonianze e interventi da mondi diversi hanno dato modo di riflettere, ancora una volta, su quanto la biodiversità debba essere considerata centrale per ripensare comunità e territori in modo sistemico e, quindi, sostenibile.

[Approfondisci](#)



#iniziative

Animaimpresa a Nanovalbruna

Lo scorso 20 luglio abbiamo partecipato a Nanovalbruna, Forum internazionale dei giovani per la rigenerazione.

Gaia Degan, Consigliera e portavoce del Gruppo Giovani di Animaimpresa, consulente ESG, ha portato la propria testimonianza all'interno del panel "*I costi dello sviluppo*": giustizia sociale e transizione ecologica tra sfide locali e responsabilità globali del Forum internazionale dei giovani per la rigenerazione, approfondendo come collettività e imprese possano collaborare per un futuro più sostenibile.

[Approfondisci](#)

#csrtalk



CSR Talk

Venerdì 4 luglio si è tenuto il secondo CSR Talk dell'anno, ospitato presso Spolert Winery, a Prepotto. Un incontro informale tra aziende del network Animaimpresa, per condividere progetti su sostenibilità e approfondire il dialogo su tematiche chiave come l'inclusione e il dialogo intergenerazionale.

[Approfondisci](#)



[Approfondisci](#)



[Approfondisci](#)



**12 SETTEMBRE 2025 ORE 17 - VILLA RUSSIZ,
PRESENTAZIONE REPORT DI SOSTENIBILITÀ REALIZZATO DAL GRUPPO
CSR MANAGER DI ANIMAIMPRESA.**



[Approfondisci](#)

