LUNEDÌ 4.10.2021 CORRIERE DELLA SERA

LAVORO, CLIMA, EGUAGLIANZA DINASTIE PRONTE A FARE DI PIÙ

La Bocconi ha studiato gli investimenti delle prime 100 grandi famiglie sugli obiettivi dell'Onu. Ai primi posti il valore di un'occupazione dignitosa, lo spinta verso un consumo e una produzione responsabili e il contrasto al «climate change». Per ora solo il 39% del campione indica impegni e progetti concreti

di **Maria Silvia Sacchi**

Greta Thunberg e i giovani attivisti del mondo uniti alla pandemia che ha sconvolto economie, sentimenti e abitudini a ogni latitudine hanno finalmente fatto capire che di altre strade non ce ne sono: il pianeta va difeso, punto. Lo hanno compreso anche le aziende che, non a caso, stanno investendo in modo deciso, appunto, sull'ambiente. Spesso inteso in senso stretto: riduzione delle emissioni di Co2, uso di energie rinnovabili, riciclo e riuso delle materie. Ma prendersi cura della Terra non è l'unico aspetto della sostenibilità, il «tema dei temi» del nostro tempo. Gli obiettivi fissati dall'agenda 2030 dell'Onu sono molto di più. Si chiamano Sdg, ovvero Sustainable development goal, e sono sostanzialmente sovrapponibili agli Esg, acronimo che significa Environmental (ambiente), Social (aspetti sociali) e Governance (le regole di governo di un'impresa, di una istituzione).

A cosa guardano tra tutti questi temi le grandi imprese familiari italiane? E, soprattutto, investono davvero sulla sostenibilità in senso generale? Una ricerca realizzata dalla Cattedra Aidaf-Ey dell'Università Bocconi in occasione della quarta edizione di Family Business Festival (articolo sotto) sulle prime 100 aziende familiari italiane dice che dell'argomento si parla molto — l'85% delle aziende dedica una sezione del sito web al tema della Csr o della sostenibilità — ma solo il 39% delle imprese segue almeno 1 degli obiettivi dell'agenda Onu.

Complessivamente gli obiettivi Onu sono 17 e raggruppandoli per macroaree si vede che le grandi famiglie imprenditoriali del nostro Paese si sono concentrate soprattutto su due settori: 1) incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione e un lavoro dignitoso per tutti e 2) garantire modelli sostenibili di produzione e consumo. Al terzo posto c'è l'adozione di misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze. All'ultimo, invece, ci sono gli investimenti per contrastare la povertà.

I temi

«Se da un lato è abbastanza normale che le imprese si concentrino su obiettivi sui quali possono incidere maggiormente tramite lo svolgimento delle loro attività, quale può essere la crescita economica e modelli di produzione e consumo più sostenibili, non a caso tra i più citati nella classifica, è altrettanto evidente che i policy maker hanno un ruolo importante nell'influenzare il comportamento non solo dei cittadini ma anche delle imprese — dice Fabio Quarato, il docente Bocconi che con Guido Corbetta, ordinario di Strategia delle imprese familiari, ha realizzato lo studio —. Ad esempio, su obiettivi che probabilmente sono più di "competenza" degli Stati che delle singole imprese, stupisce come tra i primi posti compaia quello di perseguire misure urgenti per combattere il cambiamento climatico (che certamente è una emergenza), mentre siano agli ultimi posti obiettivi altrettanto prioritari come combattere la fame nel mondo (obiettivo 2) e la povertà (obiettivo 1) oppure salvaguardare gli oceani, i mari e le risorse marine (obiettivo 14)».

La lista degli impegni

La graduatoria dei 17 punti sullo sviluppo sostenibile (Sdgs dell'Onu) secondo le imprese

SDGs	Obiettivo	Numero di aziende	Incidenza
8	Lavoro dignitoso e crescita economica	38	8,5%
12	Consumo e produzione responsabile	38	8,5%
13	Contrasto al cambiamento climatico	35	7,8%
3	Buona salute e benessere per le persone	31	6,9%
4	Educazione partanie e di qualità	30	6,7%
9	Infrastrutture sostenibili e resilienti	30	6,7%
7	Accessibilità a energia pulita	29	6,5%
5	Parità di genere	28	6,3%
10	Ridurre le diseguaglianze	25	5,6%
17	Partnership per lo sviluppo	24	5,4%
6	Acqua pulita e servizi igienico-sanitari	23	5,1%
11	Città e comunità sostenibili	21	4,7%
15	Conservazione dell'ecosistema terrestre	21	4,7%
16	Pace, giustizia e istituzioni solide	20	4,5%
2	Fame zero e agricoltura sostenibile	19	4,3%
14	Conservazione dell'ecosistema del mare	19	4,3%
1	Fine della povertà ovunque	16	3,5%
Totale		447	100%

Fonte: Cattedra Aidaf-Ey Università Bocconi per Family Business Festival

Certamente le imprese devono darsi delle priorità sugli obiettivi da perseguire, in quanto «per una singola impresa pensare di contribuire al raggiungimento di tutti e 17 gli obiettivi stabiliti dall'agenda 2030 dell'Onu sarebbe utopistico — prosegue il docente —, e le imprese sembrano averlo ben compreso. Dato il ruolo dei media e dei policy-maker (come emerge anche dalla ricerca), sarebbe forse utile interrogarsi su quali siano queste priorità, e sulle quali sia utile un contributo maggiore del mondo imprenditoriale nel raggiungimento di questi obiettivi».

È interessare cercare nel database delle 100 aziende per singole parole e concetti. Si vede, per esempio, come la stragrande maggioranza delle società abbia inserito la «riduzione delle emissioni» e questo indipendentemente dal settore, dal momento che lo hanno esplicitato, tra le altre, aziende come Fca e Saras, da Barilla, Prada e Moncler, Cir e Reply. È in assoluto l'impegno più citato dalle 39 società che seguono almeno uno degli obiettivi Onu. Anche il welfare aziendale è un argomento molto presente e lo si trova nelle relazioni di aziende come Armani, Bracco, Orsero, Esprinet, Iper Montello, Calzedonia o Luxottica per fare qualche nome. Cercando «pari opportunità» o «gender equality» la frequenza scende e si trovano nomi come Cairo Communication, Autogrill, Cir o Lavazza.

Gli obiettivi Sdg possono essere resi noti attraverso strumenti diversi, bilanci di sostenibilità, bilanci integrati, report di Csr (Corporate social responsibility) o le dichiarazioni non finanziarie oggi obbligatorie per le imprese con più di 500 dipendenti e che abbiano superato determinati limiti dimensionali (totale dello stato patrimoniale: 20 milioni di euro e totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni: 40 milioni di euro). L'analisi mostra che il mezzo ancora oggi preferito è il bilancio di sostenibilità, scelto dal 66% delle prime 100 imprese familiari italiane.

«La sostenibilità è un tema che tutti, non solo le imprese, hanno trascurato — conclude Guido Corbetta —. I dati dimostrano che oggi il tema è oggetto di profonda attenzione. Ed è importante che il messaggio arrivi dalle grandi aziende familiari per gli effetti positivi che possono avere su tutto il sistema imprenditoriale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Edilizia
Nicoletta Viziano, ceo di Mediana

Energia
Alessandro Garrone, vice presidente Erg

L'iniziativa
Due giorni a Genova

Premio Nobel
L'economista Michael Spence

La quarta edizione di Family Business Festival

Le aziende familiari si ritrovano a Genova il 21 e 22 ottobre

È (quasi) tutto pronto per la quarta edizione di Family Business Festival, la due giorni di discussione organizzata da *Corriere della Sera*, *L'Economia*, Università Bocconi e Aidaf e dedicata alla principale forma di impresa in Italia e nel mondo. Dopo Bologna, Brescia e Torino, quest'anno il Festival si trasferisce a Genova, nei giorni 21 e 22 ottobre. Molti i temi che saranno affrontati tra cui il Piano nazionale di ripresa e resilienza che è un'opportunità senza precedenti per far tornare a crescere il Paese. Le aziende saranno tra i protagonisti della transizione digitale e verde, ormai considerati due driver fondamentali per essere competitivi a livello globale, e dunque sarà interessante capire le strategie che intendono adottare per far fronte a questo cambiamento.

Il programma è in costante aggiornamento e sarà on line sul sito www.corriere.it/family-business, attraverso il quale sarà possibile iscriversi e/o seguire i vari eventi. Il 21 ottobre saranno messe online le visite in alcune delle aziende del territorio ligure, da Edilizia Acrobatica ai dolci di Panarello, all'operatore dello shipping italiano Messina Line, dai cosmetici a base di chinotto di Abaton al cachemire di Liapull all'olio dei fratelli Carli. Lo stesso giorno, sia la mattina che il pomeriggio, sarà possibile iscriversi ai workshop incentrati su tematiche come il passaggio generazionale a cura di Aidaf e Università Bocconi, il diritto di famiglia con Cristina Rossello o la leadership femminile organizzato da Kpmg.

La sera del 21, alle ore 19,00 l'Acquario di Genova ospiterà lo spettacolo teatrale di Antonella Questa «Affari di famiglia», aperto al pubblico e gratuito. Il 22 ottobre presso i Cantieri Mariotti si terrà, invece, il Forum, a cui si potrà assistere in presenza (muniti di green pass) dopo essersi iscritti o attraverso la diretta sulle piattaforme del *Corriere della Sera*. Strutturato come una maratona di idee, il Forum di Ffb vedrà succedersi gli interventi di numerosi imprenditori come Alessandro Garrone, Beppe Costa, Alberto Giovanni Alesotti, Francesco Casoli, Barbara Amerio, Nicoletta Viziano, Maria Paola Testa, Nicolò Santin e molti altri. Ancora, il giurista Piergaetano Marchetti, il senior partener di Kpmg Mario Corti e l'equity partner di Belluzzo international Luigi Belluzzo. Dal mondo delle istituzioni l'ambasciatrice britannica in Italia Jill Morris, la vice ministra del Mise Alessandra Todde, il governatore della Liguria Giovanni Toti, il sindaco di Genova Marco Bucci, il ceo di Simest Mauro Alfonso, il presidente di Confindustria Genova Umberto Risso. Considerazioni sullo stato dell'economia mondiale a cura del premio Nobel Michael Spence.

Maria Elena Viggiano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DINASTIE PRONTE A

La Bocconi ha studiato gli investimenti delle prime 100 grandi fa il valore di un'occupazione dignitosa, lo spinta verso un co e il contrasto al «climate change». Per ora solo il 39% del cam

di **Maria Silvia Sacchi**

Greta Thunberg e i giovani attivisti del mondo uniti alla pandemia che ha sconvolto economie, sentimenti e abitudini a ogni latitudine hanno finalmente fatto capire che di altre strade non ce ne sono: il pianeta va difeso, punto. Lo hanno compreso anche le aziende che, non a caso, stanno investendo in modo deciso, appunto, sull'ambiente. Spesso inteso in senso stretto: riduzione delle emissioni di Co2, uso di energie rinnovabili, riciclo e riuso delle materie. Ma prendersi cura della Terra non è l'unico aspetto della sostenibilità, il «tema dei temi» del nostro tempo. Gli obiettivi fissati dall'agenda 2030 dell'Onu sono molto di più. Si chiamano Sdg, ovvero Sustainable development goal, e sono sostanzialmente sovrapponibili agli Esg, acronimo che significa Environmental (ambiente), Social (aspetti sociali) e Governance (le regole di governo di un'impresa, di una istituzione).

A cosa guardano tra tutti questi temi le grandi imprese familiari italiane? E, soprattutto, investono davvero sulla sostenibilità in senso generale? Una ricerca realizzata dalla Cattedra Aidaf-Ey dell'Università Bocconi in occasione della quarta edizione di Family Business Festival (articolo sotto) sulle prime 100 aziende familiari italiane dice che dell'argomento si parla molto — l'85% delle aziende dedica una sezione del sito web al tema della Csr o della sostenibilità — ma solo il 39% delle imprese segue almeno 1 degli obiettivi dell'agenda Onu.

Complessivamente gli obiettivi Onu sono 17 e raggruppandoli per macroaree si vede che le grandi famiglie imprenditoriali del nostro Paese si sono concentrate soprattutto su due settori: 1) incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione e un lavoro dignitoso per tutti e 2) garantire modelli sostenibili di produzione e consumo. Al terzo posto c'è l'adozione di misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze. All'ultimo, invece, ci sono gli investimenti per contrastare la povertà.

I temi

«Se da un lato è abbastanza normale che le imprese si concentrino su obiettivi sui quali possono incidere maggiormente tramite lo svolgimento delle loro attività, quale può essere la crescita economica e modelli di produzione e consumo più sostenibili, non a caso tra i più citati nella classifica, è altrettanto evidente che i policy maker hanno un ruolo importante nell'influenzare il comportamento non solo dei cittadini ma anche delle imprese — dice Fabio Quarato, il docente Bocconi che con Guido Corbetta, ordinario di Strategia delle imprese familiari, ha realizzato lo studio —. Ad esempio, su obiettivi che probabilmente sono più di "competenza" degli Stati che delle singole imprese, stupisce come tra i primi posti compaia quello di perseguire misure urgenti per combattere il cambiamento climatico (che certamente è una emergenza), mentre siano agli ultimi posti obiettivi altrettanto prioritari come combattere la fame nel mondo (obiettivo 2) e la povertà (obiettivo 1) oppure salvaguardare gli oceani, i mari e le risorse marine (obiettivo 14)».

Certamente le imprese devono darsi delle priorità sugli obiettivi da perseguire, in quanto «per una singola impresa pensare di contribuire al raggiungimento di tutti e 17 gli obiettivi stabiliti dall'agenda 2030 dell'Onu sarebbe utopistico — prosegue il docente —, e le imprese sembrano averlo ben compreso. Dato il ruolo dei media e dei policy-maker (come emerge anche dalla ricerca), sarebbe forse utile interrogarsi su quali siano queste priorità, e sulle quali sia utile un

La lista degli impegni

La graduatoria dei 17 punti sullo sviluppo sostenibile (Sdgs dell'Onu) secondo le imprese

SDGs	Obiettivo	Numero di aziende
8	Lavoro dignitoso e crescita economica	38
12	Consumo e produzione responsabile	38
13	Contrasto al cambiamento climatico	35
3	Buona salute e benessere per le persone	31
4	Educazione paritaria e di qualità	30
9	Infrastrutture sostenibili e resilienti	30
7	Accessibilità a energia pulita	29
5	Parità di genere	28
10	Ridurre le disuguaglianze	25
17	Partnership per lo sviluppo	24
6	Acqua pulita e servizi igienico-sanitari	23
11	Città e comunità sostenibili	21
15	Conservazione dell'ecosistema terrestre	21
16	Pace, giustizia e istituzioni solide	20
2	Fame zero e agricoltura sostenibile	19
14	Conservazione dell'ecosistema del mare	19
1	Fine della povertà ovunque	16
Totale		447

Fonte: Cattedra AIDAF-EY Università Bocconi per Family Business Festival

onsumo e una produzione responsabili

mpione indica impegni e progetti concreti

contributo maggiore del mondo imprenditoriale nel raggiungimento di questi obiettivi».

È interessare cercare nel database delle 100 aziende per singole parole e concetti. Si vede, per esempio, come la stragrande maggioranza delle società abbia inserito la «riduzione delle emissioni» e questo indipendentemente dal settore, dal momento che lo hanno esplicitato, tra le altre, aziende come Fca e Saras, da Barilla, Prada e Moncler, Cir e Reply. È in assoluto l'impegno più citato dalle 39 società che seguono almeno uno degli obiettivi Onu. Anche il welfare aziendale è un argomento molto presente e lo si trova nelle relazioni di aziende come Armani, Bracco, Orsero, Esprinet, Iper Montello, Calzedonia o Luxottica per fare qualche nome. Cercando «pari opportunità» o «gender equality» la frequenza scende e si trovano nomi come Cairo Communication, Autogrill, Cir o Lavazza.

umero iziende	Incidenza
38	8,5%
38	8,5%
35	7,8%
31	6,9%
30	6,7%
30	6,7%
29	6,5%
28	6,3%
25	5,6%
24	5,4%
23	5,1%
21	4,7%
21	4,7%
20	4,5%
19	4,3%
19	4,3%
16	3,5%
447	100%

sF.

Gli obiettivi Sdg possono essere resi noti attraverso strumenti diversi, bilanci di sostenibilità, bilanci integrati, report di Csr (Corporate social responsibility) o le dichiarazioni non finanziarie oggi obbligatorie per le imprese con più di 500 dipendenti e che abbiano superato determinati limiti dimensionali (totale dello stato patrimoniale: 20 milioni di euro e totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni: 40 milioni di euro). L'analisi mostra che il mezzo ancora oggi preferito è il bilancio di sostenibilità, scelto dal 66% delle prime 100 imprese familiari italiane.

«La sostenibilità è un tema che tutti, non solo le imprese, hanno trascurato — conclude Guido Corbetta —. I dati dimostrano che oggi il tema è oggetto di profonda attenzione. Ed è importante che il messaggio arrivi dalle grandi aziende familiari per gli effetti positivi che possono avere su tutto il sistema imprenditoriale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Edilizia
Nicoletta Viziano, ceo di Mediana

Energia
Alessandro Garrone, vice presidente Erg

L'iniziativa
Due giorni a Genova

La lista degli impegni

La graduatoria dei 17 punti sullo sviluppo sostenibile (Sdgs dell'Onu) secondo le imprese

SDGs	Obiettivo	Numero di aziende	Incidenza
8	Lavoro dignitoso e crescita economica	38	8,5%
12	Consumo e produzione responsabile	38	8,5%
13	Contrasto al cambiamento climatico	35	7,8%
3	Buona salute e benessere per le persone	31	6,9%
4	Educazione paritaria e di qualità	30	6,7%
9	Infrastrutture sostenibili e resilienti	30	6,7%
7	Accessibilità a energia pulita	29	6,5%
5	Parità di genere	28	6,3%
10	Ridurre le disuguaglianze	25	5,6%
17	Partnership per lo sviluppo	24	5,4%
6	Acqua pulita e servizi igienico-sanitari	23	5,1%
11	Città e comunità sostenibili	21	4,7%
15	Conservazione dell'ecosistema terrestre	21	4,7%
16	Pace, giustizia e istituzioni solide	20	4,5%
2	Fame zero e agricoltura sostenibile	19	4,3%
14	Conservazione dell'ecosistema del mare	19	4,3%
1	Fine della povertà ovunque	16	3,5%
Totale		447	100%

Fonte: Cattedra AIDAF-EY Università Bocconi per Family Business Festival

s.f.