

RESPONSABILITÀ SOCIALE

Il Salone che genera connessioni e premia i "misura-impatto"

di Maria Cristina Alfieri

Per l'edizione 2022 la scelta del titolo è nata dall'osservazione della natura. Seguendo la logica dell'innesto, che fa della connessione tra parti diverse un motore capace di generare frutti inediti, il Salone della CSR e dell'innovazione sociale quest'anno propone come leit motiv le "connessioni sostenibili". Un filo rosso che, tra l'altro, ha il merito di ribadire l'obiettivo per cui, nel 2005, era nata la prima edizione dell'evento: consentire a soggetti diversi di incontrarsi e confrontarsi su un argomento – la responsabilità sociale d'impresa – che all'epoca era oggetto di dibattito solo tra studiosi e addetti ai lavori.

«Quando è nata la prima edizione di Dal Dire al Fare (all'inizio il Salone si chiamava così, ndr) la responsabilità sociale d'impresa era al centro dell'attenzione solo di poche aziende, quasi sempre grandi multinazionali – ricorda Rossella Sobrero, co-fondatrice del Salone e responsabile del Comitato Promotore che lo organizza –. Era arrivato il momento di ordire la prima trama di una tela destinata a diventare nel tempo sempre più grande». Filo dopo filo, negli anni l'evento è diventato un punto di riferimento culturale, un'occasione di incontro, confronto e networking tra imprese, istituzioni ed enti del Terzo settore. Ma si è anche trasformato in un vero e proprio media: una piattaforma di comunicazione dove raccontare la propria esperienza, conoscere quella degli altri, aggiornarsi sui trend più recenti, divulgare comportamenti positivi e generare nuove idee. «Nel corso delle sue dieci edizioni il Salone è stato lo specchio, a volte anche parzialmente il motore, di cambiamenti significativi che hanno riguardato in particolare le orga-

nizzazioni aziendali – conferma Sobrero –. In questi anni è decisamente migliorato e cresciuto il dialogo tra i diversi attori sociali, che in molti casi ha innescato connessioni virtuose: per esempio invitando allo stesso tavolo grandi imprese e i loro fornitori di piccole e medie dimensioni è emerso che le prime possono svolgere una fondamentale funzione di traino per le seconde, condividendo esperienze e buone pratiche che accompagnano le Pmi verso comportamenti più sostenibili. Oggi quello che si chiede a tutte le aziende è infatti di essere responsabili sia a monte che a valle della catena produttiva, coinvolgendo tutta la filiera nei loro progetti di sostenibilità».

Va da sé che girare la boa del primo decennio di attività (che ha visto la partecipazione di mille organizzazioni e 2mila relatori e la realizzazione di 450 eventi con oltre 50mila persone in presenza e online) significhi anche invitare tutti ad alzare l'asticella del loro operato per raggiungere traguardi sempre più ambiziosi, come quello di non limitarsi a "fare bene", ma di misurare anche l'impatto sociale e ambientale del proprio fare, per avere dei parametri che aiutino, nel caso, ad aggiustare il tiro. «Nel percorso verso lo sviluppo sostenibile è fondamentale misurare quali risultati abbiano portato certi comportamenti – chiarisce Sobrero – per questo abbiamo deciso di istituire un premio che valuta proprio l'impatto generato da chi ha messo in atto iniziative per migliorare la sostenibilità sociale e ambientale. L'obiettivo è focalizzare l'attenzione delle imprese sull'importanza di avere sempre un riscontro rispetto al loro operato e alle loro intenzioni. Questo passaggio è fondamentale anche per condividere il percorso fatto con

gli stakeholder e stimolarli a seguire gli stessi passi». Misurarsi rispetto a precisi parametri di riferimento, inoltre, è modo efficace per evitare il pericolo del *greenwashing*, ossia della tentazione (anche involontaria) di enfatizzare il proprio impegno, inducendo consumatori e partner commerciali a ritenere un marchio più responsabile di quanto non sia realmente. «Come dimostrano le esperienze raccontate al Salone in questi 10 anni – spiega Sobrero – per evitare questo rischio è importante essere trasparenti, quindi descrivere con la massima precisione ciò che l'organizzazione ha fatto concretamente: raccontare fatti, non intenzioni è un buon modo per incominciare».

Ancora una volta a guidare sono gli esempi di chi è più avanti in questa corsa verso la sostenibilità, che vede come primo importante traguardo da raggiungere quello di centrare gli obiettivi fissati dall'Onu per il 2030. Proprio per divulgare la conoscenza delle pratiche virtuose di chi sta correndo più veloce, il comitato promotore del Salone (composto da Università Bicconi, Sustainability Makers, Global Compact Network Italia, ASVIS, Fondazione Sodalitas, **Unioncamere** e Koinètica) ha messo a punto un format che consente di svolgere attività di divulgazione culturale non solo durante l'edizione nazionale, organizzata a Milano nel mese di ottobre, ma tutto l'anno e in tutta Italia. «Da



Superficie 30 %

diversi anni realizziamo il Giro d'Italia della CSR e il Salone Extra – conferma Sobrero –: una serie di convegni, conferenze e incontri che nei diversi territori del nostro Paese promuovono il dialogo tra enti del terzo settore, istituzioni e imprese: ad oggi abbiamo raggiunto oltre 56 località. Un modo per uscire dal mondo accademico e radicarci nel tessuto sociale, facendo emergere storie locali di straordinaria forza e valore. Oggi più che mai riteniamo necessario e urgente condividere buone idee e pratiche virtuose perché il cammino di tutti verso una maggiore sostenibilità diventi ancora più spedito».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Rossella Sobrero