

"IL GLOBAL COMPACT DELLE NAZIONI
UNITE
IL VALORE DELLA SOSTENIBILITÀ"

Dr. Marco Torsello

Esperto in Asset Management e Finanza Internazionale

ARGOMENTI

- › IL GLOBAL COMPACT DELLE NAZIONI UNITE
- › I DIECI PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT
- › LE 5 P DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE
- › IL “VALORE” DELLA SOSTENIBILITÀ
- › SOSTENIBILITÀ E BUSINESS CONTINUITY
- › PERCHÉ AVVIARE UN PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ
- › IMPATTI IN AZIENDA DEGLI OBIETTIVI *ESG*

IL GLOBAL COMPACT DELLE NAZIONI UNITE

- › Il **Global Compact delle Nazioni Unite** è un invito alle aziende di tutto il mondo ad allineare le proprie operazioni e le proprie strategie con dieci principi universalmente accettati nei settori dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente, della lotta alla corruzione e ad agire a sostegno dei propositi delle Nazioni Unite incorporati in obiettivi di sviluppo sostenibile.
- › Gli obiettivi fissati per lo sviluppo sostenibile hanno una validità globale, riguardano e coinvolgono tutti i Paesi e le componenti della società, dalle imprese private al settore pubblico, dalla società civile agli operatori dell'informazione e cultura.

IL GLOBAL COMPACT DELLE NAZIONI UNITE

- › I **17 Obiettivi** fanno riferimento ad un insieme di questioni importanti per lo sviluppo che prendono in considerazione in maniera equilibrata le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile – economica, sociale ed ecologica – e mirano a porre fine alla povertà, a lottare contro l'ineguaglianza, ad affrontare i cambiamenti climatici, a costruire società pacifiche che rispettino i diritti umani.

IL GLOBAL COMPACT DELLE NAZIONI UNITE

- › Questo processo evolutivo verso una **visione integrata** dello sviluppo sostenibile supera definitivamente l'idea che la sostenibilità sia una questione circoscritta all'ambiente, diventando invece un modello *universalmente* accettato, composto da **tre** dimensioni interconnesse e indivisibili: **Environmental, Social, Governance**



I DIECI PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT

Diritti Umani



HUMAN RIGHTS

Alle imprese è richiesto di:

- **Principio I** promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza;
- **Principio II** assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.

Lavoro



LABOUR

Alle imprese è richiesto:

- **Principio III** di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;
- **Principio IV** l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio;
- **Principio V** l'effettiva eliminazione del lavoro minorile;
- **Principio VI** l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.

Ambiente



ENVIRONMENT

Alle imprese è richiesto di:

- **Principio VII** sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali;
- **Principio VIII** intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale;
- **Principio IX** incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.

Anti Corruzione



ANTI-CORRUPTION

- **Principio X** Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.

LE "5 P" DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE

Quadro di Riferimento Globale

Persone: contrastare povertà ed esclusione sociale; promuovere salute e benessere per garantire le condizioni per lo sviluppo del capitale umano. Come la *Business Continuity si pone* rispetto a *diversity, inclusion, work life balance*.

Partnership: collaborazione organizzazione e stakeholder come **chiave** per la **crescita sostenibile intervenendo nelle varie aree in modalità integrata**



Pace: promuovere una società non violenta ed inclusiva, senza forme di discriminazione; contrastare l'illegalità. **L'Azienda attrice di relazioni positive.**

Pianeta: garantire una gestione sostenibile delle risorse naturali, contrastando la perdita di biodiversità e tutelando i beni ambientali. Il ruolo delle Imprese per le **fonti rinnovabili** e prospettive future in ottica di riduzione dell' **impatto ambientale**

Prosperità: affermare modelli sostenibili di produzione e consumo, garantendo occupazione e formazione di qualità. La contribuzione per la **mobilità sostenibile** per lo **sviluppo** dei **territori** e **benessere** per i **portatori di interesse**.

IL “VALORE” DELLA SOSTENIBILITÀ

- › Negli ultimi anni la ***domanda di Sostenibilità*** è andata sempre più ***crescendo*** favorita anche da *Macro-trend, crisi economiche, drammi umani e sociali* che hanno portato all’attenzione generale le tematiche ambientali, economiche e sociali determinando un aumento della consapevolezza nell’opinione pubblica, **ma, al contempo, è ancora scarsa l’offerta di Sostenibilità.**
- › Come ogni *Legge di Mercato* questo determina che ***il “valore” della Sostenibilità aumenta.***

IL "VALORE" DELLA SOSTENIBILITÀ

- › Oggi **Economia del Futuro e Sostenibilità** sono diventati sinonimi. La Sostenibilità per le aziende è la "**Nuova Strategia**" che può garantire sviluppo e creare valore nel lungo periodo, dovendo e potendo gestire in un'unica "**Matrice di Mercato**" *Stakeholders, Clienti, Investitori, Dipendenti, Società Civile e Istituzioni.*

IL "VALORE" DELLA SOSTENIBILITÀ

- › Insieme alla domanda crescente di Sostenibilità da parte degli Stakeholders ***Aumenta costantemente*** - in un trend irreversibile - **la regolamentazione ambientale** obbligando le imprese a sviluppare nuovi modelli di business accompagnati da nuovi comportamenti e strategie innovative secondo i tre criteri guida ***Environmental, Social, Governance***:
 - ✓ "E" Impatto sulla natura, risorse ed ambiente (energia, inquinamento, rifiuti, risorse naturali)
 - ✓ "S" gestione dei rapporti con dipendenti, fornitori, clienti e le comunità in cui opera l'impresa
 - ✓ "G" ruolo della leadership aziendale, della retribuzione dei dirigenti, delle revisioni contabili, dei controlli interni e dei diritti degli azionisti.

SOSTENIBILITÀ E BUSINESS CONTINUITY

La **Sostenibilità** deve essere concepita come un **motore di SVILUPPO** della **Business Continuity**



Coniugare la buona *Governance* con l'impegno sociale è una scelta indispensabile per gli *Shareholder* che vogliono uno sviluppo duraturo, il bene di tutti i portatori di interesse e generare attrazione per la propria Organizzazione

È quindi **imprescindibile** evolvere verso



Una visione strategica della sostenibilità condivisa e diffusa nell'intera filiera, nel contesto, nel sociale e nell'ambiente di riferimento

Lo Sviluppo Sostenibile è lo Sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare i propri bisogni.

LA SOSTENIBILITÀ

La Sostenibilità, nelle sue **3 dimensioni**, fortifica le **Strategie di Business**



PERCHÉ AVVIARE UN PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

- › Esistono diverse motivazioni affinché un'Azienda si impegni in un percorso di sostenibilità:
 - **Competitività:** ogni Azienda appartiene a un sistema economico e sviluppa filiere strettamente connesse con altri territori all'interno di una naturale competitività per l'evoluzione sociale, culturale, economica, ambientale e di benessere complessivo.
 - **Immagine:** la Trasparenza sulla Sostenibilità caratterizza una speciale identità della propria Azienda.
 - **Credibilità:** maggiore riscontro emozionale e di fiducia nei programmi, nelle strategie e nel quotidiano.
 - **Reputazione:** i valori intangibili come credibilità, trasparenza, etica, convivenza, benessere consentono di accrescere benefici quali inclusione, attrazione, sviluppo, partecipazione.
 - **Redditività:** la Commissione Europea ha certificato che le organizzazioni sostenibili hanno una possibilità di sviluppo e di evoluzione superiore del 20% rispetto alla media per aggregazione, espansione, sviluppo, accessibilità, accoglienza, occupazione, qualità della vita e benessere.

PERCHÉ AVVIARE UN PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

- › Esistono diverse motivazioni affinché un'Azienda si impegni in un percorso di sostenibilità:
 - **Finanza Sostenibile** nuovi paradigmi per vivere la finanza del futuro Tassonomia UE - etica – responsibility.
 - **Riduzione dei costi** emergenziali ambientali, sanitari, bonifiche, rigenerazione di immagine.
 - **Migliore capacità di innovazione del modello relazionale**, di convivenza pacifica, di rispetto sociale, dei beni e del territorio, anche ai fini dello sviluppo di strategie locali, nazionali e internazionali.
 - **Comunicazione efficace** sia interna che esterna con enorme valore aggiunto per le attività relazionali.
 - **Riduzione dei rischi sociali**, ambientali e gestionali, d'immagine e per investimenti.
 - **Approccio di gestione** volto alla soluzione e non al problema.
 - **Responsabilità sociale**: maggiore consapevolezza ed aumento della responsabilità sociale nel contesto strategico dell'Azienda, negli approvvigionamenti, nelle relazioni sindacali, con i clienti e con la Pubblica Amministrazione.
 - **Guidare il cambiamento e non subirlo**. Guidare le proprie scelte senza condizionamenti.

IMPATTI IN AZIENDA DEGLI OBIETTIVI *ESG*

L'Azienda si deve impegnare affinché la conoscenza dei principi di Sostenibilità e degli obiettivi ESG sia condivisa internamente *in modo che tutti si sentano coinvolti per:*

- riscontrare i valori fondamentali dell'Azienda, degli Stakeholder e delle altre parti interessate
- stabilire le *policy* per il raggiungimento degli obiettivi ESG e dei ***Principi Etici e Sociali***
- integrare i ***Principi Etici e Sociali*** nei processi decisionali e di sviluppo aziendali
- sostenere l'implementazione di un efficace sistema di gestione per la Sostenibilità
- assicurare la redazione del ***Bilancio di Sostenibilità***
- attivare un adeguato sistema di monitoraggio per misurare il miglioramento degli ***obiettivi ESG*** nel tempo

IMPATTI IN AZIENDA DEGLI OBIETTIVI ESG

- › **I contenuti e i valori ESG** debbono essere sintetizzati in obiettivi puntuali e misurabili per un'Azienda che voglia:
 - › dimostrare la propria capacità di assicurare una governance socialmente responsabile;
 - › generare la soddisfazione dei collaboratori, dei clienti e degli Stakeholder nel rispetto dei requisiti applicabili;
 - › essere di riferimento per la comunità locale e il contesto sociale attivando processi di miglioramento finalizzati alla generazione di valore;
 - › garantire una gestione nel pieno rispetto della libertà e della dignità di tutti;
 - › garantire la tutela dell'ambiente oggi e per le generazioni future.

RIEPILOGO

- › In questa lezione abbiamo parlato di:
 - il Global Compact delle Nazioni Unite;
 - i dieci principi del global compact;
 - le 5 P dello sviluppo sostenibile;
 - il “valore” della sostenibilità;
 - sostenibilità e Business Continuity;
 - perché avviare un percorso di sostenibilità;
 - impatti in azienda degli obiettivi *ESG*.

Federmanager Academy

Via Ravenna, 14 – 00161 Roma
06-44070231 - 06-4403421
info@federmanageracademy.it
www.federmanageracademy.it