

MANAGER FOR A SUSTAINABLE FUTURE



> METTETEVI IN GIOCO E VINCETE IL FINDOMESTIC CAMP!



La strada verso un futuro più sostenibile, a misura d'essere umano e rispettosa delle risorse del Pianeta è stata intrapresa, ma è ancora lunga da percorrere. Creare valore significa intervenire nel mondo che ci circonda per lasciare un segno positivo: è un impegno per cui ognuno di noi può dare il proprio contributo.

In questo percorso abbiamo come guida i 17 Obiettivi che l'ONU ha individuato e che riguardano l'ambiente, la tutela dei diritti civili, la fine dei conflitti per la costruzione di società pacifiche... Questi Obiettivi valgono per i governi e per le persone, ma sono anche un riferimento per ogni azienda, chiamata a impegnarsi per raggiungere un risultato comune attraverso la promozione di iniziative di Responsabilità Sociale.

Immaginate di essere i responsabili di una Banca: quali iniziative vorreste proporre per dare il vostro contributo? E come vorreste comunicare il vostro impegno perché sia di esempio?

Ogni team di sei studenti è chiamato a partecipare alla sfida della Responsabilità Sociale ispirandosi agli SDGs dell'Agenda ONU 2030. Si potrà proporre un'iniziativa di RSI e immaginare una campagna di comunicazione che la supporti.

Il/la docente sarà il tutor di riferimento per l'elaborazione dei progetti.

AVETE TEMPO FINO AL 30 APRILE 2021 PER PRESENTARE IL PROGETTO!

Che cos'è la RSI

Di cosa parliamo quando parliamo di RSI, acronimo di Responsabilità Sociale d'Impresa? Nel 2011, con la comunicazione n. 681 del 25 ottobre, la Commissione Europea ha definito la RSI come «La responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società». Quello della Responsabilità Sociale d'Impresa (in inglese, CSR - Corporate Social Responsibility) è un concetto molto ampio, che tocca aspetti economici e sociali: vuole spingere un'azienda ad assumersi responsabilità, a creare valori per se stessa, per il territorio, per l'ambiente e per le persone.

RSI-UNA BREVE STORIA

Questa idea in realtà è meno recente di quanto possiamo pensare. Il padre della RSI è l'economista Howard Bowen, che nel 1953 ha scritto il libro *Social Responsibilities of the Businessmen* a cui nei decenni successivi sono seguiti numerosi studi, ricerche e ulteriori approfondimenti riguardo a questa tematica. Nel 1984 è stata data una prima definizione della RSI, come «l'integrazione di preoccupazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa: è una manifestazione delle grandi, medie e piccole imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nell'ambiente circostante».

Ma perché a un'azienda interessano così tanto questi aspetti? Viviamo in un mondo in cui per un brand è fondamentale impegnarsi e contribuire a finanziare l'economia in modo etico, restituire valore al territorio, favorire lo sviluppo di politiche sociali inclusive e agire in prima linea per contrastare i cambiamenti climatici. Adottando questi principi di responsabilità come guida nel loro lavoro, le aziende contribuiscono a orientare un cambiamento diffuso nel nostro mondo: grazie alle loro azioni infatti le aziende e i brand possono essere protagonisti di un cambiamento positivo a livello sociale e ambientale.

COSA NE PENSA LA GEN Z

Secondo un'indagine svolta da Cone Communications, i giovani della Generazione Z sono molto attenti alla diffusione di messaggi sociali e ambientali. Non conta solo quale iniziativa viene intrapresa, ma anche come viene comunicata. Infatti addirittura il 94% dei giovani intervistati ritiene che le aziende dovrebbero aiutare ad affrontare le questioni sociali e ambientali, e l'81% crede di poter avere un impatto su questioni sociali o ambientali utilizzando i social media.



LA RSI E I SUOI OBIETTIVI

Per questo motivo, maggiore e più intenso è l'impegno di Responsabilità Sociale di un'azienda, e maggiore sarà il coinvolgimento della comunità e dei consumatori.

La Responsabilità Sociale delle imprese contribuisce a creare fiducia, sensibilizzare e incoraggiare il cambiamento sociale. Gli sforzi delle grandi società internazionali conducono a risultati di vasta portata che possono avere un impatto sui principali problemi a livello globale.

Ma a portare avanti i progetti di RSI non sono solo le grandi aziende o le multinazionali.

Anche la più piccola azienda può avere un impatto sui cambiamenti sociali, per esempio facendo una semplice donazione a un banco alimentare locale.

Ecco alcuni dei temi più comuni per i progetti di Responsabilità Sociale d'Impresa:

- Riduzione dell'impronta climatica (emissioni di gas ad effetto serra)
- Miglioramento delle politiche del lavoro
- Partecipazione al commercio equo e solidale

COSA SONO GLI SDGS?

Nel settembre del 2015 l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha approvato l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, che contiene i Sustainable Development Goals – SDGs: 17 obiettivi e 169 traguardi che i Paesi firmatari si impegnano a raggiungere entro il 2030.

Non si tratta di un'idea nuova, perché arrivano dopo gli MDSs, Obiettivi di Sviluppo del Millennio che hanno ispirato le azioni di sostenibilità economica, sociale e ambientale tra il 2000 e il 2015.

A differenza di questi, però, gli SDG hanno validità globale, e riguardano tutti gli stati che li hanno sottoscritti.

Gli Obiettivi hanno l'ambizione di porre fine alla povertà, contrastare l'ineguaglianza, affrontare i cambiamenti climatici e costruire società pacifiche e più eque, che rispettino i diritti umani. Perché gli obiettivi dell'Agenda 2030 siano messi in atto è necessario un forte coinvolgimento di tutte le componenti della società, dalle imprese private al settore pubblico, dalla società civile agli operatori dell'informazione e cultura.

- Attività di beneficenza
- Politiche aziendali a beneficio dell'ambiente
- Investimenti socialmente rispettosi dell'ambiente
- Gender Equality e Diversity Inclusion
- Sviluppo del capitale umano
- Dialogo con le comunità del territorio di appartenenza

Sono temi molto attuali, che trovano spazio in un contesto ampio e globale: l'Agenda ONU 2030.

AZIENDE RESPONSABILI

Ogni grande azienda dedica un dipartimento specifico alle attività di RSI. A partire dal Gennaio 2019 Findomestic ha attivato un ufficio esclusivamente dedicato alla Responsabilità Sociale d'Impresa, con l'obiettivo di promuovere e diffondere sempre più i valori della Banca su questi temi, per garantire continuità con le iniziative già in corso e promuoverne di nuove.

LA CLASSIFICA DELLA RSI

Il Reputation Institute, istituto leader nell'ambito della misurazione della reputazione aziendale, stila ogni anno una classifica delle aziende ad elevata responsabilità sociale. Questa classifica evidenzia il lavoro svolto nel corso dell'anno per promuovere gli obiettivi di responsabilità sociale e premia simbolicamente le aziende più impegnate.



FOCUS ON SDGS



Esempi di campagne RSI ispirate ai SDGs

Abbiamo parlato di Responsabilità Sociale d'Impresa come un insieme di pratiche che le organizzazioni utilizzano per contribuire al benessere della loro comunità, e di Global Goals come obiettivi da considerare per un miglioramento delle condizioni di tutti noi sul Pianeta.

Può essere complesso immaginare quali potrebbero essere esattamente queste iniziative in relazione agli SDGs. Per questo motivo abbiamo cercato alcuni esempi di iniziative esemplari di Responsabilità Sociale d'Impresa ispirate all'Agenda 2030.

STARBUCKS

Le attività di Responsabilità Sociale ed economica sono realizzate nel rispetto delle linee guida indicate dal programma C.A.F.E. (Coffee and Farmer Equity) che tutela i coltivatori, le modalità di produzione e di acquisto. Tra le diverse iniziative:

- fornisce acqua potabile pulita a oltre 1 miliardo di persone bisognose attraverso la collaborazione con il brand Ethos Water.
- Ha preso l'impegno di assumere 10.000 rifugiati in 75 paesi nei prossimi cinque anni.



BUSINESS OF FASHION

Anche il mondo della moda si impegna per promuovere iniziative di Responsabilità Sociale.

Business of Fashion ha invitato i lavoratori dell'intero settore ad unirsi al movimento #TiedTogether: una campagna per promuovere la diffusione e l'adozione dei principi di solidarietà, unità e inclusività e che ha l'obiettivo di raccogliere fondi a favore di associazioni benefiche.

Come aderire e supportare la causa? Indossare una bandana bianca e pubblicare un'immagine con l'hashtag #TiedTogether: per ogni immagine pubblicata è stata fatta una donazione, devoluta in beneficenza!





LEGO

L'attività di Responsabilità Sociale di LEGO si divide in iniziative per l'ambiente, per i bambini e per le persone. Tra i progetti rivolti al mondo dell'infanzia ci sono i Re:Code, corsi per approfondire tematiche fondamentali per la contemporaneità, e i Play day for All, giornate organizzate in collaborazione con Save the Children e rivolte ai figli delle famiglie in difficoltà sociale ed economica, per promuovere il diritto al gioco e all'istruzione.

PATAGONIA

Nel 2018 l'azienda ha lanciato la campagna Save the Blue Heart of Europe, promuovendola con la distribuzione di un documentario dal nome Blue Heart che racconta la lotta degli abitanti della regione balcanica nella difesa del loro territorio e per proteggere gli ultimi fiumi incontaminati del mondo dalla costruzione di dighe e impianti di sfruttamento.



MICROSOFT

A partire dal 2018, Microsoft ha intrapreso una serie di iniziative in campo Responsabilità Sociale con l'obiettivo di sostenere la diffusione di un'istruzione adeguata per tutti a livello globale:

- ha donato software e servizi per un valore di 1,4 miliardi di dollari a organizzazioni no-profit in tutto il mondo.
- Supporta le scuole nell'insegnamento delle materie STEM, con una grande attenzione per l'informatica, attraverso il programma TEALS (Technology Education and Literacy in Schools): più di 1.000 volontari sono diventati insegnanti di informatica per ben 13.000 studenti in 342 scuole superiori.

NON SOLO I GRANDI!

Non è necessario essere delle multinazionali per occuparsi di tematiche di RSI. Infatti anche le aziende più piccole possono abbracciare la responsabilità sociale in diversi modi, dal collocamento di contenitori per il riciclaggio dei rifiuti negli spazi di lavoro, all'installazione di lampadine a risparmio energetico e all'utilizzo dell'HVAC (Heating, Ventilation and Air Conditioning: riscaldamento, ventilazione e aria condizionata) in modo più responsabile.

SALUTE E BENESSERE

- Sostegno alla Fondazione ANT per promuovere le iniziative di prevenzione dei tumori.
- Donazione annuale alla Fondazione Telethon tramite iniziative di coinvolgimento dei dipendenti e contributi sui finanziamenti erogati.

PARITÀ DI GENERE & LAVORO DIGNITOSO

- Sostegno ad Artemisia, associazione che si dedica all'assistenza di donne e minori vittime di violenze.
- Sensibilizzare i dipendenti, attraverso la collaborazione con l'Associazione a Parks-liberi, sul tema LGBT.

ISTRUZIONE DI QUALITÀ

PerCorsi Young! Proprio il progetto in cui siete coinvolti, che vuole diffondere i temi dell'educazione finanziaria tra i giovani, è parte dell'impegno di Findomestic per promuovere un'istruzione di qualità e approfondita.

ENERGIA PULITA & LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Approvvigionamento del 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili tramite l'accordo con Compagnia Valdostana delle Acque.

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

Conversione del regalo di Natale ai dipendenti in contributi ad associazioni no profit, segnalate dai dipendenti stessi.

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI & LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Servizio di bike sharing aziendale e incentivazione all'utilizzo del servizio di carpooling aziendale.

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI & LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO & VITA SULLA TERRA

Nel 2019 è nata la Foresta Findomestic, un'iniziativa che prevede di piantare alberi in svariati territori italiani.

Ora tocca a voi!

Dopo aver scoperto in maniera più approfondita quali sono gli SDGs e aver visto qualche esempio di campagna di Responsabilità Sociale che si ispira agli Obiettivi, tocca a voi!

STEP N°1

FORMATE IL TEAM

Ogni team è composto da sei studenti: siete liberi di decidere se formare uno o più team di classe, uno o più team interclasse.



STEP N°2

APPROFONDITE

Immaginate di essere i responsabili delle iniziative di Responsabilità Sociale di una Banca. Il vostro compito? Definire le attività di RSI e la strategia di comunicazione per il prossimo anno. Prendete gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile come riferimento: quali, tra questi, si prestano ad essere realizzati con iniziative che potete promuovere? Quali attività potreste realizzare? È inoltre importante definire una linea di comunicazione che promuova il senso di quello che state facendo, che coinvolga il pubblico e lo spinga a interessarsi: come fareste?

STEP N°3

L'IDEA

Dopo tutte le discussioni, che strada avete deciso di intraprendere? Ecco qualche suggerimento:

- Quanto è verde la vostra città? Documentate quanti spazi verdi ci sono e individuate delle nuove aree che possono essere trasformate in parchi. Che costo avrebbe questa operazione? Create una campagna per raccogliere consensi e fornire l'ispirazione per altre iniziative.
- Il diritto allo studio e a un'istruzione di qualità deve essere garantito a tutti e senza distinzione. Promuovere borse di studio può essere un modo per supportare chi studia cercando di favorire condizioni di partenza, per quanto possibile, paritarie.
- Organizzate progetti di PCTO (Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento) per studenti delle scuole secondarie di secondo grado presso la vostra azienda.
- Promuovete ed organizzate iniziative di informazione sulla discriminazione di genere: come individuarla nonostante sia spesso inconsapevole? Quali pratiche quotidiane permettono di costruire un ambiente lavorativo più rispettoso e libero da pregiudizi? Sostenete una campagna che la contrasti e allo stesso tempo fornisca validi strumenti per farlo.

Raccontate la vostra idea!

1. Quale o quali SDGs volete contribuire a raggiungere? Pensate a quali azioni volete intraprendere o contribuire a sviluppare, e definite come si sviluppa la vostra iniziativa.
2. Raccontate il vostro progetto attraverso una campagna di comunicazione: chi è il vostro target di riferimento? Quali mezzi volete usare per promuovere il vostro progetto? Che budget sarà necessario stanziare per raggiungere i vostri obiettivi?

Presentate la vostra idea di campagna di comunicazione con materiali grafici, immagini, video, testi esplicativi...

entro il 30 aprile 2021!



PerCorsi Young

APPUNTAMENTO
AL FINDOMESTIC CAMP



8 TEAM

saranno proclamati primi classificati a insindacabile giudizio della Giuria che valuterà il vostro e gli altri lavori delle scuole di tutta Italia.

I **48 studenti** rappresentanti degli 8 Istituti vincitori e i loro **8 Docenti** saranno ospitati al **Findomestic Camp**.

 **Findomestic**
GRUPPO BNP PARIBAS 