



Cassa depositi e prestiti (CDP)

Creata nel 1850 per sostenere l'economia italiana e finanziare gli enti pubblici, da 170 anni Cassa depositi e prestiti (CDP) crea valore economico e sociale a sostegno del benessere dei territori, delle comunità e del Paese.

Oggi, il Gruppo CDP svolge un ruolo fondamentale per supportare lo sviluppo sostenibile del Paese: finanzia le infrastrutture e gli investimenti delle pubbliche amministrazioni, supporta le politiche di valorizzazione del patrimonio immobiliare e di efficienza energetica degli enti territoriali e investe nell'edilizia sociale e scolastica. Nell'attività di supporto agli enti locali, offre consulenza finanziaria e tecnica nelle fasi di programmazione e progettazione delle opere e ne accelera i processi di ammodernamento.

Sostiene l'innovazione, la crescita e l'internazionalizzazione delle piccole, medie e grandi imprese. Favorisce, inoltre, la nascita e la crescita delle start-up e la collaborazione con aziende leader in settori strategici per sostenere lo sviluppo delle filiere.

Sul fronte della finanza di impatto, CDP rappresenta oggi uno dei principali emittenti sul mercato di obbligazioni "ESG" con 3,5 € mld emessi a partire dal 2017 per rispondere ai bisogni espressi dalla comunità e dai territori.

Grazie al conferimento del ruolo di Istituto Nazionale di Promozione e Istituzione Finanziaria per la Cooperazione allo Sviluppo, CDP è anche un veicolo privilegiato per attrarre risorse private e pubbliche, domestiche e internazionali da destinare allo sviluppo economico, sociale e ambientale.

L'operatività di CDP è strettamente connessa ai temi legati allo sviluppo sostenibile e ai Sustainable Development Goals (SDGs) dell'Agenda 2030 e questo impegno è stato ulteriormente rafforzato con il Piano Industriale 2019-2021 con cui il Gruppo ha scelto di integrare il processo di creazione di valore economico-finanziario con un'attenzione sempre maggiore agli impatti generati, al fine di contribuire attivamente alla realizzazione di una trasformazione economica, sociale e ambientale che garantisca un maggior benessere e una prosperità condivisa. Tale impostazione deriva direttamente dalla vocazione sostenibile, che è intrinseca nella mission del Gruppo. Infatti, la gestione responsabile del risparmio postale, sua principale fonte di raccolta, impone di considerare con la massima attenzione l'equilibrio economico-finanziario degli investimenti e, al contempo, di impiegare le risorse con lungimiranza, per conseguire impatti economici, sociali e ambientali significativi in un'ottica di lungo termine.

Per il Gruppo, dunque, la sostenibilità coincide con la volontà di mettere la propria visione di lungo periodo, le proprie competenze e il proprio ruolo sistemico al servizio della valorizzazione del risparmio degli italiani, supportando l'economia reale e aiutando il Paese a rispondere alle ambiziose sfide definite dagli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, con cui oggi CDP si misura.



Per il Gruppo, la costruzione di alleanze e partenariati con le Istituzioni, la società civile e il settore privato rappresenta un pilastro di questo percorso. In quest'ottica, il Gruppo sostiene l'impegno dell'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS) e partecipa al Festival dello Sviluppo Sostenibile, riconoscendone il ruolo fondamentale nella diffusione della cultura dello sviluppo sostenibile e nell'individuazione di proposte migliorative per i Governi, le imprese e la società civile.



INVITALIA

Invitalia

l'Agenzia per lo sviluppo

Invitalia, l'Agenzia per lo sviluppo del Paese, agisce su mandato del Governo per dare impulso alla crescita del Paese, accrescere la competitività dei territori e sostenere i settori strategici. Controllata al 100% dal Ministero dell'Economia, opera come braccio operativo del Ministero dello Sviluppo Economico ed è soggetto in house di tutte le amministrazioni centrali.

Via Calabria, 46
00187 Roma
848 886 886
Invitalia.it

#INVITALIA



Sostegno alle imprese e all'innovazione

Invitalia gestisce tutti gli incentivi nazionali per le imprese, da quelli per i giovani imprenditori a quelli per i gruppi multinazionali. Il suo portafoglio di agevolazioni comprende, tra l'altro

- il **Contratto di Sviluppo**, per favorire i grandi investimenti in settori cruciali per il sistema economico nazionale
- **Smart&Start Italia**, per la nascita o il consolidamento di startup innovative su tutto il territorio nazionale
- **Resto al Sud**, per gli under 46 e i professionisti che vogliono fare impresa nel Mezzogiorno
- **Nuove imprese a tasso zero**, per i giovani e le donne che vogliono diventare imprenditori
- il **Fondo di garanzia** (attraverso la controllata MedioCredito Centrale), per facilitare l'accesso al credito delle piccole e medie imprese e dei professionisti.

Sostegno allo sviluppo della cultura imprenditoriale

Invitalia mette a disposizione del Paese la conoscenza acquisita in oltre 10 anni di attività nella creazione e sviluppo d'impresa, attraverso una costante azione di comunicazione fatta di webinar e incontri informativi sulle agevolazioni esistenti e sulla cultura imprenditoriale. Attraverso il progetto FactorYmpresa e gli Accelerathon si rivolge a chi vuole acquisire o sviluppare competenze imprenditoriali.

Sostegno all'innovazione come leva per la competitività

Invitalia punta sull'innovazione per rendere il Paese più competitivo e lavora per stimolare un ecosistema favorevole allo sviluppo della ricerca e dell'innovazione.

Collabora con il Ministero dell'Università e della Ricerca, per finanziare progetti ricadenti nelle 12 aree di specializzazione del Programma Nazionale della Ricerca 2015-2020.

L'Agenzia inoltre dedica particolare attenzione allo startup di aziende innovative, agli spin off da ricerca e alle idee brillanti che hanno potenzialità di business.

Ad oggi sono **7.807** le nuove imprese create; **167** i grandi investimenti sostenuti; **6,9 miliardi di euro** gli investimenti attivati.

Nel 2019 sono stati realizzati: **250 eventi** di promozione e informazione sul territorio, **2 Accelerathon**, **45 webinar** di promozione.

Grazie all'incentivo Smart&Start Italia sono **1.024** le startup innovative finanziate, con **362 milioni** di investimenti attivati e circa **5.740 nuovi occupati**.

Infrastrutture e territori

Invitalia investe sullo sviluppo dei territori, per renderli più attrattivi. Incoraggia gli interventi strategici per lo sviluppo e la coesione territoriale. Lavora con le principali istituzioni pubbliche nazionali e locali per: colmare il divario di sviluppo tra le diverse aree del Paese; garantire tempi certi e trasparenza nella realizzazione delle opere pubbliche; favorire interventi di riqualificazione ambientale del territorio; ascoltare il territorio e favorire il dialogo interistituzionale.

Infrastrutture digitali per ridurre il divario di sviluppo

Attraverso la controllata Infratel Italia, l'Agenzia sta realizzando i Piani del Governo per la Banda Larga e Ultra Larga con l'obiettivo di ridurre il divario digitale tra le diverse zone del Paese e portare Internet ad alta velocità nelle aree a cosiddetto fallimento di mercato.

L'obiettivo è estendere in modo capillare la connessione ultraveloce a beneficio di imprese, cittadini e istituzioni, accompagnando lo sviluppo di servizi innovativi, anche di valenza sociale.

Aree di crisi e interventi di riqualificazione ambientale

Invitalia è impegnata nel rilancio produttivo e occupazionale di numerose aree di crisi industriale, nelle quali interviene soprattutto con i finanziamenti della Legge 181/89, attivata su specifici bandi e territori.

Di particolare rilievo è l'iniziativa per la bonifica e il **rilancio dell'ex Italsider di Bagnoli** (Napoli), una delle più grandi operazioni di recupero ambientale e rigenerazione urbana su scala internazionale, nell'ambito della quale l'Agenzia riveste il ruolo di Soggetto Attuatore. Invitalia ha redatto il Programma di Risanamento Ambientale e Rigenerazione Urbana, con interventi improntati ai principi della sostenibilità ambientale ed economica. L'attività di caratterizzazione dei terreni conclusa da Invitalia ha consentito all'Italia di scongiurare il rischio di avvio di una procedura d'infrazione da parte dell'Unione Europea.

Il piano Banda Ultralarga, da oltre **1,7 miliardi di euro**, coinvolge **12,5 milioni di abitanti e 1 milione d'impres**e ed è uno dei progetti infrastrutturali più ambiziosi e importanti a livello europeo.

Con la L.181 Invitalia ha finanziato **296 iniziative**, attivato **2,6 miliardi** di investimenti e creato/salvaguardato **11.926 posti di lavoro**.

A Bagnoli l'Agenzia ha effettuato i primi interventi di bonifica delle aree a terra, trattando circa **3.000 tonnellate** di rifiuti, il 97% non pericolosi, il 95% destinati al recupero e con nessun superamento dei valori delle fibre di amianto. Infine ha avviato circa **42 gare** per un impegno complessivo di **50 milioni di euro**.

Supporto alla PA

Invitalia è partner della Pubblica Amministrazione nella gestione dei fondi comunitari e nazionali. Affianca istituzioni centrali e locali per la gestione e il controllo di Programmi cofinanziati dalle politiche dell'UE con l'obiettivo di ottimizzare le performance di spesa e rafforzare le capacità amministrative. Tra gli obiettivi anche la valorizzazione dei beni culturali e la digitalizzazione delle procedure amministrative.

Invitalia inoltre è Centrale di Committenza e Stazione Appaltante per conto di istituzioni centrali e locali, con l'obiettivo di accelerare l'aggiudicazione di gare pubbliche. Tra le operazioni gestite e in corso:

- **Terremoto Centro Italia:** ricostruzione degli edifici pubblici e ripresa del sistema produttivo
- **Grande Progetto Pompei:** rilancio dell'area archeologica con interventi di manutenzione e restauro
- **Contratti Istituzionali** di sviluppo di **Taranto, Matera, Foggia, Molise.**

Dal 2016 Invitalia ha svolto, in qualità di Centrale di Committenza e di Stazione Appaltante, oltre **500 procedure** di gara per un valore complessivo di oltre **1 miliardo di euro.**



Coop, partner del “Festival dello Sviluppo Sostenibile 2020”

La sostenibilità non è per Coop una affermazione di facciata, ma un impegno che viene da lontano e che si è intensificato negli ultimi anni. La nostra ultima campagna di comunicazione ha adottato un claim ambizioso “Una buona spesa può cambiare il mondo”, ma ancora più attuale in fase post-covid. Una spesa consapevole, trasparente, attenta all’ambiente e ai diritti delle persone sono obiettivi chiave per imprese cooperative come Coop, temi che incrociano sempre più le richieste dei consumatori di oggi e domani. Se è vero, infatti, che la pandemia ha completamente mutato lo scenario economico di riferimento e le prospettive degli italiani, non ha ridotto la loro sensibilità green. Gli ultimi dati estratti dal “RapportoCoop2020” parlano chiaro anche nel confronto europeo: il 27% dichiara di acquistare prodotti sostenibili/ecofriendly di più rispetto a prima del Covid (i francesi e gli spagnoli seguono distanziati con un 18% in percentuale); il 21% ha aumentato gli acquisti in punti vendita che promuovono prodotti sostenibili e il 20% acquista di più da aziende che operano nel rispetto dei lavoratori. Degno di considerazione anche quell’1.700.000 di italiani che sperimenteranno gli acquisti green per la prima volta a emergenza finita.

Questa propensione è in sintonia con l’operato di Coop fatto di molti impegni volontari, spesso assunti ben prima che diventassero oggetto dell’attenzione generale. Tra questi l’adesione 2 anni fa (unica impresa della grande distribuzione in Italia) alla Pledging Campaign promossa dalla Unione Europea per l’implementazione del mercato della plastica riciclata. Le azioni sui prodotti, conseguenti all’impegno preso, permetteranno a Coop di raggiungere nel 2025 un risparmio totale di plastica vergine di 6.400 tonnellate annue, corrispondenti al volume di 60 Tir; l’uso di materiale riciclato al posto del vergine permetterà un risparmio annuo di CO₂ pari a circa 9000 tonnellate.

Inoltre, Coop va oltre l’adesione alla Campagna Europea e prevede di raggiungere entro il 2022 gli obiettivi che l’Unione Europea ha posto come obbligatori entro il 2030: nell’arco di un quadriennio tutti i prodotti a marchio Coop saranno realizzati con materiali di imballaggio riciclabili o compostabili o riutilizzabili, mentre quelli della linea Vivi Verde, il biologico di Coop, taglieranno il traguardo già alla fine di quest’anno. Questi obiettivi sfidanti sono comunque raggiungibili in tempi relativamente brevi, perché i criteri di ecocompatibilità hanno caratterizzato da sempre i prodotti a marchio e la strategia del gruppo.

In corso anche la campagna “Le nostre acque” in collaborazione con Lifegate. La lotta all’inquinamento da plastica parte dai prodotti ed è arrivata ora alle acque con il posizionamento di 25 seabin (dispositivi galleggianti capaci di raccogliere in un anno in media oltre 500 chilogrammi di rifiuti plastici comprese le microplastiche e le microfibre) in altrettanti luoghi d’Italia. Un’azione concreta a favore dell’ecosistema. Entro settembre saranno 10 i seabin posizionati: già attivi a Firenze, Pescara, Genova, Livorno, Castiglione della Pescaia, sul Lago Maggiore e in Darsena a Milano per un totale di oltre 2000 rifiuti galleggianti raccolti (pari a 408.000 sacchetti di plastica). Il dato è ovviamente in evoluzione.

Coop, attraverso le cooperative associate, è tra le insegne leader della distribuzione italiana e sviluppa un giro d’affari di oltre 14 miliardi di euro tra attività retail e diversificazioni. Con 6,6 milioni di soci, oltre un quarto delle famiglie italiane è proprietaria delle cooperative associate a marchio Coop. Le cooperative di consumatori occupano oltre 51.000 persone. www.e-coop.it

Roma, 17 settembre 2020

Per informazioni:

Silvia Mastagni responsabile ufficio stampa Coop

Tel. 06441811 - 3357884168 - silvia.mastagni@ancc.coop.it



COSTA CROCIERE AL FESTIVAL DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE 2020

Costa Crociere (www.costacrociere.it), unica azienda italiana nel settore crocieristico, **aderisce anche quest'anno al Festival dello Sviluppo Sostenibile**, portando il proprio contributo di esperienza e buone pratiche in tema di **sostenibilità e innovazione responsabile**.

Consapevole della centralità strategica della sostenibilità e vedendo nell'**Agenda 2030 dell'ONU** un'opportunità unica per reinterpretare il ruolo dell'impresa, Costa ha tracciato la propria **roadmap verso lo sviluppo sostenibile** integrando pienamente i **Sustainable Development Goals** nel proprio piano industriale e definendo in base a questi i propri ambiti prioritari, investimenti e attività.

Rispetto per l'ambiente, creazione di **valore condiviso**, duraturo e sostenibile per le comunità e i territori, **innovazione responsabile** sono i tre pilastri su cui si basa il programma di Costa per la sostenibilità.

Riduzione delle emissioni, ottimizzazione dei consumi, gestione integrata dei rifiuti in ottica di recupero, riuso e riciclo, contrasto al cambiamento climatico e salvaguardia degli ecosistemi marini sono obiettivi ampiamente integrati nelle attività operative.

La capacità di tracciare un piano di azione concreto per la riduzione degli impatti ambientali, con una visione di lungo periodo in grado di anticipare i tempi si concretizza nelle **due nuove ammiraglie**, le prime navi da crociera per il mercato mondiale ad essere alimentate a **LNG, il combustibile fossile più pulito attualmente disponibile**. È questa l'espressione di un cambiamento progressivo di cui Costa vuole essere interprete e motore di una trasformazione destinata a orientare positivamente le scelte dell'intera industria crocieristica per il futuro.

Costa Crociere concepisce **la nave come una vera e propria smart city itinerante**, in cui gli ospiti sono cittadini da ispirare a modelli di **consumo responsabile**. In questa direzione vanno progetti unici e integrati come **4GOODFOOD** per la **riduzione degli sprechi alimentari** nel complesso contesto della nave da crociera. Un programma a 360°, il primo nel settore marittimo, che va dalla revisione dei processi di preparazione dei piatti alla gestione delle eccedenze alimentari, attraverso la **sensibilizzazione** e il **coinvolgimento diretto di ospiti ed equipaggio**.

In linea con il Goal 17 (Partnership per gli obiettivi), Costa ha messo al centro della strategia di sviluppo sostenibile il **valore della partnership**, il **dialogo partecipativo** e il rafforzamento delle relazioni con tutti i propri stakeholder, promuovendo l'attivazione di una visione e di un percorso comune.

Oggi la **responsabilità** di Costa si concretizza infine nell'impegno per una **ripartenza delle crociere** all'insegna della massima **sicurezza per ospiti, equipaggi e comunità di destinazione**. Costa è stata infatti la prima compagnia di crociere a ottenere la **certificazione volontaria "Biosafety Trust Certification"**, **relativa alla prevenzione del rischio biologico a bordo**, da parte del RINA, società di verifica, classificazione e certificazione delle navi.

A portare l'esperienza di Costa al Festival dello Sviluppo Sostenibile, sarà **Beniamino Maltese**, Executive Vice President e CFO Costa Group che parteciperà all'evento di apertura **"Dalla crisi alla ripresa: trasformare l'Europa e l'Italia nel segno dello sviluppo sostenibile"**, **martedì 22 settembre a Roma**, intervenendo alla tavola rotonda pomeridiana dedicata a **"Infrastrutture, finanza e innovazione per uno sviluppo equo e sostenibile"**.

Per ulteriori informazioni sulla sostenibilità di Costa Crociere:

<https://www.costacrociere.it/sustainability.html>

Ufficio Stampa Costa Crociere - Tel. +39 010 5483523 / 010 5483068 - costapressoffice@costa.it



ENEL

Enel è un'impresa multinazionale dell'energia e uno dei principali operatori integrati globali nei settori dell'elettricità e del gas. È la più grande utility europea in termini di capitalizzazione di mercato ed EBITDA ordinario. Il Gruppo Enel opera in oltre 30 paesi producendo energia attraverso una capacità gestita di oltre 86 GW. Enel distribuisce energia elettrica attraverso una rete di circa 2,2 milioni di chilometri. e con circa 74 milioni di clienti aziendali e domestici a livello mondiale, il Gruppo vanta la più grande base clienti tra i concorrenti europei. Enel Green Power, all'interno del Gruppo Enel, è l'operatore privato del settore delle energie rinnovabili più grande al mondo, con una capacità gestita di oltre 46,4 GW proveniente da impianti eolici, solari, geotermici e idroelettrici in Europa, nelle Americhe, in Africa, Asia e Oceania.

Il Gruppo Enel è composto da circa 70mila persone, uomini e donne di tutto il mondo il cui prezioso lavoro si basa sui valori di Responsabilità, Innovazione, Fiducia e Proattività. Insieme si naviga nella stessa direzione: essere "Open Power" per affrontare alcune delle più grandi sfide del mondo. Aprendo il mondo dell'energia a nuove persone, nuove tecnologie e nuovi partner, la nostra strategia Open Power accelera l'innovazione, la sostenibilità e la trasformazione.

Dati a settembre 2020

L'IMPEGNO DI ENEL PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Enel ha aderito al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2004 e da allora gli impegni e gli investimenti del Gruppo per la creazione di un modello di business sostenibile sono cresciuti ogni anno (<https://sustainabilityreport2019.enel.com/it>).

La strategia adottata mette al centro l'innovazione e la circolarità, permette di affrontare l'emergenza climatica e di assicurare la crescita in un contesto di risorse non illimitate, garantendo inclusione e coesione sociale, e promuovendo un perfetto allineamento tra valori, economia e finanza. Questo modello di business sostenibile supporta, in particolare, il perseguimento di 4 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile ONU (*SDGs - Sustainable Development Goals*), che oggi rappresentano più del 90% degli investimenti del Gruppo:

- **#SDG7 “Energia accessibile e pulita”**, con oltre 14,1 GW di capacità aggiuntiva nei prossimi 3 anni ed il 60% della capacità installata consolidata rinnovabile entro la fine del 2022.
- **#SDG9 “Imprese, innovazione e infrastrutture”** con 44,7 milioni di utenti finali con smart meter attivi e 11,8 miliardi di euro in innovazione e digitalizzazione nel corso dei prossimi tre anni.
- **#SDG11 “Città e comunità sostenibili”** con investimenti in una serie di nuovi servizi di elettrificazione che porteranno una capacità di Demand Response di 10,1 GW e 736.000 punti di ricarica pubblici e privati per veicoli elettrici entro la fine del 2022, permettendo così ai consumatori di

svolgere un ruolo chiave nel modo in cui l'energia è accumulata, condivisa e usata in maniera più efficiente.

- **#SDG13 “Lotta contro il cambiamento climatico”** con l'impegno nella riduzione delle emissioni di anidride carbonica: nel percorso verso la decarbonizzazione completa entro il 2050, a settembre 2019 Enel ha annunciato il nuovo obiettivo di riduzione del 70% delle emissioni dirette di gas serra per kWh_{eq} entro il 2030, rispetto al 2017, obiettivo certificato dalla Science Based Targets initiative (SBTi). A conferma del costante impegno in materia, nel 2019 è proseguito il trend di riduzione delle emissioni di CO₂, che ha consentito a Enel di raggiungere con un anno di anticipo l'obiettivo certificato dalla SBTi di 350 g/kWh_{eq} al 2020, fissato nel 2015.

Enel è convinta che la sostenibilità sia una forza trainante per forgiare un nuovo modello di sviluppo che non lasci indietro nessuno, e che, per generare un profitto durevole, occorra condividere valore con l'intero contesto in cui si opera. Per questo è impegnata ogni giorno, con circa **1800 progetti** con 4,1 milioni di beneficiari diretti, nella promozione dello sviluppo economico e sociale delle Comunità ove è presente nelle varie parti del mondo. Oltre a fornire accesso all'energia pulita dove ce n'è più bisogno, ha investito molto nel sostegno all'**educazione di qualità (SDG 4)** e nella promozione del **lavoro dignitoso e crescita economica (SDG 8)**. Ma i suoi progetti coprono in realtà tutti gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Tra i numerosi interventi l'estensione delle infrastrutture, programmi di istruzione e formazione, iniziative per l'inclusione sociale e progetti a sostegno della vita economica e culturale, in linea con gli obiettivi di sviluppo sostenibile. Uno strumento fondamentale per questi progetti è la collaborazione con organizzazioni attive a livello locale per promuovere lo sviluppo attraverso attività innovative e su misura.

Nei paesi in via di sviluppo, molti sono i progetti con soluzioni innovative per facilitare l'accesso all'energia alle famiglie che si trovano in aree remote e poco elettrificate. Ne è un esempio il progetto “Cundinamarca 100%” realizzato in Colombia, in un'area ad alta dispersione geografica, che si articola attraverso tre modalità: connessione alle reti elettriche convenzionali, installazione di pannelli solari con batterie di riserva e costruzione di una minigrig per garantire l'accesso all'energia h24.

Molti anche i progetti per valorizzare in termini di sviluppo economico e sociale culture e tradizioni locali. Per esempio in Cile, il sostegno al progetto di raccolta, trasformazione e vendita delle nocchie autoctone della comunità El Avellano, ha permesso a un'attività tradizionale di trasformarsi in un'attività micro-imprenditoriale di tipo comunitario, mantenendo attivo il bosco naturale di nocchie.

In Italia un esempio dell'impegno di Enel per le comunità in cui opera è rappresentato dal crowdfunding “Alleva la speranza”, la campagna di raccolta fondi promossa insieme a Legambiente attraverso la piattaforma PlanBee per aiutare gli allevatori del Centro Italia colpiti dai terremoti del 2016 e 2017 a “coltivare” nuovi progetti di crescita e a ricostruire il futuro. L'iniziativa, destinata a sostenere in due anni venti progetti di rinascita, ha interessato finora otto allevatori di Marche, Lazio, Umbria e Abruzzo, e recentemente è stata estesa al settore turistico dell'ospitalità extralberghiera. Un piccolo grande risultato di solidarietà per imprese locali e territori.

Il Piano strategico 2020-2022 ha confermato e consolidato l'impegno del Gruppo verso un modello di business sempre più sostenibile. Il piano prevede un'accelerazione nella **decarbonizzazione** del mix di generazione del Gruppo, attraverso significativi investimenti nella crescita delle rinnovabili, la riduzione progressiva della generazione da fonti termoelettriche e investimenti nella digitalizzazione della rete al fine di migliorare resilienza e qualità dei servizi. Significativi gli investimenti nell'**elettrificazione** dei consumi, che faranno leva sulla crescita e la diversificazione della base clienti retail e sulle efficienze collegate al trasferimento delle attività su piattaforma.

Tutto ciò si riflette in un costante apprezzamento del mercato per la strategia sostenibile del Gruppo e nel costante aumento di fiducia da parte degli investitori socialmente responsabili, la cui quota ha raggiunto il 10,8% del capitale di Enel.

Innovazione, sostenibilità e strategia Open power si incontrano anche nell'economia circolare, intesa dal Gruppo Enel come un nuovo paradigma, un driver di sviluppo e competitività. Enel sta implementando l'economia circolare in modo sistematico attraverso l'innovazione tecnologica e di business e con l'adozione di una metrica rigorosa. Ad esempio, ha introdotto il modello del "cantiere sostenibile" in tutti i nuovi impianti in costruzione e, più in generale, applica un approccio circolare in tutto il ciclo di vita dei propri asset, dalla progettazione alla costruzione e all'esercizio, fino alla gestione del fine vita. L'approccio alla circolarità non si limita a coprire l'ambito di business diretto dell'azienda, ma prevede il coinvolgimento dei fornitori e dell'intero ecosistema.

Nel 2019 il Gruppo ha aderito al network Circular Economy 100 (CE100) della Ellen MacArthur Foundation, leader globale di opinione nel settore.

In Italia Enel partecipa dal 2017 all'Alleanza per l'economia circolare, che coinvolge aziende italiane già fortemente impegnate sul tema con un obiettivo comune: guidare l'evoluzione complessiva del contesto produttivo in ottica circolare per valorizzare le peculiarità del Made in Italy, favorendo la condivisione di esperienze e best practices.

Attenzione all'ambiente, creazione di valore condiviso nel lungo periodo e cooperazione con le comunità, una cultura aperta basata sull'ascolto e sull'innovazione: questi i driver dell'impegno di Enel per lo sviluppo sostenibile.



Ferrero, responsabilità sociale e sviluppo sostenibile: un percorso lungo oltre 70 anni

Ferrero e ASviS insieme per far crescere in Italia la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda ONU 2030

Per il Gruppo Ferrero, il bilancio più importante non è mai stato quello finanziario depositato ogni anno, bensì quello di responsabilità sociale, che rappresenta il rispetto del Gruppo verso le Persone e il Pianeta.

Il termine responsabilità sociale d'impresa per il Gruppo Ferrero significa da sempre prendersi cura delle persone e del territorio, dei consumatori, delle famiglie e delle comunità locali in cui opera. Tali principi di responsabilità sociale hanno guidato Ferrero sin dai suoi primi passi settanta anni fa ad Alba, e sono rimasti invariati sino ad oggi.

Per Ferrero, la creazione di valore condiviso è una pratica che coinvolge tutte le fasi della catena del valore: va dalla cura delle persone che hanno fatto e continuano a fare la storia del Gruppo, al sostegno alle comunità locali, alla promozione di stili di vita attivi tra i giovani e le loro famiglie, fino al forte impegno verso pratiche agricole sostenibili e alla salvaguardia e protezione dell'ambiente.

Ferrero, un nuovo impegno: imballaggi 100% riciclabili, riutilizzabili o compostabili entro il 2025

Ferrero ha da sempre adottato comportamenti responsabili per offrire prodotti di alta qualità, che contribuiscano positivamente sia alla società di oggi che a quella futura. Questa convinzione continua a spingerci verso una catena del valore responsabile costituita da un approvvigionamento e una produzione sostenibili e, ora, da un rafforzamento ulteriore del nostro impegno per un packaging ancora più sostenibile. Il nostro pianeta ha bisogno di aiuto. Nel mondo solo il 14% degli imballaggi in plastica viene riciclato e il 40% diventa rifiuto. È giunto il momento di agire. Con la firma del New Plastics Economy Global Commitment, promosso dalla Ellen MacArthur Foundation, Ferrero si è impegnata a rendere tutti gli imballaggi 100% riciclabili, riutilizzabili o compostabili entro il 2025. Questo consente al Gruppo di supportare l'accelerazione, lungo tutta la catena di approvvigionamento, verso la promozione di un'economia circolare per la plastica, che in quest'ottica non diventerà più rifiuto o inquinamento.

Con questo impegno, che risponde all'obiettivo n°12 dell'Agenda 2030 dell'ONU (Consumo e Produzioni responsabili), Ferrero ha deciso di giocare un ruolo guida volto anche ad eliminare gli imballaggi in plastica problematici o superflui attraverso riprogettazione, innovazione e studio di nuovi modelli di delivery. E come la natura protegge i suoi frutti con il proprio packaging efficiente, anche Ferrero ha iniziato un percorso virtuoso che oltre a proteggere i propri prodotti, saprà inserirsi in un progetto globale con al centro l'intero pianeta. Lo sguardo al domani e la sensibilità per il tessuto sociale hanno da sempre contraddistinto l'attività di Ferrero. Questo impegno si rafforza ancora di più grazie a una politica di sostenibilità che coinvolge tutta l'Azienda.

Anche per questo Ferrero ha scelto di supportare-ASviS, Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, nella missione di far crescere in Italia la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda 2030 dell'ONU.



IL GRUPPO LAVAZZA AL FESTIVAL DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE 2020

La strategia di sostenibilità di Lavazza è allineata ai principi dell'**Agenda 2030**, cui l'Azienda ha aderito nel 2017, all'interno della quale sono stati individuati i **quattro pilastri di sostenibilità prioritari** rispetto ai quali il Gruppo continuerà a impegnarsi nei prossimi anni. Da profonda analisi, infatti, sono emersi i 4 goals direttamente connessi alla mission aziendale e maggiormente impattati, in modo misurabile, dalle attività di business: Goal 5 - uguaglianza di genere, Goal 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica, Goal 12 - Consumo e produzione responsabile e Goal 13 – Agire per il clima.

I 4 Goals individuati sono stati scelti con l'obiettivo di promuovere un equilibrio di obiettivi sia sociali (8 e 5) che ambientali (12 e 13) e sono alla base del **Manifesto della Sostenibilità**, la dichiarazione programmatica della strategia del Gruppo.

Inoltre, ai 17 Global Goals Lavazza affianca il **Goal Zero – Diffondere il Messaggio dell'Agenda 2030**, ideato per diffondere un vero e proprio "contagio di responsabilità" tra le persone e per sensibilizzarle.

Un Goal strettamente connesso con il focus dell'evento: il **Goal 4 - Istruzione e Educazione allo sviluppo sostenibile**, alla base di tutte le azioni che vede coinvolto il Gruppo Lavazza, perché un'istruzione di qualità e la conoscenza dell'Agenda 2030 è il necessario obiettivo per agire concretamente in termini sostenibili.

Proprio **nell'ottica del Goal Zero** Lavazza è stata tra le prime organizzazioni ad **aderire ad ASviS**, al fine di collaborare per promuovere un cambiamento culturale e richiamare l'attenzione sulla necessità per il nostro Paese di compiere significativi progressi verso i traguardi previsti dall'Agenda 2030.

Una collaborazione iniziata nel 2017 con il **Calendario Lavazza** dedicato ai 17 SDGs "**2030 What Are You Doing?**", il **primo megafono artistico** al mondo destinato ai 17 Obiettivi, nato per divulgarli ovunque in maniera semplice ed efficace.

E una collaborazione che continua con la **partecipazione di Lavazza al Festival dello Sviluppo Sostenibile 2020** sia in qualità di partner di ASviS che con l'organizzazione di uno degli eventi nazionali in calendario, in particolare l'evento dedicato **al Goal 4 - Istruzione e Educazione allo sviluppo sostenibile**:

6 OTTOBRE 2020 | ore 10:00.

"Generazione 2030 – È ora di agire"

Evento virtuale, in streaming su festivalsvilupposostenibile.it

L'evento nazionale "Generazione 2030 – È ora di agire", patrocinato dalla Commissione nazionale italiana per l'UNESCO e dalla Città di Torino, realizzato in collaborazione con il Gruppo Lavazza e la sua Fondazione, sarà un'opportunità per dare voce e ascoltare le istanze giovanili inquadrato nell'ambito dell'educazione allo sviluppo sostenibile e dell'Agenda 2030.

L'evento si inserisce in una più generale mobilitazione della città di Torino in favore dell'Agenda 2030, testimoniata dalla proiezione della ghiera colorata degli SDGs sulla Mole Antonelliana e dal progetto Lavazza Toward2030 che, sempre a Torino, promuove i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile attraverso la street art.

Per informazioni:

Massimo Borraccetti | +39 011.234.8794 | massimo.borraccetti@lavazza.com



In UniCredit i valori di Etica e Rispetto, unitamente al principio guida *Fai la cosa giusta!*, sono applicati a tutte le attività quotidiane e sono al centro dei rapporti con gli stakeholder al fine di generare risultati sostenibili. La sostenibilità è parte integrante del DNA del Gruppo e un elemento chiave del suo modello di business; UniCredit è impegnata nell'aiutare clienti e stakeholder a gestire le sfide sociali e ambientali e nel finanziare i loro investimenti per un futuro sostenibile.

La strategia di sviluppo sostenibile è un percorso grazie al quale la banca contribuisce al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU per supportare la crescita globale, promuovere il benessere degli individui e conservare le risorse naturali. A partire dalla loro pubblicazione, nel 2015, il Gruppo ha rendicontato annualmente nel Bilancio Integrato il proprio contributo al conseguimento di tali Obiettivi.

Di seguito alcune delle iniziative più significative e i relativi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile*:



Promuovere comportamenti responsabili

Dal 2009, UniCredit ha offerto numerosi programmi di educazione finanziaria rivolti a giovani, anziani, famiglie, immigrati, organizzazioni non profit e PMI.

Nel 2019, nell'ambito della nostra *Banking Academy* in Italia, il programma *In-formati* ha coinvolto circa 6.900 partecipanti in sessioni su prodotti e servizi bancari e sull'imprenditorialità, mentre le lezioni *Save4You* su risparmi e investimenti hanno visto circa 5.200 partecipanti.

Attraverso il programma di educazione finanziaria *Startup Your Life* di Social Impact Banking sono stati coinvolti, dal suo lancio, 300 scuole.



Supportare i settori chiave

In Italia supportiamo i settori vitali per la competitività del paese. UniCredit nel 2019 ha sostenuto ad esempio lo sviluppo di oltre 3.300 PMI operanti nel settore turistico, erogando circa 507 milioni di euro. I risultati ottenuti includono la creazione di reti di massima qualità per imprenditori selezionati, l'aumento della competitività delle PMI; la formazione imprenditoriale per le aziende, il consolidamento della condivisione di informazioni e comunicazioni fra stakeholder economici.



Promuovere la parità di genere

UniCredit si impegna a conseguire un maggior equilibrio di genere nella leadership. Dal 2013 è in essere una Global Policy sulla Parità di Genere. La policy definisce linee guida per i processi e le pratiche lavorative atte a creare un ambiente di lavoro paritario nel quale tutti, a prescindere dal genere, possano esprimere le proprie potenzialità. Tali linee guida riguardano tutti i processi e le pratiche aziendali nelle aree del reclutamento e delle nomine interne, dello sviluppo professionale, della remunerazione, dell'equilibrio fra vita privata e professionale, dell'informazione e della formazione.



Investire in fonti di energia rinnovabile

Alla fine del 2019, l'esposizione creditizia nei confronti del settore delle energie rinnovabili era pari a quasi 6,9 miliardi di euro. Nel complesso, la maggior parte dei finanziamenti è diretta a impianti fotovoltaici, con una quota del 51%. L'energia eolica rappresenta il 38% del portafoglio e le altre fonti di energia rinnovabili il restante 11%.



Supportare un'economia a basse emissioni di carbonio

UniCredit si è impegnata a interrompere il supporto finanziario ai progetti nei settori controversi quali carbone, petrolio e gas non convenzionale, con il maggiore impatto sui cambiamenti climatici.

Il ruolo di UniCredit per uno sviluppo sociale più equo e sostenibile si concretizza anche nel programma **Social Impact Banking** che rappresenta l'impegno del gruppo nel costruire una società più equa e inclusiva. Il suo scopo è identificare, finanziare e promuovere persone e imprese che possono avere un impatto sociale positivo. L'approccio mira a generare sia ritorni economici degli investimenti che un più diffuso benessere sociale. Oltre a fornire continuamente credito a progetti e organizzazioni generalmente esclusi dai tradizionali prodotti e servizi bancari, Social Impact Banking consente a UniCredit di condividere il proprio know-how finanziario e aziendale attraverso iniziative educative dedicate a microimprenditori, imprese sociali e gruppi vulnerabili o svantaggiati, compresi i giovani, gli anziani e altri soggetti a rischio di esclusione sociale.

Il programma, lanciato in Italia a fine 2017, è ora esteso in altri 10 Paesi del Gruppo: Austria, Bosnia ed Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Germania, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Romania, Serbia, Ungheria.

I principali risultati di Social Impact Banking in Italia al 31/12/2019:

- 61 operazioni di impact financing pari a 69 milioni di euro e circa 2.900 micro-finanziamenti, pari a quasi 60 milioni di euro
- 93 partner coinvolti su tutto il territorio italiano
- 38.600 studenti delle scuole superiori ai quali abbiamo offerto programmi di educazione finanziaria
- 2 milioni di ore di formazione erogate
- 450 tutor volontari coinvolti nell'erogazione della formazione

**(La selezione delle iniziative e degli Obiettivi di sviluppo sostenibile è da considerarsi non esaustiva)*

Il Gruppo Unipol

Unipol Gruppo S.p.A. è il secondo gruppo assicurativo nel mercato italiano e il primo nei rami Danni, tra i primi dieci in Europa, le cui azioni ordinarie sono quotate alla Borsa Italiana dal 1990 e presenti nel FTSE MIB. Sue principali azioniste sono alcune imprese espressione del movimento cooperativo italiano. Conta 12.337 dipendenti e serve oltre 16 milioni di clienti, grazie alla più grande rete agenziale d'Italia.

A livello consolidato, al 31 dicembre 2019 il Gruppo conta su una raccolta diretta assicurativa pari a 14,0 miliardi di euro, di cui 8,2 miliardi nei Rami Danni e 5,8 miliardi nei Rami Vita.

Pierluigi Stefanini ne è Presidente, mentre Carlo Cimbri ricopre la carica di Amministratore Delegato, Direttore Generale e Group CEO.

Il Gruppo attua una strategia di offerta integrata, per fornire la più ampia gamma di prodotti e servizi assicurativi e finanziari, ed è particolarmente attivo nei settori della previdenza integrativa e della salute, con l'obiettivo di offrire a persone, famiglie e imprese più sicurezza e fiducia nel futuro, accompagnando le scelte di protezione, risparmio e qualità della vita, e assicurando una crescita sostenibile e di lungo periodo, a vantaggio di tutti i suoi stakeholders: azionisti, clienti, agenti, dipendenti, fornitori e comunità.

Settore Assicurativo

Nel comparto dei servizi assicurativi il Gruppo opera principalmente attraverso [UnipolSai Assicurazioni S.p.A.](#), anch'essa quotata in Borsa, leader in Italia nei Rami Danni, in particolare nell'R.C. Auto.

E' attivo nell'assicurazione diretta tramite [Linear Assicurazioni](#) e nella tutela della salute con la compagnia specializzata [UniSalute](#): entrambe le società sono controllate da UnipolSai, nel cui perimetro sono comprese anche società di servizi dedicate specificamente all'assistenza, alla riparazione di autovetture e alla gestione delle "scatole nere" per i rami Auto e Non-Auto. [Il Gruppo Unipol](#) presidia altresì il canale della bancassicurazione, attraverso [Arca Vita e Arca Assicurazioni](#) detenute dalla controllata UnipolSai (che distribuiscono polizze Vita e Danni tramite i gruppi Banca Popolare dell'Emilia Romagna, di cui il Gruppo Unipol detiene il 19,73% del capitale sociale al 31 marzo 2020, Banca Popolare di Sondrio e altre banche), e altre joint-venture realizzate con primari operatori bancari italiani.

Il Gruppo è attivo anche al di fuori dei confini italiani: UnipolSai opera, infatti, in Serbia attraverso la controllata [DDOR Novi Sad](#).

Settore Finanziario e Immobiliare

In campo finanziario il Gruppo opera attraverso UnipolRec, società specializzata nella gestione dei crediti non performing.

In campo immobiliare, si configura come uno dei principali operatori in Italia per entità del patrimonio: è, infatti, proprietario di immobili di grande valore storico, simbolico e architettonico, per valorizzare i quali è stato sviluppato il progetto [Urban Up](#), che ha il fine di studiare e mettere in opera la riqualificazione di importanti edifici di proprietà.

Attraverso la compagnia controllata UnipolSai, è anche un importante attore nel settore alberghiero italiano con il brand [Gruppo UNA](#), in quello agricolo attraverso [Tenute del Cerro](#) e nella ricettività portuale con [Marina di Loano](#).

Canali Corporate

Negli ultimi anni Unipol Gruppo ha rafforzato la propria brand awareness presso la comunità economico-finanziaria attraverso lo sviluppo della sua presenza sui nuovi Media, in un'ottica di integrazione strategica fra tutti i canali di comunicazione corporate: sono così nati progressivamente i profili istituzionali su [LinkedIn](#), [Twitter](#), [YouTube](#), [Facebook](#), [Instagram](#) e il blog [Changes](#), per accrescere la visibilità dei molti progetti e iniziative che testimoniano l'impegno con cui Unipol trasmette i suoi valori aziendali e valorizza gli eventi ad essi legati.

Il Gruppo Unipol e la Sostenibilità

Il Gruppo Unipol aspira a garantire alle persone più sicurezza e fiducia nel futuro, accompagnandole nelle scelte di protezione, risparmio e qualità della vita, attraverso la presenza attiva delle reti sul territorio, l'allargamento dei servizi offerti e la valorizzazione responsabile delle opportunità tecnologiche emergenti. I Valori Guida, (Accessibilità, Lungimiranza, Rispetto, Solidarietà, Responsabilità) identificati attraverso un percorso partecipato, sono espressi nella Carta dei Valori e declinati nel Codice Etico in principi di comportamento nei confronti dei diversi stakeholder.

Gli impegni assunti nel Codice Etico sono stati ulteriormente sviluppati nella Politica di Sostenibilità approvata dal Consiglio di Amministrazione a marzo 2018, che formalizza principi, stili di comportamento ed obiettivi propri della cultura aziendale.

La Politica di Sostenibilità, che è ispirata agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile assunti a settembre 2015 dai governi delle Nazioni Unite e ai principi del Global Compact, impegna l'impresa in materia di:

- tutela dei diritti umani e del lavoro;
- tutela ambientale;
- correttezza e trasparenza verso i consumatori;
- correttezza delle pratiche di business, con particolare attenzione alle pratiche di lobbying e di tax strategy;
- tutela delle pari opportunità;
- integrazione della sostenibilità nel business.

La Politica di Sostenibilità ha previsto altresì l'adozione di appositi presidi a fronte dei rischi ESG (Environmental, Social e Governance) e lo sviluppo di azioni positive in tutte le principali Policy del Gruppo, a partire dalla Politica d'Investimento e a quella di Assunzione.

La creazione di valore condiviso da parte del Gruppo avviene sia nella definizione di prodotti e servizi per lo sviluppo degli ecosistemi, che nella selezione degli investimenti tematici a supporto del raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

Infine per promuovere la finanza sostenibile il Gruppo aderisce ai Principles for Responsible Investment (PRI), è membro del ForumFinanzaSostenibile, ha sottoscritto Climate100 e European Alliance Green Recovery

Le politiche aziendali nella ripartenza post Covid-19

Il Gruppo Unipol è impegnato nella definizione di strategie e azioni, volte sia ad affrontare le sfide che verranno poste dalla delicata fase di ripartenza post Covid-19 sia a coglierne le opportunità.

Queste i pilastri su cui il Gruppo fonderà la propria attività:

- Sviluppo di offerte sul mercato che, a partire da partnership pubblico-privato, promuovano modelli di sviluppo sostenibile attraverso l'uso innovativo della Internet of Things, con particolare attenzione alle nuove esigenze di mobilità;
- Rafforzamento dell'offerta sanitaria in ottica di integrazione pubblico-privato, creando valore per il territorio e tutelando le persone in logica mutualistica;
- Definizione di soluzioni in partnership pubblico-privato che incrementino le opportunità di accesso al welfare per le fasce più giovani e precarie della popolazione;
- Proseguimento della qualificazione dei prodotti Vita, con particolare riferimento agli impieghi, integrando i fattori ESG nelle scelte di investimento in modo sempre più rigoroso.