

198 ANNO 34 **OTTOBRE | NOVEMBRE** 2010

ambiente**cucina**



BIMESTRALE IL SOLE 24 ORE SPA - SEDE OPERATIVA VIA G. PATECCHIO 2 - 20141 MILANO - POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN A.P. - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N.46) - ART. 1 - COMMA 1, DCB FORLÌ

tendenze la funzionalità nascosta

trends hidden functional features

primo piano sistemi aspiranti

focus on fume extraction

speciale componenti il futuro dell'innovazione

components special tomorrow's innovations

34 | ambiente **cucina**

greenmagazine



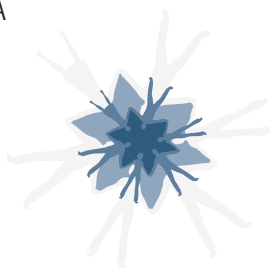
a cura di
Clara Mantica e Giuliana Zoppis

fondatrici di BEST UP
circuito dell'abitare sostenibile

RESPONSABILITÀ SOCIALE

INTERVISTA A **PAOLA GENNARI SANTORI**, AMMINISTRATORE DI OFFICINA ETICA CONSULTING, SOCIETÀ DI CONSULENZA CHE OPERA NELL'AMBITO DELLA SOSTENIBILITÀ E DELLA FILANTROPIA

L'ETICA CONVIENE ALLE IMPRESE?



Cosa significa per un'impresa essere sostenibile?

Un'impresa sostenibile è un'impresa che, in maniera volontaria, decide di integrare sistematicamente nelle attività di business le questioni di carattere sociale e ambientale e ne rende conto ai diversi interlocutori con cui quotidianamente interagisce. In Italia già molte aziende, sia grandi sia piccole, cominciano ad adottare buone pratiche di responsabilità sociale e di sostenibilità nella gestione delle risorse umane, nel rapporto con i clienti e con i fornitori, nelle attività sociali, nella tutela dell'ambiente e dei diritti dei consumatori: l'importante è che queste pratiche diventino realmente parte integrante delle strategie dell'impresa e non restino episodi isolati. D'altra parte le imprese di oggi sono consapevoli di avere un ruolo dinamico nei confronti della società, non solo per ciò che riguarda la capacità di creare profitto, e, a partire dalla fine degli anni '90, hanno cominciato a considerare con occhi diversi la qualità dei rapporti con gli interlocutori, o, come vengono attualmente definiti, gli stakeholder. La qualità di queste relazioni non si basa più sull'immagine, ma sulla reputazione e la reputazione è costruita su solidi rapporti di fiducia all'interno dei quali l'impresa è consapevole delle proprie responsabilità.

Cosa c'è alla base di questa più diffusa consapevolezza delle imprese?

C'è la convinzione, sempre più diffusa, che una società coesa è una società che riesce a valorizzare meglio le proprie risorse e a creare più sviluppo e benessere. Inoltre l'impresa che ha un posizionamento etico acquisisce notorietà, ritorno d'immagine e migliora i rapporti con gli stakeholder e con la comunità di riferimento.

La sostenibilità "conviene"?

Oggi che la performance di un'impresa viene giudicata anche in termini di impatto socio-ambientale, la scelta di intraprendere un percorso di sostenibilità porta dei vantaggi che, seppure non perfettamente quantificabili, vanno considerati come investimenti e consentono buone performance economiche per ciò che riguarda i comportamenti d'acquisto, le decisioni di investimento, la soddisfazione dei dipendenti. In primo luogo la reputazione e la fiducia rafforzano la preferenza e la fedeltà dei consumatori per un brand: il consumatore responsabile premia le aziende etiche con il suo comportamento d'acquisto.

Il 71,2 degli italiani è disposto a pagare il 15% in più per acquistare prodotti di un'azienda che adotta sistemi di produzione che non danneggiano l'ambiente e la salute dei consumatori e il 60% pagherebbe di più per acquistare prodotti e servizi di un'azienda che si è distinta per il suo impegno sociale o per l'attenzione nei confronti delle condizioni di lavoro dei propri dipendenti. In secondo luogo, per ciò che riguarda le decisioni di investimento, il 56% degli investitori istituzionali ritiene che vi sia una correlazione tra CSR di un'impresa e la performance del suo titolo. Vi sono sempre più risparmiatori (45%) disposti ad acquistare titoli di aziende che rispettano l'ambiente, la salute, la dignità delle persone, e il 37% intende privilegiare gli investimenti socialmente impegnati. Inoltre sono sempre più numerosi i fondi di investimento socialmente responsabili che selezionano imprese su cui investire in base al loro grado di impegno sociale. In ultimo è risaputo che i dipendenti di un'impresa si sentono più gratificati e motivati se appartengono a una realtà con un'elevata legittimazione sociale e tutto ciò si traduce in una sensibile riduzione dei costi legati al turn-over, all'assenteismo, alle vertenze, ecc.

Che cosa deve avvenire affinché le pratiche della sostenibilità diventino elementi strutturali della strategia d'impresa?

È necessario che la sostenibilità entri a pieno titolo in tutte le strategie aziendali e che si integri con gli strumenti gestionali già esistenti attraverso precise pratiche che, andando oltre la normativa vigente, fanno riferimento a standard riconosciuti sia a livello nazionale sia internazionale.

Come può un'impresa rendere conto della propria sostenibilità?

Tra gli strumenti che fanno parte di un compiuto sistema di imprenditoria responsabile il bilancio di sostenibilità, un documento che si affianca al bilancio d'esercizio, consente di rendere conto dell'approccio sostenibile dell'impresa, così come dei risultati ottenuti rispetto alla performance economica, sociale e ambientale. Il bilancio di sostenibilità pone in risalto la missione e i valori dell'impresa, il criterio di gestione, l'impegno nei confronti dei suoi uomini e quello nei confronti della comunità allargata, oltre all'impegno nei confronti dell'ambiente, della sicurezza e dell'innovazione.

➤ www.officinaetica.it

THINK INCLUSIVE

MOBILITÀ E ACCESSIBILITÀ

Think Inclusive è un progetto innovativo che ha lo scopo di legare il mondo delle imprese a nuovi modi di intendere la mobilità e l'accessibilità in funzione delle differenze di abilità. Il progetto prevede di essere uno strumento efficace per quei 3 milioni italiani diversamente abili che desiderano sperimentare una nuova idea di movimento, per abitare con soddisfazione le proprie case, per lavorare, per divertirsi.



L'iniziativa parte dai bisogni delle persone e si sviluppa coordinando prodotti esistenti. Già nella prima fase del progetto, *Think Inclusive* consente di entrare in contatto con 9 aziende e con il loro diverso approccio rispetto all'accessibilità, dalla casa al tempo libero, dal lavoro alla mobilità: fra gli altri, nel settore casa, Easyhome, leader nel product design "dell'abitazione accessibile" dallo studio architettonico al progetto, alla fornitura di arredi per cucine, bagni, camere da letto, presenta i nuovi prodotti Easyfood ed Easyfood Colors (top cucine), Braccino (ausili per la cucina) e Slide On (sistema bagno); Fantini, che produce rubinetteria e componentistica per bagni, presenta il sistema ergonomico per la doccia. Le aziende Flusso e Formae, del Gruppo Facchinetti, presentano arredi e accessori pensati in funzione delle necessità delle persone disabili come Svaligiotto (porta valigia per la camera), Comodo (sistema armadi) e Tiramisu (letto). *Think Inclusive* è un progetto di Marco Benna (Land), Marco Miscioscia (EasyHome.it) e Danilo Ragona (Able to Enjoy) con il sostegno di Emmecidue (sponsor tecnico).

➤ www.thinkinclusive.it

36 | ambiente **cucina**

greenmagazine

WHIRLPOOL
www.whirlpool.it

Così cresce la **Green Generation**

Le novità free-standing 2010 di Whirlpool vanno ad arricchire Green Generation, gamma di elettrodomestici che offre performance in termini di classe energetica, impatto ambientale e prestazioni d'uso. L'azienda è da tempo impegnata nello sviluppo di prodotti innovativi ed ecocompatibili che minimizzano l'impatto sull'ambiente per rispondere alla crescente domanda di un mercato sempre più sensibile alle tematiche ecologiche e ambientali. La tecnologia impiegata è 6° Senso, presente trasversalmente in tutta la gamma Green Generation, in grado di garantire un eccezionale risparmio energetico. In particolare Whirlpool lancia la prima gamma completa di lavatrici front loader in classe

A-30% e top loader in A-20%, che garantisce il massimo risparmio energetico e che reinterpreta in chiave ecologica il concetto di lavaggio domestico. Nell'ambito della refrigerazione domestica, Side-by-Side Nova e i nuovi frigoriferi Combinati e Doppia Porta 6° Senso Fresh Control in classe A++ e A+ sono in grado di conservare i cibi in media 4 volte più a lungo rispetto a un frigorifero tradizionale. Le novità green di Whirlpool comprendono anche la lavastoviglie PowerClean Max, evoluzione di PowerClean, dotata dell'esclusivo terzo cestello per una massima flessibilità e modularità di carico; grazie a 6° Senso, in grado di risparmiare fino al 50% di energia, acqua e tempo.

**MARKETPLACE**

DAL DIRE AL FARE

Il 28 e 29 settembre all'Università Bocconi di Milano si è svolta la sesta edizione di "Dal Dire al Fare", il Salone della Responsabilità Sociale d'Impresa.

Si tratta di un "think-fact tank" sulla responsabilità sociale, cui partecipano decine di imprese e organizzazioni.

Il Salone, che è la più importante manifestazione organizzata in Italia su questo tema riconosciuta da CSR Europe come l'unico Marketplace italiano, conferma quelli che sono da sempre i suoi obiettivi: promuovere la cultura della Responsabilità Sociale, creare momenti di scambio e di confronto, coinvolgere i cittadini, in particolare i giovani. L'iniziativa è promossa da Regione Lombardia, provincia di Milano e Agenzia Milano Metropoli.

www.daldirealfare.eu
ETIC LAB

Per promuovere un nuovo modello di impresa

Si è costituito a Genova, lo scorso luglio, EticLab laboratorio sperimentale che diffonde sul territorio ligure la cultura della Responsabilità Sociale d'Impresa attraverso la sperimentazione e la condivisione di buone pratiche, la promozione del dialogo tra imprese e tra istituzioni e imprese. Scopo è promuovere un modello d'impresa competitivo e responsabile, per il quale la sostenibilità economica, sociale e ambientale è principio fondante dell'agire d'impresa per una concreta massimizzazione del valore. Otto sono le aziende associate, alcune consolidate da oltre una generazione, altre costituite di recente, che rappresentano realtà molto diverse (profit e non-profit): dalla consulenza manageriale al settore edile, dall'informatica ai servizi sociali, dalla cosmetica alla comunicazione. Tutte sono accomunate dall'idea che fare impresa responsabilmente può essere utile e proficuo.

www.eticlab.org
ETIClab**CASPRINI**

UN PROGETTO DAVVERO RECYCLED

Se nel 2004 Tiffany, by Casprini, è stata la prima sedia monoblocco trasparente stampata in gas-moulding, la nuova versione Tiffany Recyled (design Marcello Ziliani) è stata realizzata usando poliammide che proviene dal riciclo "chiuso" degli scarti di produzione interni selezionati e rimacinati, processo che permette di evitare che tali scarti finiscano in circuiti di smaltimento generici, e contemporaneamente, grazie alla possibilità di controllare perfettamente il materiale di partenza, consente di ottenere un prodotto con qualità meccaniche ed estetiche identiche a quelle della prima scelta. Ogni sedia, disponibile unicamente in una brillante tonalità di grigio scuro, è a sua volta interamente riciclabile al termine del suo ciclo di vita, e inoltre - cosa che non sempre avviene per questa tipologia di prodotti - Tiffany Recyled è proposta a un prezzo decisamente inferiore rispetto al modello standard.

www.casprini.it
