



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

Reputabilità d'impresa e sostenibilità

La rivoluzione 5.0

10 Maggio 2024 ore 17 - FERMO

Camera di Commercio delle Marche (Sala Consiliare)
Corso Cefalonia, 69 - Fermo

Partners:



ICEA
certifica
1964 - 1999



Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

Reputazione e Sostenibilità: il valore nella relazione con gli Stakeholder

Claudia Strasserra

(Chief Reputation Officer Bureau Veritas Italia; Consigliere Sustainability Makers).

Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche



Sostenibilità e Reputazione: testimonianza di un percorso

Claudia Strasserra – Chief Reputation Officer Bureau Veritas Italia e membro Consiglio Direttivo Sustainability Makers



Sustainability Makers - the professional network è l'associazione italiana che **riunisce le professionalità** che si dedicano alla definizione e alla realizzazione di strategie e progetti di sostenibilità: è un **Ente del Terzo Settore** che opera per **qualificare e promuovere** tali professionalità e per accrescerne competenza e autorevolezza, attraverso attività di formazione e networking, studi e ricerche, convegni, workshop e webinar

MISSION

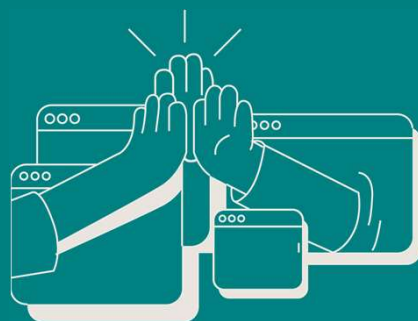
- **Promuovere l'autorevolezza** dei professionisti e delle professioniste della sostenibilità per il bene dell'impresa e della società.
- **Sviluppare le professionalità** che ruotano intorno all'area della sostenibilità al servizio del bene comune e della competitività aziendale



ATTIVITÀ

FORMAZIONE

- ✓ WORKSHOP
- ✓ WEBINAR
- ✓ GRUPPI DI LAVORO



CONTRIBUTI AL DIBATTITO

- ✓ RICERCHE
- ✓ PUBBLICAZIONI
- ✓ INTERVENTI PUBBLICI, CONTRIBUTI AL DIBATTITO



EVENTI E COMUNICAZIONE

- ✓ PERCORSO SOSTENIBILITÀ' PER PMI
- ✓ OSSERVATORIO GOVERNANCE
- ✓ CONVEGNI
- ✓ SITO WEB
- ✓ NEWSLETTER
- ✓ SOCIAL MEDIA



STORIA

- **2006** nasce come **CSR Manager Network** su iniziativa di **ALTIS** (Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica) e di **ISVI** (Istituto per i Valori d'Impresa)
- **2012** si costituisce come **associazione autonoma**, proseguendo la collaborazione con ALTIS, che ancora oggi fornisce il supporto metodologico ed esprime il Direttore Scientifico
- **2016** diventa rappresentante dell'Italia nel **Global Network del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)**

- **2017** promuove la nascita e aderisce a **EASP - European Association of Sustainability Practitioners**, la prima rete che riunisce le organizzazioni europee dei professionisti della sostenibilità
- **2021** modifica il proprio nome in **Sustainability Makers - the professional network**
- **2022** diventa **Ente del Terzo Settore**

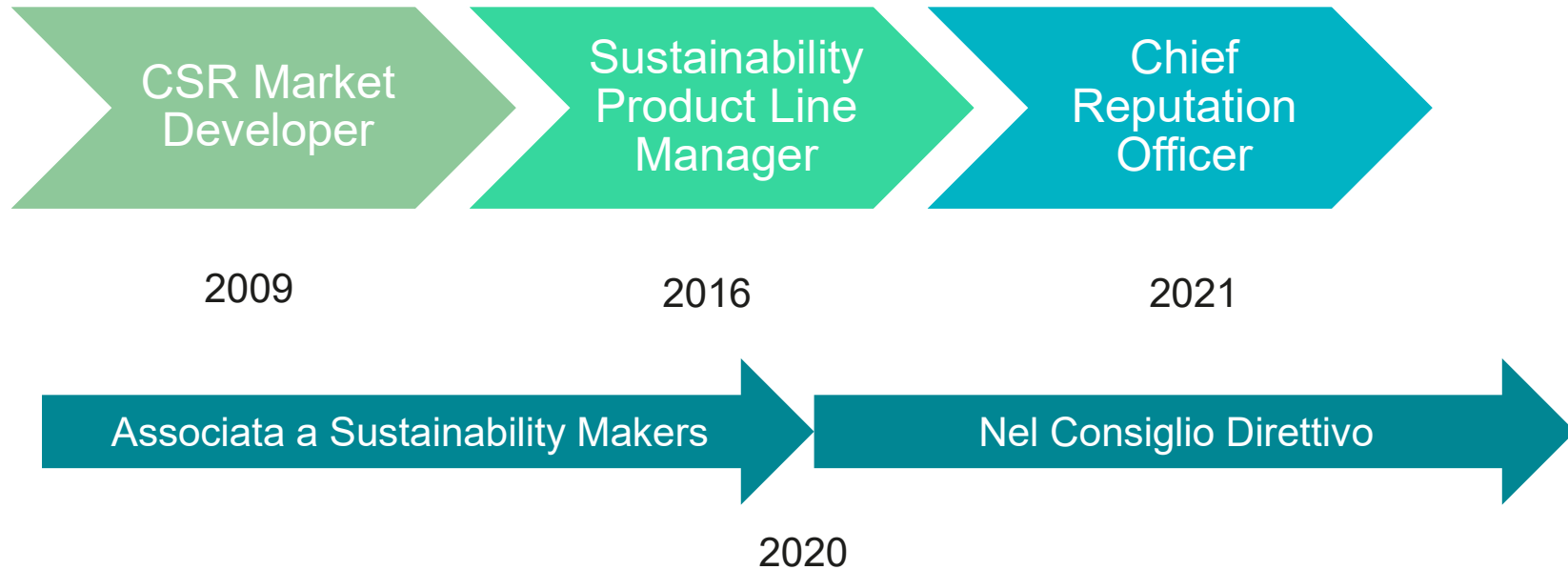


MEMBERSHIP E ATTUALE COMPOSIZIONE

Oltre **320** professionisti e professionisti **associati** che appartengono alle seguenti categorie e rappresentano oltre 250 organizzazioni:



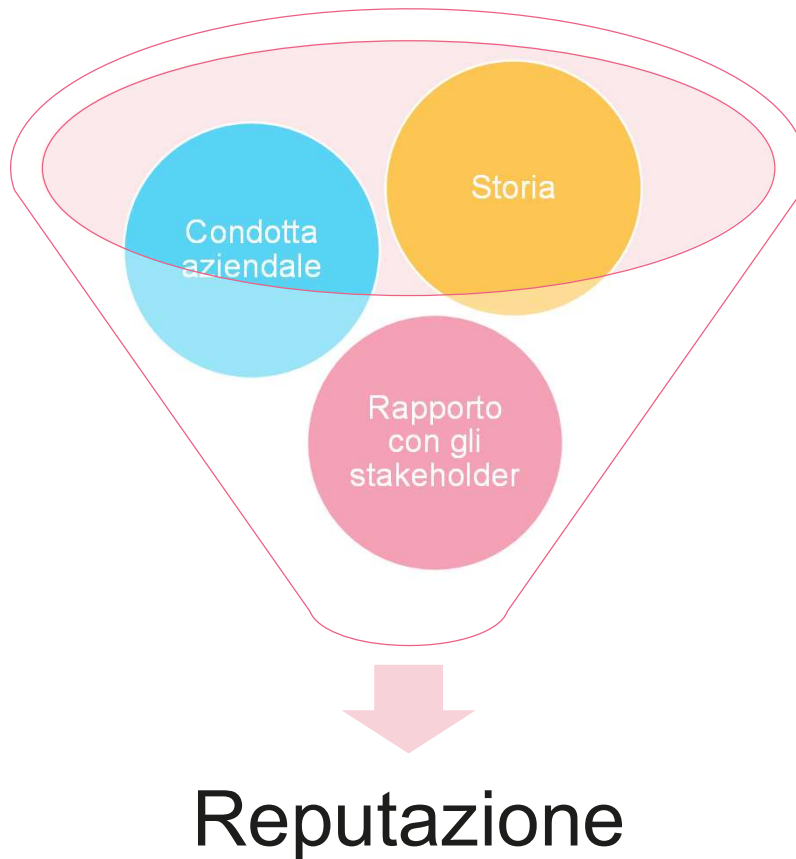
Il mio percorso in Bureau Veritas



Parliamo di reputazione

La **reputazione aziendale** (anche chiamata *corporate reputation* o *brand reputation*) dipende da ciò che l'organizzazione fa (o, anche, non fa).

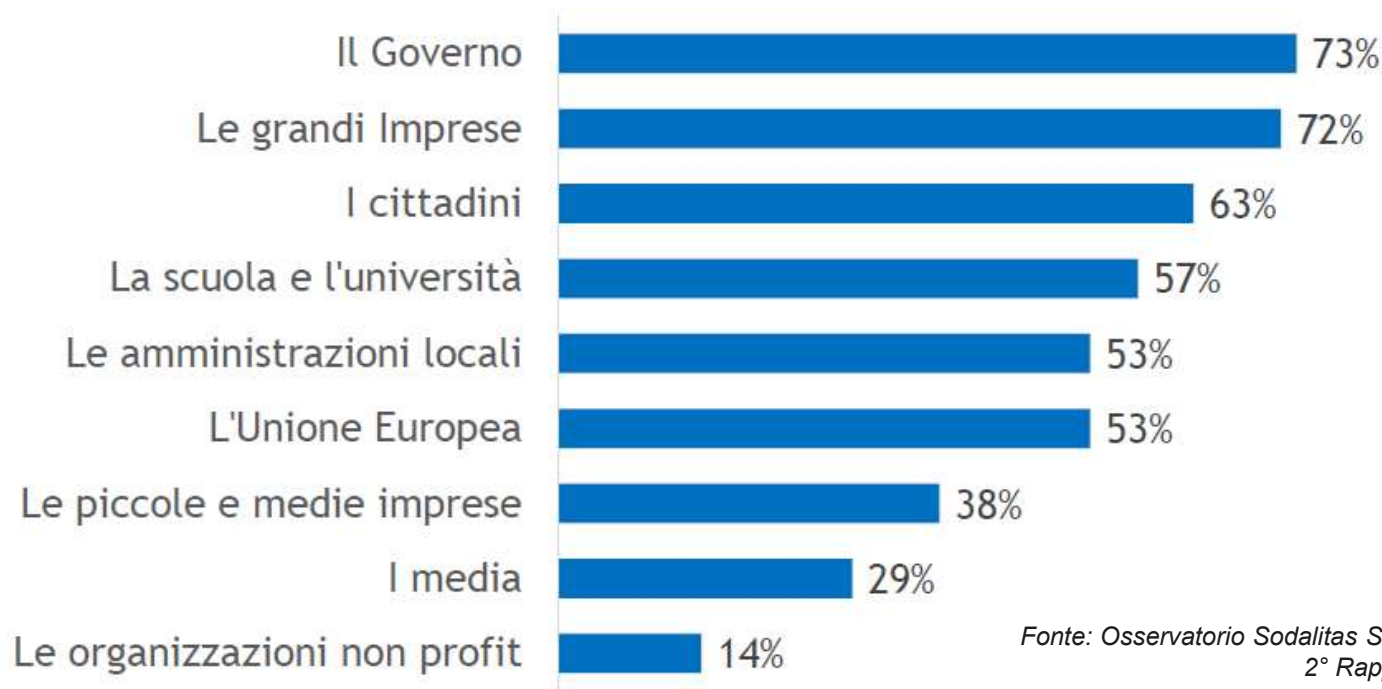
E' l'insieme delle percezioni e delle valutazioni **degli stakeholder** rispetto alle azioni passate e delle aspettative circa le azioni future di un'azienda.



«la reputazione aziendale viene definita come una **rappresentazione socialmente elaborata e condivisa** della storia e dei risultati passati dell'azienda che ne descrive **l'abilità di generare valore** (economico e sociale) **per i suoi molteplici stakeholder**».

Le grandi imprese si considerano - con il Governo - l'attore che più può contribuire a rendere la nostra società più equa e più sostenibile. Decisivo anche il ruolo della società civile.

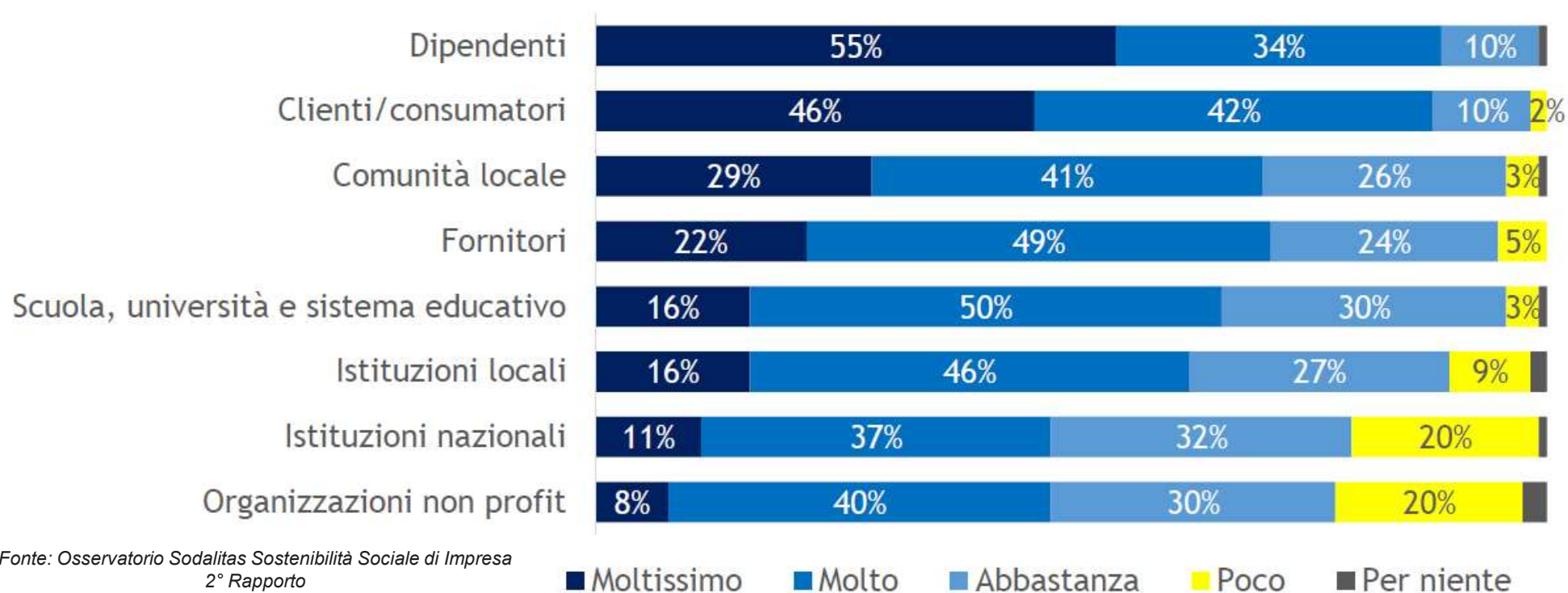
Qui di seguito sono elencati alcuni attori protagonisti della vita economica e sociale del Paese. Indichi quali potrebbero contribuire maggiormente a rendere la nostra società più equa e più sostenibile.



Fonte: Osservatorio Sodalitas Sostenibilità Sociale di Impresa
2° Rapporto

I dipendenti sono lo stakeholder più rilevante nelle strategie di sostenibilità sociale, prima di clienti/consumatori e comunità locale.

Per ciascuna categoria di stakeholder indichi quanto è considerata rilevante nella strategia di sostenibilità sociale della sua impresa.



Fonte: Osservatorio Sodalitas Sostenibilità Sociale di Impresa
2° Rapporto

Gli SDG's prioritari per le imprese: 8 (Lavoro dignitoso e crescita economica), 5 (Parità di genere), 3 (Buona salute e benessere), 13 (Lotta al cambiamento climatico)

Qui di seguito sono elencati i 17 SDG's dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Indichi quali la sua impresa considera prioritari nel proprio impegno di sostenibilità



Fonte: Osservatorio Sodalitas Sostenibilità Sociale di Impresa 2° Rapporto

Qualità del lavoro, welfare aziendale e diversità/inclusione sono componenti prioritarie della SSI. Rilevanti per la maggioranza delle imprese anche parità di genere, formazione e inserimento lavorativo dei giovani.

Quali sono le componenti della sostenibilità sociale che la sua impresa considera più rilevanti?



Fonte: Osservatorio Sodalitas Sostenibilità Sociale di Impresa
2° Rapporto

Miglioramento della reputazione, maggiore attrattività verso i giovani talenti insieme a competitività nel lungo periodo e a miglioramento del clima interno sono i vantaggi generati dall'impegno in SSI.

Quali sono, a suo giudizio, i principali vantaggi dell'impegno in sostenibilità sociale per la sua impresa?



I miei obiettivi come CRO

- Identificare e sviluppare progetti per la creazione di valore per gli stakeholder, interni ed esterni;
- Sviluppare e attuare una politica di comunicazione attivamente integrata alla business strategy dell'organizzazione;
- Sostenere l'organizzazione nel rafforzamento del brand aziendale e nel monitoraggio e miglioramento di una reputazione sostenibile.

Generare valore

- Popolazione aziendale (Clima interno, attenzione alla persona a 360°, valorizzazione della genitorialità, formazione e crescita professionale, diversity & inclusion, mobilità interna).
- Subcontractor (fidelizzazione attraverso la Community BV4Partners, formazione e crescita professionale, estensione di benefits e opportunità)
- Clienti (ascolto, aggiornamento continuo, proposte adeguate)
- Giovani che si preparano ad entrare nel mondo del lavoro (tesi, tirocini, project work con BV4students)
- Donne: costante impegno al contrasto dei pregiudizi e stereotipi per azzerare il divario di genere

BUREAU VERITAS ITALIA SOCIETA' BENEFIT

CINQUE OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE



Perseguire attività che possano aiutare nello **sviluppo di opportunità** di ingresso nel mondo del lavoro da parte dei giovani, attraverso **collaborazioni con Scuole e Università**



Promuovere la **parità di genere** nelle professioni tecniche, grazie ad **iniziative di sensibilizzazione**



Diffondere la cultura della **sostenibilità** e dell'**inclusione** tra le imprese e i propri partner



Favorire la **crescita professionale** dei **dipendenti e collaboratori esterni** della Società



Contenere gli impatti ambientali legati all'esercizio delle proprie attività, perseguendo la riduzione della carbon footprint e dell'utilizzo di risorse

Dimensione Sociale, Ambientale ed Economica

La reputazione aziendale è **uno degli asset intangibili** fondamentali di un'azienda. Assieme alla customer satisfaction **impatta in maniera significativa sulle vendite e sulle performance economiche.**

7 INDICATORI DI UNA BUONA REPUTAZIONE

Performance: la stabilità finanziaria dell'organizzazione;

Qualità dei prodotti e/o servizi: la qualità di ciò che l'azienda produce, mette in commercio o offre ai clienti

Innovazione: la capacità di sapersi adeguare ad una realtà dinamica proponendo costantemente soluzioni nuove, alternative e innovative;

Corporate Social Responsibility : l'impegno che l'azienda dimostra nei confronti di cause sociali e/o ambientali

Leadership: la reputazione dei leader e dei top manager, di coloro cioè che agli occhi del pubblico rappresentano l'immagine dell'azienda stessa;

Governance aziendale: l'atteggiamento generale dell'azienda, in termini di gestione e condotta etica e trasparente, nei rapporti di business;

Ambiente di lavoro e cultura aziendale: la presenza di un ambiente di lavoro sano e piacevole capace di mantenere alto il livello di benessere del personale e aumentare l'attraction di nuovi talenti e la retention del personale.



BUREAU
VERITAS

Shaping a World of Trust

claudia.strasserra@bureauveritas.com

WWW.BUREAUVERITAS.IT





CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

Reputabilità d'impresa e sostenibilità

La rivoluzione 5.0

10 Maggio 2024 ore 17 - FERMO

Camera di Commercio delle Marche (Sala Consiliare)
Corso Cefalonia, 69 - Fermo

Partners:



ICEA
certifica
1964 - 1994



Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

CONFINDUSTRIA FERMO

Via Respighi, 2 - 63900 Fermo (FM)

Tel +39 0734 2811

info@confindustriafermo.it

Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

Associazione Culturale **SPAZIOAMBIENTE**

Via Capocastello, 35 - 62032 San Ginesio
(MC)

Tel +39 0733 264420

info@spazioambiente.org

Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche