



Come le imprese possono finanziarsi per sviluppare il loro business in maniera sostenibile

Docenti

Luogo e data

UniGens Organizzazione
di Volontariato

Chi è UniGens

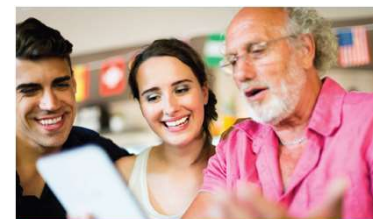
È un' **Organizzazione di Volontariato** (www.unigens.it) che:

- ✓ “persegue esclusivamente finalità di **solidarietà sociale**“
- ✓ Ad oggi conta su circa **500 volontari** attivi, tutti **ex-bancari** che hanno deciso di **donare** le **competenze** acquisite durante l'attività lavorativa
- ✓ Ha una **sede centrale** a **Milano** e **7 sedi secondarie** (Milano, Torino, Verona, Bologna, Roma, Napoli, Palermo)
- ✓ Il nostro **principale ambito** di intervento è l'educazione finanziaria con:
 - ✓ **interventi** di **docenza** (studenti PCTO, studenti ITS, Università della Terza età, immigrati, detenuti a fine pena, ecc.) in **presenza** o da **remoto**
 - ✓ **supporto individuale** a **piccoli imprenditori** (attività propedeutiche, avvio attività, sviluppo del business)

Chi è UniGens

UniGens si **distingue** tra le agenzie che forniscono educazione finanziaria, oltre che per la **competenza acquisita** nell'ambito lavorativo bancario e tenuta **aggiornata** nel tempo, per:

- ✓ La capacità di **presentare** e **condividere** un **patrimonio** di **competenze** sempre **contestualizzate** anche con **esempi concreti** frutto **dell'esperienza professionale** e **personale** maturata
- ✓ Il dare **continuità all'esperienza formativa** con attività di **accompagnamento** che aiutano il beneficiario della formazione a **mettere in pratica** quanto **appreso** "in aula". Questo si concretizza ad **esempio** con **l'accompagnamento** del **neo imprenditore** che ha ricevuto un **finanziamento** di **microcredito** e che viene **aiutato** nella fase di **avvio dell'impresa**



Chi è UniGens

I **principali partners** di **UniGens**, beneficiari della nostra attività di **volontariato di competenza** sono:



Ente Nazionale per il Microcredito



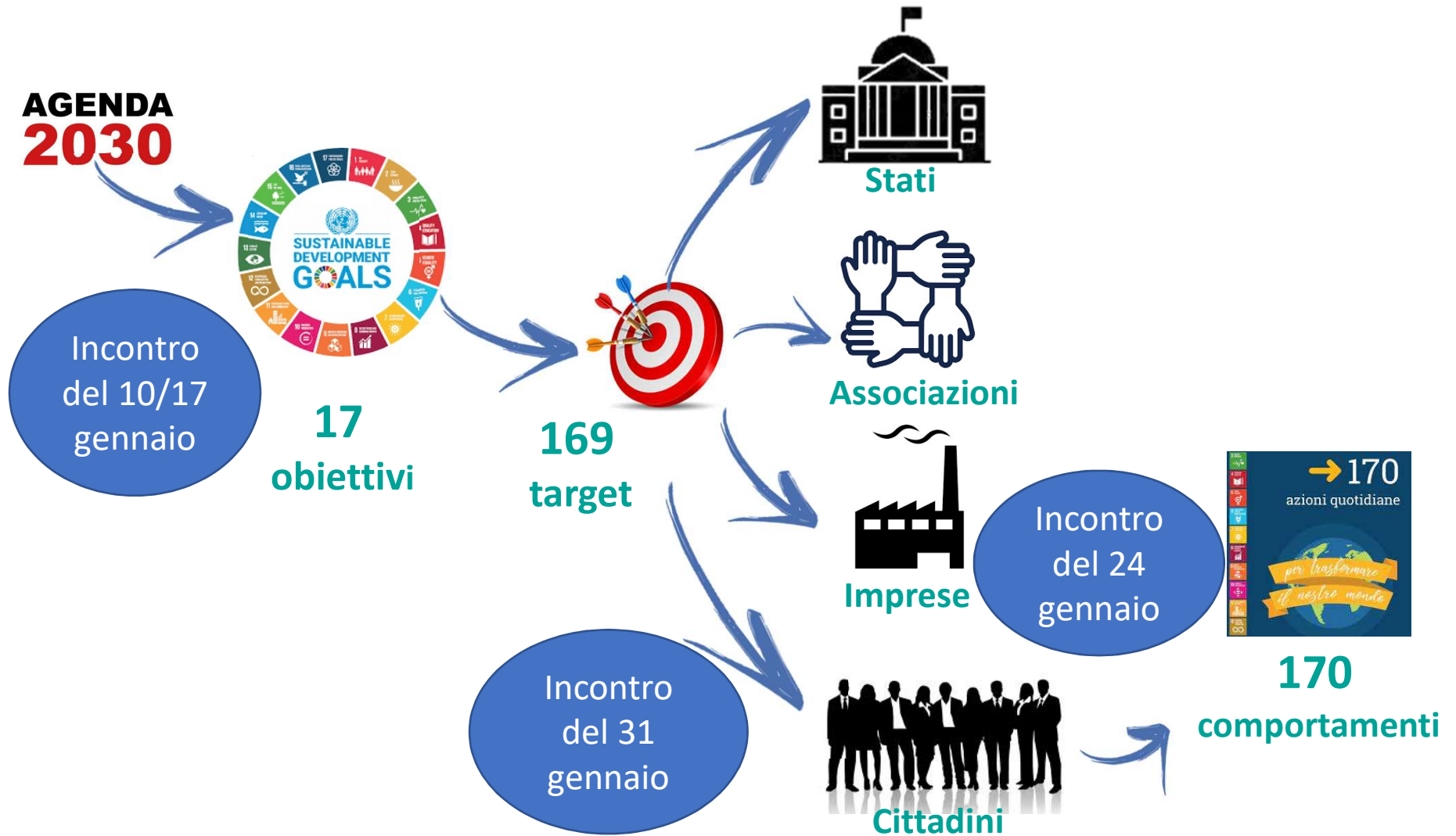
Disclaimer

“Il presente modulo formativo (di seguito “Modulo”) ha solo finalità didattiche. Le stime e le valutazioni contenute nel presente Modulo rappresentano l’opinione autonoma e indipendente di UniGens – Organizzazione di Volontariato (di seguito “UniGens”) e si basano su dati e informazioni tratte da fonti che UniGens ritiene attendibili (che vengono specificamente citate), ma sulle quali non rilascia alcuna garanzia e non si assume alcuna responsabilità circa la loro completezza, correttezza e veridicità. I contenuti del Modulo sono offerti da UniGens puramente a scopo didattico/informativo e non devono essere considerati in alcun modo sostitutivi di una eventuale specifica e personale consulenza rilasciata da Istituti di Credito direttamente al singolo interessato. Le informazioni e i dati forniti sono da considerarsi aggiornati alla data riportata nel Modulo.

UniGens si riserva il diritto di aggiornare/modificare i dati e le informazioni espresse nel Modulo in qualsiasi momento senza alcun preavviso.

I contenuti del Modulo - comprensivi di dati, notizie, informazioni, immagini, grafici, disegni, marchi e nomi a dominio - sono di proprietà di UniGens, se non diversamente indicato, coperti da copyright e dalla normativa in materia di proprietà industriale. Non è concessa alcuna licenza né diritto d'uso e pertanto non è consentito riprodurne i contenuti, in tutto o in parte, su alcun supporto, copiarli, pubblicarli e utilizzarli a scopo commerciale senza preventiva autorizzazione scritta di UniGens, salva la possibilità di farne copia per uso esclusivamente personale”

Una mappa concettuale dell'Agenda 2030



Il nostro percorso di apprendimento



Documenti per accedere al credito



La regolamentazione UE



Esempi



Considerazioni e prospettive future



Greenwashing

Il nostro percorso di apprendimento



Documenti per accedere al credito



La regolamentazione UE



Esempi



Considerazioni e prospettive future



Greenwashing

Elementi di novità per le aziende per accedere al credito

1/2

... Ma quando al



Strumenti di Rendicontazione:
Bilancio di Esercizio e Consolidato



Si affiancano concezioni come queste

Sviluppo Sostenibile

“Lo sviluppo che è in grado di soddisfare i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri”

1987 Commissione mondiale su Ambiente e Sviluppo

... o come queste:

Agenda 2030



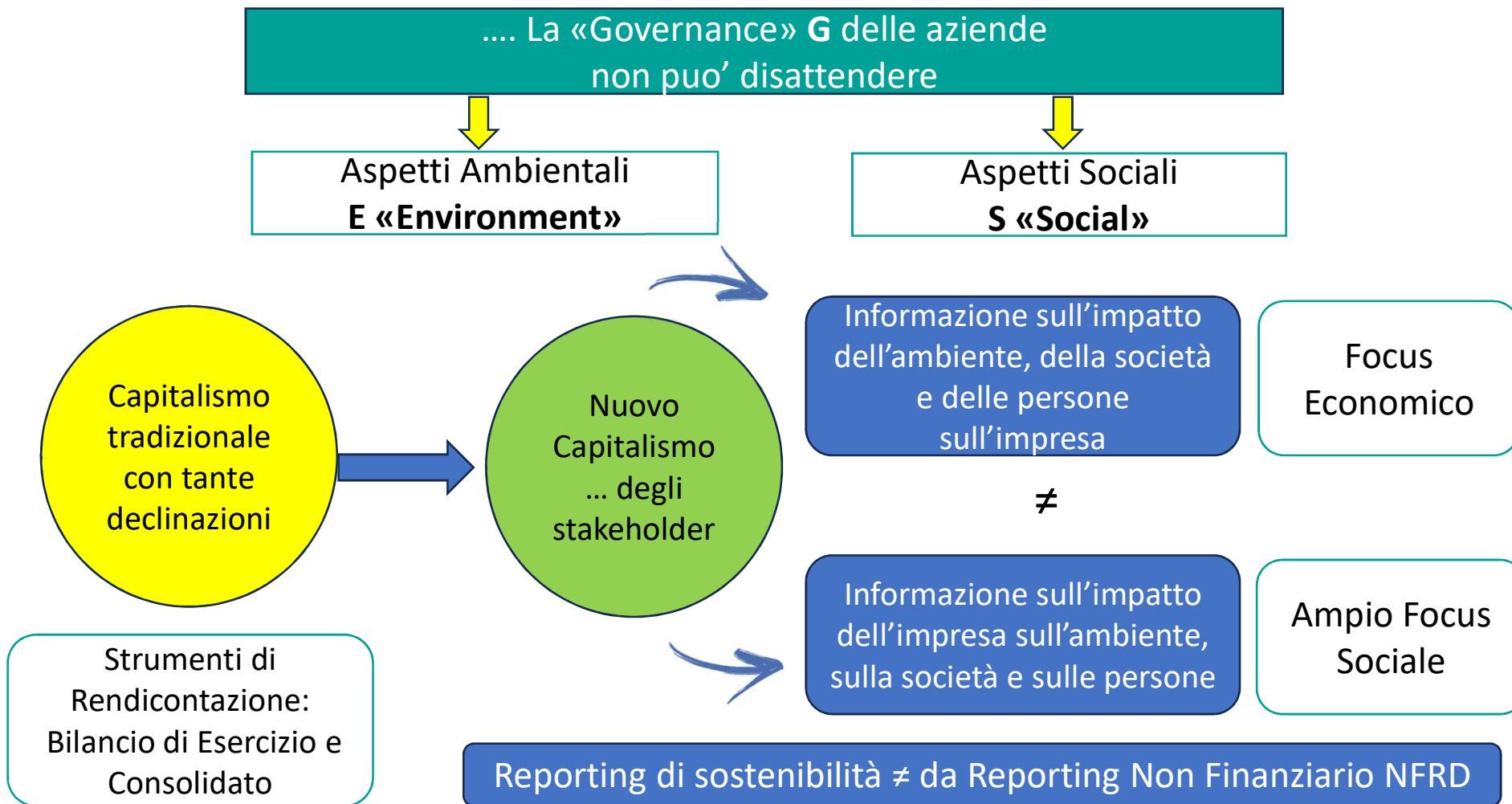
... o come queste:

Codice di Corporate Governance 2020

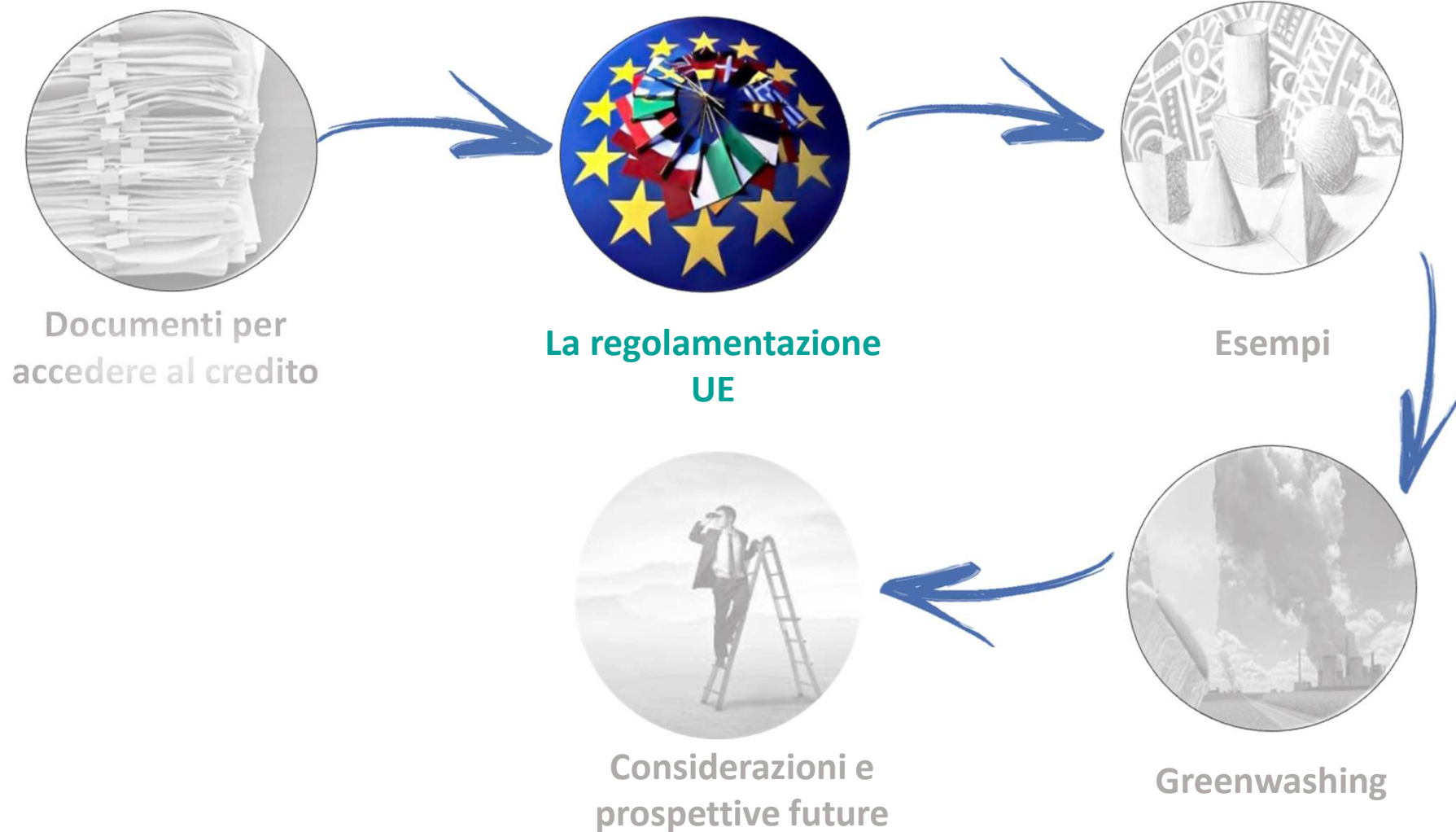
ART. 1 L'organo di amministrazione guida la società perseguendone il **successo sostenibile** ...

Elementi di novità per le aziende per accedere al credito

2/2



Il nostro percorso di apprendimento



Le tappe della regolamentazione UE



- Accordo Parigi: UE riduzione GES al 40% (rispetto ai livelli del 1990).
- Obiettivo vincolante rivisto al 55% da raggiungersi entro il 2030
- **UE prima economia e società a impatto climatico zero entro il 2050.**



2020 Regolamento Europeo «Taxonomia»

Scopo: rafforzare la fiducia degli investitori per l'analisi di sostenibilità, con linguaggio comune, comparabilità informazioni, al fine di cogliere le opportunità e i rischi di investimento. come il **greenwashing**, una pratica che vede le aziende fornire informazioni ingannevoli o false sulla sostenibilità dei loro prodotti o servizi.



2022/2023 **nuova Direttiva CSRD** estende in misura molto significativa l'applicazione del **reporting di sostenibilità**.

Nuovo documento all'interno della Relazione sulla Gestione, divenendo così parte integrante e sostanziale del reporting annuale di una società

Il nostro percorso di apprendimento



Documenti per accedere al credito



La regolamentazione UE



Esempi



Considerazioni e prospettive future



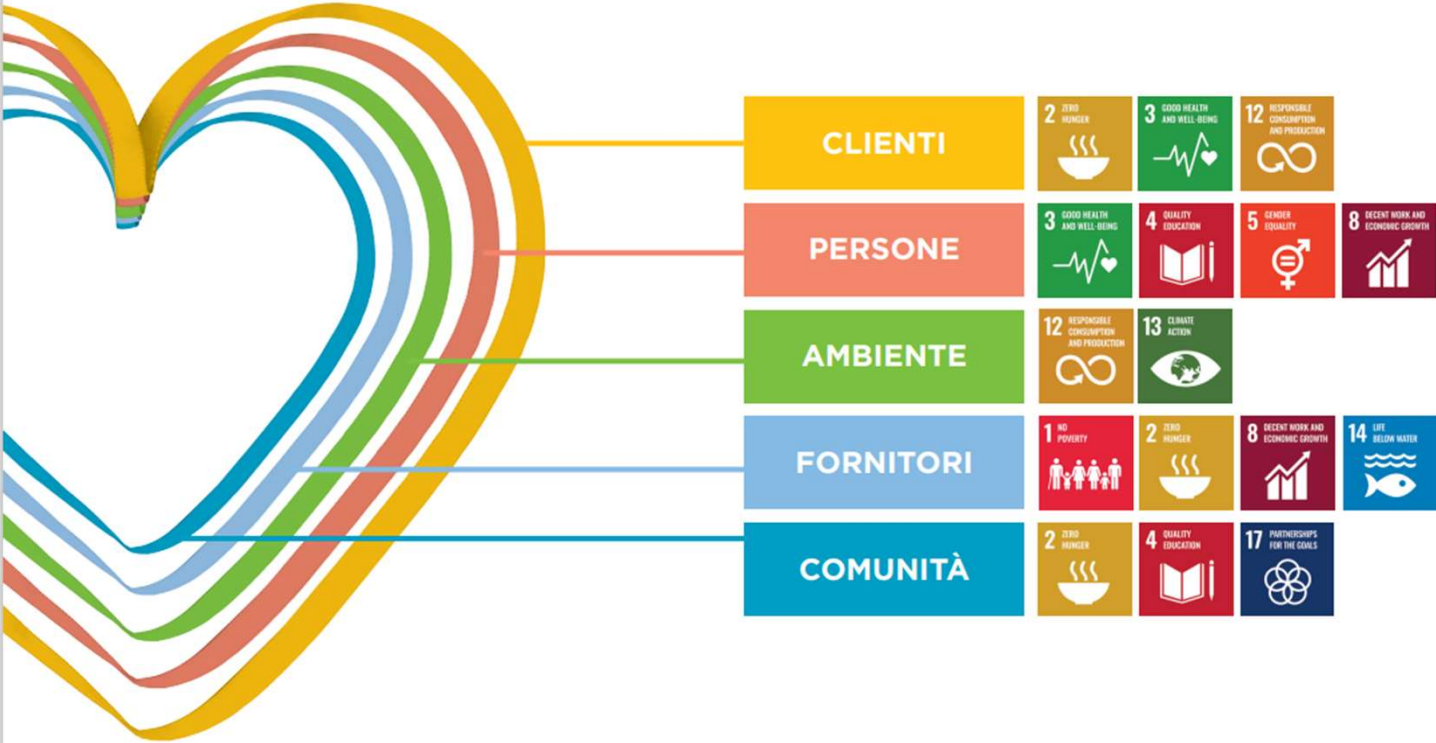
Greenwashing

- ESSELUNGA redige annualmente il bilancio di sostenibilità (156 pag.) che è uno dei più completi nel settore della grande distribuzione. In particolare, si sottolinea la presenza del Report sul Cambiamento Climatico.
- Il report sul cambiamento climatico definisce la governance di sostenibilità, i rischi derivanti dal cambiamento climatico, e le azioni necessarie per affrontarli. Inoltre contiene la carbon footprint del gruppo e gli obiettivi di riduzione delle emissioni di CO2.



LA NOSTRA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Il Piano strategico di sostenibilità di Esselunga si articola su **5 pilastri fondamentali**, ognuno dei quali prevede **obiettivi e target al 2025** che compongono il Piano di Sostenibilità di Esselunga. La definizione di obiettivi e target, specifici e misurabili, ha permesso ad Esselunga di **valorizzare il legame, nonché il contributo concreto dell'Azienda ai Sustainable Development Goals (SDGs)** dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Esselunga, infatti, ha aderito all'Agenda 2030 e, attraverso il proprio Piano di Sostenibilità, intende contribuire attivamente al raggiungimento di **10 dei 17 Obiettivi**, in un percorso di collaborazione e responsabilità necessario per affrontare le complesse sfide attuali e future.



SDG 1: NO POVERTY

Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo



FILIERA RESPONSABILE

Obiettivo 2025:
100% del cacao utilizzato per i prodotti a marchio Esselunga certificato equo-solidale ed estensione della certificazione anche ad altre filiere.

Risultati raggiunti nel 2021:
Nel 34% dei prodotti a marchio con cacao è utilizzato cacao equo-solidale.

TARGET 1.1 Entro il 2030, eliminare la povertà estrema per tutte le persone in tutto il mondo, attualmente misurata come persone che vivono con meno di \$1,25 al giorno.



PRINCIPALI INIZIATIVE SVILUPPATE NEL 2021

Il Progetto Cacao Sostenibile

Il progetto Cacao Sostenibile è stato avviato da Esselunga in collaborazione con Altromercato, con l'obiettivo di favorire il commercio di cacao acquistato da cooperative in Paesi in via di sviluppo, garantendo ai coltivatori un trattamento economico e sociale equo e rispettoso, oltre al finanziamento di specifici progetti di sostentamento.

Un impegno quinquennale che prevede un investimento complessivo da parte di Esselunga di 1.135.000 € (di cui 575.000 € stanziati direttamente da Esselunga e 560.000 € raccolti grazie ai Punti Fidaty utilizzati dai clienti attraverso il Catalogo Fidaty).



Il nostro percorso di apprendimento



Documenti per accedere al credito



La regolamentazione UE



Esempi



Considerazioni e prospettive future



Greenwashing

Cosa è il Green Washing



Oggi “essere green” è molto di moda. Alcune aziende pensano infatti che basti far finta di dimostrare un attaccamento all’ambiente e al pianeta per guadagnare punti in reputazione e immagine aziendale

L’attenzione verso il cambiamento climatico e la sensibilità dei consumatori verso le tematiche green, comporta



la tentazione da parte delle aziende, di un’immagine verde per attirare clienti.

Se però le dichiarazioni non corrispondono alla sostanza il rischio è quello di scivolare



nella pratica del **Greenwashing**, ossia di darsi una patina di società attenta all’ambientale anche se non è così.



Come si realizza il Green Washing con quali obiettivi?

viene fatto attraverso campagne e messaggi pubblicitari o in qualche caso persino iniziative di responsabilità sociale.

QUALI SONO GLI OBIETTIVI DEL GREENWASHING:

1. valorizzare la reputazione ambientale dell'impresa e
2. ottenere i benefici in termini di fatturato (perché aumenta il bacino di clientela).

Questa pratica è sanzionata in Italia dallo Iap e dall'Antitrust. Ecco alcuni esempi:



mercato ortofrutticolo usa solo sacchetti di plastica riciclata, per salvare l'ambiente e non incentiva l'uso di materiali naturali o, più semplicemente, il riutilizzo di sacchetti da casa.

Una grande azienda di computer dichiara che il 60% delle vendite andrà in favore della tutela dell'ambiente. Il compratore per tale ragione preferisce tale prodotto ad altri. Successivamente scopre che il 60% delle vendite andrà a una fondazione di proprietà della stessa azienda che, per sgravarsi dalle tasse, impiega solo il 5% per la sostenibilità



Perché conviene il Greenwashing

Il greenwashing si rivela un grande affare, di moda e molto redditizio:

- ❑ Costa di meno: investire 100K in pubblicità è più economico che cambiare veramente la catena di produzione o i metodi di smaltimento.
- ❑ Il consumatore è molto sensibile alla tematica ambientale. Generalmente, il consumatore medio è inattivo verso l'ambiente: non fa nulla di concreto per migliorare le cose, però se deve scegliere tra un acquisto green e uno non dichiarato tale, sceglierà quasi sempre il primo. Dichiarare una pratica e una coscienza green fa vendere di più.
- ❑ In assenza di innovazione nel prodotto che si vende o nella comunicazione, è facile distinguersi dalla concorrenza battendo sull'ecosostenibilità come elemento distintivo: non va spiegata al pubblico e nessuno indagherà veramente.
- ❑ Se si viene scoperti si è sempre in grado di giustificarsi: “poco è meglio di niente”.
- ❑ Se nessuno davvero indaga l'azienda ha accesso a ulteriori finanziamenti e occasioni di mercato.

Come si riconosce il Greenwashing

C'è un vero elenco di segni distintivi per riconoscere i casi di greenwashing. Il segreto delle truffe sta proprio nell'essere sempre un passo avanti a chi ne è abituato. Però spesso **l'avidità porta a lavori mal fatti e facilmente riconoscibili:**

Nella pubblicità, nel sito o direttamente sul prodotto si fa riferimento a slogan "green", ma poi si trovano difficilmente le informazioni sulle reali pratiche di ecosostenibilità.

- Il prodotto è affiliato o è una marca acquistata da multinazionali provatamente senza scrupoli.
- Il prodotto è seguito da "ECO-BIO" in bella vista ma non si trovano le certificazioni chiare.
- La comunicazione è interamente incentrata sul green (, "eco" e "bio" inseriti nel nome...).
- Promette troppo.
- Spesso (ma non sempre) il fatto che l'azienda non si appoggi a realtà esterne ma tenga al suo interno tutte le pratiche green è un pessimo segno.
- Testimonial pubblicitari troppo importanti pagati per parlare dell'ecosostenibilità del prodotto.

Rischi di Greenwashing

Nel 2022 sono stati chiamanti in causa Governi, ONG e Aziende

- ❖ **Importanti brand** sono stati coinvolti in operazioni di greenwashing nel 2022, ovvero per aver fatto affermazioni di dubbia sostenibilità, cosa che ha creato loro problemi legali. Ciò ha portato a un fenomeno noto come silenzio verde, in quanto alcune aziende minimizzano le proprie credenziali ecologiche per paura di essere prese di mira.
- ❖ Con l'intensificarsi dei controlli, anche i gruppi ambientalisti sono stati chiamati in causa per il greenwashing.
- ❖ Nel 2020, **Eco-Business** ha registrato otto casi di marchi chiamati in causa per greenwashing. Nel 2021 sono stati 11. Quest'anno ne abbiamo individuati 18 e, senza dubbio, ci sono molti altri esempi di iperbole verde che sono passati inosservati.
- ❖ **Video Gabbanelli**

Rischi di Greenwashing

DATA ROOM



0:01 / 3:16



Il nostro percorso di apprendimento



Documenti per accedere al credito



La regolamentazione UE



Esempi



Considerazioni e prospettive future



Greenwashing

Cosa possiamo fare NOI per il pianeta?

→ 170
azioni quotidiane

*per trasformare
il nostro mondo*

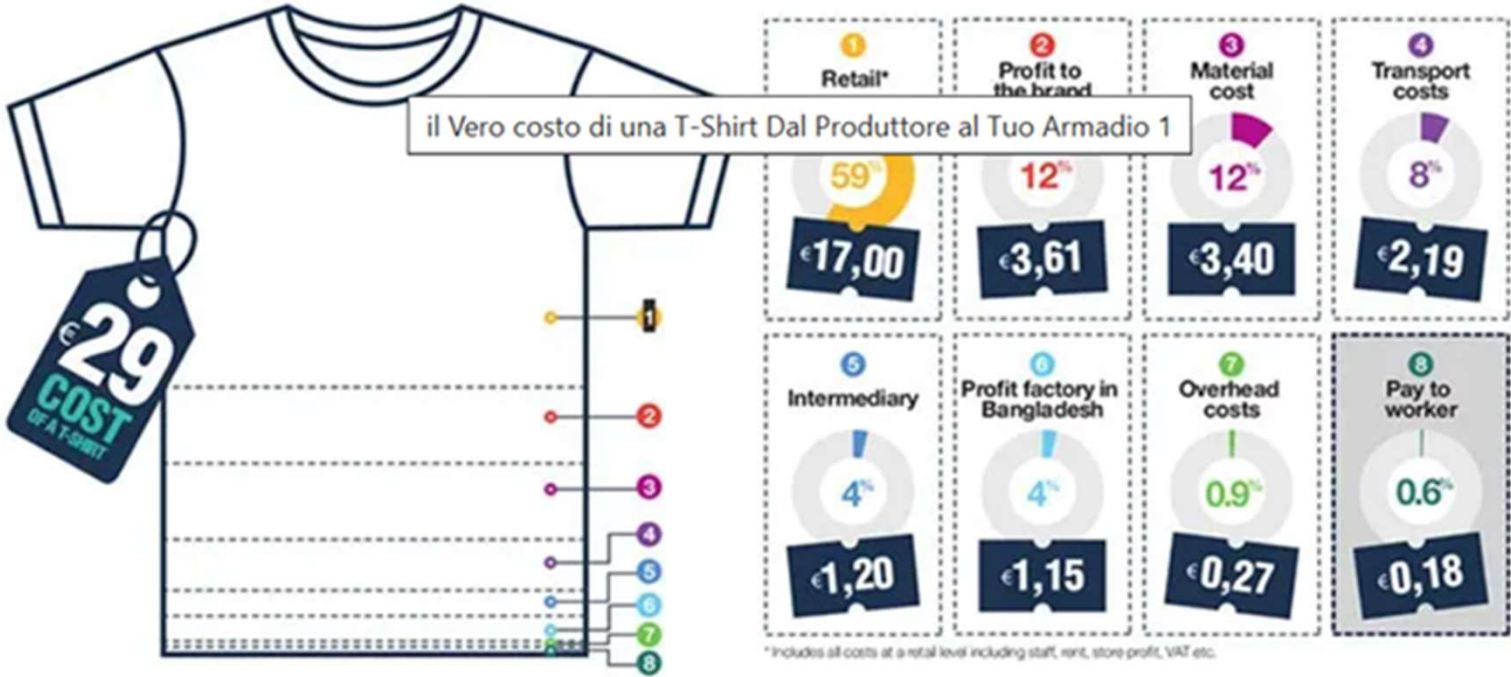
1 COMUNITÀ
2 ENERGIA
3 SALUTE
4 LIBRO
5 DONAZIONE
6 ACQUA
7 ENERGIA
8 ECONOMIA
9 RICICLAGGIO
10 DONAZIONE
11 INFRASTRUTTURE
12 ECONOMIA
13 AMBIENTE
14 MARE
15 AEREA
16 PULIZIA
17 RIFORMA

<p>Leggi un libro che parli dell'acqua. Aumenterà la tua comprensione del suo impatto sulle società, sull'economia e sul nostro pianeta.</p> <p>1</p>		<p>Evita gli sprechi. Quando rimangono i cubetti di ghiaccio in un bicchiere dopo aver bevuto, non buttarli; mettili nelle piante.</p> <p>2</p>
<p>Sostieni le organizzazioni che forniscono acqua alle aree in difficoltà.</p> <p>3</p>	<p>6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI</p>	<p>Fai donazioni a progetti che richiedono fondi per scavare pozzi, installare tubi e pompe, corsi di formazione sulla manutenzione per le comunità, ecc.</p> <p>4</p>
<p>Non gettare mai nel water prodotti chimici tossici come vernici, sostanze chimiche o farmaci. Inquinano i laghi e i fiumi e causano problemi alla flora, alla fauna del mare e agli esseri umani.</p> <p>7</p>	<p>Ripara le perdite domestiche. Un rubinetto che perde può far sprecare più di 11.000 litri all'anno.</p> <p>5</p>	<p>Organizza giorni di raccolta fondi nelle scuole in occasione della Giornata mondiale dell'acqua e del Toilet Day e dona i soldi al progetto prescelto.</p> <p>6</p>
	<p>Lava la tua auto presso un autolavaggio che ricicla l'acqua.</p> <p>8</p>	
	<p>Chiudi il rubinetto quando ti lavi i denti e quando ti insaponi sotto la doccia.</p> <p>9</p>	<p>Chiama un "Green Plumber" per ridurre i consumi di acqua, energia e prodotti chimici.</p> <p>10</p>

11

Le scelte del consumatore

BREAKDOWN OF COSTS OF A T-SHIRT



Grazie per l'attenzione!

UniGens Organizzazione
di Volontariato