

Si è svolta anche quest'anno presso l'Auditorium di Assolombarda l'evento conclusivo della 12^a Edizione del Sodalitas Social Award, il Premio per la Sostenibilità d'Impresa organizzato da Fondazione Sodalitas.

"Anche quest'anno il Sodalitas Social Award registra l'attualità dell'impegno e il forte carattere innovativo di molte iniziative di CSR delle imprese sui fronti più sensibili della coesione sociale e della sostenibilità" ha dichiarato Ruggero Bodo, Responsabile del Sodalitas Social Award per Fondazione Sodalitas.

Tutti i progetti candidati alla 12^a Edizione del Sodalitas Social Award sono raccolti nel Libro d'oro della Responsabilità Sociale d'Impresa e sono consultabili su Sodalitas Social Solution, il database online sulla Sostenibilità d'Impresa più completo a livello europeo.

I vincitori del premio

Valorizzazione della Persona e protezione del Lavoro

Vincitore: ABB - La sicurezza fa squadra. Campionato della sicurezza ABB 2013

Il Campionato della Sicurezza di ABB è un progetto pensato per trasmettere la cultura della sicurezza in azienda e per sensibilizzare il personale all'importanza del proprio contributo nel rendere il luogo di lavoro un posto sicuro in cui operare. Obiettivo dell'iniziativa è raccogliere il maggior numero di segnalazioni di situazioni pericolose accadute durante le attività lavorative, insieme a proposte migliorative e soluzioni di maggior efficacia. I dipendenti partecipano al campionato suddivisi in squadre e sono chiamati a seguire un regolamento preciso, allo scopo di ottenere valutazioni positive dalla commissione giudicatrice appositamente costituita e chiamata anche ad assegnare i premi in palio. Tra il 2012 e il 2013 il Campionato della Sicurezza - che l'azienda ha in programma di estendere nel breve periodo anche ad altri siti - ha permesso ad ABB di vedere aumentate sensibilmente le segnalazioni (da 40 a 555) e le proposte migliorative da 22 a 84) da parte dei propri dipendenti, nonché di assistere ad una riduzione del 20% delle giornate lavorative perse a causa di infortuni.

Finalisti: ABB, Ferrovie dello Stato Italiane, Gap Italy, Gruppo Filo Diretto, SACE.

Premio Speciale per l'iniziativa più efficace nella Lotta alla Discriminazione: Repower Italia - Riprogettare la disabilità - L'esperienza della Locanda alla Mano

Per soddisfare gli obblighi di inserimento lavorativo di persone con disabilità in azienda, Repower ha deciso di utilizzare lo strumento dell'art. 14 D.Lgs. 276/03 e di investire proprie

risorse (umane, professionali ed economiche) per supportare lo start up di una cooperativa sociale di tipo B (Contè) per la gestione di un punto di ristoro a Milano con impiego di ragazzi down. La "Locanda alla Mano", patrocinata dal Comune di Milano, è oggi completamente operativa e impiega sia ragazzi con sindrome di down che disabili intellettivi.

Occupazione dei Giovani e promozione dell'Auto-imprenditorialità e dell'inserimento lavorativo

Vincitore: Barilla G. e R. Fratelli - Barilla per i giovani: finanziamento di 10 percorsi formativi con rilevanza sociale e ambientale

Per celebrare il centenario della nascita del fondatore dell'azienda Pietro Barilla, il Gruppo, in collaborazione con Centromarca e Unione Parmense degli Industriali, ha lanciato ad aprile 2013 il progetto "Barilla per i Giovani". L'obiettivo principale del progetto deriva dal desiderio di finanziare un percorso di alta formazione per giovani di talento. Nell'ambito del programma sono state finanziate 10 borse di studio del valore di € 40.000 l'una per promuovere la formazione pluriennale di ragazzi talentuosi dai 18 ai 28 anni residenti in Italia. I candidati all'Award - in tutto sono state 400 le idee presentate - sono stati chiamati ad elaborare un progetto per il futuro e il corrispettivo percorso formativo a suo sostegno. La 2^a Edizione del programma sarà estesa a livello internazionale e focalizzata sul settore agroalimentare; saranno finanziate le migliori idee provenienti dalle giovani menti di tutto il mondo con un'attenzione alle tematiche ambientali, sociali e nutrizionali.

Finalisti: Barilla G. e R. Fratelli, Capgemini Italia, Regione Basilicata, Shell Italia E&P, UBS (Italia).

Partnership nella Comunità e Social Innovation

Vincitore: Nordiconad - Portobello, L'emporio solidale di Modena

Portobello - gestito da oltre 140 volontari e con prodotti provenienti da donazioni grazie ad una rete di 23 promotori appartenenti al mondo del volontariato e 48 partner e donatori del mondo delle istituzioni, delle imprese e dell'associazionismo - è come un supermarket: chi è in difficoltà può fare la spesa, per 6 mesi, pagando non in euro ma in "punti", caricati sul proprio codice fiscale. L'accesso viene determinato dai Servizi sociali del comune di Modena ed i punti sono assegnati in base alla composizione del nucleo familiare. Chi fa la spesa è invitato ad impegnarsi, in base alle proprie possibilità, in attività di volontariato.

Uno degli obiettivi del progetto infatti, oltre al contrasto della povertà e alla prevenzione dello spreco alimentare, è l'adozione di un'ottica di welfare generativo e non assistenziale nell'affrontare le esigenze delle persone. Nordiconad ha partecipato al progetto mettendo a disposizione prodotti, strumenti e competenze, affinché l'obiettivo comune venisse raggiunto. Ad oggi l'iniziativa fornisce supporto a 280 famiglie e raggiunge, nella redistribuzione dei prodotti invenduti, 31 tra organizzazioni di volontariato e parrocchie.

Finalisti: Alessi, Ferrovie dello Stato Italiane, InCerchio Casalecchio, Nordiconad, SIA

Premio Speciale per il miglior progetto di partnership realizzato nei Paesi in via di Sviluppo: Alessi - Alessi for Children

"Alessi for Children" è la campagna lanciata dall'azienda a fine 2012 con l'obiettivo di costruire, in collaborazione con Ai.Bi. - Associazione Amici dei Bambini la prima casa famiglia per i bambini abbandonati della Repubblica Democratica del Congo. Tra novembre e dicembre Alessi ha lanciato una promozione che prevedeva che l'azienda donasse 1 euro per ogni prodotto venduto in tutti i negozi di tutti i paesi del mondo. Alla promozione sono state associate attività di comunicazione, sensibilizzazione e coinvolgimento dei clienti e dell'opinione pubblica, sia attraverso la rete di punti vendita sia attraverso i media.

In questo modo sono stati raccolti oltre 200.000 euro che hanno permesso di acquistare e ristrutturare una struttura a Kinshasa, in grado di ospitare fino a 35 bambini. Nel corso del 2013 sono state poi avviate altre iniziative (commerciali, web, eventi) per dare continuità al progetto e sostenerlo per tutta la fase di avviamento.

✖ Tutela e sensibilizzazione ambientale Vincitore: Ecopneus - Io scelgo la strada giusta

La campagna "Io scelgo la strada giusta" - realizzata in affiancamento ad un intervento di raccolta straordinaria di PFU abbandonati nella Terra dei Fuochi - è partita dallo slogan "Se li acquisti in nero uccidi la tua terra" ed è stata ideata con l'obiettivo di sensibilizzare i cittadini all'importanza di operare scelte di legalità, che possono interrompere la catena di abbandono che minaccia il paesaggio e la salute della popolazione.

La campagna di Ecopneus si è svolta on e off line ed ha già permesso di prelevare e avviare a corretto recupero oltre 8.500 tonnellate di PFU abbandonati in 5 città: Napoli, Caserta, Caivano, Giugliano in Campagna e Scisciano. I prelievi nel prossimo futuro raggiungeranno numerose altre località.

Finalisti: Carlsberg Italia, Chep Italia, Conad e Sanpellegrino, DANI, Ecopneus, Iren.

Consumo sostenibile e catena di fornitura responsabile

Vincitore: Leroy Merlin – Un progetto di compensazione eco-socio-ambientale per la valorizzazione dell'economia locale

Nel 2013 Leroy Merlin, per contrastare i cambiamenti climatici e neutralizzare le emissioni di gas serra prodotte dal proprio ciclo distributivo, ha deciso di implementare una serie di servizi ecosistemici (di assorbimento della CO₂, filtraggio delle acque, riduzione dell'inquinamento da fertilizzanti e pesticidi) tramite la produzione di legname locale da piantagioni di pioppo distribuiti nei territori vicini ad alcune delle proprie unità logistiche. I pioppi nei territori interessati vengono quindi acquistati dal fornitore Vigolungo per una commercializzazione di legno certificato nella rete dei PV Leroy Merlin Italia. Il progetto è il primo esempio di "contratto di filiera" del settore ed ha permesso ad oggi di compensare 7.639,08 tonnellate di CO₂, pari alla quasi totalità delle emissioni legate al trasporto di merce inbound e outbound dal deposito di Rivalta Scrivia. L'impresa ha così raggiunto una stabilizzazione della propria catena di fornitura di pannelli di legno locale, di cui conosce l'origine e il ridotto impatto inquinante.

Finalisti: Iren, Leroy Merlin, Mareblu.

Iniziative di Responsabilità Sociale realizzate da Istituzioni ed Enti Pubblici

Vincitore: Università degli Studi di Parma – Le Eli-Che: Un'altra macchia (DSA) e il leopardo è quasi pantera

L'Università degli studi di Parma – attraverso il proprio coordinamento delle iniziative rivolte agli studenti disabili, con DSA e BES – intende offrire a questi studenti delle opportunità concrete di accompagnamento allo studio, di motivazione e di integrazione. Costruendo una rete di Docenti anche delle scuole superiori del territorio e realizzando percorsi personalizzati (grazie anche al coinvolgimento di una Psicoterapeuta specializzata e di una Convenzione finalizzata con l'AUSL), l'Ateneo è riuscito a passare da 20 studenti seguiti nel 2010 a 157 oggi. Finalisti: ARPA Lombardia, Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura del Vebano Cusio Ossola, Direzione Generale Salute – Regione Lombardia, Università degli Studi di Parma.

PREMIO SPECIALE - Iniziative di Responsabilità Sociale realizzate da PMI

Vincitore: F.B.S. – DivanoXmanagua, il primo divano co-costruito al mondo

DivanoXmanagua è un progetto di co-business e crowd-crafting, ideato da Berto Salotti e Terre des Hommes, che ha coinvolto in 6 sessioni di lavoro i maestri artigiani di Berto, TDH, i designer di Castello Lagravinese Studio, gli studenti del Corso di Tappezzeria del Centro di Formazione AFOL Meda e la gente comune. Filippo Berto, titolare dell'azienda, ha partecipato con i suoi dipendenti alla costruzione del divano. Questa esperienza è stata oggetto di racconto, in tutte le sue fasi, attraverso i social e il blog BertoStory in 6 lingue diverse.

Il progetto ora prosegue: il divano realizzato all'inizio del percorso è stato inserito nel catalogo di Berto. Per ogni divano venduto, Berto devolve una royalty del 2% a Terre des Hommes Italia per continuare a finanziare l'intervento in Nicaragua. Finalisti: Europe Consulting, F.B.S., SGR Servizi.

PREMIO SPECIALE - Iniziative sostenibili e innovative a sostegno delle tematiche di Expo 2015

Vincitore: Bolton Alimentari - Best Food Generation

Nato nel 2011 dalla partnership tra Rio Mare ed Expo Milano 2015 per diffondere la cultura dell'alimentazione responsabile presso le nuove generazioni coinvolgendo insegnanti e genitori, quello di Bolton Alimentari è un progetto didattico di lungo termine, con cui approfondire ogni anno un tema specifico in ambito nutrizionale in collaborazione con esperti selezionati. Le classi coinvolte sono di volta in volta chiamate a realizzare dei lavori creativi che, sottoposti al giudizio di una Commissione, fanno vincere alla scuola un premio annuale e un bonus per una gita scolastica all'Expo Milano 2015.

"Best Food Generation" ha coinvolto ad oggi oltre 2500 scuole e 200.000 bambini per ogni edizione. Alle scuole aderenti - in tutto 5.713 - sono stati distribuiti 23.700 kit didattici contenenti 1,1ml di libretti didattici, con conseguenti sensibilizzazione e miglioramento dei comportamenti alimentari dei bambini e delle rispettive famiglie.

Finalisti: Bolton Alimentari, Comunità del Mais, Ikea Italia Retail, Repower Italia.