



Education to Export è il programma formativo **gratuito** per crescere all'estero.

SCOPRI DI PIÙ

sace
gruppo cdp

Dalle banche all'energia. Le storie di sostenibilità nel Grande libro di Prima Comunicazione



Di Maria Paola Frajese | 13/01/2021 - Verde e blu

Qual è il reale impatto della sostenibilità nei diversi settori della società? È di moda o è un'effettiva priorità? si chiedono gli scettici. E soprattutto cosa significa veramente? Prima Comunicazione, con una serie di contributi, cerca di rispondere a queste domande e molte altre nel suo "Grande libro della sostenibilità e comunicazione"

Parola chiave: sostenibilità, intorno ai diciassette obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile. È a questo tema oggi così importante e diffuso che *Prima Comunicazione* dedica un approfondimento speciale. Una raccolta di testimonianze, racconti, storie e informazioni per dare un'interpretazione del concetto di sostenibilità tramite i suoi protagonisti più autorevoli.

GIOVANI E FUTURO

"Lo sviluppo è sostenibile se la soddisfazione dei bisogni della generazione attuale non pregiudica a quelle future di poter realizzare i propri". **Enrico Giovannini**, fondatore dell'Alleanza italiana per lo Sviluppo sostenibile, Asvis, nella sua intervista spiega il ruolo dell'Asvis e la mobilitazione che propone: prima di tutto il coinvolgimento dei sindacati per la trasformazione del sistema produttivo alla luce dell'Agenda 2030, ma anche la sollecitazione di una discussione sulla giusta transizione per portare le associazioni di imprenditori a impegnarsi sui temi dello sviluppo sostenibile.

Insieme a Giovannini, che ha fatto il punto su presente e futuro con una particolare attenzione alle giovani generazioni, sono intervenuti **Fabrizio Barca** che ricorda come lavorare per la sostenibilità significhi pensare alla libertà delle prossime generazioni ed **Ermete Realacci** che descrive un'Italia "campione nell'economia circolare", oltre che "al primo posto nel mondo per influenza culturale complessiva", da qui dovrebbe partire il *Green deal*.

CAMBIO DI PASSO NELLA MODA



Tweet di @formicheneus

Formiche
@formicheneus

Antonio Palmieri (Forza Italia): "Noi abbiamo già redatto una sorta di "Bill of Rights" sulla rete, d'accordo con l'on. Boldrini. Lo presentammo ai tempi del governo Renzi, non successe nulla. Però esiste ancora. Ripartirei da lì"

6m

Formiche
@formicheneus

Salvini, Meloni e la Cdu post-Merkel. Parla Marian Wendt

Marina Spadafora, stilista italiana, tra le più note attiviste a livello internazionale nel settore della sostenibilità della moda, sottolinea: "Si stima che chi non investe in responsabilità sociale, in sostenibilità va incontro a una perdita del 30 per cento del fatturato. Ma è un percorso da compiere in maniera seria e continuativa" e consiglia di fare scelte sostenibili anche per i capi che vengono riposti all'interno del proprio armadio.

Una rivoluzione che pervade l'universo moda nel suo insieme e anche *Zara* e *H&M*, infatti, iniziano a realizzare collezioni sostenibili al fine di instaurare un cambio di passo anche nel cosiddetto settore della "fast fashion".

Brunello Cucinelli, stilista e imprenditore italiano, fondatore dell'omonima azienda ricorda: "Chi lavora con me conosce la mia filosofia. Cerchiamo di non sprecare l'acqua o di riutilizzarla, di non usare inquinanti, di coltivare piante con metodi naturali (...) Non può essere un'utopia perché siamo quotati in Borsa. Per essere credibile devi essere vero".

STORIE DI SOSTENIBILITÀ

L'impatto del tema della sostenibilità analizzato nello speciale riguarda anche il settore dell'automotive, del cibo tra alimenti alla portata di tutti e agricoltura, ma anche le aziende che sono protagoniste degli interventi culturali ed economici necessari.

Le testimonianze arrivano dal settore delle banche, della finanza e delle assicurazioni (Cdp, Intesa, Generali), dell'energia (Enel, Edison, Acea, Terna), delle telecomunicazioni (Vodafone, Fastweb), del tempo libero (Philip Morris, Sisal), dei trasporti (Aci, Bmw, Ferrovie dello Stato) e dei servizi (Edenred). Senza dimenticare il mondo dei media, della pubblicità e del marketing: partendo dall'assunto che ormai la sostenibilità non viene affrontata soltanto dagli esperti ma è un'urgenza di tutti.

L'*impact advisor* **Paolo Iabichino** spiega perché "la sostenibilità è fondamentale per stare oggi sul mercato": "Il gioco si fa duro e c'è una sorta di selezione naturale. Una cosa è comprare una marca per le sue qualità funzionali e per come è rappresentata e si rappresenta; altra cosa è 'volarla' perché ti assomiglia. Così diventa una tua bandiera".

Il "Grande libro della sostenibilità e comunicazione" è in edicola a Roma da oggi, 13 gennaio, ed è disponibile in digitale.

Condividi tramite


[Incorpora](#)
[Visualizza su Twitter](#)


SOTTOSCRIVI SUBITO UN ABBONAMENTO A FORMICHE PLUS

Il mondo di Formiche dove e quando vuoi

ABBONATI SUBITO



BLOG



Governo e Recovery: priorità al rilancio economico e sociale dell'Italia

di Gabriele Ferrieri



Casini: nell'era di Google nessuno Stato può farcela da solo

di Roberto Race



Recovery, la proposta di Angi: investire il 15% su giovani e innovazione

di Gabriele Ferrieri

Trenitalia-dic2020-videobox...

