

Campioni di sostenibilità applicare i valori esg? Sembra un costo ma rende

## Applicare i valori ESG? Sembra un costo ma rende

Un seminario promosso da Amyralia con Economy per illustrare le molte buone ragioni, sia tattiche che strategiche, per investire oggi nei principi (e negli strumenti) della sostenibilità ambientale e sociale

Sergio Luciano - 10/07/2023



Da sinistra Doegp Piras, Sarah Canonici e Andrea Martra

Ma insomma, questa sostenibilità è un costo o è un beneficio, per l'impresa? Secondo i superconsulenti di Amyralia... dipende. Dipende dalla qualità delle informazioni di cui si dota l'imprenditore, dai consigli che riceve e che ascolta. Consigli che quelli di **Amyralia** – la società di consulenza strategica del **Gruppo Allcore s.p.a.** (ex gruppo Soluzione Tasse s.p.a., fondato da **Gianluca Massini Rosati** e quotato in Borsa, forte di 250 risorse interne e altrettanti professionals esterni) – dispensano a chi glieli chiede, non rinunciando, in parallelo, a fare una sorta di "apostolato culturale" sull'importanza dell'informarsi e del documentarsi per meglio gestire l'azienda e, ad esempio, la sostenibilità, sia ambientale che sociale.

«Noi come Amyralia lavoriamo per far crescere le aziende, e siamo convinti che più che normarli gli imprenditori bisogna informarli», spiega **Lorenzo Ait**, co-founder di Alicore e Cco di Amyralia, aprendo il seminario organizzato con la media partnership di Economy a Milano, dal titolo severo di "Esg: obblighi e direttive Ue per tutte le imprese" e uno svolgimento più tranquillizzante: «In materia di Esg, cioè appunto di sostenibilità – prosegue Ait – bisogna far capire loro che i principi Esg non sono semplicemente una serie di norme o criteri ai quali adattarsi, ma sono delle iniziative ad alto impatto sociale, ambientale, di governance che portano anche guadagno, che rendono le aziende più competitive ed è giusto che gli imprenditori



siano ben felici di adeguarsi, prima ancora che per obbligo per convenienza, per far crescere le proprie imprese».

Ma non è facile, e per questo sono preziose le occasioni di approfondimento come il seminario: l'imprenditore deve riuscire stare al passo di un'overdose informativa legata alle varie transizioni che gli stanno attraversando la strada, per poter trasformare tanti oneri in opportunità.

Un buon esempio sulla "convenienza nascosta" – per così dire! – dei principi Esg se applicati con criterio è quello della parità di genere, di cui al seminario ha parlato **Andrea Martra**, docente all'UniTo nonché Ceo di uno spin-off universitario di UniTo che si occupa di queste materie: «Sì, applicare la sostenibilità sociale è impegnativo ma si può fare senza costi. Per esempio, la parità di genere, normata dal Pdr 125 del 2022, è una prassi di riferimento che aiuta le imprese a colmare il gap di genere presente in molte di esse. Grazie all'attenzione che c'è sulla misura 5 del Pnrr, l'Italia ha messo in campo delle risorse finanziarie per sostenere le imprese che adottano quella prassi, e che si esplicano sia in termini di finanziamento per realizzarla, da parte delle Camere di commercio, sia in termini di sgravi contributivi per le aziende che poi la avranno».

Ma c'è di più: secondo Martra, un'azienda che riesca ad essere inclusiva rende meglio e più stabilmente nel tempo: «Ci sono – spiega il professore – numerose ricerche che dicono che c'è un 23% di fatturato in più e più margini nelle aziende che applicano le politiche Esg. Insomma, essere sostenibili è un business».

Ed è un business anche comunicare bene ciò che si fa "di sostenibile". Lo ha ben spiegato **Sara Canonici**, amministratore delegato di **Cleis**, società di comunicazione, consulenza della comunicazione e specializzata sulla comunicazione della sostenibilità: «Comunicare la sostenibilità non è facile ma è fondamentale per l'azienda e prima della comunicazione lo è la formazione, fondamentale. Oggi se un'azienda è sostenibile ha un plus in più e i clienti questo lo percepiscono, soprattutto i clienti più giovani perché dobbiamo tenere conto che i ragazzi di oggi sono molto attenti alle aziende che fanno sostenibilità e decidono di andare ad acquistare i prodotti proprio di quelle aziende».

Ma per fare scelte sostenibili a volte più che soldi servono sistemi gestionali appropriati: informatica, insomma. Il mestiere di **Diego Piras**, imprenditore del settore della tecnologia che guida **Omicron Consulting**, azienda information e communication technology.

Per Piras, «La tecnologia non è un focus, m un mezzo, a supporto di un miglioramento nella vita aziendale. Noi siamo un agevolatore che è a supporto agli



obiettivi che l'imprenditore si dà, purchè se li dia. L'approccio ai valori Esg è una grande opportunità. Ci sono delle tematiche che possono aiutare, che la tecnologia può aiutare, cioè le piattaforme software possono aiutare a razionalizzare e a governare bene questo aspetto che diventerà sempre più importante per la vita delle aziende».

### Sergio Luciano

Sergio Luciano, direttore di Economy e di Investire, è nato a Napoli nel 1960. Laureato in lettere, è giornalista professionista dal 1983. Dopo esperienze in Radiocor, Avvenire e Giorno è stato redattore capo dell'economia a La Stampa e a Repubblica ed ha guidato la sezione Finanza & Mercati del Sole 24 Ore. Ha fondato e diretto inoltre il quotidiano on-line ilnuovo.it, ha diretto TeleLombardia e, dal 2006 al 2009, l'edizione settimanale di Economy. E' stato direttore relazioni esterne in Fastweb ed Unipol. Insegna al master in comunicazione d'impresa dell'Università Cattolica e collabora al Sussidiario.net.

## Category

SALUTE  
TRAVEL  
LIFESTYLE  
BLU  
EXPORT  
TODAY  
LOGISTICA

## Links

Imprese  
Politica  
Lavoro  
Digital  
Norme&Fisco  
Mercati  
Consumi&Tendenze  
Video  
Podcast

## Stay connected

 Facebook  
 LinkedIn  
 Twitter

 Youtube

Edicola

Abbonamenti

Chi siamo

Contatti

Content Factory

Speciali Media

Libri &amp; Ebook

Franchising

Formazione

Redazione e Colophon

Redazione

[redazione@economygroup.it](mailto:redazione@economygroup.it)

Marketing &amp; Content Factory

[marketing@economygroup.it](mailto:marketing@economygroup.it)

Altre info

[info@economygroup.it](mailto:info@economygroup.it)

Tel. 02/89767777

Per la pubblicità

**Opq s.r.l. Direzione Generale**

Via G.B. Pirelli 30

20124 Milano

Tel. 02.66.99.25.11

e-mail: [info@opq.it](mailto:info@opq.it)

## Iscriviti alla newsletter

Email 

I tuoi dati personali verranno utilizzati per supportare la tua esperienza su questo sito web, per gestire l'accesso al tuo account e per altri scopi descritti nella nostra [privacy policy](#).

Accetto di ricevere materiale promozionale relativo a prodotti e offerte di partner terzi. Vedi la nostra [privacy policy](#).

## Pagamenti

Condizioni di vendita

Privacy policy





© Economy Magazine - Powered by [Web Napoli Agency](#)

