

# Indice

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Prefazione</b>  | <b>IX</b> |
| <b>Prologo</b>   | <b>1</b>  |
| <b>1 Dalle radici, il futuro della sostenibilità</b>   | <b>5</b>  |
| 1.1 Alle origini della sostenibilità   | 6         |
| 1.2 Sostenibilità come reputazione e progressiva integrazione nei processi aziendali             | 8         |
| 1.3 La sostenibilità diventa legge   | 10        |
| 1.4 Attacco alla sostenibilità   | 16        |
| 1.5 La formula della sostenibilità trasformativa   | 18        |
| <b>2 Il purpose o buon proposito</b>   | <b>21</b> |
| 2.1 Cosa significa avere un buon proposito   | 22        |
| 2.2 I benefici di avere un purpose   | 25        |
| 2.3 Come sviluppare una strategia orientata al purpose sfruttando la compliance di sostenibilità | 28        |
| <b>3 <i>Insight</i> – I buoni propositi di Banca Etica</b>                                       | <b>37</b> |
| 3.1 Azionisti del bene comune  | 37        |
| 3.2 La sfida socio-ambientale del Gruppo Banca Etica   | 38        |
| 3.3 Nasce il Gruppo Banca Etica  | 40        |
| 3.4 L'impatto del Gruppo Banca Etica   | 43        |
| <b>4 Le alleanze trasformative</b>   | <b>47</b> |
| 4.1 Allearsi in nome della sostenibilità   | 48        |
| 4.2 Le regole per un'alleanza trasformativa  | 50        |

|           |  |            |
|-----------|--|------------|
| 4.3       | Come scegliere il partner giusto   | 52         |
| 4.4       | Le certificazioni di sostenibilità   | 54         |
| <b>5</b>  | <b><i>Insight – Le alleanze trasformative di Bolton Food con WWF e Oxfam</i></b>                 | <b>57</b>  |
| 5.1       | Il Gruppo Bolton   | 57         |
| 5.2       | In rotta verso la pesca sostenibile  | 58         |
| 5.3       | La partnership con WWF: un impegno per la tutela degli oceani                                    | 60         |
| 5.4       | La partnership con Oxfam: diritti umani e filiera equa   | 62         |
| 5.5       | Benefici delle alleanze e obiettivi futuri   | 64         |
| <b>6</b>  | <b>L'innovazione sostenibile</b>   | <b>67</b>  |
| 6.1       | Le diverse tipologie di innovazione per la sostenibilità   | 68         |
| 6.2       | Il processo di innovazione   | 72         |
| 6.3       | I benefici dell'innovazione per la sostenibilità   | 74         |
| <b>7</b>  | <b><i>Insight – Piccole idee per cambiare il mondo</i></b>                                       | <b>79</b>  |
| 7.1       | Eoliann: dallo spazio i dati per affrontare i rischi climatici                                   | 79         |
| 7.2       | Idra Water: innovazione e sostenibilità per un futuro plastic-free                               | 82         |
| <b>8</b>  | <b>La misurazione d'impatto</b>  | <b>87</b>  |
| 8.1       | La differenza tra ESG e impatti  | 88         |
| 8.2       | La misurazione d'impatto   | 89         |
| 8.3       | Alcuni metodi per misurare l'impatto   | 94         |
| <b>9</b>  | <b><i>Insight – MULTI-ACT, un nuovo approccio alla ricerca scientifica multi-stakeholder</i></b> | <b>103</b> |
| 9.1       | In principio fu lo SROI  | 103        |
| 9.2       | Misurare l'impatto della ricerca scientifica collettiva  | 104        |
| 9.3       | L'approccio MULTI-ACT  | 105        |
| 9.4       | Risultati ottenuti e obiettivi futuri  | 107        |
| <b>10</b> | <b>La cultura della responsabilità</b>   | <b>109</b> |
| 10.1      | Cambiare la cultura per cambiare il modello di sviluppo  | 110        |
| 10.2      | Quattro buoni motivi per orientare la cultura aziendale alla sostenibilità                       | 113        |
| 10.3      | Come sviluppare la cultura della responsabilità  | 118        |
| 10.4      | Modelli organizzativi per la responsabilità  | 123        |
| 10.5      | Incentivare la responsabilità  | 126        |

|           |   |            |
|-----------|---|------------|
| <b>11</b> | <i>Insight – Il Sustainability Open Agent: un approccio pratico per cambiamenti sostenibili</i> | <b>131</b> |
| 11.1      | Introduzione: venticinque anni di cambiamento, una visione chiara                               | 131        |
| 11.2      | Chi è il SOA? La risposta a un bisogno reale  | 132        |
| 11.3      | Qual è il valore aggiunto del SOA nell'attuale contesto organizzativo?                          | 134        |
| 11.4      | Perché le organizzazioni hanno bisogno di facilitatori?   | 135        |
| 11.5      | Cosa fa il SOA, con chi e come opera?   | 136        |
| 11.6      | Operatività del SOA: i pilastri formativi   | 140        |
| 11.7      | Un viaggio guidato, con una meta: creare la cultura della sostenibilità                         | 141        |
| 11.8      | Conclusioni: un futuro a misura delle Persone e del Pianeta                                     | 142        |
| <b>12</b> | <b>Conclusioni: un punto di svista</b>  | <b>145</b> |