

Evento 5/20

Lunedì 9 maggio 2022

Pomeriggio 16:00 / 17:30

La sfida della decarbonizzazione per la neutralità climatica

Il ruolo delle professioni nella società sostenibile

(Tavola rotonda - Spazio 35)



PROGRAMMA:

La percezione della sostenibilità nella società di oggi

(D. Lazzari, presidente Consiglio Nazionale Ordine Psicologi)

Il ruolo dell'ingegnere per la sostenibilità, tra PNRR e decreto semplificazioni

(L. Scappini, consigliere Consiglio Nazionale Ingegneri)

Il ruolo degli studi professionali: la multidisciplinarietà come valore

(A. Candotti, Fieldfisher)

Il ruolo del normatore in questo mercato in evoluzione

(A. Panvini, direttore generale CTI)

L'architetto nella costruzione della città sostenibile

(G. Cappochin, consigliere nazionale dell'Ordine degli architetti,
pianificatori, paesaggisti e conservatori)

Il ruolo del dottore agronomo e forestale per affrontare

le nuove sfide nella progettazione sostenibile

(M. Martello, vice presidente Ordine dottori agronomi
e dei dottori forestali della provincia di Padova)

Il ruolo della ricerca e della formazione nella costruzione di una società sostenibile

(S. Gross, Università degli Studi di Padova)

fieldfisher

Il ruolo delle professioni nella società sostenibile

Il ruolo degli studi professionali: la multidisciplinarietà come valore

09 - 05 - 2022

duezero  cinquezero

Antonio Candotti

Il ruolo degli studi professionali nella promozione e nella costruzione della sostenibilità (1/2)

I professionisti, attraverso il loro rapporto con i clienti e con i colleghi, possono essere tra i primi artefici della **promozione** e della **diffusione** della **cultura della responsabilità sociale**, che si fonda innanzi tutto su un atteggiamento mentale, sull'adesione a un modello culturale orientato verso criteri in cui la gestione dell'impresa si fonde con i concetti di tutela delle persone e dell'ambiente, assegnando alla professione un ruolo sempre più innovativo, inclusivo e qualificante.



Il contesto attuale rappresenta infatti una straordinaria **opportunità** per il professionista che sappia porsi come interlocutore competente e credibile, fornendo il proprio contributo nell'analisi di **tematiche innovative** e nel disegno di **strategie** ed azioni adeguate, che orientino lo sviluppo verso **criteri di sostenibilità**.

Per fare ciò è essenziale che condivida e faccia propri i cambiamenti culturali in atto, per poter essere credibile agli occhi degli imprenditori e clienti: *correttezza, trasparenza e responsabilità* devono caratterizzare in primis il suo approccio alla professione, e a ciò si deve aggiungere un **adeguato livello di formazione sulle tematiche di CSR e sostenibilità**.

Solo tramite tali azioni i professionisti possono diventare realmente **consapevoli del ruolo** che possono e devono avere nei confronti dell'impresa, rafforzandone conseguentemente la **credibilità**.



Il ruolo degli studi professionali nella promozione e nella costruzione della sostenibilità (2/2)

L'attività di consulenza fornita dal professionista si caratterizza come “**trasferimento di *know-how***” all'organizzazione, favorendo la creazione e l'aumento del capitale intangibile dell'impresa.

L'approccio nei confronti delle aziende che intendono avviare un percorso di gestione orientato alla sostenibilità può essere **diversificato**, in quanto coinvolge tutti gli ambiti della gestione, e strutturato secondo **tre macro aree d'intervento**:

- **Governance**: il professionista può supportare l'impresa nell'implementazione di nuovi modelli di governance e nella definizione di linee strategiche e di gestione coerenti con i valori aziendali, che mettano in evidenza anche le componenti socio ambientali e gli asset intangibili dell'impresa, ponendo attenzione alle legittime aspettative degli stakeholder, attraverso il loro progressivo coinvolgimento.

- **Processi operativi**: il professionista può supportare l'impresa favorendo l'introduzione di strumenti che consentano l'identificazione, l'analisi ed il monitoraggio degli aspetti socio-ambientali che caratterizzano i diversi ambiti della gestione - inclusa la filiera produttiva -, con impatti sul sistema di gestione dei rischi, sul sistema di controllo di gestione e sul sistema di controllo interno.

- **Rendicontazione e comunicazione**: il professionista può rappresentare una figura importante nella valorizzazione degli elementi innovativi di gestione aziendale contenuti negli strumenti manageriali che caratterizzano l'approccio sostenibile e responsabile al business, supportando l'integrazione di tali strumenti nella strategia di comunicazione e reporting aziendale.

Possibili azioni da implementare (1/2)

Contribuire alla **sensibilizzazione dei clienti** sui temi della sostenibilità e dedicare parte delle proprie risorse ad azioni in questa direzione non dovrebbe rappresentare un semplice adempimento - un dovere professionale -, ma essere espressione dei **valori e dei principi dello Studio professionale** e quindi **essere parte integrante della mission**.

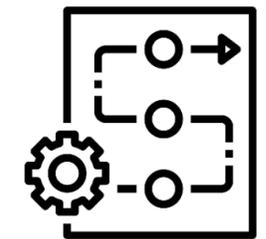
Per uno Studio, investire nella sensibilizzazione sui temi legati alla sostenibilità costituisce anche **un'opportunità per accrescere e consolidare il rapporto** con i propri clienti e creare nuove opportunità. Con riferimento ai temi della sostenibilità lo Studio può quindi:

- ❖ *Promuovere lo sviluppo della sostenibilità sia internamente sia esternamente;*
- ❖ *Diffondere consapevolezza sull'importanza nell'adottare comportamenti responsabili e sostenibili nei confronti dell'ambiente e della società verso i propri clienti e target.*



Per favorire il processo di **conoscenza e consapevolezza all'interno dello Studio** in merito all'importanza di un approccio orientato alla sostenibilità socio-ambientale, è opportuno attivarsi con:

- ❖ **Incontri dedicati al tema**, occasioni per comprendere meglio l'importanza di tali tematiche, per confrontarsi su possibili soluzioni da adottare in seno allo Studio, valutandone costi e benefici, coinvolgendo i clienti come stakeholder privilegiati;
- ❖ Definizione delle **azioni specifiche** volte a supportare la strategia stabilita dallo Studio per contribuire alla sensibilizzazione sulle tematiche di sostenibilità;
- ❖ **Divulgazione efficace** delle misure adottate (e-mail, incontri dedicati, newsletter interna, blog aziendale, bacheca aziendale ecc.), report di sostenibilità.



Possibili azioni da implementare (2/2)



- Impegnarsi a condividere informazioni legate alla sostenibilità;**
- Promuovere la cultura della sostenibilità verso i clienti dello studio;**
- Definire regole e strumenti per identificare e attivare convenzioni con enti del no profit per i clienti che vogliono approfondire i temi legati alla sostenibilità;**
- Lanciare progetti di impatto sociale sul territorio;**
- Incoraggiare i clienti dello Studio a sostenere realtà no profit**

Formare le risorse dello Studio sulle tematiche di sostenibilità, per aumentare la sensibilità su tali tematiche e sull'importanza di adottare comportamenti sostenibili nell'ambito della propria attività professionale;

collaborare con enti del no profit per lo sviluppo di progetti di divulgazione;

divulgare attraverso newsletter dedicate e customizzate a seconda dei clienti di riferimento i temi legati alla sostenibilità;

favorire la cultura della sostenibilità nei confronti dei clienti dello Studio supportando eventi e organizzando workshop dedicati al tema;

mostrare concretamente ai clienti i vantaggi derivanti dall'adozione di pratiche sostenibili (attraverso esempi di best practice o progetti di consulenza già svolti);

offrire assistenza in materia ESG, sull'economia circolare e sulla sostenibilità in generale;

promuovere l'iscrizione dei clienti a fondazioni o enti no profit che si occupano di formazione e/o attività sostenibili;

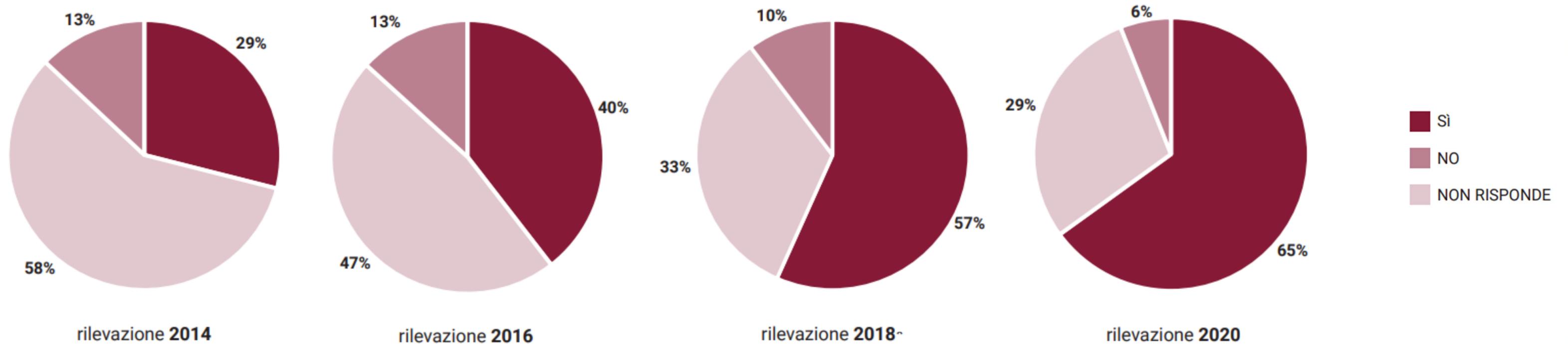
confrontarsi con altri studi attivando uno scambio di buone pratiche.

L'importanza della diffusione di una cultura della CSR interna

L'Osservatorio Socialis ha pubblicato nel 2020 la IX edizione del suo Rapporto dedicato al trend della diffusione della CSR tra le imprese. Il campione è composto da società di medie e grandi dimensioni (un totale di 400 con almeno 80 dipendenti).

Il trend risulta positivo e, in particolare, dal 2018, **la maggior parte delle aziende dichiara di diffondere internamente, attraverso vari strumenti, la cultura della CSR.** Tale tendenza si sta progressivamente estendendo al mondo dei servizi e delle professioni.

La Sua azienda ha attivato un sistema interno di diffusione della cultura di CSR aziendale?



Il ruolo delle professioni nella società sostenibile

Grazie per l'attenzione

/Antonio Candotti

antonio.candotti@fieldfisher.com

Sostenitori



Duezerocinquezero è promosso da:



Partner tecnico-scientifico: **fieldfisher** In collaborazione con: **advertendo**