



L'impegno di Coop per lo Sviluppo Sostenibile

Premessa

Le azioni di tutti i giorni, come ci muoviamo, che tipo di dieta alimentare decidiamo di avere, come fare la spesa, condizionano il nostro fragile equilibrio terrestre. A fare la differenza sono le singole scelte che facciamo nella vita di tutti i giorni e nei luoghi simbolo della nostra quotidianità, anche al supermercato. Ognuno di noi può contribuire a cambiare il Pianeta e la grande distribuzione può a sua volta giocare un ruolo decisivo, a valle nell'indirizzare le scelte dei consumatori e a monte quelle dei propri fornitori. L'usa e getta ha fatto il suo tempo. Coop lo ha abbandonato ancor prima che assumesse le caratteristiche di urgenza di oggi, consapevole del ruolo decisivo che una grande organizzazione di consumatori può avere nel cambiare il modo in cui si produce, si consuma e si smaltisce. La sua politica ambientale si fonda su un'idea circolare del Pianeta e dello sfruttamento delle sue risorse. A guardare bene il filo conduttore delle moltissime azioni promosse da Coop, tutte in maniera diretta o indiretta hanno come finalità la lotta al cambiamento climatico. La rigenerazione della plastica, la progettazione sostenibile di prodotti e dei suoi punti vendita, l'agricoltura e gli allevamenti sostenibili, il rispetto della biodiversità sono tasselli di un identico puzzle, quello di ricomporre il mondo in modo più equilibrato. E proprio queste azioni permettono a Coop di essere un soggetto attivo nella Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

Le adesioni

Coop ha aderito lo scorso 5 luglio all'iniziativa della Commissione UE sul Codice di Condotta Responsabile per il marketing e le pratiche commerciali. Lo spirito del Codice è quello di incentivare tutte le aziende coinvolte nella filiera del Food all'adozione di pratiche volontarie di sostenibilità ambientale e sociale. Sono 65 rappresentanti dell'industria e della distribuzione europea che hanno firmato il codice di condotta, ci sono diversi partner cooperativi spagnoli, inglesi e svedesi. Coop è l'unica impresa distributrice italiana che per il momento ha aderito.

Coop nel 2018 ha aderito alla "Pledging Campaign" la campagna europea per la riduzione della plastica vergine e per l'implementazione del mercato della plastica riciclata: unica insegna della grande distribuzione italiana e fra le 70 imprese complessivamente aderenti nel 2018.

Le più recenti campagne e azioni e la loro coerenza con gli SDG'S

La campagna "Oasi Urbane" (SDG'S Goal 13) - Le prime campagne ambientaliste di Coop sono datate anni '80, ma da tempo la sensibilità ha spinto Coop a delle vere e proprie azioni che abbiano una ricaduta nella vita di tutti i giorni dei propri soci. Nasce con questo spirito il progetto "Oasi Urbane" che prevede di restituire un po' di verde alle città italiane e allo stesso tempo riqualificare aree degradate, contrastare la crisi climatica, piantando alberi che assorbono gas serra, e creare zone rinaturalizzate che rendano più vivibili le città nelle ondate di calore estivo e assorbono la pioggia violenta delle 'bombe d'acqua'. Il progetto che va da settembre a dicembre, prevede la piantumazione di 10 mila alberi in 10 città italiane per realizzare altrettante oasi urbane; a piantumare saranno centinaia di giovani, soci, volontari, dipendenti, attivisti di tutte le principali cooperative di consumatori in Italia, rimarcando il carattere collaborativo e di partecipazione che da sempre distingue le azioni Coop. Il progetto ha preso il via da Milano con la prima piantumazione di 1.000 alberi e arbusti nel parco di Rogoredo e Casa Chiaravalle che avverrà tra il 27 e il 29 settembre, per mano di 150 ragazzi e ragazze arrivati da tutte le parti d'Italia. Un evento che ha anche ottenuto il patrocinio del Ministero della Transizione Ecologica e del Comune di Milano come appuntamento collaterale alla Pre-Cop26 delle Nazioni unite, che si tiene negli stessi giorni nel capoluogo lombardo. Il progetto è stato anticipato dalla collocazione simbolica in una delle piazze centrali di Milano (piazza Cordusio) di un'oasi verde in formato short (25 metri quadri di alberi e arbusti), un'installazione temporanea che segnala la presenza di Coop in città e la sua partecipazione alla Pre-Cop26. Entro dicembre le città coinvolte nel risanamento e nella rigenerazione di aree urbane degradate saranno oltre a Milano, Torino, Firenze Ancona, Bari, Genova, Livorno, Perugia, Piacenza, Roma. Il progetto "Oasi urbane" è finanziato poi con la campagna "Green Weeks Coop" (partita a fine agosto fino all'8 settembre) che ha promosso lo "sconto sostenibile" del

25% sui prodotti Coop e grandi marche, destinando il 5% del ricavato a queste attività di sostegno all'ambiente.

Inoltre...

La campagna “Un mare di idee per le nostre acque” (SDG’S Goal 14) - Ritorna per il secondo anno consecutivo la campagna di Coop per l’ambiente. Partita da Portopiccolo Sistiana, vicino Trieste, il 29 aprile, “Un mare di idee per le nostre acque”, consentirà nel corso dei prossimi mesi il collocamento, in partnership con LifeGate, di 46 Seabin (i cestini “mangiarifiuti”) in varie località d’Italia (includendo i mari ma anche fiumi e laghi). Obiettivo da raggiungere recuperare complessivamente, grazie anche ai 12 Seabin già posizionati nel 2020, 23 tonnellate di rifiuti in un anno, incluse plastiche e microplastiche, pari al peso di circa 1.500.000 bottiglie. Quest’anno il progetto include tra i nuovi compagni la barca a vela “Anywave”, la prima ad aver istituito a bordo la figura del “RECO” Responsabile ecologico e ad aver stilato un Decalogo di comportamenti da cui non derogare sia in navigazione che nelle fasi di attracco nei porti. La barca toccherà alcune delle tappe dove via via saranno posizionati i Seabin (in particolare ha già raggiunto Livorno, Sanremo, Brindisi, Portofino, Ancona) e avrà una funzione di supporto educational aprendosi alle visite di soci, consumatori, scuole. Previsto l’evento conclusivo a Trieste e la partecipazione di Coop al “Sea Summit” il congresso internazionale che anticipa la Barcolana (10 ottobre)

La campagna “Ogni ape conta” (SDG’S Goal 15) - La tutela della biodiversità fa parte da sempre del dna di Coop, che oggi ha già all’attivo oltre 1 miliardo di api ospitate ogni anno, ma con la campagna “Ogni ape conta” intende allargare la platea delle api da proteggere includendo le quelle solitarie, in particolare le osmie che non producono miele, ma svolgono l’opera fondamentale. A tutto questo si associa una ricerca scientifica su larga scala che include per la prima volta tutta la filiera e sarà seguita Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari dell’Alma Mater Studiorum-Università di Bologna considerato punto di riferimento in Italia sullo studio degli insetti impollinatori. Per facilitare la loro presenza ed il loro studio, sono state posizionate nelle prime 36 aziende agricole che hanno aderito al progetto Coop (7 regioni coinvolte, dal Trentino alla Sicilia) 100 nidi costruiti con appositi criteri che le rendono luoghi privilegiati dalle osmie per nidificare (progettate dalla società Pollinature con materiali di riciclo impiegando persone con diversi tipi di disabilità). A queste si aggiungono le 100 arnie con api mellifere e la collaborazione di apicoltori e agricoltori esperti impegnati nell’attività di monitoraggio così da ottenere al termine della ricerca triennale un’informazione il più possibile completa.

Bottiglia acqua in 100% plastica riciclata (SDG’S Goal 12) - Coop ha messo in produzione la bottiglia di acqua minerale a proprio marchio realizzata con il 100% di plastica riciclata. Disponibile in un unico formato da 1 litro sia naturale che frizzante, si tratta dell’acqua a marchio oligominerale che proviene dalla sorgente di Monte Cimone (Modena). Sarà sugli scaffali a metà giugno 2021. Altra particolarità della nuova bottiglia è il tappo che grazie alla sua conformazione resta ancorato al sigillo della bottiglia. Questa soluzione risulta pratica per il consumatore, in quanto la bottiglia può essere richiusa più volte senza il rischio di far cadere o perdere il tappo. In secondo luogo, dopo l’utilizzo si previene la dispersione del tappo, che può così entrare nel medesimo circuito di riciclo della bottiglia. E’ solo l’ultimo prodotto a marchio riprogettato in ottica sostenibile.

Settembre 2021

Per informazioni:

Silvia Mastagni responsabile Ufficio stampa Coop

Tel. 06441811 - 3357884168 - silvia.mastagni@ancc.coop.it



TUTELA DELL'AMBIENTE E SVILUPPO DELLE DESTINAZIONI: IL PERCORSO DI COSTA CROCIERE PER LA SOSTENIBILITÀ

Essere sostenibili è una priorità per Costa Crociere, ed è parte di un percorso iniziato parecchi anni fa. A conferma di questo, Costa è stata la prima compagnia a introdurre gli obiettivi dell'**Agenda 2030 dell'ONU** nel suo modello di business, facendo della sostenibilità un elemento integrante della sua offerta.

L'impegno di Costa affronta le questioni centrali per costruire un futuro sostenibile, che possono essere raggruppate in due grandi ambiti di intervento: tutela dell'ambiente e sviluppo delle destinazioni.

TUTELA DELL'AMBIENTE

L'impegno di Costa per la salvaguardia dell'ambiente è di ampia portata e sta contribuendo al **progresso dell'intera industria crocieristica**, grazie al suo **ruolo pionieristico nell'innovazione responsabile** e nella ricerca di soluzioni praticabili e condivise. Ad esempio, Costa Crociere è stato il primo gruppo crocieristico a livello globale ad aver introdotto navi alimentate a **LNG (gas naturale liquefatto)**, la tecnologia più avanzata al mondo nel settore marittimo, che garantisce le migliori performance ambientali. Il Gruppo Costa ha già due navi alimentate a LNG attualmente in servizio, Costa Smeralda e AIDAnova, e due in costruzione, Costa Toscana e AIDAcosma, con consegna prevista a fine 2021.

La compagnia sta lavorando, attraverso investimenti e partnership, per completare il proprio percorso di evoluzione verso un modello ancora più sostenibile, concentrandosi su diverse soluzioni tecnologiche - come l'alimentazione da terra, le batterie e le celle a combustibile - che permetteranno di avvicinarsi ancora di più all'ambizioso obiettivo di introdurre una nuova generazione di navi a **zero emissioni nette**.

Altrettanta attenzione viene dedicata a bordo alla **gestione sostenibile delle risorse**, come il cibo e l'acqua. **Costa Crociere ha ripensato oltre 500 ricette favorendo stagionalità, prossimità e valore nutrizionale**, oltre a qualità e gusto. Non solo. L'applicazione di tecnologie avanzate direttamente in cucina, insieme alla specifica sensibilizzazione in favore di ospiti ed equipaggio, ha già permesso di **ridurre di oltre un terzo gli sprechi alimentari**. Il fabbisogno giornaliero di acqua dolce delle navi viene soddisfatto trasformando direttamente quella del mare tramite i dissalatori, mentre il consumo energetico è ottimizzato da un sistema di efficientamento energetico intelligente. Inoltre, a bordo il **100% dei rifiuti prodotti viene differenziato e separato**, al fine di riciclare materiali quali plastica, carta, vetro e alluminio.

SOSTEGNO ALLE COMUNITA' LOCALI

Costa Crociere guarda ad ognuna delle destinazioni visitate non semplicemente come località ricche di attrazioni turistiche, ma come **comunità fatte di persone dall'identità unica** e con un **ecosistema** da proteggere e tutelare. L'obiettivo della Compagnia è lavorare insieme alle comunità locali per promuovere un turismo capace di **generare valore economico e sociale**, nel pieno rispetto dell'unicità del loro ambiente e della loro cultura.

Questi principi sono stati raccolti e sintetizzati nel "**Manifesto per un turismo di valore, sostenibile e inclusivo**", un decalogo che riassume l'impegno di Costa Crociere per crescere insieme alle destinazioni e la sua visione delle comunità locali come alleate imprescindibili per un percorso di crescita. Il Manifesto è uno strumento aperto alla sottoscrizione da parte di istituzioni associazioni e stakeholder delle comunità. Il percorso di condivisione di



questo documento è partito proprio in occasione del debutto della nuova nave Costa Firenze, a luglio 2021. In maniera coerente con il Manifesto, la nuova offerta di escursioni a terra proposta da Costa è stata studiata proprio per valorizzarne le eccellenze di ogni destinazione, partendo dai tantissimi gioielli, talvolta nascosti, del patrimonio artistico, culturale e naturalistico.

In linea con la UN World Tourism Organization (WTO), Costa Crociere vuole essere parte di una trasformazione che possa partire dal settore crocieristico per potenziare le capacità di gestione dei sistemi di accoglienza. Per questo motivo la Compagnia è impegnata a favorire la ricerca di soluzioni condivise con comunità e istituzioni, pianificando **investimenti sui porti** di scalo in grado di garantire uno sviluppo locale di lungo periodo, come nel caso dei porti di Savona, Civitavecchia, Palermo, Napoli, La Spezia, Marsiglia, Barcellona.

La presenza delle navi Costa ha un rilevante impatto positivo sul territorio, considerando che il 23% dell'indotto generato dal Gruppo è rappresentato dalle attività nelle destinazioni. Infatti, le spese degli ospiti e dei membri dell'equipaggio, oltre a quelle per i servizi necessari all'accoglienza delle navi, innescano una crescita economica per le comunità e le imprese locali. Da una ricerca effettuata sulle navi della Compagnia è emerso che ogni ospite spende in media **74,60 euro** per scalo in Europa. Il sondaggio ha confermato anche che le crociere sono un motore importante nella promozione turistica del territorio: il **60%** degli ospiti ha affermato di avere intenzione di voler tornare a visitare le destinazioni viste durante la crociera.

L'attenzione di Costa alle comunità locali visitate dalle navi si rivolge anche e soprattutto alle persone in difficoltà. Grazie alla rete internazionale creata nel corso degli ultimi anni con il Banco Alimentare e altre organizzazioni sul territorio, Costa Crociere riesce a **donare ai più bisognosi le eccedenze alimentari** delle sue navi, un'attività che non si è fermata neppure durante il periodo di sosta delle sue crociere.

COSTA CROCIERE FOUNDATION

Una parte rilevante dell'impegno ambientale e sociale di Costa Crociere si esprime attraverso [Costa Crociere Foundation](#), un'organizzazione indipendente senza scopo di lucro, che porta nel suo Dna i valori della Compagnia.

L'obiettivo della Fondazione è quello di generare un miglioramento sociale e ambientale nelle comunità che le navi Costa incontrano nei loro viaggi. Il suo operato è complementare e sinergico a quello della sostenibilità di Costa, e costituisce un ecosistema in grado di creare, moltiplicare e misurare valore e impatto positivo sui territori. Una sfida a livello globale, in cui la Fondazione impegna tutte le sue risorse, investendo nei progetti il 100% delle donazioni ricevute. Dalla sua istituzione, nel 2014, Costa Crociere Foundation ha già in attivo un totale di **29 progetti ambientali e sociali in 4 continenti**, di cui hanno beneficiato più di **56.000 persone di oltre 130 diverse nazionalità**.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Costa Crociere – tel. +39 010 5483523 / 010 5483068 - costapressoffice@costa.it

Gabriele Baroni - Communication Director - cell +39 3497668013 - baroni@costa.it

Rossella Carrara – VP Corporate Relations & Sustainability Costa Group - cell +39 3497668005 rossella.carrara@costa.it

Davide Barbano – Media Relations Manager – cell +39 334 6525216 - barbano@costa.it

www.costapresscenter.com



Relazioni con i Media

T +39 06 8305 5699
F +39 06 8305 3771
ufficiostampa@enel.com

enel.com

ENEL

Enel è una multinazionale dell'energia e uno dei principali operatori integrati nei mercati globali dell'energia e delle rinnovabili, nonché uno dei principali operatori del gas nel mercato retail. È la più grande utility europea per EBITDA ordinario, ed è presente in oltre 30 paesi nel mondo, producendo energia con circa 89 GW di capacità installata. Enel distribuisce energia elettrica attraverso una rete di oltre 2,2 milioni di chilometri e con quasi 75 milioni di utenti finali è il 1° operatore di rete a livello mondiale*. Il Gruppo porta energia a circa 70 milioni di case e aziende e ha la più grande base di clienti globale. Enel Green Power, la business line del Gruppo Enel delle rinnovabili, è il più grande operatore privato rinnovabile al mondo, con circa 50 GW di impianti eolici, solari, geotermici e idroelettrici installati in Europa, nelle Americhe, in Africa, in Asia e in Oceania. Enel X, la business line dei servizi energetici avanzati globali di Enel, è leader mondiale nel demand response con una capacità totale di circa 7,4 GW gestiti a livello globale; l'azienda ha installato 137 MW di capacità di accumulo e, nel settore della mobilità elettrica, 232.000 punti di ricarica per veicoli elettrici** in tutto il mondo.

*Operatori di proprietà pubblica esclusi

**Punti di ricarica pubblici e privati. Include punti di interoperabilità

Il Gruppo Enel è composto da circa 70mila persone, uomini e donne di tutto il mondo il cui prezioso lavoro si basa sui valori di Responsabilità, Innovazione, Fiducia e Proattività. Insieme si naviga nella stessa direzione: essere "Open Power" per affrontare alcune delle più grandi sfide del mondo. Aprendo il mondo dell'energia a nuove persone, nuove tecnologie e nuovi partner, la nostra strategia Open Power accelera l'innovazione, la sostenibilità e la trasformazione.

Dati a settembre 2020

L'IMPEGNO DI ENEL PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Enel ha aderito al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2004 e da allora gli impegni e gli investimenti del Gruppo per la creazione di un modello di business sostenibile sono cresciuti ogni anno

https://www.enel.com/content/dam/enel-com/documenti/investitori/sostenibilita/2020/bilancio-sostenibilita_2020.pdf

La strategia sostenibile sviluppata negli ultimi anni e il modello di business integrato hanno consentito al Gruppo di creare valore per tutti gli stakeholder, beneficiando delle opportunità derivanti dalla transizione energetica e limitando al contempo i relativi rischi. Il Gruppo ha pertanto rinnovato il proprio impegno nel

raggiungimento degli SDG, ponendo al centro l'**SDG 13** "Lotta al cambiamento climatico". Come leader della transizione energetica, Enel vuole guidare la generazione del futuro attraverso uno sviluppo sempre maggiore delle energie rinnovabili (**SDG 7** "Energia pulita e accessibile") e la progressiva chiusura degli impianti a carbone. Inoltre, in linea con l'**SDG 9** "Industria, innovazione e infrastrutture" e l'**SDG 11** "Città e comunità sostenibili", il Gruppo intende promuovere l'elettificazione dei consumi e lo sviluppo di nuovi servizi per i clienti finali, puntando sulle infrastrutture abilitanti e sullo sviluppo dei modelli a piattaforma, sfruttando al meglio l'evoluzione tecnologica e digitale. L'ambizione è accelerare i processi legati alla decarbonizzazione e all'elettificazione per consentire il raggiungimento degli obiettivi di contenimento del riscaldamento globale in linea con l'Accordo di Parigi.

In particolare questi gli impegni relativi ai quattro SDGs di riferimento:

- **#SDG 7 "Energia accessibile e pulita"** con circa +96 GW capacità rinnovabile addizionale nel 2021-2030;
- **#SDG 9 "Imprese, innovazione e infrastrutture"** con 49 milioni di contatori elettronici installati entro il 2023 pari al 64% del totale;
- **#SDG 11 "Città e comunità sostenibili"** con investimenti in una serie di nuovi servizi di elettificazione che porteranno, entro la fine del 2023, una capacità di storage di 527 MW, una capacità di Demand Response di 10,6 GW e 780.000 punti di ricarica per veicoli elettrici, permettendo così ai consumatori di svolgere un ruolo chiave nel modo in cui l'energia è accumulata, condivisa e usata in maniera più efficiente.
- **#SDG 13 "Lotta contro il cambiamento climatico"** con l'impegno alla completa decarbonizzazione del proprio mix energetico entro il 2050, insieme a target intermedi in tutti gli ambiti pertinenti. A ottobre 2020 Enel ha annunciato un nuovo obiettivo di riduzione dell'80% delle proprie emissioni dirette di gas serra per kWhq entro il 2030, rispetto all'anno di riferimento 2017 (il precedente obiettivo di riduzione, annunciato nel 2019, era del 70%)

La transizione energetica rappresenterà un importante acceleratore di crescita e modernizzazione dell'industria, grazie alle potenzialità che offre in termini di sviluppo economico. Per cogliere queste opportunità saranno necessarie politiche lungimiranti, per assicurare una transizione giusta e inclusiva, che non lasci indietro nessuno e che tenga conto in particolare delle esigenze delle categorie sociali più esposte al cambiamento. Enel è convinta che per generare un profitto durevole occorra condividere valore con l'intero contesto in cui si opera. Nel 2020, con oltre 2.100 progetti e oltre 8 milioni di beneficiari nei diversi Paesi in cui siamo presenti, abbiamo contribuito concretamente allo sviluppo e alla crescita sociale ed economica dei territori: dall'ampliamento delle infrastrutture ai programmi di educazione e formazione, dalle iniziative volte all'inclusione sociale, ai progetti di supporto alla vita culturale ed economica. Specifiche iniziative sono state volte a favorire l'accesso all'energia, contrastare la povertà energetica e promuovere progetti di inclusione sociale per le categorie più deboli della popolazione, facendo leva su nuove tecnologie e approcci di economia circolare.

Uno strumento fondamentale per questi progetti è la collaborazione con organizzazioni attive a livello locale per promuovere lo sviluppo attraverso attività innovative e su misura.

Nel 2020, nei soli Paesi in via di sviluppo, sono stati sviluppati oltre 200 progetti di accesso all'energia che hanno raggiunto circa 1,1 milioni di beneficiari: a partire dal progetto Las Praderas in Perù, che ha l'obiettivo di migliorare l'elettificazione dei nuovi insediamenti che si formano alla periferia di Lima, per passare ai

progetti di formazione integrale nel settore elettrico di giovani di aree vulnerabili in Colombia e di rafforzamento delle competenze in materia di energia per giovani imprenditori a basso reddito del Perù. Importanti piani di sostenibilità hanno accompagnato il reinsediamento delle popolazioni a seguito della costruzione di grandi impianti (Bocamina in Cile e El Quimbo in Colombia) con progetti di formazione e imprenditorialità legati alla produzione agricola, alla pesca, al turismo sostenibile.

In Italia ci si è concentrati sul rilancio socio-economico dopo la crisi dovuta alla pandemia anche attraverso i piani di sostenibilità che accompagnano la riconversione del parco di generazione: progetti focalizzati sullo sviluppo sociale ed economico dei territori attraverso programmi di educazione e formazione, iniziative per l'inclusione sociale e la valorizzazione del territorio e delle imprenditorialità locali. Molto lavoro è stato fatto per declinare la sostenibilità lungo l'intera catena del valore, mediante l'inserimento nelle gare d'appalto di fattori premianti legati alla sostenibilità, e con attività di informazione e confronto con i fornitori. Un esempio ne è il *Supplier Development Program*, che offrendo l'accesso a servizi finanziari, di formazione e di advisory alle aziende che decidono di aderire, ambisce a creare condizioni di crescita, sviluppo e competitività dei fornitori in coerenza con gli obiettivi e con i valori di sostenibilità di Enel.

Il Piano strategico 2021-2023 ha confermato e consolidato l'impegno del Gruppo verso un modello di business sempre più sostenibile. Come leader della transizione energetica, Enel vuole guidare la generazione del futuro attraverso uno sviluppo sempre maggiore delle energie rinnovabili e la progressiva chiusura degli impianti a carbone. Intende promuovere l'elettrificazione dei consumi e lo sviluppo di nuovi servizi per i clienti finali, puntando sulle infrastrutture abilitanti e sullo sviluppo dei modelli a piattaforma, sfruttando al meglio l'evoluzione tecnologica e digitale.

L'elemento chiave della nostra strategia è l'apertura: "*Open Power for a brighter future: we empower sustainable progress*", è il senso del nostro impegno di ogni giorno. Innovazione, sostenibilità e strategia Open. Solo ripensando il modo nel quale innoviamo possiamo veramente rivoluzionare l'industria e sviluppare tecnologie e soluzioni che possano scuotere i vecchi mercati e crearne altri completamente nuovi.

Tutto ciò si riflette in un costante apprezzamento del mercato per la strategia sostenibile del Gruppo e nel costante aumento di fiducia da parte degli investitori socialmente responsabili, la cui quota ha raggiunto nel 2020 il 14,6% del capitale di Enel.

Innovazione, sostenibilità e strategia Open power si incontrano anche nell'**economia circolare**, intesa dal Gruppo Enel come un nuovo paradigma, un driver di sviluppo e competitività. Enel sta implementando l'economia circolare in modo sistematico attraverso l'innovazione tecnologica e di business e con l'adozione di una metrica rigorosa. Ad esempio, ha introdotto il modello del "cantiere sostenibile" in tutti i nuovi impianti in costruzione e, più in generale, applica un approccio circolare in tutto il ciclo di vita dei propri asset, dalla progettazione alla costruzione e all'esercizio, fino alla gestione del fine vita. L'approccio alla circolarità non si limita a coprire l'ambito di business diretto dell'azienda, ma prevede il coinvolgimento dei fornitori e dell'interno ecosistema.

Nel 2020 Enel Foundation insieme a The European House-Ambrosetti ha presentato lo studio *Circular Europe 2020*, case study che stima i benefici economici sociali e ambientali associati alla transizione verso un modello di sviluppo circolare nell'unione europea.

Sempre nel 2020 Enel ha pubblicato il suo terzo studio sulle città circolari intitolato "*Città circolari - Le città di domani*", dedicato a come i paesaggi urbani di domani possano raggiungere la sostenibilità ambientale, l'inclusione sociale e la competitività economica.

Dal 2017 fa parte dell'*Alleanza per l'economia circolare*, che coinvolge aziende italiane già fortemente impegnate sul tema con un obiettivo comune: guidare l'evoluzione complessiva del contesto produttivo in ottica circolare per valorizzare le peculiarità del Made in Italy, favorendo la condivisione di esperienze e best practice.

Attenzione all'ambiente, creazione di valore condiviso nel lungo periodo e cooperazione con le comunità, una cultura aperta basata sull'ascolto e sull'innovazione: questi i driver dell'impegno di Enel per lo sviluppo sostenibile.



Ferrero, responsabilità sociale e sviluppo sostenibile: un percorso lungo oltre 75 anni

Ferrero e ASviS ancora insieme per far crescere in Italia la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda ONU 2030

Valori come il Rispetto, l'Integrità e l'Innovazione fanno parte della cultura Ferrero da generazioni. Il purpose aziendale, "We care for the better", riflette questi valori e l'impegno del Gruppo per avere un impatto positivo sulle persone e sul pianeta. La strategia di sostenibilità, implementata attraverso partnership nelle diverse aree geografiche e settori, investimenti in tecnologia e certificazioni, è strutturata attorno a quattro pilastri strategici: protezione dell'ambiente, approvvigionamento sostenibile degli ingredienti, promozione di un consumo responsabile e valorizzazione delle persone.

Ferrero ha da sempre adottato comportamenti responsabili per offrire prodotti di alta qualità, che contribuiscano positivamente sia alla società di oggi che a quella futura. Questa convinzione continua a spingerci verso una catena del valore responsabile costituita da un approvvigionamento e una produzione sostenibili.

Per consolidare i risultati ottenuti finora, l'azienda ha iniziato a definire nuovi impegni ed obiettivi da perseguire entro il 2030.

Uno dei traguardi più ambiziosi prevede una drastica riduzione della *carbon footprint* del Gruppo entro il 2030. Si tratta di un obiettivo costruito su solide basi scientifiche ed approvato dalla *Science Based Targets initiative* (SBTi) nel dicembre 2020. Nello specifico, entro il 2030, Ferrero punta a dimezzare (-50%) tutte le emissioni derivanti dalle proprie attività (ovvero emissioni in gergo tecnico "Scope 1 e 2"). Complessivamente, invece, Ferrero si impegna a ridurre le emissioni del 43% ("Scope 1, 2 e 3" - comprese quindi le emissioni indirette terze) per ogni tonnellata di prodotto realizzato. Entrambi gli obiettivi utilizzano il 2018 come anno base.

Per Ferrero, l'utilizzo di energia rinnovabile è un elemento essenziale per ridurre la propria *carbon footprint*. Ad oggi, già 18 stabilimenti Ferrero si approvvigionano di energia elettrica 100% certificata rinnovabile, che rappresenta quasi l'80% dell'energia elettrica che acquistiamo per tutti i nostri siti produttivi in tutto il mondo.

Nel 2019 il Gruppo Ferrero ha annunciato il proprio impegno di rendere tutti gli imballaggi 100% riutilizzabili, riciclabili o compostabili entro il 2025. Questo consente al Gruppo di supportare l'accelerazione, lungo tutta la catena di approvvigionamento, verso la promozione di un'economia circolare per la plastica, che in quest'ottica non diventerà più rifiuto o inquinamento. Gli imballaggi riutilizzabili, riciclabili o compostabili hanno già raggiunto quota 82,9%. Con questo impegno, che risponde all'obiettivo n°12 dell'Agenda 2030 dell'ONU (Consumo e Produzioni responsabili), Ferrero ha deciso di giocare un ruolo guida volto anche ad eliminare gli imballaggi in plastica problematici o superflui attraverso riprogettazione, innovazione e studio di nuovi modelli di delivery.

Lo sguardo al domani e la sensibilità per il tessuto sociale hanno da sempre contraddistinto l'attività di Ferrero. Questo impegno si rafforza ancora di più grazie a una politica di sostenibilità che coinvolge tutta l'Azienda.

Nel 2020, il Gruppo Ferrero ha raggiunto l'obiettivo di approvvigionarsi di fave di cacao 100% sostenibili, certificate attraverso standard gestiti in modo indipendente, e di zucchero di canna 100% certificato da Bonsucro e Altromercato. Dal 2015, Ferrero si rifornisce di olio di palma 100% sostenibile certificato RSPO di tipo segregato e, dal 2014, utilizza il 100% di uova da allevamento a terra nell'UE. Infine, Ferrero si è impegnata ad approvvigionarsi di nocciole completamente tracciabili fino a livello delle aziende agricole entro Dicembre 2023.

Ferrero ha sempre prestato la massima attenzione al rispetto dei diritti umani. Ha avviato collaborazioni con i massimi esperti del settore per identificare i rischi e per definire procedure di *due diligence*. Inoltre, ha siglato accordi di partnership, ad esempio con Save the Children, per massimizzare l'impatto positivo delle proprie iniziative.

Anche per questo Ferrero ha scelto di supportare ASviS, Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, nella missione di far crescere in Italia la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda 2030 dell'ONU.



TIM è partner della V edizione del Festival dello Sviluppo Sostenibile

TIM è partner della V edizione del Festival dello Sviluppo Sostenibile organizzato da ASviS dal 28 settembre al 14 ottobre 2021.

L'azienda partecipa all'iniziativa per dialogare sull'importanza della sostenibilità per le imprese, che possono fare la differenza agendo sull'ambiente, sul sociale e sui sistemi di governance, contribuendo concretamente con il proprio operato a rendere la società e le famiglie più solide. Generare impatti positivi di sostenibilità è infatti il cardine della strategia del Gruppo TIM, che prevede interventi di breve, medio e lungo periodo su diverse aree: le infrastrutture, i clienti, le competenze digitali.

Obiettivi misurati dai principali indici di sostenibilità in cui TIM è leader a livello internazionale con l'impegno di raggiungere la carbon neutrality entro il 2030.

TIM è leader in Italia e in Brasile nel settore ICT, sviluppa infrastrutture fisse, mobili, cloud e datacenter e offre servizi e prodotti per le comunicazioni e l'intrattenimento, ponendosi all'avanguardia delle tecnologie digitali.

Il gruppo si avvale di factory specializzate che offrono soluzioni digitali integrate per cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni, anche in partnership con gruppi di primaria importanza: Noovle è la cloud company di TIM, Olivetti è il polo digitale con focus sullo sviluppo di soluzioni Internet of things, Telsy opera nel settore della cybersecurity e Sparkle realizza e mette a disposizione infrastrutture e servizi internazionali. In Brasile, TIM Brasil è uno dei principali player nel mercato sudamericano delle comunicazioni e leader nella copertura 4G.

Con il progetto *Operazione Risorgimento Digitale* - la prima grande scuola di Internet gratuita di TIM - si promuove la diffusione di competenze digitali utili per lo sviluppo del Paese, mentre Fondazione TIM sostiene progetti di alto interesse sociale.

TIM Press Office

+39 06 3688 2610

<https://www.gruppotim.it/media>

Twitter: @TIMnewsroom

Il Gruppo Unipol

Unipol Gruppo S.p.A. è il secondo gruppo assicurativo nel mercato italiano e il primo nei rami Danni, tra i primi dieci in Europa, le cui azioni ordinarie sono quotate alla **Borsa Italiana** dal 1990 e presenti nel FTSE MIB. Sue principali azioniste sono alcune imprese espressione del movimento cooperativo italiano. Conta **11.836 dipendenti** e serve circa **17 milioni di clienti**, grazie alla **più grande rete agenziale d'Italia**.

A livello consolidato, al 31 dicembre 2020 il Gruppo conta su una raccolta diretta assicurativa pari a **12,2 miliardi di euro**, di cui **7,9 miliardi nei Rami Danni** e **4,3 miliardi nei Rami Vita**.

Pierluigi Stefanini ne è Presidente, mentre **Carlo Cimbri** ricopre la carica di Amministratore Delegato e Group CEO.

Il Gruppo attua una strategia di offerta integrata, per fornire la più ampia gamma di prodotti e servizi assicurativi e finanziari, ed è particolarmente attivo nei settori della previdenza integrativa e della salute, con l'obiettivo di offrire a persone, famiglie e imprese più sicurezza e fiducia nel futuro, accompagnando le scelte di protezione, risparmio e qualità della vita, e assicurando una crescita sostenibile e di lungo periodo, a vantaggio di tutti i suoi stakeholder: azionisti, clienti, agenti, dipendenti, fornitori e comunità.

Settore Assicurativo

Nel comparto dei servizi assicurativi il Gruppo opera principalmente attraverso [UnipolSai Assicurazioni S.p.A.](#), anch'essa quotata in Borsa, leader in Italia nei Rami Danni, in particolare nell'R.C. Auto.

È attivo nell'assicurazione diretta tramite [Linear Assicurazioni](#) e nella tutela della salute con la compagnia specializzata [UniSalute](#): entrambe le società sono controllate da UnipolSai, nel cui perimetro sono comprese anche società di servizi dedicate specificamente all'assistenza, alla riparazione di autovetture e alla gestione delle "scatole nere" per i rami Auto e Non-Auto. Il [Gruppo Unipol](#) presidia altresì il canale della bancassicurazione, attraverso [Arca Vita e Arca Assicurazioni](#) detenute dalla controllata UnipolSai (che distribuiscono polizze Vita e Danni tramite i gruppi Banca Popolare dell'Emilia Romagna - di cui il Gruppo Unipol e UnipolSai detengono il 18,89% - Banca Popolare di Sondrio - di cui UnipolSai detiene il 9,01% - e altre banche), oltre a joint-venture realizzate con primari operatori bancari italiani.

Il Gruppo è attivo anche al di fuori dei confini italiani: UnipolSai opera, infatti, in Serbia attraverso la controllata [DDOR Novi Sad](#).

Settore Finanziario e Immobiliare

In campo finanziario il Gruppo opera attraverso UnipolRec, società specializzata nella gestione dei crediti non performing.

In campo immobiliare, si configura come uno dei principali operatori in Italia per entità del patrimonio: è, infatti, proprietario di immobili di grande valore storico, simbolico e architettonico, per valorizzare i quali è stato sviluppato il progetto [Urban Up](#), che ha il fine di studiare e mettere in opera la riqualificazione di importanti edifici di proprietà.

Attraverso la compagnia controllata UnipolSai, è anche un importante attore nel settore alberghiero italiano con il brand [Gruppo UNA](#), in quello agricolo attraverso [Tenute del Cerro](#) e nella ricettività portuale con [Marina di Loano](#).

Unipol svolge, inoltre, un ruolo attivo nel promuovere l'innovazione e la trasformazione digitale attraverso [Leithà](#), la società del Gruppo, focalizzata sulla massimizzazione del valore della grande quantità di dati detenuti dalla Compagnia, attraverso l'uso intensivo di algoritmi e soluzioni informatiche innovative. L'obiettivo è ottenere e mantenere un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti e rispondere a un mercato in continua evoluzione.

Prodotti e servizi per la mobilità

Il Gruppo presidia il settore della mobilità attraverso una serie di società specializzate in prodotti e servizi. In particolare:

- [UnipolService](#) - società dedicata alla riparazione dei veicoli assicurati da UnipolSai.
- [UnipolGlass](#) - marchio di proprietà di UnipolGlass S.r.l., società controllata al 70% da UnipolService S.p.A. e al 30% da DIRA S.p.A., fornitore di cristalli auto. E' specializzata nell'installazione, riparazione e sostituzione di cristalli auto, al servizio sia di clienti del Gruppo Unipol, sia di clienti esterni.
- [UnipolRental](#) - attiva nel noleggio a lungo termine di veicoli.
- [UnipolTech](#) - centro di competenza per le tecnologie e i servizi telematici del Gruppo, con l'obiettivo di garantirne il livello di competitività nel campo dell'Internet of Things.
- [UnipolAssistance](#) - società multiservizi del Gruppo Unipol specializzata nella risoluzione delle richieste di assistenza a tutte le categorie di veicoli, alla persona, all'abitazione e alle attività commerciali.

Valore condiviso e sviluppo sostenibile

Accessibilità, lungimiranza, rispetto, solidarietà e responsabilità sono i cinque principi cardine individuati dalla Carta dei Valori di Gruppo.

Per tradurli nella pratica quotidiana Unipol è impegnata a definire strategie di business in grado di creare valore condiviso con gli stakeholder, contribuendo concretamente allo sviluppo sostenibile di persone, imprese e territori.

Unipol è così impegnata a concorrere in modo significativo al raggiungimento degli **obiettivi di Sviluppo Sostenibile** attraverso la realizzazione delle proprie strategie, con un impatto particolare sugli **SDGs 3, 8 e 11**.

Questo significa, per il Gruppo, definire soluzioni distintive che sono in grado di avere un positivo impatto sociale, perché contribuiscono a prevenire e ridurre i rischi per i clienti (ad esempio, quelli connessi al **cambiamento climatico**) e a colmare il gap di protezione per le categorie sottoassicurate (ad esempio, a causa dei limiti della **spesa pubblica in sanità**), e allo stesso tempo possono aumentare la redditività del Gruppo.

I risultati raggiunti da Unipol in questo ambito sono rendicontati annualmente nel Bilancio Integrato del Gruppo, che unisce le informazioni contenute nel bilancio tradizionale con la rappresentazione delle performance ambientali, sociali e di governance ottenute dall'azienda. Nel 2020 il Gruppo ha distribuito valore agli stakeholder per **13,3 miliardi di euro**, di cui 9,1 miliardi di pagamenti agli assicurati e 4,2 miliardi ripartiti tra gli altri stakeholder (dipendenti, agenti, fornitori, pubblica amministrazione, azionisti, finanziatori e comunità).

Quinta edizione per il Festival dello Sviluppo Sostenibile

L'impegno della Rai media partner dell'evento

Il Festival dello Sviluppo Sostenibile è la più grande iniziativa italiana per sensibilizzare e mobilitare cittadini, giovani generazioni, imprese, associazioni e istituzioni sui temi della sostenibilità economica, sociale e ambientale, diffondere la cultura della sostenibilità e realizzare un cambiamento culturale e politico che consenta all'Italia di attuare l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e centrare i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile.

Il Festival, che si terrà dal 28 settembre al 14 ottobre 2021, è stato riconosciuto dalle Nazioni unite quale iniziativa innovativa ed esperienza unica a livello internazionale grazie a migliaia di iniziative (2789 nelle passate quattro edizioni) tra cui convegni, seminari, workshop, mostre, spettacoli, eventi sportivi, presentazioni di libri, documentari volti a coinvolgere, includere e dare voce alla società italiana. La Rai, impegnata sui temi della sostenibilità e sugli obiettivi indicati dalle Nazioni Unite per uno sviluppo sostenibile, è media partner della manifestazione.

L'impegno della Rai

Tutte le reti Rai stanno trasmettendo, dal 21 settembre lo spot istituzionale del Festival 2021. **Rai per il Sociale** sostiene il Festival con una campagna realizzata in costante collaborazione con ASviS (Alleanza italiana per lo Sviluppo Sostenibile) per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030

Rai1, Rai2 e Rai3 saranno in prima linea attraverso spazi di approfondimento con interviste e ospiti in tutti i contenitori in diretta. "Uno Mattina" (Rai1) offrirà spazi dedicati ai temi dell'economia circolare. Su Rai3 il programma "Geo" condotto da Sveva Sagramola ed Emanuele Biggi, confermerà la centralità dei temi legati all'ambiente e alla sostenibilità, con lo sguardo rivolto al presente ma anche al futuro del Pianeta. L'edizione di quest'anno è partita con esperti quali la climatologa Claudia Tebaldi, Isabella Pratesi del WWF, Enrico Fontana di Legambiente, la giovane attivista Sara Segantin dei Fridays For Future Italia e Guglielmo Micucci di Amref. Il 7 ottobre, durante i giorni del Festival della Sostenibilità sarà ospite a Geo un rappresentante di ASviS - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile.

Le Testate Rai seguiranno gli eventi legati al Festival assicurando massima copertura.

Rai4 presenterà durante il Festival un promo del ciclo “Obiettivo Mondo” con la partecipazione di Ema Stockholma mentre **Rai Premium** dedicherà a fine Festival uno speciale di “Mood” sui temi dell’agenda 2030.

Anche **Rai Fiction** ha voluto sostenere l’iniziativa attraverso uno dei suoi prodotti di punta: “Un Posto Al Sole”, l’amatissima e longeva soap opera, lancerà il Festival il 30 settembre all’interno della sceneggiatura, mentre verrà dedicato allo sviluppo sostenibile il promo fiction “Fabbrica delle Storie” del prossimo trimestre, raccontando i temi della sostenibilità attraverso le immagini delle fiction Rai.

Rai Scuola, Rai Cultura e Newton – Progetto Scienza seguiranno il Festival dello Sviluppo Sostenibile e, oltre a dare comunicazione del programma della manifestazione sull’Agenda Culturale di Rai Cultura e sui profili social, hanno realizzato lo speciale “Festival dello Sviluppo Sostenibile. Edizione 2021”, costruito con una ricca selezione di materiale d’archivio sulla sostenibilità, prodotto negli ultimi anni dai due portali. Portali dove verranno anche inseriti video e contributi, forniti dagli organizzatori, con le sintesi degli eventi più rilevanti del Festival (evento di apertura del 28 settembre con il Rapporto ASviS, evento nazionale del 4 ottobre “Educazione giovani” ed evento di chiusura del 14 ottobre).

Rai Radio, oltre a ospitare la conferenza stampa di lancio del Festival il 23 settembre da Via Asiago, garantirà ampi spazi all’interno della sua programmazione. Su **Radio1** il Festival troverà spazio attraverso interviste e approfondimenti in “Radio anch’io” (il 28 settembre); “Tra poco in edicola” (il 29 settembre); “Sportello Italia effetto recovery” (il primo ottobre); “Mary pop live” (sabato 2 ottobre); “Domenica Sport” (il 3 ottobre). In prima linea si troverà **Radio2** che, come per le precedenti edizioni di Festival, accoglierà i temi della sostenibilità all’interno di “Caterpillar” e “I Lunatici”. Su **Radio3** saranno “Fahrenheit”, “Hollywood Party”, “Zazà” e “Piazza Verdi” a offrire spazi di approfondimento. **Radio3** Scienza seguirà e racconterà il Festival mentre “Tutta La Città Ne Parla” affronterà e approfondirà tematiche come salute, agricoltura, energia. Su **Isoradio** è già stato avviato dallo scorso 19 giugno “Green Tour” un progetto sulla mobilità sostenibile, mentre lanci e interviste copriranno l’evento all’interno del palinsesto. Su **Radio Kids** sarà previsto uno “Speciale Big Bang” sullo sviluppo sostenibile mentre su **Radio Live** sarà “Questione di Stilo” a dedicherà una puntata al Festival della Sostenibilità.

Importante il contributo di **Rai Pubblica Utilità** a partire dall’accessibilità. LIS, audiodescrizioni e sottotitolazioni integreranno il promo del Festival e renderanno accessibile, con interpreti LIS e streaming live sulla pagina Facebook @RaiAccessibilita, la conferenza stampa del 23 settembre e – nel

corso del Festival, tra il 28 settembre e il 14 ottobre - 10 eventi nazionali inerenti gli obiettivi dell'agenda 2030. E ancora, le pagine 681 e 682 del Televideo nazionale saranno dedicate alla presentazione del Festival con comunicati, il calendario delle attività di ogni giornata e i temi trattati, eventuali instant/position paper elaborati dai gruppi di lavoro, testi di interviste di personalità istituzionali e associative e documenti di rilevanza indicati da AsviS. Oltre alle pagine Televideo con ricezione da TV, i contenuti saranno anche disponibili sul portale Televideo con accesso via web: <https://www.servizitelevideo.rai.it>

Verrà data anche copertura degli eventi nazionali inerenti Meteo, Clima, Ambiente e Grandi rischi sui canali social Rai dedicati:

Facebook <https://m.facebook.com/RaiMeteo/>

Instagram <https://instagram.com/raimeteo/>

Sulla piattaforma di **RaiPlay** verranno messi in evidenza i contenuti learning oltre a una collezione tutta dedicata alla sostenibilità.

Gli account social delle reti e dei programmi Rai daranno spazio con lanci dedicati ai temi della sostenibilità.



Cassa Depositi e Prestiti

Cassa Depositi e Prestiti (CDP) dal 1850 promuove lo sviluppo sostenibile del Paese, impiegando risorse finanziarie raccolte prevalentemente attraverso il risparmio postale.

Insieme alle società del Gruppo, CDP sostiene l'innovazione, la crescita e l'internazionalizzazione delle imprese, finanzia la realizzazione delle infrastrutture e gli investimenti delle Pubbliche Amministrazioni, offrendo anche consulenza tecnica nelle fasi di programmazione e progettazione delle opere.

Supporta le politiche di valorizzazione del patrimonio immobiliare pubblico e investe nell'edilizia sociale e scolastica e nella formazione. CDP, inoltre, è operatore chiave della cooperazione internazionale, finanziando, anche in partnership con soggetti pubblici e privati, progetti finalizzati al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile.

CDP è infine azionista di primarie aziende italiane operanti in settori strategici, con le quali promuove iniziative congiunte volte a favorire lo sviluppo dei settori industriali e delle filiere.



INVITALIA

MEDIO CREDITO
CENTRALE
INVITALIA

INFRATEL ITALIA
INVITALIA

Invitalia

l'Agenzia per lo sviluppo

Invitalia, l'Agenzia nazionale per lo sviluppo, agisce su mandato del Governo per dare impulso alla crescita del Paese, favorire la competitività dei territori e sostenere i settori strategici. Controllata al 100% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, opera su mandato del Ministero dello Sviluppo Economico e di diversi altri dicasteri. È soggetto in house di tutte le amministrazioni centrali.

Da sempre attenta alla sostenibilità economica, sociale, ambientale, Invitalia ha deciso, anche quest'anno, di promuovere il Festival dello sviluppo sostenibile, perché la crescita non è tale se è fondata solo sull'economia. L'importanza di diffondere la cultura della sostenibilità nel nostro Paese è primaria per l'Agenzia, così come lo è contribuire ad attuare l'Agenda 2030 dell'Onu e centrare i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile.

#INVITALIA



Sostegno alle imprese

Invitalia gestisce tutti gli incentivi nazionali per le imprese, da quelli per i giovani imprenditori a quelli per i gruppi multinazionali.

Il suo portafoglio di agevolazioni comprende, tra l'altro:

- **Contratto di Sviluppo**, per favorire i grandi investimenti in settori cruciali per il sistema economico nazionale
- **Cresci al Sud**, Il Fondo acquisisce partecipazioni, prevalentemente di minoranza, nel capitale di rischio delle Piccole e Medie Imprese aventi sede legale e operativa nel Mezzogiorno
- **Smart&Start Italia**, per la nascita o il consolidamento di startup innovative su tutto il territorio nazionale
- **Bravo Innovation Hub**, l'acceleratore per le imprese più innovative del Mezzogiorno
- **Resto al Sud**, per gli under 56 che vogliono fare impresa nel Mezzogiorno e nelle aree del cratere sismico del Centro Italia
- **ON- Oltre Nuove imprese a tasso zero**, per i giovani e le donne di tutta Italia che vogliono diventare imprenditori
- **SelfiEmployment**, per l'avvio di piccole imprese, promosse da NEET, donne inattive e disoccupati di lungo periodo con prestiti a tasso zero in tutta Italia
- **Digital Transformation** è l'incentivo che favorisce la trasformazione tecnologica e digitale dei processi produttivi delle micro, piccole e medie imprese
- **Fondo di garanzia** (attraverso la controllata Mediocredito Centrale), per facilitare l'accesso al credito delle piccole e medie imprese e dei professionisti.

Infrastrutture e territori

Invitalia investe sullo sviluppo dei territori per renderli più attrattivi. Incoraggia gli interventi strategici per lo sviluppo e la coesione territoriale. Lavora con le principali istituzioni pubbliche nazionali e locali per colmare il divario di sviluppo tra le diverse aree del Paese, per garantire tempi certi e trasparenza nella realizzazione delle opere pubbliche, per favorire interventi di riqualificazione ambientale del territorio.

Attraverso la controllata Infratel Italia, l'Agenzia sta realizzando i piani del Governo per la Banda Larga e Ultra Larga. L'obiettivo è estendere in modo capillare la connessione ultraveloce a beneficio di imprese, cittadini e istituzioni, accompagnando lo sviluppo di servizi innovativi, anche di valenza sociale.

Invitalia è impegnata nel rilancio produttivo e occupazionale di numerose aree di crisi industriale, nelle quali interviene soprattutto con i finanziamenti della Legge 181/89.

Di particolare rilievo poi è l'iniziativa per la bonifica e il rilancio dell'ex Italsider di Bagnoli (Napoli), una delle più grandi operazioni di recupero ambientale e rigenerazione urbana su scala internazionale, nell'ambito della quale l'Agenzia riveste il ruolo di soggetto attuatore.

Le controllate

Mediocredito Centrale - Banca del Mezzogiorno

Nell'agosto 2017 Mediocredito Centrale è stato acquistato da Invitalia per sviluppare sinergie con l'offerta degli incentivi alle imprese e per promuovere le politiche per la crescita.

La Banca ha consolidato il proprio ruolo istituzionale per la crescita della competitività del Paese, in particolare del Mezzogiorno, attraverso la costituzione del Gruppo Bancario Mediocredito Centrale, di cui fanno parte la Banca Popolare di Bari e la Cassa di Risparmio di Orvieto.

I suoi obiettivi principali sono: facilitare l'accesso al credito delle PMI, supportare la realizzazione di investimenti produttivi e in ricerca e sviluppo, tramite l'erogazione di credito e la concessione di agevolazioni, sostenere il tessuto economico imprenditoriale del Paese, in particolare nel Mezzogiorno.

Inoltre, Mediocredito Centrale per conto del Ministero dello Sviluppo Economico, gestisce il Fondo di garanzia per le PMI, uno strumento che favorisce l'accesso al credito di piccole e medie imprese e professionisti attraverso il rilascio di una garanzia pubblica su finanziamenti concessi da banche, società di leasing e altri intermediari finanziari.

www.mcc.it

Supporto alla PA

Initalia è partner della Pubblica Amministrazione nella gestione dei fondi comunitari e nazionali. Affianca istituzioni centrali e locali per la gestione e il controllo di Programmi cofinanziati dall'UE con l'obiettivo di ottimizzarne le performance di spesa e rafforzarne le capacità amministrative.

l'Agenzia, inoltre, è Centrale di Committenza e Stazione Appaltante per conto di istituzioni centrali e locali, con l'obiettivo di accelerare l'aggiudicazione di gare pubbliche. Tra le operazioni gestite:

- **Terremoto Centro Italia:** ricostruzione degli edifici pubblici e ripresa del sistema produttivo
- **Grande Progetto Pompei:** rilancio dell'area archeologica con interventi di manutenzione e restauro
- **Contratti istituzionali di sviluppo:** Taranto, Matera, Foggia, Molise, Ventotene
- **Nuova arena del Colosseo:** riprogettazione tecnologica a consolidamento

Le controllate

Infratel Italia

Infratel Italia S.p.A. è una società in-house del Ministero dello sviluppo economico e soggetto attuatore dei Piani Banda Larga e Ultra Larga del Governo.

Il suo obiettivo è ridurre il digital divide nelle aree a fallimento di mercato, attraverso la realizzazione e l'integrazione di infrastrutture capaci di estendere le opportunità di accesso a internet veloce.

Accedere a servizi a banda larga e ultra larga è, infatti, essenziale per lo sviluppo e la competitività di un moderno sistema economico, basato sulla conoscenza e sullo scambio veloce ed efficiente di dati ed informazioni.

www.infratelitalia.it