



Associazione

QUANDO LA SOSTENIBILITA' INCONTRA...

Ciclo di incontri

WHEN SUSTAINABILITY MEETS...

Event series

I QUADERNI DI CIVITA

1 / 2025

QUANDO LA SOSTENIBILITA' INCONTRA...

Ciclo di incontri

WHEN SUSTAINABILITY MEETS...

Event series



In collaborazione con
In collaboration with



PHILIP MORRIS ITALIA

Associazione Civita
Centro Studi “Gianfranco Imperatori”

Coordinamento editoriale e redazione
Silvia Boria
www.civita.it

Hanno collaborato: Alessandro Ferrari e, per la
traduzione, Donata Meduri

Collaborazione grafica: Creation

Finito di stampare nel mese di Luglio 2025

Tipografia Ostiense - Roma

Associazione Civita
Research Centre “Gianfranco Imperatori”

Editorial Coordination and Editing
Silvia Boria
www.civita.it

Contributors: Alessandro Ferrari, and, for the
translation, Donata Meduri

Graphic Design by: Creation

Finished printing in July 2025

Tipografia Ostiense - Rome

Prefazione
Preface 7

Premessa
Premise 9

Donne, STEM e inclusione
Women, STEM and inclusion 13

Economia circolare e transizione energetica
Circular economy and energy transition 21

Stili di vita sostenibili
Sustainable lifestyles 27

Informazione responsabile e trasparente
Responsible and transparent information 35

Welfare aziendale e capitale umano
Corporate welfare and human capital 41

La sostenibilità è una necessità ineludibile che incide direttamente sulla salute del pianeta e sulla sopravvivenza delle future generazioni. Essa rappresenta una delle sfide più urgenti e complesse che la società contemporanea si trova ad affrontare, in quanto non si tratta esclusivamente di una questione ambientale, ma di un cambiamento strutturale che coinvolge istituzioni, imprese, cittadini e comunità globali.

Pertanto, abbiamo voluto mettere a fattor comune, in questo numero de “I Quaderni di Civita”, le interessanti ed utili riflessioni scaturite dai dibattiti che hanno animato il ciclo di incontri “Quando la sostenibilità incontra...” organizzato e promosso dall’Associazione Civita, in collaborazione con Philip Morris Italia, nel 2024. Al centro della iniziativa le politiche di sostenibilità, che sono state oggetto di confronti e dialoghi aperti tra istituzioni, imprese e società civile nel corso dei cinque incontri “verticali” dedicati, ciascuno, a differenti declinazioni della sostenibilità: dall’inclusione sociale delle donne nelle professioni tecnico-scientifiche all’economia circolare in termini di riciclo e riuso, dagli stili di vita che generano benessere e sono sostenibili per l’ambiente all’importanza di una informazione responsabile e di nuovi modelli di welfare, con particolare riferimento a quelli aziendali.

La sostenibilità è diventata oggi uno dei pilastri strategici dello sviluppo economico, sociale e culturale del Paese. La sua portata trasversale si riflette in tutti gli ambiti della vita pubblica e privata, incidendo sulla qualità della vita, sull’efficienza delle istituzioni e sulla capacità delle comunità di affrontare le sfide globali con approcci inclusivi e innovativi. L’Europa si è affermata con determinazione nel percorso verso la sostenibilità. E l’Italia è ai primi posti in termini di riciclo ed economia circolare sulla quale le nostre imprese hanno investito da tempo, comprendendo che sostenibilità vuol dire anche più produttività, più occupazione e maggiori profitti, e spinte da normative - come

Sustainability is an inevitable necessity that directly impacts the health of the planet and the survival of future generations. It represents one of the most urgent and complex challenges facing contemporary society, as it is not solely an environmental issue, but a structural transformation involving institutions, businesses, citizens, and global communities.

For this reason, we have brought together in this edition of “I Quaderni di Civita”, the insightful and practical reflections arising from the debates that animated the event series titled “Quando la sostenibilità incontra...” (“When sustainability meets...”), organised and promoted by Associazione Civita in collaboration with Philip Morris Italia in 2024. Sustainability policies were at the heart of this initiative and the subject of open discussions and dialogues among institutions, businesses, and civil society during five thematic meetings, each dedicated to different aspects of sustainability: from the social inclusion of women in technical-scientific professions to the circular economy in terms of recycling and reuse; from lifestyles that generate well-being while remaining sustainable for the environment to the importance of responsible information and new welfare models, particularly corporate ones.

Today, sustainability has become one of the strategic pillars of the country’s economic, social, and cultural development. Its cross-cutting scope is reflected in all areas of public and private life, influencing quality of life, institutional efficiency, and the ability of communities to address global challenges with inclusive and innovative approaches. Europe has firmly established itself on the path towards sustainability. Italy ranks among the leaders in recycling and the circular economy, areas in which our businesses have long invested, recognising that sustainability also means greater productivity, employment, and profits—driven by regulations such as the Corporate Sustainability Reporting Directive,

la Corporate Sustainability Reporting Directive - che le indirizzano verso la trasparenza delle proprie informazioni ESG. Quindi, è chiaro che se da un lato dobbiamo lavorare per ridurre l'impatto ambientale, dall'altro il tema è profondamente di natura sociale ed economica.

Siamo convinti che la Cultura giochi un ruolo centrale nel promuovere la visione integrata della dimensione economica, sociale, ambientale e anche istituzionale al centro dell'Agenda 2030 e dei suoi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Da sempre l'Associazione Civita considera la Cultura come strumento cardine per lo sviluppo e l'inclusione: è infatti sul terreno fertile della crescita culturale che si può edificare una società più equa, responsabile e orientata al benessere collettivo. Promuovere la sostenibilità è un impegno corale che richiede un approccio sistemico e collaborativo: solo unendo le forze fra soggetti pubblici e privati possiamo generare un impatto duraturo e trasformativo sulla qualità della vita.

Simonetta Giordani
Segretario Generale Associazione Civita

which steer them towards transparency in their ESG reporting. So, it is clear that, while we must work to reduce environmental impact, the issue is also deeply social and economic in nature. We believe that Culture plays a central role in promoting the integrated vision of the economic, social, environmental, and institutional dimensions at the heart of the 2030 Agenda and its 17 Sustainable Development Goals. Associazione Civita has always regarded Culture as a cornerstone for development and inclusion: it is on the fertile ground of cultural growth that a fairer, more responsible, and wellbeing-oriented society can be built. Promoting sustainability is a joint commitment that demands a systemic and collaborative approach—it is only by uniting the efforts of public and private actors that we can generate a lasting and transformative impact on the quality of life.

Simonetta Giordani
Secretary General of Associazione Civita

Premessa

Nel 2016, attraverso uno Statement of Purpose, il Board of Directors di Philip Morris International ha annunciato l'obiettivo di realizzare un futuro senza fumo, segnando un cambiamento profondo nella missione dell'azienda, orientata a diventare un attore positivo di trasformazione sociale. Una scelta che rappresenta, prima di tutto, un impegno di sostenibilità: oggi, in Philip Morris, strategia di sostenibilità e strategia di business coincidono, poiché offrire ai consumatori adulti alternative senza combustione è una decisione che mira ad avere un impatto concreto e positivo sulla società. Questa trasformazione è guidata da innovazione tecnologica e ricerca scientifica, che ci permettono di intervenire in maniera più responsabile e sostenibile lungo tutta la nostra catena del valore e di attrarre i migliori talenti, acquisendo competenze divenute fondamentali per il nostro sviluppo. Uno sviluppo che, solo in Italia, coinvolge una filiera composta da oltre 41.000 persone e 8.000 imprese, di cui 1.000 attive nel settore agricolo.

Proprio la filiera agricola rappresenta un esempio virtuoso della presenza di Philip Morris nel Paese: acquistiamo circa il 50% del tabacco nazionale grazie ad accordi decennali con Coldiretti e il Ministero dell'Agricoltura, per un valore di circa 1 miliardo di euro, garantendo stabilità economica ai produttori e promuovendo l'adozione di buone pratiche agronomiche per assicurare il massimo rispetto dell'ambiente in cui operiamo.

A livello produttivo, lo stabilimento di Philip Morris Manufacturing & Technology di Bologna, il più grande al mondo per la produzione di prodotti senza combustione, rappresenta il lead site mondiale del gruppo sia per la produzione sia per prototipazione, ingegnerizzazione, innovazione di processo e sostenibilità.

Infine, l'investimento più recente, il REC – Riciclo per Economia Circolare di Anagni, dove recuperiamo e ricicliamo i dispositivi elettronici legati

Premise

In 2016, through a Statement of Purpose, the Board of Directors of Philip Morris International announced its goal of delivering a smoke-free future, marking a profound shift in the company's mission to become a positive agent of social transformation. This decision represents, above all, a commitment to sustainability: today at Philip Morris, sustainability strategy and business strategy are one and the same, as offering adult consumers smoke-free alternatives is a choice aimed at delivering tangible, positive societal impact. This transformation is driven by technological innovation and scientific research, enabling us to act more responsibly and sustainably across our entire value chain while attracting top talent and acquiring competencies critical to our growth. A development that, in Italy alone, involves a supply chain of more than 41,000 people and 8,000 companies, 1,000 of which are active in the agricultural sector.

It is precisely the agricultural supply chain that represents a virtuous example of Philip Morris's positive presence in the country: we purchase approximately 50% of Italy's tobacco through decade-long agreements with Coldiretti and the Ministry of Agriculture, worth around €1 billion, ensuring economic stability for producers and promoting the adoption of good agronomic practices to ensure maximum respect for the environment in which we operate. At the production level, the Philip Morris Manufacturing & Technology facility in Bologna—the world's largest plant for smoke-free products—serves as the group's global lead site for manufacturing, prototyping, engineering, process innovation, and sustainability. Lastly, our most recent investment is the REC – Riciclo per Economia Circolare (Recycling for a Circular Economy) in Anagni, where we recover and recycle electronic devices linked to next-generation products,

ai prodotti di nuova generazione, consolidando il nostro percorso verso un'industria più responsabile e attenta all'ambiente.

Oggi la sostenibilità non è solo una responsabilità aziendale, ma una scelta strategica che rafforza innovazione e competitività. È però necessario superare barriere normative che limitano l'accesso e la comunicazione di prodotti innovativi, promuovendo una regolamentazione favorevole alla transizione.

Durante il ciclo di conferenze “Quando la sostenibilità incontra...”, promosso dall'Associazione Civita e che abbiamo avuto il piacere di supportare, sono stati affrontati temi chiave, quali l'inclusione femminile nelle discipline STEM, l'economia circolare e il welfare aziendale, favorendo il dialogo tra istituzioni e grandi aziende e contribuendo a promuovere una cultura della sostenibilità sempre più concreta e condivisa.

Sono certo che la lettura degli interventi raccolti in questo Quaderno rappresenterà una preziosa fonte di ispirazione per chiunque desideri orientare il proprio impegno verso un futuro in cui sfide e opportunità della sostenibilità possano tradursi in percorsi efficaci di trasformazione.

Pasquale Frega
Presidente e Amministratore Delegato
Philip Morris Italia

advancing our commitment to a more responsible and environmentally conscious industry.

Today, sustainability is not just a corporate responsibility but a strategic choice that strengthens innovation and competitiveness. However, it is necessary to overcome regulatory barriers that limit access to and communication about innovative products, advocating for policies that enable this transition.

During the event series “Quando la sostenibilità incontra...” (“When sustainability meets...”), promoted by Associazione Civita and proudly supported by us, key topics were addressed—from women's inclusion in STEM disciplines to the circular economy and corporate welfare—fostering dialogue between institutions and major enterprises and advancing a culture of sustainability that is increasingly concrete and shared.

I am confident that the contributions compiled in this Quaderno will serve as a valuable source of inspiration for anyone committed to a future where the challenges and opportunities of sustainability translate into effective transformative pathways.

Pasquale Frega
President and CEO Philip Morris Italia

L'incontro "Quando la sostenibilità incontra... l'inclusione sociale: donne e STEM" ha affrontato un tema centrale per il futuro del nostro Paese: la necessità di un cambiamento culturale che integri competenze scientifiche e umanistiche, per superare i limiti di una visione ancora troppo settorializzata del sapere e promuovere una maggiore inclusione delle donne nelle discipline STEM (acronimo inglese di Science, Technology, Engineering e Mathematics). Il fatto che tutti quanti dobbiamo con rapidità convergere ed essere in grado di gestire un cambiamento tumultuoso è qualcosa che mobilita tutto il nostro sistema, sia quello culturale sia quello produttivo. Associazione Civita si impegna per affrontare questa duplicità di cultura scientifica e cultura umanistica, retaggio storico del nostro Paese.

I dati raccolti nell'annuale report di OCSE "Education at a Glance" mettono in evidenza il forte gender gap presente in Italia nell'ambito dell'istruzione tecnico-scientifica. Anche se il numero di laureate STEM è aumentato negli ultimi anni, poche sono le donne che lavorano in questo campo: otto ruoli di leadership su dieci sono ricoperti da uomini. Tale atteggiamento è dovuto non solo ad una scarsa familiarità con questa disciplina, ma anche alla percezione di una certa distanza tra i percorsi formativi scolastici e le esigenze del sapere scientifico. La missione di Civita, come sottolinea Simonetta Giordani, Segretario Generale di Associazione Civita, è sempre stata quella di costruire ponti tra mondi apparentemente distanti: il settore produttivo e quello culturale, la ricerca scientifica e la formazione umanistica. In Italia, per troppo tempo, questi due percorsi di apprendimento sono stati considerati separati, con la conseguenza di alimentare un divario di competenze che oggi rischia di penalizzare le nuove generazioni.

The meeting "Quando la sostenibilità incontra... l'inclusione sociale: donne e STEM" ("When sustainability meets... social inclusion: women and STEM") addressed a central issue for our country's future: the need for a cultural change that integrates scientific and humanistic skills, in order to overcome the limitations of a still overly compartmentalised view of knowledge and promote greater inclusion of women in STEM (acronym for Science, Technology, Engineering and Mathematics) disciplines. The fact that we all must quickly converge and be able to manage tumultuous change is something that mobilises our entire system, both cultural and productive. Associazione Civita is committed to addressing this duality of scientific culture and humanistic culture, a historical legacy of our country.

The data collected in the OECD's annual "Education at a Glance" report highlights the significant gender gap in technical-scientific education in Italy. Although the number of female STEM graduates has increased in recent years, few women work in this field: eight out of ten leadership roles are held by men. This attitude is due not only to limited familiarity with these disciplines, but also to a perceived distance between school education pathways and the demands of scientific knowledge. As Simonetta Giordani, Secretary General of Associazione Civita, emphasises, Civita's mission has always been to build bridges between seemingly distant worlds: the productive sector and the cultural sector, scientific research and humanistic education. In Italy, for too long, these two learning paths have been considered separate, resulting in a skills gap that now risks disadvantaging younger generations.

Sapere scientifico e umanistico per affrontare il futuro

L'Italia ha sempre dato un peso maggiore alla formazione umanistica per la classe dirigente, mentre la cultura scientifica è spesso rimasta relegata a una funzione operativa. Questo modello ha mostrato i suoi limiti in un mondo in cui l'innovazione e la tecnologia sono motori di crescita economica. La sfida, oggi, è integrare questi saperi per rendere il Paese più competitivo a livello internazionale e per affrontare le trasformazioni del mercato del lavoro, in cui la domanda di figure con competenze STEM è in costante crescita. A questo proposito, è fondamentale ripensare i percorsi educativi sin dalle scuole primarie, integrando una didattica che non separi rigidamente le materie umanistiche da quelle scientifiche, ma le faccia dialogare. Questo approccio consentirebbe di superare il pregiudizio secondo cui le discipline STEM sono troppo complesse o inadatte a chi ha una formazione culturale più orientata alla creatività e all'analisi critica. Il problema della polarizzazione del sapere ha radici profonde nella storia italiana, ma oggi è necessario un cambiamento radicale. La multidisciplinarietà è la chiave per formare professionisti capaci di affrontare le sfide della transizione digitale e ambientale con un approccio più flessibile e innovativo.

Le competenze tecnico-scientifiche sono oggi indispensabili in qualsiasi ambito professionale. Il progresso tecnologico ha ridefinito il concetto stesso di lavoro, con l'intelligenza artificiale e la digitalizzazione che stanno creando nuove opportunità, ma anche nuove disuguaglianze. Il settore STEM è quello con il maggior potenziale occupazionale, ma paradossalmente resta poco attrattivo per le nuove generazioni e ancor di più per le donne.

Se oggi le ragazze si allontanano dalle STEM è perché manca una comunicazione efficace su quanto queste competenze siano fondamentali per il futuro. Da qui, l'importanza di iniziative come l'istituzione della Settimana STEM, come ha ricordato l'On. Marta Schifone, Presidente dell'Intergruppo STEM della Camera dei De-

Facing the future through scientific and humanistic knowledge

Italy has traditionally placed greater emphasis on humanistic education for its leadership class, while scientific culture has often been relegated to operational roles. This model has shown its limitations in a world where innovation and technology are the drivers of economic growth. Today's challenge is to integrate these knowledge systems to make the country more internationally competitive and to address changes in the labour market, where demand for STEM-skilled professionals is constantly growing. In this regard, it is essential to rethink educational pathways from primary school onwards, adopting teaching methods that do not rigidly separate humanities from scientific subjects but instead foster a dialogue between them. This approach would overcome the prejudice that STEM disciplines are too complex or unsuitable for those with a cultural background more oriented towards creativity and critical analysis. The problem of the polarisation of knowledge has deep roots in Italian history, but today radical change is needed. Multidisciplinarity is key to training professionals capable of tackling the challenges of the digital and environmental transitions with a more flexible and innovative approach.

Technical-scientific skills are now indispensable in every professional field. Technological progress has redefined the very concept of work, with artificial intelligence and digitalisation creating new opportunities but also new inequalities. The STEM sector offers the greatest employment potential, yet paradoxically remains unattractive to younger generations—and even more so to women.

The reason girls are turning away from STEM subjects today is the lack of effective communication about how crucial these skills are for the future. This underscores the importance of initiatives like the establishment of STEM Week, as highlighted by Hon. Marta Schifone, President of the STEM Intergroup of the Italian Chamber of Deputies: a legislative initiative aimed at promoting scientific

putati: una iniziativa legislativa la quale mira a promuovere le discipline scientifiche e tecnologiche tra le studentesse, abbattendo gli stereotipi di genere che ancora oggi ostacolano la loro partecipazione, sensibilizzando giovani e famiglie sulle opportunità offerte da queste discipline e creando un'alleanza tra scuole, università, aziende e istituzioni per promuovere una narrazione diversa e più inclusiva. Nei Paesi con una maggiore inclusione delle donne nei settori tecnologici si registrano tassi di innovazione più elevati. Ne consegue l'importanza di abbattere gli ostacoli sociali che limitano l'accesso delle donne alle discipline scientifiche, perché la parità di genere nelle STEM non è solo una questione di giustizia sociale, ma anche di competitività economica, come ha evidenziato l'On. Federico Mollicone, Presidente della Commissione Cultura, Scienza e Istruzione della Camera dei deputati.

Il ruolo delle aziende: il caso Philip Morris Italia, Open Fiber e TIM S.p.A

È importante che le aziende supportino il sistema educativo con programmi di orientamento, stage che offrano alle studentesse un'esperienza concreta nel mondo delle STEM. Solo attraverso un lavoro sinergico tra scuola, università e imprese sarà possibile colmare il divario esistente e permettere alle nuove generazioni di affrontare il futuro con maggiore consapevolezza e preparazione. Dalle imprese arrivano, pertanto, testimonianze significative su come il settore privato possa giocare un ruolo fondamentale nella promozione della parità di genere nelle STEM.

L'esempio di Philip Morris è paradigmatico in questo senso. L'azienda ha da tempo dichiarato di voler uscire dal tradizionale business delle sigarette per concentrarsi su alternative smoke-free e prodotti innovativi, avviando un cambiamento radicale reso possibile solo grazie a investimenti massicci, di circa 14 miliardi di dollari a partire dal 2008, in ricerca e sviluppo. Philip Morris è l'unico operatore del settore ad aver preso questa strada. Va da sé la necessità di integrare nuove competenze

and technological disciplines among female students, breaking down the gender stereotypes that still hinder their participation, raising awareness among young people and families about the opportunities these fields offer, and fostering collaboration between schools, universities, businesses, and institutions to promote a different, more inclusive narrative.

Countries with greater inclusion of women in technological sectors show higher innovation rates. This highlights the importance of dismantling social barriers that limit women's access to scientific disciplines, because gender equality in STEM is not just a matter of social justice but also of economic competitiveness, as emphasised by Hon. Federico Mollicone, President of the Culture, Science, and Education Committee in Italy's Chamber of Deputies.

The role of companies: the case of Philip Morris Italia, Open Fiber and TIM S.p.A.

It is crucial for companies to support the education system through career guidance programmes and internships that provide female students with hands-on experience in the world of STEM. Only through synergy between schools, universities, and businesses it will be possible to bridge the existing gap and equip younger generations to face the future with greater awareness and preparation. Companies are therefore offering valuable examples of how the private sector can play a fundamental role in promoting gender equality in STEM.

Philip Morris serves as a paradigmatic example in this regard. The company has long declared its intention to move away from traditional cigarette manufacturing to focus on smoke-free alternatives and innovative products, driving a radical transformation made possible only through massive investments in research and development—totalling approximately \$14 billion since 2008. Philip Morris is the only player in its sector to have taken this

per portare avanti la trasformazione, e per questo motivo l'azienda ha inaugurato, nel 2022, il Philip Morris Institute for Manufacturing Competences – IMC il centro del gruppo Philip Morris International per l'alta formazione e lo sviluppo delle competenze legate a Industria 4.0.

Il centro nasce come sistema aperto, le cui attività sono rivolte alle persone che lavorano in Philip Morris e della sua filiera, così come a tutto il mondo economico, imprenditoriale, dell'istruzione e della formazione, locale e nazionale. L'obiettivo dell'IMC è quello di divenire un punto di riferimento, a livello regionale e nazionale, per ciò che concerne la formazione continua e il trasferimento tecnologico, favorendo lo sviluppo delle competenze avanzate per le professioni del futuro nel mondo manifatturiero italiano, affrontando le principali sfide legate al mondo della professionalizzazione, tra cui, appunto, quella di rendere più inclusive, soprattutto per le donne, le carriere STEM.

In un mondo in cui alle donne ancora viene opposto un tetto di cristallo, Philip Morris Italia vuole incoraggiare questo percorso di studi e professionale attraverso varie iniziative, tra le quali l'hackathon “Women shape the future”, call for ideas dedicata alle studentesse di facoltà STEM del mezzogiorno, realizzato dal Philip Morris IMC in collaborazione con diverse realtà all'avanguardia nel mondo della formazione.

L'iniziativa nasce proprio con lo scopo di valorizzare l'impegno delle ragazze in discipline solitamente caratterizzate da una forte prevalenza maschile, attraverso un hackathon intorno ai temi dell'Industria 4.0 che si tiene con cadenza annuale coinvolgendo Atenei del sud Italia.

Positiva anche la testimonianza di Open Fiber, una azienda tecnologica dove la presenza femminile (un terzo dei dipendenti) è più alta rispetto alla media del settore, nonostante operi in un ambito, quello delle telecomunicazioni, nel quale quella stessa presenza è ancora inferiore rispetto alla media di altri comparti. Una realtà giovane e innovativa che ha avviato diversi progetti per incentivare la formazione STEM tra le giovani donne, con programmi di guida e collaborazioni con istituti tecnici, come ha evidenziato l'Amministratore Delegato Open Fiber, Giuseppe Gola.

Unsurprisingly, this shift requires new competencies, which is why, in 2022, the company established the Philip Morris Institute for Manufacturing Competences (IMC), the Philip Morris International group's centre for advanced training and skills development related to Industry 4.0.

The IMC operates as an open system, offering programmes not only to Philip Morris employees and its supply chain but also to the wider economic, entrepreneurial, educational and training communities, at both local and national levels. The institute aims to become a regional and national benchmark for continuous training and technology transfer, fostering the development of advanced skills for the professions of the future in the Italian manufacturing world and addressing the main challenges related to the world of professionalisation, including making STEM careers more inclusive, especially for women.

In a world where women still face a glass ceiling, Philip Morris Italia seeks to encourage STEM study and career paths through various initiatives, including the “Women Shape the Future” hackathon, an ideas competition for female STEM students in Southern Italy, organised by the Philip Morris IMC in collaboration with a series of leading institutions in the education sector. The initiative was created specifically to highlight the contributions of young women in traditionally male-dominated fields, through an annual hackathon focused on Industry 4.0 themes and involving universities across Southern Italy.

Equally noteworthy is the example set by Open Fiber, a technology company where female representation (one-third of employees) exceeds the sector average—despite operating in telecommunications, an industry where women remain underrepresented compared to other fields. As the CEO of Open Fiber Giuseppe Gola highlighted, this young and innovative company has launched several projects to encourage STEM training for young women, including mentorship programmes and

collaborations with technical institutes. Similarly, TIM S.p.A. has invested in gender equality initiatives for over 15 years—such as “Four Weeks for Inclusion”, engaging 300 companies in four weeks of inclusion-focused activities, and university mentorship programmes for female students - and which was recognised in 2023 as the world's leading telecom company for inclusion and diversity policies. Elisabetta Romano, EVP Chief Network Operations and Wholesale Officer at TIM S.p.A., emphasises that family support, education, and role models can boost female participation in tech. She also reminds us how gender diversity is critical in the design of artificial intelligence algorithms, as those algorithms are trained with data reflecting the experiences of those who develop them: if it is only men who create those algorithms, they will only reflect half the population's experiences. Even in the film industry, historically male-dominated, cultural progress is underway. Nicola Maccanico, CEO of Cinecittà, points to persistent issues of professional “segregation”, where certain roles remain stereotypically “female”, while leadership positions are still largely male-dominated. Yet the success of directors of the calibre of Paola Cortellesi demonstrates women's growing prominence in historically inaccessible fields. Closing the STEM gender gap is undeniably crucial for Italy's future—a priority that is both social and economic. Greater inclusion requires collaboration between institutions, companies, and educators which is the key to building a more inclusive and competitive ecosystem, capable of responding to the challenges of technological change and ecological transition, where sustainability and innovation are two sides of the same coin, and neither can advance without inclusion. To achieve this, it is crucial to invest in effective education policies, promote female role models in science and technology, and create career pathways that facilitate women's access to STEM professions. The hope emerging from this discussion is that the journey towards greater STEM

Collaborations with technical institutes. Similarly, TIM S.p.A. has invested in gender equality initiatives for over 15 years—such as “Four Weeks for Inclusion”, engaging 300 companies in four weeks of inclusion-focused activities, and university mentorship programmes for female students - and which was recognised in 2023 as the world's leading telecom company for inclusion and diversity policies. Elisabetta Romano, EVP Chief Network Operations and Wholesale Officer at TIM S.p.A., emphasises that family support, education, and role models can boost female participation in tech. She also reminds us how gender diversity is critical in the design of artificial intelligence algorithms, as those algorithms are trained with data reflecting the experiences of those who develop them: if it is only men who create those algorithms, they will only reflect half the population's experiences. Even in the film industry, historically male-dominated, cultural progress is underway. Nicola Maccanico, CEO of Cinecittà, points to persistent issues of professional “segregation”, where certain roles remain stereotypically “female”, while leadership positions are still largely male-dominated. Yet the success of directors of the calibre of Paola Cortellesi demonstrates women's growing prominence in historically inaccessible fields. Closing the STEM gender gap is undeniably crucial for Italy's future—a priority that is both social and economic. Greater inclusion requires collaboration between institutions, companies, and educators which is the key to building a more inclusive and competitive ecosystem, capable of responding to the challenges of technological change and ecological transition, where sustainability and innovation are two sides of the same coin, and neither can advance without inclusion. To achieve this, it is crucial to invest in effective education policies, promote female role models in science and technology, and create career pathways that facilitate women's access to STEM professions. The hope emerging from this discussion is that the journey towards greater STEM

Collaborations with technical institutes. Similarly, TIM S.p.A. has invested in gender equality initiatives for over 15 years—such as “Four Weeks for Inclusion”, engaging 300 companies in four weeks of inclusion-focused activities, and university mentorship programmes for female students - and which was recognised in 2023 as the world's leading telecom company for inclusion and diversity policies. Elisabetta Romano, EVP Chief Network Operations and Wholesale Officer at TIM S.p.A., emphasises that family support, education, and role models can boost female participation in tech. She also reminds us how gender diversity is critical in the design of artificial intelligence algorithms, as those algorithms are trained with data reflecting the experiences of those who develop them: if it is only men who create those algorithms, they will only reflect half the population's experiences. Even in the film industry, historically male-dominated, cultural progress is underway. Nicola Maccanico, CEO of Cinecittà, points to persistent issues of professional “segregation”, where certain roles remain stereotypically “female”, while leadership positions are still largely male-dominated. Yet the success of directors of the calibre of Paola Cortellesi demonstrates women's growing prominence in historically inaccessible fields. Closing the STEM gender gap is undeniably crucial for Italy's future—a priority that is both social and economic. Greater inclusion requires collaboration between institutions, companies, and educators which is the key to building a more inclusive and competitive ecosystem, capable of responding to the challenges of technological change and ecological transition, where sustainability and innovation are two sides of the same coin, and neither can advance without inclusion. To achieve this, it is crucial to invest in effective education policies, promote female role models in science and technology, and create career pathways that facilitate women's access to STEM professions. The hope emerging from this discussion is that the journey towards greater STEM

due facce della stessa medaglia e il loro sviluppo non può prescindere dall'inclusione. Affinché ciò avvenga, è fondamentale investire in politiche educative efficaci, promuovere modelli di riferimento femminili nel mondo della scienza e della tecnologia e creare percorsi di carriera che favoriscano l'accesso delle donne alle professioni STEM.

L'auspicio emerso dal dibattito è che il percorso verso una maggiore inclusione nelle STEM possa accelerare nei prossimi anni, grazie a un impegno congiunto di istituzioni e imprese. Solo attraverso un approccio integrato e una visione condivisa sarà possibile trasformare le sfide del presente in opportunità per il futuro, garantendo una crescita equa e sostenibile per l'intera comunità e rendendo l'Italia più competitiva e sostenibile.

inclusion will accelerate in coming years through joint commitment from institutions and businesses. Only an integrated approach and shared vision can turn today's challenges into tomorrow's opportunities, ensuring equitable and sustainable growth for all while making Italy more competitive and sustainable.

Economia circolare e transizione energetica

Nel contesto globale attuale, il tema a cui è stato dedicato l'incontro "Quando la sostenibilità incontra... l'economia circolare, tra riciclo e riuso", organizzato da Associazione Civita nell'ambito del Festival dello Sviluppo Sostenibile promosso da ASviS, è un tema cruciale e attuale: pone, infatti, al centro della discussione le sfide e le opportunità legate a due pilastri fondamentali per il nostro futuro, ovvero l'economia circolare e la transizione energetica.

La transizione verso una economia circolare alternativa al modello lineare è diventata una necessità impellente. Ma è anche un'opportunità di sviluppo e di crescita che dà vita a nuovi modelli di business; l'Italia, in particolare, contando sulla propria leadership in diversi settori manifatturieri, può generare innovazione, accelerando la diffusione sul mercato di nuove tecnologie.

Simonetta Giordani, Segretario Generale di Associazione Civita, evidenzia che il riciclo e il riuso dei materiali sono pratiche che contribuiscono a promuovere lo sviluppo sostenibile, perché riducono il bisogno di usare preziose risorse naturali e materie prime. Il passaggio da un'economia lineare a un'economia circolare può aiutarci a salvaguardare il pianeta e le sue risorse per le generazioni future, garantendo uno sviluppo sostenibile.

Contesto europeo, sfide del Green Deal e posizionamento dell'Italia

L'economia circolare rappresenta oggi una delle strategie più efficaci per affrontare la crisi climatica e ridurre la pressione sulle risorse naturali. A differenza del modello lineare tradizionale basato su produzione, consumo e smaltimento, l'economia circolare promuove il riuso, il riciclo e la rigenerazione dei materiali, riducendo la dipendenza dalle materie prime vergini e valorizzando i rifiuti come nuova fonte di risorse.

L'Italia, sebbene si distingua per un'efficienza superiore alla media UE nel consumo di materia-

Circular economy and energy transition

In the current global context, the theme addressed at the meeting "Quando la sostenibilità incontra... l'economia circolare, tra riciclo e riuso" ("When sustainability meets... the circular economy, between recycling and reuse"), organised by Associazione Civita as part of the Festival dello Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Festival) promoted by ASviS, is crucial and timely: it places at the center of discussion the challenges and opportunities related to two fundamental pillars for our future, namely the circular economy and the energy transition.

The transition to a circular economy as an alternative to the linear model has become an urgent necessity. But it is also a development and growth opportunity that gives rise to new business models; Italy, in particular, leveraging its leadership in various manufacturing sectors, can generate innovation, accelerating the market diffusion of new technologies.

Simonetta Giordani, Secretary General of Associazione Civita, highlights that recycling and reuse of materials are practices that contribute to promoting sustainable development, because they reduce the need to use precious natural resources and raw materials. The shift from a linear to a circular economy can help us safeguard the planet and its resources for future generations, ensuring sustainable development.

European context, Green Deal challenges and Italy's position

The circular economy today represents one of the most effective strategies to address the climate crisis and reduce pressure on natural resources. Unlike the traditional linear model based on production, consumption and disposal, the circular economy promotes reuse, recycling and material regeneration, reducing dependence on virgin raw materials and valorising waste as a new resource source.

Italy, although distinguished by efficiency above the EU average in material consumption and recovery

li e nel recupero di materie prime seconde, non ha ancora colmato il divario con le economie più avanzate. Il riciclo rappresenta ancora una parte troppo piccola del sistema, mentre una grande quantità di risorse viene dispersa sotto forma di emissioni in atmosfera, incluse quelle derivanti dalle fonti fossili. Questo conferma che l'economia circolare in Italia è una realtà concreta, ma ancora insufficiente per ridurre la dipendenza dalle importazioni e garantire una crescita sostenibile a lungo termine. È necessario aumentare il tasso di circolarità dei materiali, migliorando le tecnologie di recupero e incentivando le imprese a integrare il riciclo nei loro processi produttivi. La sostenibilità è ormai una questione strategica che intreccia politica industriale, sicurezza e autonomia strategica e quindi accesso alle materie prime e a determinate tecnologie, ha sottolineato Carlo Corazza, Rappresentante in Italia del Parlamento Europeo. Il Green Deal europeo, concepito per rendere l'Europa il primo continente a impatto climatico zero, rappresenta un passaggio epocale, ma dovrà adattarsi alle nuove sfide geopolitiche e industriali, garantendo che la transizione non comprometta la competitività delle imprese europee che dovranno essere sostenute da forti strategie di politica industriale dell'UE.

Il tema della sicurezza delle materie prime critiche è particolarmente rilevante. L'Europa dipende fortemente da paesi terzi per l'approvvigionamento di materiali essenziali alla transizione energetica e digitale, come il litio, il cobalto e le terre rare, elementi fondamentali per la produzione di batterie, semiconduttori e tecnologie rinnovabili. Questo rende necessaria una strategia di economia circolare che, grazie ad un sistema industriale solido e capace di assorbire e trasformare i materiali riciclati, permetta di ridurre la dipendenza dalle importazioni attraverso il recupero e il riutilizzo di materiali.

Proprio sull'economia circolare vertevano le proposte iniziali del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, finalizzate al raggiungimento dei target di materie prime critiche all'interno dei Paesi G7. Questo, chiaramente, in coerenza con la regolamentazione comunitaria e anche in stretta sinergia con il track clima ed energia, che ha portato

of secondary raw materials, has not yet bridged the gap with more advanced economies. Recycling still represents too small a part of the system, while a large quantity of resources is dispersed as atmospheric emissions, including those from fossil sources. This confirms that the circular economy in Italy is a concrete reality, but still insufficient to reduce import dependence and guarantee long-term sustainable growth. It is necessary to increase the material circularity rate, improving recovery technologies and incentivising companies to integrate recycling into their production processes. Sustainability has now become a strategic issue intertwining industrial policy, security and strategic autonomy and therefore access to raw materials and certain technologies, emphasised Carlo Corazza, Italian Representative to the European Parliament. The European Green Deal, conceived to make Europe the first climate-neutral continent, represents an epochal transition, but will have to adapt to new geopolitical and industrial challenges, ensuring the transition does not compromise the competitiveness of European companies which will need to be supported by strong EU industrial policy strategies.

The issue of critical raw material security is particularly relevant. Europe depends heavily on third countries for the supply of materials essential to the energy and digital transition, such as lithium, cobalt and rare earths, fundamental elements for the production of batteries, semiconductors and renewable technologies. This makes necessary a circular economy strategy that, thanks to a solid industrial system capable of absorbing and transforming recycled materials, can reduce import dependence through material recovery and reuse.

The initial proposals of the Ministry of Environment and Energy Security focused precisely on the circular economy, aimed at achieving critical raw material targets within G7 countries. This, clearly, in line with community regulation and also in close synergy with the climate and energy track, which has advanced an important theme: the security of critical raw material supply chains and technological

avanti un tema importante: la sicurezza delle catene di approvvigionamento delle materie prime critiche e l'innovazione tecnologica nella produzione, con particolare attenzione al tema dell'ecodesign, come ha evidenziato Laura D'Aprile, Capo del Dipartimento per lo sviluppo sostenibile del MASE.

L'urgenza di accelerare la transizione ecologica è tale che, se le tendenze attuali non verranno invertite, il riscaldamento globale avrà un impatto devastante sull'economia mondiale. Studi recenti dimostrano che il riscaldamento globale potrebbe causare importanti perdite economiche entro il 2050: serve quindi un impegno immediato per ridurre le emissioni di CO2 e migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse. Ecco perché investire oggi nella sostenibilità non è solo una necessità ambientale, ma anche un'opportunità per garantire crescita e occupazione, come ha rimarcato Enrico Giovannini, Co-Fondatore e Direttore Scientifico di ASviS, secondo il quale ci sono cinque aspetti che hanno molto a che fare con i prossimi passi da compiere:

- non basta non tornare indietro, dobbiamo accelerare, perché a un mondo sostenibile l'unica alternativa è un mondo insostenibile
- il riciclo non è sufficiente. È giusto riconoscere i successi del nostro sistema produttivo in termini di riciclo, ma dobbiamo avere coscienza del fatto che, se ad esempio ricicliamo oltre il 56%, della plastica, è anche vero che circa il 40% continua comunque a finire nei nostri fiumi, nei nostri territori, nei nostri corpi
- l'inquinamento non riguarda solo la CO2: ci sono tantissimi morti premature all'anno in Europa per malattie legate all'inquinamento atmosferico, quindi a inquinanti diversi dalla CO2
- il Green Deal ha problemi, ma va migliorato, non abbandonato la natura non funziona come i modelli economici: ci sono soglie oltre cui il sistema collassa. Non è una questione solo ambientale, ma anche economica: rinviare di soli cinque anni la transizione energetica avrebbe un impatto economico devastante.

Per quanto riguarda l'Italia, rispetto al Goal 12 dell'Agenda 2030 (Garantire modelli sostenibili di produzione e consumo), è tra i Paesi più virtuosi in Europa per efficienza nell'uso delle risorse, ma anco-

innovation in production, with particular attention to the issue of ecodesign, as highlighted by Laura D'Aprile, Head of the Department for sustainable development of MASE.

The urgency to accelerate the ecological transition is such that, if current trends are not reversed, global warming will have a devastating impact on the world economy. Recent studies show that global warming could cause significant economic losses by 2050: immediate commitment is therefore needed to reduce CO2 emissions and improve resource use efficiency. This is why investing in sustainability today is not only an environmental necessity but also an opportunity to guarantee growth and employment, as emphasised by Enrico Giovannini, Co-Founder and Scientific Director of ASviS, according to whom there are five aspects that have much to do with the next steps to be taken:

- it is not enough not to go backwards, we must accelerate, because the only alternative to a sustainable world is an unsustainable world
- recycling is not sufficient. It is right to recognise the successes of our production system in terms of recycling, but we must be aware that, for example, while we recycle over 56% of plastic, it is also true that about 40% still ends up in our rivers, our lands, our bodies
- pollution is not just about CO2: there are many premature deaths per year in Europe from diseases linked to air pollution, therefore from pollutants other than CO2
- the Green Deal has problems, but it must be improved, not abandoned nature does not work like economic models: there are thresholds beyond which the system collapses. It is not just an environmental issue, but also an economic one: delaying the energy transition by just five years would have a devastating economic impact.

Regarding Italy, with respect to Goal 12 of Agenda 2030 (Ensuresustainableconsumptionandproduction patterns), it is among the most virtuous countries in Europe for resource use efficiency, but still far from the excellence levels of nations like the Netherlands, reminds us Luigi Di Marco, ASviS expert.

ra distante dai livelli di eccellenza di nazioni come l'Olanda, ci ricorda Luigi Di Marco, esperto ASviS. La dipendenza dell'Italia dalle importazioni di materie prime rappresenta una vulnerabilità da affrontare con strategie mirate. Se tutti i cittadini del mondo consumassero come gli italiani, ha segnalato Di Marco, sarebbero necessari 2,7 pianeti per soddisfare il fabbisogno di risorse.

Philip Morris Italia tra le aziende leader del cambiamento

In tema di riciclo, si distingue l'innovativo progetto di economia circolare applicato ai prodotti tecnologici di nuova generazione presentato da Philip Morris Italia, nel gennaio del 2024.

Il Centro REC - Riciclo per l'Economia Circolare si trova ad Anagni ed è interamente dedicato al recupero e al riciclo dei dispositivi elettronici. Questo centro è stato creato per supportare l'utilizzo di prodotti innovativi senza combustione di Philip Morris, come Iqos, LiL e Veev. L'obiettivo di raccogliere fino a 500.000 dispositivi nel primo anno di attività si è già realizzato e l'azienda punta ora ad arrivare al milione di dispositivi entro il 2025, con un target di recupero di oltre l'80% delle materie prime presenti nei devices. I materiali recuperati includono plastica, metalli, magneti, batterie agli ioni di litio e circuiti. Queste materie prime sono considerate "critiche" dall'Unione Europea, ossia "di grande importanza economica, con elevato rischio di perturbazione dell'approvvigionamento a causa della concentrazione delle fonti e della mancanza di sostituti validi e a prezzi accessibili".

Michele Samoggia Zerbetto, Direttore Relazioni Esterne di Philip Morris Italia, ha evidenziato che, iniziative come questa dimostrano come la sostenibilità possa diventare un vantaggio competitivo, contribuendo a ridurre l'impatto ambientale e a generare valore economico. Se da un lato dobbiamo, quindi, puntare con decisione sull'innovazione tecnologica per rimanere all'avanguardia e garantire una crescita sostenibile, dall'altro è centrale un approccio pragmatico che tenga conto della competitività delle imprese e che garantisca strumenti adeguati ad accompagnarle in questa

Italy's dependence on raw material imports represents a vulnerability to be addressed with targeted strategies. If all world citizens consumed like Italians, Di Marco pointed out, 2.7 planets would be needed to meet resource demand.

Philip Morris Italia among the leading companies of change

In the field of recycling, Philip Morris Italia stands out for its innovative circular economy project applied to next-generation technological products, presented in January 2024.

The REC Centre - Riciclo per l'Economia Circolare (Recycling for the Circular Economy) is located in Anagni and is entirely dedicated to the recovery and recycling of electronic devices. This centre was created to support the use of Philip Morris's innovative smoke-free products, such as Iqos, LiL and Veev. The target of collecting up to 500,000 devices in the first year of operation has already been achieved, and the company now aims to reach one million devices by 2025, with a recovery target of over 80% of the raw materials present in the devices. Recovered materials include plastics, metals, magnets, lithium-ion batteries and circuits. These raw materials are considered "critical" by the European Union, meaning they are "of great economic importance, with a high risk of supply disruption due to concentrated sources and lack of valid, affordable substitutes."

Michele Samoggia Zerbetto, Director of External Relations at Philip Morris Italia, highlighted that initiatives like this demonstrate how sustainability can become a competitive advantage, helping to reduce environmental impact and generate economic value. While it is necessary to decisively focus on technological innovation in order to remain at the forefront and ensure sustainable growth, it is equally crucial to adopt a pragmatic approach that considers business competitiveness and provides adequate tools to support companies through this transformation without compromising their global

trasformazione senza penalizzarne la competitività sul mercato globale, come ha evidenziato anche Marco Ravazzolo, Direttore Ambiente Energia e Mobilità di Confindustria.

Tutti i settori industriali di base sono caratterizzati da un elevato consumo energetico, ha sottolineato Massimo Medugno, Direttore Generale di Assocarta. Sebbene l'attenzione al riciclo sia diffusa e rappresenti un importante strumento per ridurre l'impatto ambientale, è fondamentale considerare che materiali come l'acciaio, il vetro e la carta, pur essendo riciclabili restano altamente energivori. L'Italia si distingue per un'elevata efficienza nel riciclo, raggiungendo i migliori standard europei, ma ciò è in parte dovuto al costo elevato dell'energia, che incentiva l'ottimizzazione dei processi produttivi.

L'approvvigionamento energetico rappresenta quindi una questione cruciale per lo sviluppo sostenibile e la realizzazione di impianti fotovoltaici richiede una pianificazione strategica con anche il supporto istituzionale. È necessario che lo Stato individui le competenze e le aree idonee per consentire una programmazione efficace, poiché la costruzione di questi impianti richiede anni e non può essere semplicemente accelerata.

La sostenibilità, insieme alla digitalizzazione, può essere un grande driver di trasformazione, innovazione e creazione di posti di lavoro, laddove le risorse interne vengano adeguatamente sfruttate, ha affermato Elena Maggioni, Head of Business Development and Transformation di A2A Ambiente. Tuttavia, in Italia, se sugli imballaggi abbiamo raggiunto il target europeo del 2030, nel settore dei rifiuti e della loro gestione, ad esempio, c'è ancora molto da fare, con criticità tra le quali: l'insufficiente numero di impianti di trattamento e recupero che comporta l'esportazione di circa 5 milioni di tonnellate di rifiuti all'anno; la scarsa diffusione di impianti di biometano che limita il recupero dei rifiuti organici, rifiuti che potrebbero invece contribuire all'indipendenza energetica del Paese; la lentezza dei processi autorizzativi che frena lo sviluppo di nuove tecnologie per il riciclo avanzato.

market competitiveness, as also noted by Marco Ravazzolo, Director of Environment, Energy and Mobility at Confindustria.

All core industrial sectors are characterised by high energy consumption, stressed Massimo Medugno, Director General of Assocarta. Although recycling awareness is widespread and represents an important tool for reducing environmental impact, it is essential to consider that materials such as steel, glass and paper, while recyclable, remain highly energy-intensive. Italy stands out for its high recycling efficiency, meeting the best European standards, but this is partly due to high energy costs, which encourage optimisation of production processes.

Energy supply is therefore a crucial issue for sustainable development, and the implementation of photovoltaic plants requires strategic planning with institutional support. The State needs to identify suitable expertise and areas to enable effective planning, as the construction of these plants takes years and cannot simply be accelerated. Sustainability, together with digitalisation, can be a major driver of transformation, innovation and job creation, provided internal resources are properly exploited, said Elena Maggioni, Head of Business Development and Transformation at A2A Ambiente. However, in Italy, while we have already reached the 2030 European target for packaging, there is still much to be done in the waste management sector, with critical issues including: the insufficient number of treatment and recovery plants, leading to the export of around 5 million tonnes of waste per year; the limited spread of biomethane plants, which restricts the recovery of organic waste that could otherwise contribute to the country's energy independence; and the slowness of permitting processes, which hinders the development of new advanced recycling technologies.

Nel contesto attuale, caratterizzato da rapidi cambiamenti sociali, tecnologici e ambientali, il tema della sostenibilità si intreccia sempre più con l'innovazione e gli stili di vita, definendo nuovi modelli di benessere per le generazioni presenti e future. Durante l'incontro "Quando la sostenibilità incontra... innovazione e stili di vita" sono emerse riflessioni fondamentali su salute mentale, prevenzione sanitaria, sport, alimentazione e sostenibilità ambientale.

L'evento ha rappresentato un'importante occasione per esplorare il ruolo delle innovazioni nelle integrazioni di modelli di benessere e stili di vita sostenibili che generano benefici concreti e duraturi per la società e per l'ambiente. In questa prospettiva, realtà aziendali come Philip Morris Italia condividono l'importanza di un impegno verso una sostenibilità a 360 gradi, contribuendo attivamente all'evoluzione di modelli responsabili e innovativi.

A partire dalla scelta aziendale di trasformare il proprio business e concentrarsi sui prodotti senza fumo, Philip Morris sta guidando infatti una rivoluzione del settore che ha ricadute dirette sugli stili di vita di 38,6 milioni di consumatori nel mondo che hanno iniziato a utilizzare prodotti senza combustione, come risulta dal Philip Morris Integrated Report.

In questo contesto, l'azienda conduce studi scientifici rigorosi per comprovare il potenziale di riduzione del danno dei propri prodotti basati sull'assenza di combustione rispetto alle sigarette. La valutazione scientifica si fonda su competenze multidisciplinari, che includono chimica, biologia, medicina clinica, scienze comportamentali e analisi di dati reali. Viviamo in un'epoca di profonde trasformazioni, in cui il progresso tecnologico sta ridefinendo ogni ambito della nostra esistenza: dai trasporti alla comunicazione, dall'energia alla salute. Contestualmente, gli stili di vita si evolvono costantemente, influenzati da dinamiche economiche, sociali e culturali. Tuttavia, queste trasformazioni comportano nuove sfide e responsabilità: per garantire un'inno-

In today's context of rapid social, technological and environmental changes, sustainability is increasingly intertwined with innovation and lifestyles, defining new models of wellbeing for present and future generations. The meeting "Quando la sostenibilità incontra... innovazione e stili di vita" ("When sustainability meets... innovation and lifestyles") sparked fundamental reflections on mental health, healthcare prevention, sports, nutrition and environmental sustainability.

The event provided an important opportunity to explore how innovations can integrate wellbeing models with sustainable lifestyles that generate concrete, lasting benefits for society and the environment. From this perspective, companies like Philip Morris Italia recognise the importance of comprehensive sustainability commitments, actively contributing to the evolution of responsible and innovative models.

Philip Morris's strategic decision to transform its business and focus on smoke-free products is leading an industry revolution that directly impacts the lifestyles of 38.6 million consumers worldwide who have switched to smoke-free alternatives, as reported in the Philip Morris Integrated Report.

In this context, the company conducts rigorous scientific studies to demonstrate the harm reduction potential of its combustion-free products compared to cigarettes. These scientific evaluations leverage multidisciplinary expertise spanning chemistry, biology, clinical medicine, behavioural sciences and real-world data analysis.

We live in an era of profound transformation where technological progress is redefining every aspect of our lives: from transportation to communication, from energy to healthcare. Concurrently, lifestyles continuously evolve under the influence of economic, social and cultural dynamics. However, these transformations bring new challenges and responsibilities: to ensure truly effective innovation, it is essential to

vazione realmente efficace è imprescindibile un approccio olistico che consideri non solo lo sviluppo economico, ma anche le sue implicazioni ambientali e sociali.

Simonetta Giordani, Segretario Generale di Associazione Civita, ci ricorda come la sostenibilità non sia più un'opzione, ma una necessità inderogabile. Per affrontare le sfide del presente e costruire un futuro più equo e resiliente è necessario un impegno collettivo e coordinato, capace di coniugare progresso e responsabilità, innovazione e rispetto per l'ambiente.

Lo stile di vita come imperativo per la società

In questo contesto sempre più importante e rilevante per i giovani di oggi, uno degli aspetti più delicati è quello della salute mentale, una tematica spesso trattata con prudenza e reticenza, nonostante il suo crescente impatto sulla società. Maria Rita Parsi, psicoterapeuta e scrittrice, ha enfatizzato come il lockdown, la digitalizzazione e l'uso intensivo dei social abbiano profondamente condizionato il benessere psicologico, in particolare, dei giovani. Per affrontare questa emergenza è fondamentale rafforzare il ruolo della famiglia, prima agenzia educativa, e trasformare la scuola in un centro culturale polivalente, aperto tutto il giorno e durante tutto l'anno, in modo che diventi non solo un luogo di interrogazioni e voti, ma uno spazio di crescita e formazione continua.

Educare alla bellezza è un pilastro chiave: il patrimonio culturale italiano potrebbe diventare un motore educativo attraverso piccoli poli museali scolastici. La bellezza è un antidoto alla paura della morte, la madre di tutte le angosce umane, e si esprime attraverso l'arte, la musica, la letteratura, la spiritualità e la continuità generazionale. Animare le scuole con musica, danza, poesia, teatro, cinema e fotografia permetterebbe di dare voce all'interiorità di ogni studente, promuovendo un vero cambiamento degli stili di vita.

Fin dai primi anni di scuola, è essenziale integrare corsi che insegnino l'importanza di uno stile di vita sano - affrontando temi come l'alimentazione equi-

adopt a holistic approach that considers not just economic development but also its environmental and social implications.

Simonetta Giordani, Secretary General of Associazione Civita, reminds us that sustainability is no longer optional but an imperative necessity. Addressing current challenges and building a more equitable, resilient future requires a collective and coordinated effort, that balances progress with responsibility and innovation with respect for the environment.

Lifestyle as a social imperative

In this context of growing importance for today's youth, one of the most sensitive issues is mental health - a topic often approached with caution and reticence despite its increasing societal impact. Psychotherapist and writer Maria Rita Parsi emphasised how lockdowns, digitalisation, and intensive social media use have profoundly affected psychological wellbeing, particularly among young people. Addressing this emergency requires strengthening the family's role as the primary educational institution and transforming schools into multipurpose cultural centres open all day and year-round - spaces not just for tests and grades but for continuous growth and development.

Educating about beauty serves as a key pillar: Italy's cultural heritage could become an educational engine through small school museum hubs. Beauty acts as an antidote to the fear of death (the root of all human anxiety), expressed through art, music, literature, spirituality, and generational continuity. Animating schools with music, dance, poetry, theatre, cinema, and photography would give voice to each student's inner world, promoting genuine lifestyle transformation.

From early school years, integrating courses about healthy lifestyles is essential - addressing topics such as balanced nutrition, the importance of caring for the environment, respecting diversity and adopting responsible

librata, l'importanza di prendersi cura dell'ambiente, di rispettare la diversità e di adottare comportamenti responsabili - ma anche dell'esercizio fisico, dello sport e della gestione dello stress. Le università, dal canto loro, devono formare i futuri professionisti affinché siano pronti a rispondere alle sfide della sostenibilità con competenza e creatività. Solo così si potrà aumentare la consapevolezza pubblica e incoraggiare comportamenti salutari, stimolando un pensiero critico e una visione a lungo termine. Dobbiamo puntare sempre più ad una vita equilibrata, dove benessere fisico e mentale sono strettamente interconnessi. In questo lo sport rappresenta un elemento chiave. Il settore della wellness economy è in crescita, come ha sottolineato Beniamino Quintieri, Presidente dell'Istituto per il Credito Sportivo, e si basa su due pilastri fondamentali:

- sport
- alimentazione

Con riferimento al primo, è chiara la necessità di un cambiamento culturale e infrastrutturale per incentivare la pratica sportiva; l'Istituto del Credito Sportivo, una delle principali opportunità di finanziamento agevolato per questo settore, lavora proprio in questa direzione. L'importanza della scuola diviene sempre più rilevante per l'attività fisica, ma se consideriamo che nella settimana scolastica viene dedicata una sola ora all'educazione fisica, chiaramente questa non può essere considerata sufficiente. A questo molte volte si aggiunge che la maggior parte degli istituti scolastici non hanno a disposizione strutture adeguate, per la cui realizzazione necessitano investimenti altrettanto adeguati. La promozione di una vera cultura del benessere e dello sport in Italia sarà determinante per migliorare lo stile di vita della popolazione e per colmare il divario con gli altri paesi europei.

L'alimentazione è il secondo pilastro della wellness economy, la quale incide in modo più che rilevante nello stile di vita complessivo. Secondo Eliana Liotta, giornalista e saggista scientifica, la dieta mediterranea, simbolo dell'Italia e riconosciuta dall'UNESCO come patrimonio immateriale dell'umanità, non è solo un regime alimentare, ma un vero e proprio stile di vita, basato sui principi di:

- convivialità (mangiamo in compagnia di altri)

behaviour, alongside physical exercise, sports, and stress management. Universities must similarly equip future professionals to address sustainability challenges with expertise and creativity. Only through this approach it will be possible increase public awareness, encourage healthy behaviours, and stimulate critical thinking and long-term vision.

We must increasingly aim for balanced lives where physical and mental wellbeing are deeply interconnected. Here, sport plays a key role. As Beniamino Quintieri, President of the Istituto per il Credito Sportivo (Sports Credit Institute), highlighted, the wellness economy is growing based on two fundamental pillars:

- sport
- nutrition

Regarding sport, a cultural and infrastructural shift is clearly needed to encourage athletic participation; The Istituto del Credito Sportivo, a leading provider of facilitated financing for this sector, works precisely in this direction. The importance of school becomes increasingly important for physical activity, but if we consider that only one hour is dedicated to physical education in the school week, this clearly cannot be considered sufficient. This is often compounded by the fact that most schools do not have adequate facilities, for which equally adequate investment is needed. Promoting a genuine culture of wellness and sport in Italy will prove decisive for improving population lifestyles and closing gaps with other European countries.

Nutrition forms the wellness economy's second pillar, significantly impacting overall lifestyle. According to Eliana Liotta, journalist and scientific essayist, the Mediterranean diet - Italy's hallmark and UNESCO intangible cultural heritage - represents not just a diet but a holistic lifestyle based on:

- conviviality (we eat in the company of others)
- movement (balancing energy intake and expenditure through a suitable lifestyle)
- eating habits (handed down over the centuries by the Mediterranean peoples who

- movimento (incameriamo energia e la consumiamo con uno stile di vita consono)
- abitudini alimentari (tramandate nei secoli dalle popolazioni mediterranee che hanno dato vita a gastronomie diverse ma con caratteristiche comuni)

Un corretto stile di vita ha inoltre un impatto diretto sulla salute pubblica, contribuendo a ridurre i costi sanitari e migliorando la qualità della vita. Francesco Riva, Coordinatore del Gruppo di lavoro su Sport, Alimentazione e Benessere Culturale del CNEL, ha dato rilievo al ruolo fondamentale della tradizione culinaria italiana nel favorire una longevità invidiabile. L'Italia vanta infatti un numero significativo di persone che raggiungono un'età avanzata mantenendo un buon stato di salute. Questo tema richiede un intervento mirato di sensibilizzazione, che coinvolga anche il sistema educativo scolastico.

Un ulteriore strumento essenziale per uno stile di vita sano è la gestione della salute cardiovascolare. Vincenzo Montemurro, Segretario Generale della Fondazione “Il cuore siamo noi” della Società Italiana di Cardiologia, ribadisce quanto sia importante la prevenzione secondaria e che per questo bisogna concentrarci su:

- sana alimentazione, riducendo grassi saturi e zuccheri e, soprattutto, l'adozione della Western Diet, la dieta iper-industrializzata
- attività fisica regolare
- stop al fumo, promuovendo strategie di riduzione del danno
- controllo periodico del colesterolo e della pressione sanguigna

Se vogliamo davvero ridurre l'incidenza delle malattie cardiovascolari, dobbiamo lavorare su questi aspetti mettendo in campo politiche sanitarie efficaci e un'educazione capillare.

Sostenibilità ambientale e innovazione tecnologica

L'adozione di stili di vita sani e sostenibili non si limita al benessere individuale, ma si inserisce in una prospettiva più ampia di sostenibilità ambientale ed economica.

have created different gastronomies but with common characteristics)

Proper lifestyles also directly impact public health by reducing healthcare costs and improving life quality. Francesco Riva, Coordinator of the CNEL Working Group on Sport, Nutrition and Cultural Wellbeing, emphasised the fundamental role of Italy's culinary tradition in promoting enviable longevity - with many Italians maintaining good health into advanced age. This theme calls for a targeted awareness-raising intervention, also involving the school education system.

Cardiovascular health management provides another essential tool for a healthy lifestyle. Vincenzo Montemurro, Secretary General of the “Il Cuore Siamo Noi” Foundation (Italian Society of Cardiology), reiterates the importance of secondary prevention focusing on:

- healthy nutrition, reducing saturated fats and sugars, but especially avoiding the adoption of the Western Diet, the hyper-industrialised diet
- regular physical activity
- quitting smoking, promoting harm reduction strategies
- periodic cholesterol and blood pressure checks

Substantially reducing cardiovascular disease incidence requires addressing these factors through effective healthcare policies and comprehensive education.

Environmental sustainability and technological innovation

The adoption of healthy, sustainable lifestyles extends beyond individual wellbeing to encompass broader environmental and economic sustainability.

Secondo Luigi Scordamaglia, Amministratore Delegato Filiera Italia, l'eccellenza italiana nel settore agroalimentare vanta un modello agricolo tra i più sostenibili al mondo in termini di emissioni di CO₂. Grazie a tecnologie avanzate come il precision farming e la georeferenziazione, il settore ha ridotto il proprio impatto ambientale senza compromettere la qualità dei prodotti.

Nell'ambito agricolo, Philip Morris acquista oltre il 50% del tabacco coltivato in Italia, nelle regioni tabacchicole di Veneto, Umbria e Campania grazie ad accordi pluriennali con Coldiretti e il Ministero dell'Agricoltura. L'ultimo accordo, siglato nel 2024, prevede l'acquisto di tabacco italiano fino al 2034, con un impegno economico fino a 1 miliardo di euro, che si aggiunge ai 2 miliardi già investiti a partire dai primi anni Duemila. L'orizzonte temporale di lungo periodo garantito da questi accordi rappresenta un elemento fondamentale per le imprese agricole coinvolte, poiché assicura stabilità, pianificazione e continuità degli investimenti, elementi essenziali per affrontare le sfide della transizione ecologica e dell'innovazione tecnologica in agricoltura.

La sostenibilità ambientale e sociale è garantita in tali accordi da standard rigorosi come le Buone Pratiche Agronomiche (GAP) e il Codice ALP (Agricultural Labor Practices), sottoscritti da tutti i fornitori.

I programmi di tracciabilità genetica, invece, garantiscono l'integrità varietale del tabacco, escludendo l'uso di OGM. Tutto ciò dimostra come l'innovazione tecnologica, unita a una visione di lungo termine, possa rendere la filiera agricola più competitiva, sostenibile e resiliente, contribuendo al benessere economico e ambientale dei territori coinvolti.

Un concetto fondamentale è quello di One Health, ovvero 'salute unica'. Questo principio riconosce che la salute umana non può essere separata da quella degli animali e dell'ambiente. La sovranità alimentare e il Green Deal europeo pongono nuove sfide, che devono essere affrontate attraverso l'innovazione tecnologica piuttosto che con una mera riduzione della produzione agricola, che rischierebbe di incentivare deforestazione e pratiche non sostenibili.

According to Luigi Scordamaglia, CEO of Filiera Italia, the excellence in Italy's agro-food sector boasts one of the world's most sustainable agricultural models in terms of CO₂ emissions. Through advanced technologies like precision farming and georeferencing, the sector has reduced its environmental impact without compromising product quality.

In agriculture, Philip Morris purchases over 50% of tobacco cultivated in Italy's Veneto, Umbria, and Campania regions through multi-year agreements with Coldiretti and the Ministry of Agriculture. The latest agreement, signed in 2024, secures Italian tobacco purchases until 2034, with €1 billion committed (adding to €2 billion invested since the early 2000s). The long-term time horizon guaranteed by these agreements is a fundamental element for the agricultural enterprises involved, as it ensures stability, planning and continuity of investments, which are essential elements to face the challenges of ecological transition and technological innovation in agriculture.

Environmental and social sustainability in these agreements is ensured by rigorous standards like Good Agricultural Practices (GAP) and the Agricultural Labor Practices (ALP) Code, adopted by all suppliers.

Genetic traceability programs additionally guarantee tobacco varietal integrity, excluding GMOs. This demonstrates how technological innovation combined with long-term vision can make agricultural supply chains more competitive, sustainable, and resilient—benefiting both local economies and ecosystems.

A key concept is One Health, recognising that human health is inseparable from animal and environmental health. Food sovereignty and the European Green Deal present new challenges that must be addressed through technological innovation rather than mere agricultural output reduction, which risks incentivising deforestation and unsustainable practices. The adoption of New Breeding Techniques (NBTs) could enhance crops without GMOs, ensuring sustainability and competitiveness. Policies must embrace technological neutrality, allowing farmers

nibili. L'adozione delle New Breeding Techniques (NBT) potrebbe migliorare le colture senza ricorrere agli OGM, garantendo sostenibilità e competitività. È essenziale che le politiche si basino su un principio di neutralità tecnologica, consentendo agli agricoltori di scegliere le tecnologie più efficaci senza limitazioni ideologiche.

Infine, la transizione ecologica richiede una forte attenzione alla qualità delle importazioni e alle normative del commercio internazionale per evitare squilibri di mercato. L'Italia, con il suo modello agricolo sostenibile, deve continuare ad essere un punto di riferimento a livello mondiale, tutelando la propria leadership e favorendo politiche basate su ricerca, innovazione ed etica.

È fondamentale, quindi, promuovere stili di vita sostenibili. Questo implica adottare comportamenti responsabili nel nostro quotidiano, come ridurre il consumo di risorse, limitare gli sprechi, privilegiare i prodotti locali e sostenibili e muoverci verso una maggiore consapevolezza delle nostre scelte di consumo. Ciascuno di noi può fare la differenza e l'educazione gioca un ruolo fondamentale nel sensibilizzare le persone a questi temi.

Un cambiamento culturale, supportato da investimenti infrastrutturali e politiche mirate, è necessario per garantire un futuro più armonioso. Solo attraverso l'integrazione di innovazione e tradizione sarà possibile affrontare le sfide del XXI secolo, migliorando la qualità della vita delle persone e dell'ambiente in cui viviamo.

to adopt the most effective solutions without ideological constraints.

Finally, the ecological transition requires careful attention to import quality and international trade regulations to prevent market imbalances. Italy, with its sustainable agricultural model, must continue to be a reference point worldwide, protecting its leadership and promoting policies based on research, innovation and ethics.

Promoting sustainable lifestyles is essential. This implies making responsible daily choices such as reducing resource consumption, limiting waste, favouring local and sustainable products and moving towards greater awareness of our consumption choices. Each of us can make a difference, and education plays a pivotal role in raising awareness of these issues.

A cultural shift, supported by infrastructure investments and targeted policies, is needed to ensure a more harmonious future. Only through the integration of innovation and tradition will it be possible to meet the challenges of the 21st century while improving quality of life for people and planet.

Informazione responsabile e trasparente

Responsible and transparent information

La sinergia tra sostenibilità e informazione può guidare un cambiamento positivo ed è per questo che il ruolo dell'informazione è sempre più cruciale ed è stato al centro dell'incontro "Quando la sostenibilità incontra... l'informazione".

Si avverte uno scollamento tra consumatori, aziende e istituzioni sulla necessità di raggiungere gli obiettivi posti dal Green Deal: in questo l'informazione e la comunicazione giocano un ruolo chiave nel promuovere consapevolezza e responsabilità, in quanto fattori di facilitazione nei processi di condivisione delle strategie decisionali. La trasparenza, la rendicontazione e la comunicazione strategica sono strumenti essenziali per promuovere pratiche aziendali sostenibili. Associazioni culturali, aziende, mass media devono lavorare insieme per garantire che l'informazione continui a essere un motore di cambiamento e responsabilità. L'Europa, con coraggio, ha scelto di porsi come avanguardia nel percorso verso la sostenibilità. Questo impegno comporta anche conseguenze e resistenze, soprattutto da parte del mondo produttivo, che chiede condizioni di concorrenza più equilibrate rispetto ad altre aree del mondo meno vincolate da regolamenti ambientali e sociali. Inoltre, la spinta normativa – sempre più articolata e vincolante – ha orientato molte realtà aziendali verso modelli operativi maggiormente responsabili. In questo contesto si colloca la nuova Direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) che innalza in modo significativo gli standard di trasparenza e rendicontazione, ponendosi anche l'obiettivo di contrastare pratiche distorsive quali il greenwashing.

Realtà aziendali, come Philip Morris Italia, accolgono questa sfida, riconoscendo il valore delle nuove direttive e il rispetto dei più elevati standard di trasparenza e accountability. La sostenibilità non è solo un obiettivo, ma anche un processo continuo che richiede il contributo di tutti gli attori coinvolti: imprese, istituzioni e cittadini.

The synergy between sustainability and information can drive positive change, which is why the role of information is increasingly crucial and was the focus of the meeting "Quando la sostenibilità incontra... l'informazione" ("When sustainability meets... information").

There is a disconnect between consumers, companies and institutions regarding the need to achieve the goals set by the Green Deal: in this context, information and communication play a key role in promoting awareness and responsibility, as facilitating factors in the processes of sharing decision-making strategies. Transparency, reporting and strategic communication are essential tools to promote sustainable business practices. Cultural associations, companies and mass media must work together to ensure that information continues to be an engine of change and responsibility.

Europe, with courage, has chosen to position itself as a vanguard in the path towards sustainability. This commitment also brings consequences and resistance, especially from the productive sector, which demands more balanced competitive conditions compared to other areas of the world less constrained by environmental and social regulations. Furthermore, regulatory pressure - increasingly complex and binding - has guided many companies towards more responsible operational models. In this context falls the new CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) which significantly raises transparency and reporting standards, also aiming to counter distorting practices such as greenwashing.

Companies like Philip Morris Italia accept this challenge, recognising the value of new directives and respect for the highest standards of transparency and accountability. Sustainability is not only a goal but also a continuous process that requires the contribution of all involved actors: businesses, institutions and citizens.

In a context where public health challenges are

In un contesto in cui le sfide per la salute pubblica sono sempre più complesse, l'accesso a informazioni chiare, accurate e imparziali è fondamentale. Questo tema non riguarda solo la rendicontazione sulla sostenibilità, ma tocca direttamente il diritto dei consumatori a essere informati, soprattutto quando si parla di prodotti innovativi che potrebbero avere un impatto positivo sulla salute. In un'ottica di scelta consapevole, l'interesse degli italiani verso i prodotti innovativi, è molto forte. Tuttavia, ciò che emerge con altrettanta chiarezza è la difficoltà di accedere a informazioni affidabili: molti consumatori dichiarano di venire a conoscenza di questi prodotti principalmente tramite passaparola o fonti non ufficiali, come il web, piuttosto che attraverso canali istituzionali. Questo genera un rischio concreto di disinformazione e false credenze. È quindi essenziale che istituzioni, media e aziende contribuiscano a costruire un ecosistema informativo trasparente, basato su evidenze scientifiche e accessibile a tutti. Solo così sarà possibile promuovere una cultura della scelta consapevole, che rispetti l'autonomia individuale e favorisca un progresso collettivo fondato sulla conoscenza.

Da consumatori a “consuma-attori”

La comunicazione corretta gioca un ruolo centrale in tutti i settori. Nel caso dei consumatori, questi devono diventare protagonisti del cambiamento verso la sostenibilità, come ha rilevato Carlo De Masi, Presidente Adiconsum, secondo il quale essi devono diventare dei “consuma-attori”, quindi sempre più centrali nel processo. La vera sfida è rendere la sostenibilità fruibile e comprensibile per tutti: spesso le associazioni dei consumatori sono percepite come enti che si occupano solo delle problematiche quotidiane (bollette errate, reclami, etc.), mentre per Adiconsum - Associazione Difesa Consumatori l'obiettivo è accompagnare il Paese in questo percorso, che riguarda non solo l'Italia, ma anche l'Europa e il mondo intero, supportando il cambiamento culturale verso la sostenibilità. È essenziale creare consapevolezza nei consumatori, aiutandoli a distinguere le informazioni veri-

increasingly complex, access to clear, accurate and impartial information is fundamental. This issue concerns not only sustainability reporting but directly touches consumers' right to be informed, especially when talking about innovative products that could have a positive impact on health. From the perspective of informed choice, Italians show strong interest in innovative products. However, what emerges with equal clarity is the difficulty in accessing reliable information: many consumers declare they learn about these products mainly through word-of-mouth or unofficial sources, such as the web, rather than through institutional channels. This creates a concrete risk of misinformation and false beliefs. It is therefore essential that institutions, media and companies contribute to building a transparent information ecosystem, based on scientific evidence and accessible to all. Only in this way will it be possible to promote a culture of informed choice that respects individual autonomy and favours collective progress based on knowledge.

From consumers to active players

Proper communication plays a central role in all sectors. In the case of consumers, they must become protagonists of the change towards sustainability, as noted by Carlo De Masi, President of Adiconsum, according to whom they must become “consumption-actors,” thus increasingly central to the process. The real challenge is making sustainability accessible and understandable for all: often consumer associations are perceived as entities that only deal with daily issues (incorrect bills, complaints, etc.), while for Adiconsum - Associazione Difesa Consumatori (Consumer Defense Association) - the goal is to accompany the country on this path, which concerns not only Italy but also Europe and the entire world, supporting the cultural change towards sustainability.

It is essential to create awareness among consumers,

tiere da quelle fuorvianti, e supportare le aziende nell'adozione di un approccio etico e responsabile che vada oltre la semplice conformità normativa. Un aspetto centrale è la gestione dei dati personali, tema affrontato da un'indagine condotta da Adiconsum che ha avanzato tre richieste principali alle autorità competenti:

- rafforzare la tutela dei consumatori, garantendo che l'AI sia sicura, affidabile ed equa
- definire una strategia globale sull'AI, basata sui diritti fondamentali dei cittadini-consumatori
- adottare normative adeguate e a prova di futuro, per evitare che le leggi esistenti risultino inefficaci o obsolete

La sostenibilità è diventata un fattore di competitività, come ha sostenuto Sabrina Florio, Presidente Anima per il sociale nei valori d'impresa: le piccole e medie imprese stanno facendo passi importanti in questo senso, mentre le grandi imprese hanno già avviato un percorso strutturato.

Il ruolo determinante dell'informazione nella sostenibilità

Inizialmente la visione della sostenibilità non era sempre percepita in modo positivo, molti la percepivano come un cambiamento troppo oneroso, un investimento finanziario senza un ritorno economico immediato. Nel tempo, questa visione è cambiata e oggi sempre più aziende dedicano risorse specifiche alla sostenibilità, comprendendo che essa è un elemento rilevante per la competitività nella catena del valore. Fabio Insenga, Vicedirettore ADN Kronos, ha evidenziato l'importanza di finanziare la transizione e in modo efficiente, assicurando che le aziende possano comunicare con trasparenza gli impatti generati nelle comunità in cui operano.

L'informazione che le aziende forniscono ai propri stakeholder sugli impatti generati nella comunità in cui operano è essenziale in vista anche della formazione di questi, pilastro fondamentale per garantire la crescita sostenibile ed evitare che vi sia la mancanza di figure professionali adeguate. Spesso le aziende scelgono di comunicare solo gli

helping them distinguish truthful information from misleading information, and support companies in adopting an ethical and responsible approach that goes beyond mere regulatory compliance. A central aspect is the management of personal data, a topic addressed by an investigation conducted by Adiconsum that made three main requests to the competent authorities:

- strengthen consumer protection, ensuring that AI is safe, reliable and fair
- define a global AI strategy based on the fundamental rights of citizen-consumers
- adopt adequate and future-proof regulations, to prevent existing laws from becoming ineffective or obsolete

Sustainability has become a competitiveness factor, as argued by Sabrina Florio, President of Anima for the Social in Business Values: small and medium enterprises are making important steps in this direction, while large companies have already started a structured path.

The decisive role of information in sustainability

Initially, the vision of sustainability was not always perceived positively; many saw it as too burdensome a change, a financial investment without immediate economic return. Over time, this view has changed and today more and more companies dedicate specific resources to sustainability, understanding that it is a relevant element for competitiveness in the value chain. Fabio Insenga, Deputy Director of ADN Kronos, highlighted the importance of financing the transition efficiently, ensuring that companies can transparently communicate the impacts generated in the communities where they operate.

The information that companies provide to their stakeholders about the impacts generated in the communities where they operate is essential also for their training, a fundamental pillar to ensure sustainable growth and prevent the lack of adequate professional figures.

Often companies choose to communicate only the most positive aspects of their sustainability

aspetti più positivi delle loro politiche di sostenibilità, non essendo la comunicazione di quest'ultima regolamentata da direttive. Come ha indicato Marcello Presicci, Presidente Board Fondazione Educazione Finanziaria, se vogliamo che la sostenibilità diventi un valore condiviso, è essenziale che venga comunicata in modo autentico, trasparente e completo, affinché non sia percepita solo come una strategia di marketing. Diviene necessario adottare criteri più rigorosi nella comunicazione aziendale e prestare maggiore attenzione alla comunicazione interna, in quanto un'azienda sostenibile deve essere convincente prima di tutto al proprio interno, con conseguente impatto sul recruiting e sull'attrazione dei clienti.

Solo se nell'azienda la comunicazione è in grado di costruire una solida reputazione interna, i dipendenti possono diventare ambasciatori credibili dei valori aziendali, trasmettendo un messaggio positivo anche all'esterno.

Le imprese stanno dedicando molte risorse per diffondere messaggi sui media. Come ha riportato Luca Ferlino, fondatore di SocialCom Italia, la ricerca "Il Paradosso della Sostenibilità", condotta dalla stessa web agency, rivela un dato sorprendente: l'interesse per la sostenibilità è in crescita, ma si esprime online principalmente attraverso temi concreti e situazioni reali, piuttosto che tramite l'uso diretto del termine "sostenibilità," che spesso risulta astratto e lontano dalla vita quotidiana. Questa tendenza evidenzia come il concetto di sostenibilità venga interiorizzato dalla società quando si traduce in azioni tangibili e accessibili, rendendosi più facilmente parte dell'immaginario sociale collettivo. Temi come cambiamento climatico, mobilità sostenibile e raccolta differenziata, infatti, catalizzano il dibattito, risultando più immediati e vicini alle preoccupazioni quotidiane delle persone. Nell'ultimo anno, in Italia, si sono registrate 1,2 milioni di conversazioni specifiche sulla sostenibilità e 1,7 milioni su temi correlati, come cambiamento climatico, attivismo, ecoansia, mobilità sostenibile, emergenze climatiche e raccolta differenziata. In parallelo, il termine sostenibilità ha generato circa 1,5 milioni di interazioni, mentre i temi concreti ne hanno ottenute

policies, since communication of the latter is not regulated by directives. As indicated by Marcello Presicci, President of the Board of the Financial Education Foundation, if we want sustainability to become a shared value, it is essential that it be communicated authentically, transparently and completely, so that it is not perceived only as a marketing strategy. It becomes necessary to adopt more rigorous criteria in corporate communication and pay greater attention to internal communication, since a sustainable company must be convincing first and foremost internally, with consequent impact on recruiting and customer attraction.

Only if, within the company, communication is able to build a solid internal reputation can employees become credible ambassadors of corporate values, transmitting a positive message also externally.

Companies are dedicating many resources to spread messages in the media. As reported by Luca Ferlino, founder of SocialCom Italia, the research "The Sustainability Paradox," conducted by the web agency itself, reveals surprising data: interest in sustainability is growing, but it is expressed online mainly through concrete themes and real situations, rather than through direct use of the term "sustainability," which often appears abstract and distant from daily life. This trend highlights how the concept of sustainability is internalised by society when it translates into tangible and accessible actions, making it more easily part of the collective social imagination. Themes like climate change, sustainable mobility and separate waste collection, in fact, catalyse the debate, proving more immediate and closer to people's daily concerns. In the last year, in Italy, there were 1.2 million specific conversations about sustainability and 1.7 million on related topics, such as climate change, activism, eco-anxiety, sustainable mobility, climate emergencies and recycling collection. In parallel, the term sustainability generated about 1.5 million interactions, while concrete topics obtained 6.5 million, a sign that concreteness inspires more active participation and higher engagement. Among the words with

6,5 milioni, segno che la concretezza ispira una partecipazione più attiva e un engagement più elevato. Tra le parole con maggiore interazione sui social figurano:

- ambiente climatico
- mobilità sostenibile

Il tema della mobilità sostenibile riguarda i cambiamenti nel settore automobilistico, il dibattito sulla transizione ecologica e le varie decisioni dell'Unione Europea in questo tema. Mentre il cambiamento climatico è trainato dagli eventi estremi, come ondate di caldo o alluvioni, siccità, generando spesso un allarmismo nei giovani.

L'attivismo climatico sui social viene spesso associato a episodi di cronaca più o meno controversi, portando a evidenti problemi di comunicazione, in quanto i social in particolare tendono ad amplificare certe paure, quando invece si deve parlare di sostenibilità in maniera semplice, diretta e neutrale. Comunicare la sostenibilità attraverso questi temi concreti risulta dunque strategico per stimolare un cambiamento positivo e duraturo, che vada oltre il concetto astratto di sostenibilità e diventi parte della quotidianità.

Le minacce globali, dai conflitti geopolitici alle crisi economiche, rendono ancora più urgente la necessità di un rinnovato multilateralismo. L'Agenda 2030 rappresenta l'ultimo grande atto di cooperazione internazionale, coinvolgendo 193 paesi in un impegno collettivo per uno sviluppo sostenibile. È in questa realtà che la sostenibilità si erge come atto di pragmatismo e di sopravvivenza; se non riconosciamo la necessità di percorrere insieme questa strada, rischiamo di perdere di vista l'unico obiettivo condiviso che ci può condurre verso un futuro comune.

Come ha sottolineato Mario De Pizzo, giornalista TG1 Rai, non possiamo permetterci di dimenticare una verità fondamentale: "non c'è un pianeta B". La sfida che ci attende è enorme, ma solo attraverso un impegno collettivo che integri la sostenibilità nella nostra vita quotidiana, nelle politiche globali e nelle scelte strategiche, sarà possibile costruire un futuro migliore per le nuove generazioni.

the most interaction on social media are:

- climate change
- sustainable mobility

The topic of sustainable mobility concerns changes in the automotive sector, the debate on ecological transition and the various decisions of the European Union on this issue. While climate change is driven by extreme events, such as heat waves or floods, droughts, often generating alarmism among young people.

Climate activism on social media is often associated with more or less controversial news events, leading to evident communication problems, as social media in particular tend to amplify certain fears, when instead we should talk about sustainability in a simple, direct and neutral way. Communicating sustainability through these concrete themes thus proves strategic to stimulate positive and lasting change, going beyond the abstract concept of sustainability and becoming part of daily life.

Global threats, from geopolitical conflicts to economic crises, make even more urgent the need for renewed multilateralism. The 2030 Agenda represents the last great act of international cooperation, involving 193 countries in a collective commitment for sustainable development. It is in this reality that sustainability stands as an act of pragmatism and survival; if we do not recognise the need to walk this path together, we risk losing sight of the only shared goal that can lead us toward a common future.

As Mario De Pizzo, TG1 Rai journalist, emphasised, we cannot afford to forget a fundamental truth: "there is no planet B." The challenge ahead is enormous, but only through a collective commitment that integrates sustainability into our daily lives, global policies and strategic choices, will it be possible to build a better future for new generations.

Welfare aziendale e capitale umano

Nel corso dell'incontro "Quando la sostenibilità incontra... il welfare" è emerso con forza che la sostenibilità si configura oggi anche come una chiave di lettura imprescindibile per ripensare i modelli di welfare, ponendo al centro non solo il benessere delle persone, ma anche l'equità sociale e la resilienza dei territori.

Il welfare tradizionale, pur avendo svolto un ruolo cruciale nella risposta ai bisogni collettivi, si confronta oggi con trasformazioni epocali: l'invecchiamento demografico, l'aumento delle disuguaglianze, la crisi climatica e le profonde mutazioni del mercato del lavoro mettono in discussione la tenuta dei modelli consolidati, rendendo necessaria una revisione radicale degli strumenti e delle logiche d'intervento.

Ne è convinta Simonetta Giordani, Segretario Generale di Associazione Civita, quando sottolinea l'importanza di promuovere una visione integrata della sostenibilità che includa anche la dimensione culturale d'impresa. Civita, con il suo ruolo attivo di associazione culturale, si impegna a diffondere pratiche sostenibili che superino i bias culturali ancora presenti nel sistema economico e nella valorizzazione del capitale umano. Il superamento di questi condizionamenti, che rappresenta un passaggio fondamentale per la costruzione di un welfare equo e lungimirante, passa attraverso la cultura in quanto questa costituisce, non solo un motore di crescita identitaria per il nostro Paese, ma anche un potente strumento di inclusione sociale e innovazione. Ed è per questo che le aziende possono trovare nella progettualità culturale un mezzo strategico per ingaggiare le proprie comunità di riferimento e trovare efficaci sinergie, sostenute, queste ultime, anche dai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.

Il ruolo delle aziende nel welfare sociale

Le aziende che affrontano trasformazioni di business mettono al centro la competenza umana nello sviluppo tecnologico: come nel caso di Philip

Corporate welfare and human capital

During the meeting "Quando la sostenibilità incontra... il welfare" ("When sustainability meets... welfare"), it strongly emerged that sustainability today also represents an indispensable key to rethinking welfare models, placing at the center not only people's wellbeing but also social equity and territorial resilience.

Traditional welfare, while having played a crucial role in responding to collective needs, now faces epochal transformations: an ageing population, increasing inequalities, the climate crisis and profound changes in the labour market are calling into question the resilience of consolidated models, making it necessary to radically revise the instruments and logics of intervention.

Simonetta Giordani, Secretary General of Associazione Civita, is convinced of this when she emphasises the importance of promoting an integrated vision of sustainability that also includes the corporate cultural dimension. Civita, with its active role as a cultural association, is committed to spreading sustainable practices that overcome the cultural biases still present in the economic system and in the valorisation of human capital. Overcoming these constraints, which represents a fundamental step towards building equitable and forward-looking welfare, passes through culture as it constitutes not only an engine of identity growth for our country but also a powerful tool for social inclusion and innovation. This is why companies can find in cultural planning a strategic means to engage their communities and find effective synergies, which are also supported by the 17 Sustainable Development Goals of the 2030 Agenda.

The role of companies in social welfare

Companies undergoing business transformations place human expertise at the center of technological development: as in the case of Philip Morris Italia,

Morris Italia, che rappresenta un caso esemplare di transizioni del settore industriale. È l'unica azienda del tabacco ad aver annunciato l'intenzione di smettere di produrre e vendere sigarette nel più breve tempo possibile. Lo stabilimento vicino Bologna, infatti, non produce sigarette tradizionali, ma è il primo al mondo dedicato esclusivamente ai prodotti senza combustione, con cui l'azienda punta a sostituire completamente il mercato delle sigarette per i fumatori che non intendono smettere.

Un tema cruciale, evidenziato da Michele Samoggia, Direttore Relazioni Esterne Philip Morris Italia, è la ricerca delle giuste competenze, strettamente legata alla questione del disengagement lavorativo, che genera due problemi principali: un forte disallineamento tra domanda e offerta di lavoro e, pertanto, tra competenze acquisite e un adeguato riconoscimento salariale; ma anche un crescente distacco emotivo dall'ambiente lavorativo, con il conseguente rischio di una riduzione della produttività e della collaborazione. In questo scenario, il welfare aziendale assume un ruolo fondamentale, permettendo di creare un rapporto più empatico tra azienda e dipendente, che vada oltre il semplice stipendio. Non si tratta solo di dare un senso al lavoro, ma di costruire un sistema in cui il benessere del dipendente sia parte integrante della mission aziendale.

L'azienda è fortemente impegnata nel miglioramento dell'equilibrio tra vita e lavoro dei propri dipendenti, attraverso una serie di iniziative innovative e di supporto.

Nel 2022, Philip Morris Italia ha lanciato il programma Global Parental Leave, un'iniziativa che offre ai futuri genitori un periodo minimo retribuito al 100%, permettendo loro di concentrarsi sulla cura dei figli nel periodo successivo alla nascita o all'adozione. Questo programma va oltre quanto previsto dalla normativa nazionale, dimostrando l'impegno dell'azienda nel supportare le famiglie.

Philip Morris Italia mette a disposizione dei propri dipendenti una serie di strumenti concreti per supportare il benessere personale e professionale. Tra questi, la piattaforma globale Circle In, che accompagna genitori, caregiver e supervisori con articoli,

which represents an exemplary case of industrial sector transitions. It is the only tobacco company to have announced its intention to stop producing and selling cigarettes as soon as possible. The plant near Bologna, in fact, does not produce traditional cigarettes, but is the first in the world dedicated exclusively to smoke-free products, with which the company aims to completely replace the cigarette market for smokers who do not intend to quit.

A crucial theme, highlighted by Michele Samoggia, Director of External Relations Philip Morris Italia, is the search for the right skills, closely linked to the issue of work disengagement, which generates two main problems: a strong misalignment between labor demand and supply and, consequently, between acquired skills and adequate salary recognition; but also a growing emotional detachment from the work environment, with the consequent risk of reduced productivity and collaboration. In this scenario, corporate welfare takes on a fundamental role, allowing the creation of a more empathetic relationship between company and employee, which goes beyond the simple salary. It is not just about giving meaning to work, but about building a system where employee wellbeing is an integral part of the company mission.

The company is strongly committed to improving the work-life balance of its employees through a series of innovative support initiatives.

In 2022, Philip Morris Italia launched the Global Parental Leave program, an initiative that offers future parents a minimum period of 100% paid leave, allowing them to focus on childcare in the period following birth or adoption. This program goes beyond what is required by national legislation, demonstrating the company's commitment to supporting families.

Philip Morris Italia makes available to its employees a series of concrete tools to support personal and professional wellbeing. Among these, the global Circle In platform, which accompanies parents, caregivers and supervisors with articles, practical advice, colleague testimonials and a Wellness Hub dedicated to individual wellbeing.

The company also offers an annual welfare credit,

consigli pratici, testimonianze di colleghi e un Wellness Hub dedicato al benessere individuale.

L'azienda offre inoltre un credito welfare annuale, utilizzabile per spese mediche, educative e domestiche, e la possibilità di effettuare un check-up medico ogni anno. Il benessere dei dipendenti è monitorato anche attraverso un programma di ascolto strutturato, con indagini semestrali per raccogliere feedback e migliorare costantemente l'ambiente di lavoro.

A rafforzare ulteriormente questo impegno, l'Employee Assistance Program (EAP) fornisce consulenze gratuite per affrontare difficoltà personali, emotive o relazionali. Dal 2023, una rete di Wellbeing Ambassadors – colleghi volontari – promuove attivamente la salute mentale e contribuisce a superare lo stigma che ancora la circonda.

Secondo Andrea Granelli, Ceo Kanso e Founder Venture Thinking, le sfide del welfare sono di natura esistenziale: il disengagement, la perdita di scopo, la paura e la solitudine non si risolvono semplicemente con un insieme di prestazioni, ma richiedono un approccio più sistemico, capace di creare esperienze di valore. Il welfare aziendale deve evolversi e diventare un asset strategico, con le imprese chiamate a svolgere un ruolo più ampio nella tutela del capitale umano, promuovendo modelli fondati su merito e responsabilità sociale.

Le aziende, attraverso le proprie persone, possono generare un impatto significativo. Negli ultimi anni, molte di esse hanno scelto di trasformarsi in Società Benefit, sancendo a livello statutario la volontà di perseguire finalità di beneficio comune, accanto agli obiettivi economici. Tale evoluzione ha dato concretezza ai principi dell'umanesimo manageriale, identificando strumenti adeguati alla loro attuazione e superando le barriere attraverso una visione resiliente e strategica.

Liliana Fratini Passi, Direttore Generale di CBI, ha rimarcato che le aziende devono recuperare il proprio ruolo sociale: non sono semplici entità economiche, ma attori fondamentali nel benessere collettivo. Per questo motivo, il welfare aziendale non può essere ridotto a un insieme di benefit economici, ma deve tradursi in azioni concrete che mettano la persona al centro.

usable for medical, educational and domestic expenses, and the possibility of having a medical check-up every year. Employee wellbeing is also monitored through a structured listening program, with semi-annual surveys to collect feedback and constantly improve the work environment.

To further strengthen this commitment, the Employee Assistance Program (EAP) provides free counselling to address personal, emotional or relational difficulties. Since 2023, a network of Wellbeing Ambassadors - volunteer colleagues - actively promotes mental health and helps overcome the stigma that still surrounds it.

According to Andrea Granelli, CEO of Kanso and Founder of Venture Thinking, welfare challenges are existential in nature: disengagement, loss of purpose, fear and loneliness cannot be resolved simply with a set of benefits, but require a more systemic approach, capable of creating valuable experiences. Corporate welfare must evolve and become a strategic asset, with companies called to play a broader role in protecting human capital, promoting models based on merit and social responsibility.

Companies, through their people, can generate significant impact. In recent years, many have chosen to become Benefit Corporations, statutorily establishing their intention to pursue common benefit purposes alongside economic objectives. This evolution has given substance to the principles of managerial humanism, identifying adequate tools for their implementation and overcoming barriers through a resilient and strategic vision.

Liliana Fratini Passi, Director General of CBI, stressed that companies must recover their social role: they are not simple economic entities, but fundamental actors in collective wellbeing. For this reason, corporate welfare cannot be reduced to a set of economic benefits, but must translate into concrete actions that put the person at the centre.

A2A, a company born in 2008 from the merger of two entities with over a century of history, has developed a strong vocation for sustainability and welfare. Mauro Ghilardi, Chief People and

A2A, azienda nata nel 2008 dalla fusione di due realtà con oltre un secolo di storia, ha sviluppato una forte vocazione alla sostenibilità e al welfare. Mauro Ghilardi, Chief People and Transformation Officer A2A, ha posto in rilievo alcune delle iniziative più rilevanti, tra cui il piano “Life CareEng”, un programma di sostegno alla genitorialità che prevede un investimento di 10 miliardi di euro in dieci anni per supportare i dipendenti con figli, con rimborsi che vanno dai 3.250 euro annui fino a un contributo decrescente che termina con il raggiungimento della maggiore età dei figli. Inoltre, l'azienda ha introdotto un mese di congedo di paternità per tutti i dipendenti uomini. A questo si aggiunge la collaborazione che l'azienda ha avviato con il Comune di Milano per ristrutturare e affittare a prezzi agevolati alcune delle migliaia di case sfitte di proprietà pubblica, offrendo alloggi a dipendenti con reddito inferiore ad una certa soglia. Il contesto attuale evidenzia un paradosso: da un lato le imprese cercano competenze chiare e specializzate, dall'altro si registra una carenza nell'offerta di profili adeguati. Diventa quindi essenziale valorizzare l'inclusione sociale e l'umanità del lavoro, come pure le competenze, in primis quelle tecnologiche, quali elementi cardine di un pensiero critico e consapevole.

A volte, la scarsità di connessione tra le persone, dovuta anche ad un uso non sempre adeguato dello smart working, porta a una progressiva frammentazione sociale e lavorativa e, lato datore di lavoro, ad una difficoltà a costruire un senso di appartenenza. In questo contesto, gli spazi possono diventare strumenti fondamentali di riconnessione: non solo ambienti di lavoro, ma veri e propri “terzi insegnanti”, capaci di influenzare il benessere e l'engagement delle persone.

Per questo motivo, è essenziale il coinvolgimento diretto delle persone, affinché si sentano parte attiva e responsabile del cambiamento. Come ha ribadito Giorgio Graziani, Segretario Confederale CISL, sottolineando l'importanza del riformismo, del “protagonismo” dei lavoratori e di un dialogo costruttivo tra imprese e lavoratori per favorire una crescita condivisa.

Transformation Officer of A2A, highlighted some of the most relevant initiatives, including the “Life CareEng” plan, a parenting support program that envisages an investment of 10 billion euros over ten years to support employees with children, with reimbursements ranging from 3,250 euros per year up to a decreasing contribution that ends when the children reach adulthood. In addition, the company has introduced one month of paternity leave for all male employees. This is in addition to the collaboration that the company has started with the Municipality of Milan to renovate and rent at discounted prices some of the thousands of vacant publicly owned homes, offering housing to employees with income below a certain threshold.

The current context highlights a paradox: on the one hand, companies are looking for clear and specialised skills, on the other hand, there is a shortage of adequate profiles. Therefore, it becomes essential to enhance social inclusion and labor humanism, as well as skills, primarily technological ones, as key elements of critical and aware thinking.

Sometimes, the lack of connection between people, also due to a not always adequate use of smart working, leads to progressive social and work fragmentation and, on the employer side, to difficulty in building a sense of belonging. In this context, spaces can become fundamental tools for reconnection: not just work environments, but real “third teachers”, capable of influencing people's wellbeing and engagement.

For this reason, direct involvement of people is essential, so that they feel an active and responsible part of the change. As reiterated by Giorgio Graziani, CISL Confederational Secretary, who also emphasised the importance of reformism, worker “protagonism” and constructive dialogue between companies and workers to foster shared growth.

Il futuro tra competenze e formazione

Il paradigma lavorativo sta evolvendo, specialmente per le fasce d'età comprese tra i 40 e i 50 anni, che devono affrontare la complessa sfida di conciliare lavoro e famiglia. In questo scenario, il territorio deve trasformarsi in un polo attrattivo non solo per le opportunità professionali, ma anche per la qualità della vita.

Secondo Daniele Di Fausto, CEO efM e Founder Venture Thinking, dobbiamo considerare un modello di lavoro decentrato, che valorizzi le risorse territoriali attraverso investimenti in infrastrutture e servizi, trasformando le aree periferiche in centri di innovazione e sviluppo economico. La digitalizzazione, l'innovazione tecnologica e l'intelligenza artificiale stanno ridefinendo il mercato del lavoro proprio in questa direzione.

La formazione del futuro deve puntare anche sulle soft skills, come la creatività e il pensiero critico, che saranno essenziali per governare l'AI; se integrata correttamente, l'AI potrebbe aumentare l'efficienza, liberando tempo per i lavoratori, ma è fondamentale che le persone abbiano le competenze necessarie per governarla.

Vincenzo Caridi, Direttore Dipartimento per le politiche del lavoro, previdenziali e assicurative e per la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, ha evidenziato la necessità di un allineamento tra formazione e necessità concrete delle aziende, con iniziative come il progetto “UNIT”, volto a creare una rete di dati tra il Ministero del Lavoro, il Ministero dell'Istruzione e altri enti per intercettare le persone in cerca di opportunità formative e lavorative.

Se da un lato le aziende devono investire in approcci personalizzati per attrarre i talenti, dall'altro lato è importante che offrano servizi personalizzati ai lavoratori già presenti, per il loro benessere, la loro crescita e per non disperdere la forza lavoro. È necessario lavorare insieme, condividere conoscenze e risorse, e promuovere una visione comune. Collaborando abbiamo l'opportunità di costruire un welfare che sia davvero sostenibile,

The future between expertise and training

The work paradigm is evolving, especially for the 40-50 age group, who face the complex challenge of balancing work and family. In this scenario, the territory must become an attractive hub not only for professional opportunities but also for quality of life.

According to Daniele Di Fausto, CEO of efM and Founder of Venture Thinking, we must consider a decentralised work model that enhances territorial resources through investments in infrastructure and services, transforming peripheral areas into centres of innovation and economic development. Digitalisation, technological innovation and artificial intelligence are redefining the labor market precisely in this direction.

Future training must also focus on soft skills, such as creativity and critical thinking, which will be essential to govern AI; if properly integrated, AI could increase efficiency, freeing up time for workers, but it is crucial that people have the necessary skills to govern it.

Vincenzo Caridi, Director of the Department for Labor, Social Security and Insurance Policies and for Health and Safety at Work of the Ministry of Labor and Social Policies, highlighted the need for alignment between training and concrete company needs, with initiatives such as the “UNIT”, a project aimed at creating a data network between the Ministry of Labor, the Ministry of Education and other entities to intercept people looking for training and work opportunities.

If on one hand companies must invest in personalised approaches to attract talent, on the other hand it is important that they offer personalised services to existing workers, for their wellbeing, their growth and to avoid dispersing the workforce.

It is essential to work together, share knowledge and resources, and promote a common vision. By collaborating we have the opportunity to build a truly sustainable welfare, a model that does not just respond to emergencies but looks

un modello che non si limiti a rispondere alle emergenze ma che guardi al futuro con coraggio e innovazione, un modello di sviluppo che metta al centro le persone, il pianeta e la prosperità.

to the future with courage and innovation, a development model that puts people, the planet and prosperity at the centre.

