

L'educazione ambientale come strumento per implementare la sostenibilità nelle imprese

*Environmental Education within the
company as a key to sustainable
development*

*Educação Ambiental como ferramenta para
implementar a sustentabilidade nas
empresas*

Roberto Leonardo Rana

Universidade de Foggia
roberto.rana@unifg.it

Marcos Vinicius Campelo Junior

Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
campelogeografia@gmail.com

Riassunto: Dagli anni '60, la produzione di beni e servizi è cresciuta esponenzialmente, causando un consumo eccessivo di risorse naturali e superando la capacità degli ecosistemi globali. Questo impatto negativo ha spinto le aziende a riconoscere la necessità di preservare il pianeta per le future generazioni. Negli ultimi 80 anni, la consapevolezza dell'insostenibilità economica ha portato le imprese a considerare la responsabilità sociale ed ecologica. Questa trasformazione ha migliorato la qualità della vita degli stakeholder,

ridotto l'impatto ambientale e migliorato le performance aziendali. La responsabilità sociale di impresa (RSI) favorisce la partecipazione di stakeholder interni ed esterni alla sostenibilità. Tuttavia, molti stakeholder non sono consapevoli degli impatti negativi delle attività economiche. L'educazione ambientale (EA) è cruciale per sensibilizzare gli stakeholder e promuovere pratiche sostenibili nelle aziende. Questo lavoro esamina l'importanza dell'EA per implementare la RSI, metodi per realizzarla e i vantaggi derivanti dall'introduzione di pratiche ecologiche.

Parole chiave: Responsabilità Socio-ambientale. Gestione. Economia.

Abstract: Since the 1960s, the production of goods and services has grown exponentially, causing excessive consumption of natural resources and exceeding the capacity of global ecosystems. This negative impact has pushed companies to recognize the need to preserve the planet for future generations. Over the last 80 years, awareness of economic unsustainability has led businesses to consider social and ecological responsibility. This transformation has improved the quality of life of stakeholders, reduced environmental impact and improved company performance. Corporate social responsibility (CSR) encourages the participation of internal and external stakeholders in sustainability. However, many stakeholders are unaware of the negative impacts of economic activities. Environmental education (EA) is crucial to raise stakeholder awareness and promote sustainable practices in companies. This work examines the importance of EA for implementing CSR, methods for achieving it and the benefits of introducing green practices.

Keywords: Socio-environmental responsibility. Management. Economy.

Resumo: Desde a década de 1960, a produção de bens e serviços cresceu exponencialmente, causando consumo excessivo de recursos naturais e excedendo a capacidade dos ecossistemas

globais. Este impacto negativo levou as empresas a reconhecer a necessidade de preservar o planeta para as gerações futuras. Nos últimos 80 anos, a consciência da insustentabilidade económica levou as empresas a considerarem a responsabilidade social e ecológica. Esta transformação melhorou a qualidade de vida das partes interessadas, reduziu o impacto ambiental e melhorou o desempenho da empresa. A responsabilidade social corporativa (RSE) incentiva a participação das partes interessadas internas e externas na sustentabilidade. No entanto, muitas partes interessadas desconhecem os impactos negativos das atividades económicas. A educação ambiental (EA) é crucial para conscientizar os stakeholders e promover práticas sustentáveis nas empresas. Este trabalho examina a importância da EA para a implementação da RSE, os métodos para alcançá-la e os benefícios da introdução de práticas verdes.

Palavras-chave: Responsabilidade socioambiental. Gerenciamento. Economia.

Introduzione

Negli ultimi decenni, il tema della sostenibilità ha assunto una crescente importanza nelle politiche locali e globali. Con il progressivo aumento dell'impatto negativo delle attività industriali sulle questioni sociali, ambientali e sulle risorse naturali è diventato sempre più urgente per le aziende impegnarsi attivamente per preservare i lavoratori dallo sfruttamento e il pianeta Terra dal collasso. In questo contesto, Leff (2020) afferma che il modo distorto di comprendere la vita ha portato l'umanità ad interventi nell'ordine naturale, innescando processi che alterano la composizione dell'atmosfera, degradare la biosfera e le condizioni di vita degli animali umanità.

L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, con i suoi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, esprime un chiaro giudizio sull'insostenibilità dell'attuale modello di sviluppo, non solo sul piano ambientale, ma anche su quello economico e sociale; pertanto rappresenta un importante quadro di riferimento per orientare le azioni delle imprese verso una maggiore consapevolezza del loro impatto negativo sugli ecosistemi terrestri. Si può, quindi, definire come sostenibilità aziendale il soddisfacimento dei bisogni degli stakeholder diretti e indiretti di un'impresa senza compromettere la capacità di soddisfare i bisogni dei futuri stakeholder' (Roncagliolo, 2023). In altre parole, se le aziende vogliono continuare a produrre profitto devono considerare tra le loro responsabilità anche il rispetto dei limiti terrestri.

In questo contesto tra i diversi strumenti che le imprese hanno a disposizione per implementare la sostenibilità (ad esempio, Eco-Management Audit e - EMAS, Sistemi di Gestione Ambientale - SGA, ecc.) la responsabilità sociale d'impresa (RSI) o Corporate Social Responsibility (CSR) può essere una valida alternativa in quanto può contribuire in modo concreto al processo di cambiamento delle imprese verso il rispetto dell'ambiente e delle comunità locali (Sacco e Viviani, 2006). Negli ultimi tempi, l'importanza della RSI ha ricevuto una crescente attenzione da parte dell'impresa (Ju e Jang, 2017), in quanto oggi molti consumatori sono

sempre più attenti alla sostenibilità, preferendo prodotti e servizi di aziende che dimostrano di applicare i principi di responsabilità sociale e ambientale. Anche i partner commerciali, soprattutto quelli impegnati su queste tematiche, spesso preferisco lavorare con aziende che presentano valori simili. Tuttavia, non sempre risulta facile implementare la RSI in quanto spesso gli amministratori non comprendono l'importanza della sostenibilità come strumento per migliorare non solo il loro business ma, anche la qualità della vita dei dipendenti, consumatori, comunità locali, ecc. Inoltre, un altro motivo va ricercato nel fatto che a volte, soprattutto per le piccole e media imprese, l'avvio di queste azioni sono percepite come un costo e che le opportunità per creare un vantaggio competitivo sono relativamente limitate (Milone e Petruzzelli, 2023). Pertanto, può essere di cruciale importanza organizzare momenti di riflessione o approfondimento sulle tematiche della sostenibilità che consentano di sensibilizzare gli stakeholder, e più in generale l'opinione pubblica. L'educazione ambientale (EA) o educazione allo sviluppo sostenibile può, quindi, rappresentare un elemento chiave per informare e formare gli attori delle filiere produttive alle problematiche ambientali e, contemporaneamente, aiutare le imprese sia a soddisfare i requisiti normativi in tema di sostenibilità, sia a costruire un'immagine più rispettosa dell'ambiente agli occhi dei clienti, dei partner commerciali e delle comunità locali (Pujihartati et al., 2021). Questo aspetto è stato evidenziato anche nel libro verde della Commissione Europea (2001) che considera l'EA come strumento fondamentale per incrementare all'interno delle imprese la sensibilità alle problematiche ambientali e quindi avviare un processo di responsabilità.

Secondo Ju e Jang (2017) l'EA consente alle aziende di bilanciare i valori aziendali con quelli pubblici. Essa, quindi, all'interno del contesto aziende può costituire uno strumento fondamentale per perseguire i 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile, come previsto dall'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. Le aziende, infatti, svolgono un ruolo importante per il raggiungimento di tali obiettivi che includono, ad esempio, la lotta ai cambiamenti climatici, la riduzione dell'impatto delle attività umane sugli ecosistemi terrestri, una maggiore attenzione e rispetto dei diritti delle

donne, ecc. Grazie, quindi, alla EA le imprese possono trovare motivazioni per fare scelte etiche ed ecocompatibili, avendo a disposizione risorse umane formate e competenti, rendendole ancora più competitive da un punto di vista economico (Beggi, 2014).

In questo contesto il presente lavoro esamina: a) i vantaggi che comporta l'introduzione dell'EA nelle imprese che intendono far divenire il fulcro della strategia aziendale la sostenibilità; b) gli strumenti didattici che possono essere implementati per accrescere la consapevolezza dell'impatto delle attività produttive sull'ambiente. L'EA può essere, quindi, un importante strumento per introdurre la RSI nelle aziende, e consentire a tutti gli stakeholders di diventare protagonisti consapevoli di decisioni e azioni quotidiane che possono contribuire alla protezione degli ecosistemi. Il presente studio potrebbero aiutare gli imprenditori a identificare alcune attività formativi utili per migliorare le conoscenze e competenze in ambito ambientale e sociale ed intraprendere un percorso di responsabilità.

Responsabilità sociale d'impresa: sfide e opportunità nel contesto attuale

G Negli ultimi tempi è diventata sempre più diffusa e accettata l'idea che l'impresa non abbia solo una responsabilità strettamente economica, ma anche una etica, sociale e ambientale che influisce sugli stakeholder e sul territorio nel quale l'impresa opera. In questa prospettiva, si è iniziato a concepire il reddito come una componente necessaria, ma non esclusiva, delle prestazioni aziendali proponendo un nuovo modello di impresa sostenibile il cui obiettivo è di accrescere il benessere dell'intero sistema produttivo, dove i lavoratori, fornitori e cittadini diventino attori responsabili e stimolino il mercato sempre più verso la sostenibilità.

Il tema della RSI si è sviluppa in Italia, e più in generale in Europa, durante il Consiglio europeo di Lisbona del 2000 e in seguito alla pubblicazione, nel

2001, del Libro Verde della Commissione, che ne traccia le linee guida (Beggi, 2014).

In generale, si può intendersi come RSI la tendenza del mondo imprenditoriale a valorizzare, accanto ai tradizionali obiettivi economici, quelli di natura più ampia, attinenti all'etica, alla morale, alla trasparenza e all'efficienza nell'attività imprenditoriale (Cosimato et al., 2021). Pertanto, la RSI comprende sia aspetti di natura sociale, sia ambientale. Questi ultimi sono stati introdotti successivamente con la maggiore consapevolezza che le attività umane possono generare un impatto negativo sugli ecosistemi (Gullo et al., 2021). Pertanto, quando si parla di RSI si prendono in considerazione sia azioni di tipo sociale (ad esempio, la presenza di donne lavoratrici in azienda, la formazione continua dei dipendenti, ecc.), sia ambientali (ad esempio, la riduzione dell'impatto ambientale di una produzione o del consumo di risorse, ecc.).

Nel tempo sono state proposte differenti definizioni ma tra tutte è possibile individuare alcuni aspetti comuni che consentono di definire come "impresa responsabile" quella che, gestendo gli affari, ne controlla anche gli effetti sociali ed ambientali migliorandoli con continuità. Anche a livello delle istituzioni europee il concetto di RSI è stato modificato nel tempo. Ad esempio, nel Libro Verde della Commissione europea (2001) intitolato "Promuovere un quadro per la responsabilità sociale delle imprese", la RSI era definita come: l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate. Successivamente, con la comunicazione della Commissione Europea del 25 ottobre 2011 è stata riesaminata e superata la nozione espressa in precedenza proponendone una nuova, ovvero che per RSI deve intendersi: la responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società".

La RSI si basa su tre elementi fondamentali: 1) "più avanti della normativa", perché le azioni socialmente ed ambientalmente responsabili adottate da una impresa devono andare al di là delle prescrizioni normative cui tutte le imprese devono seguire; 2) "volontarietà dell'adesione ad un sistema di RSI", la partecipazione deve essere una scelta libera dell'impresa; 3) "sostenibilità" in

quanto le imprese, nella loro attività, devono considerare in egual misura gli aspetti ambientali, sociali ed economici (Moro e Profumo, 2003).

Si ricorda che al concetto di responsabilità sociale si contrappone quello classico che considera l'impresa come una organizzazione che cerca di massimizzare il profitto. Oggi questo è un concetto ampiamente superato poiché le imprese sono sempre più frequentemente sollecitate ad andare oltre la semplice logica degli utili; infatti, il risultato economico viene maggiormente valutato in base al modo in cui è stato conseguito. I consumatori, oggi, sono sempre più portati a premiare le aziende che investono in sostenibilità (Jung et al, 2024), ed è ampiamente dimostrato che una impresa attenta alle problematiche sociali ed ambientali attrae più investimenti, incrementa i profitti, promuove l'innovazione tecnologica e riduce i costi grazie al coinvolgimento generale di tutti i portatori di interesse (Ahmad et al., 2024). Per un'impresa con fondamenta solide l'adozione di pratiche di responsabilità sociale ed ambientale, sebbene sembri sacrificare il profitto a breve termine, in realtà, indica la via verso rendite sostenibili nel lungo periodo (Wanyi, 2024).

Il carattere essenziale della responsabilità sociale delle imprese risiede, dunque, nel costante obiettivo di migliorare la qualità delle relazioni tra i soggetti coinvolti nella organizzazione, ovvero gli stakeholder come: azionisti, dipendenti, collaboratori, fornitori, clienti, concorrenti, la comunità locale, nazionale e globale. In altre parole le imprese avvertono sempre più la necessità di un nuovo rapporto con la società che veda l'impresa stessa andare al di là degli obblighi legislativi ai quali è tenuta ad attuare ed "...investire volontariamente nella correttezza delle relazioni con gli interlocutori interni ed esterni all'azienda, nel capitale umano, nel progresso sociale, nel rispetto per l'ambiente per contribuire ad una migliore qualità della vita, sviluppando strumenti ed adottando programmi che lancino un segnale forte verso la costruzione di relazioni responsabili con i propri interlocutori". (Beda e Bodo, 2006).

Tra le azioni che la RSI deve implementare vi sono: a) per la dimensione interna dell'impresa una giusta retribuzione e opportunità di carriera per donne e uomini, senza nessun tipo di discriminazione, l'assunzione di categorie

svantaggiate, la possibilità di formare il personale durante tutta la carriera lavorativa e infine, elemento importantissimo, la sicurezza sul posto di lavoro, un ambiente lavorativo salubre, la riduzione del consumo di risorse, l'uso di materie prime a minor impatto ambientale, ecc.; b) mentre per la dimensione esterna l'impresa deve, principalmente, provvedere alla salvaguardia dell'ambiente naturale, con la conseguente riduzione del suo impatto sugli ecosistemi locali.

Le organizzazioni pubbliche o private che implementano la RSI possono comunicare all'esterno il loro impegno sulle questioni ambientali, sociali ed economiche mediante il report di sostenibilità (conosciuto anche come sustainability reporting) (Zuo et al., 2016). Questo documento, per lo più volontario, consente alle imprese di aumentare la trasparenza soprattutto verso i loro stakeholders sulle questioni legate alla sostenibilità.

Un ruolo cruciale, in tale contesto, può essere assegnato alle amministrazioni pubbliche e agli altri attori interessati nello sviluppo della RSI, i quali possono fornire sostegno alle imprese per l'implementazione delle azioni appena descritte.

Le autorità pubbliche, ad esempio, possono svolgere un ruolo di supporto attraverso politiche volontarie o incentivi di mercato per il comportamento responsabile delle imprese. I sindacati e le organizzazioni della società civile possono favorire la RSI mediante azioni di pressione sulle imprese per ottenere miglioramenti. Anche i consumatori e gli investitori generalmente "premiano" le aziende che s'impegnano in sostenibilità attraverso scelte d'acquisto o di investimento. I media, infine, possono svolgere un ruolo di sostegno sensibilizzando l'opinione pubblica, sia sugli effetti positivi sia su quelli negativi delle imprese sui territori (Commissione europea, 2011).

In particolare, le organizzazioni pubbliche, come le università, possono contribuire ad implementare delle proprie strategie di responsabilità sociale e ambientale. La così detta responsabilità sociale universitaria (RSU) trascende dall'esclusivo onere di generare e diffondere conoscenza, ma cerca di rispondere alle nuove domande alla base della crisi climatica, dei movimenti

sociali, dell'aumento della popolazione, della migrazione della popolazione o della diversità e inclusione sociale. Pertanto la RSU è un modello di gestione dinamico e consensuale che contribuisce a migliorare la qualità della vita delle persone nella società, poiché le università sono organizzazioni protagoniste delle trasformazioni sociali.

La sostenibilità, quindi, si concretizza attraverso varie politiche e strategie all'interno delle istituzioni universitarie determinando la formazione di una elevata consapevolezza di queste tematiche tra i docenti, gli studenti (che diventeranno artefici dell'implementazione di azioni di sostenibilità una volta entrati nel mondo del lavoro) e più in generale in una comunità (Severino-González et al., 2024). Le università possono fornire un importante contributo alla formazione di nuove figure sulla RSI sebbene vi è ancora in molte istituzioni una carenza dell'offerta formativa di discipline specifiche sull'argomento (Sepetis et al., 2020; Bernardo et al., 2021). Tutto questo può condurre secondo Del Baldo e Demartini (2016) ad una nuova visione collettiva della responsabilità, in cui il soggetto di azioni e strategie socialmente e ambientalmente orientate non è più solo l'impresa, ma è l'intera comunità intesa come un *unicum*. Questo nuovo approccio chiamato responsabilità sociale di territorio (RST) si fonda, quindi, sulla riscoperta di valori condivisi con tutti gli attori socio-economici ed istituzionali di un'area, nell'obiettivo di migliorare la qualità della vita della comunità e di unire le esigenze economiche con problematiche sociali e ambientali nell'ottica di uno sviluppo sostenibile.

Il contributo dell'educazione ambientale alla sostenibilità delle imprese

In un contesto globale sempre più orientato verso la sostenibilità, la valutazione degli impatti ambientali, sociali ed economici dei prodotti, processi e servizi è diventata essenziale per le imprese, per le organizzazioni e più in generale per i governi. L'Agenda 2030, e i relativi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), rappresenta un importante quadro

di riferimento a livello globale che consente alle aziende di orientarsi tra le tematiche dello sviluppo sostenibile da realizzare all'interno delle proprie realtà produttive. RSI e SDGs sono, quindi strettamente interconnessi, poiché entrambi si basano sul concetto di sviluppo sostenibile e sulla necessità che le imprese assumano un ruolo attivo nel promuovere il benessere delle persone e del pianeta. Le attività produttive che adottano i principi di RSI sono naturalmente portate a contribuire al raggiungimento degli SDGs, integrandoli nella propria strategia aziendale e collaborando con gli stakeholder per realizzare un impatto positivo a livello globale (de Almeida Barbosa Franco et al., 2024).

A volte, però, introduzione di tali attività nelle imprese non sempre è facile sia perché gli stakeholder non sono sensibili a tali questioni sia perché non conoscono i vantaggi che si ottengono dai comportamenti sostenibili. Uno strumento che può essere impiegato per coinvolgere ed educare tali attori è l'EA. Pertanto, la mancanza di visione ostacola un cambiamento che porterebbe ad uno sviluppo economico intersettoriale equilibrato e sicuro alimentare, capacità di modernizzazione continua del produzione, ragionevole livello di autonomia nella ricerca scientifica e inserimento tecnologico e sovrano nell'economia internazionale (Sachs, 2002).

Questa disciplina, nata alla fine degli anni 60' del Novecento, nel corso del tempo è diventata uno strumento fondamentale per accrescere la consapevolezza che la risoluzione di complessi problemi locali e globali non può essere portata a termine solo da politici ed esperti, ma richiede il sostegno e la partecipazione attiva dei cittadini nei suoi vari ruoli di consumatori, elettori, datori di lavoro, imprese e comunità (Canadian Environmental Grantmakers Network, 2006). L'EA può essere definita in molti modi, ma ogni definizione la considera una disciplina o un processo che insegna come comportarci, in modo da promuovere una gestione responsabile degli ecosistemi terrestri e delle risorse del Pianeta. Ad esempio l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura (UNESCO) nella dichiarazione di Tbilisi afferma che l'EA è vitale per trasmettere un rispetto intrinseco per la natura nella società e per

rafforzare la consapevolezza dell'importanza di proteggere il mondo naturale da parte dei cittadini. Inoltre, l'UNESCO sottolinea il ruolo dell'EA nella salvaguardia della qualità della vita sociale delle generazioni future, attraverso la protezione dell'ambiente, l'eliminazione della povertà, la minimizzazione delle disuguaglianze e l'assicurazione dello sviluppo sostenibile (UNESCO, 1977).

L'introduzione di attività di EA nell'impresa, quindi, consente di aumentare la consapevolezza dei dipendenti sull'impatto negativo delle loro azioni nelle realtà in cui operano, rendendoli consci di come le loro decisioni e azioni quotidiane possono contribuire alla protezione o, al contrario, alla distruzione dell'ambiente naturale. Vale anche la pena sottolineare che le questioni ambientali vanno di pari passo con le questioni sociali e l'ambiente aziendale è favorevole alla discussione di vari argomenti con EA.

L'EA può trasmettere informazioni sui processi che causano i cambiamenti climatici, l'inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo e la perdita della biodiversità. Attraverso specifici programmi di EA le imprese possono far comprendere ai manager e ai lavoratori l'importanza di gestire o impiegare le risorse in modo efficiente. Ad esempio, la Stellantis N.V., la famosa multinazionale produttrice di autoveicoli, porta avanti programmi di formazione indirizzati ai diversi stakeholder per una gestione sostenibile delle risorse idriche e più in generale sulla conservazione delle risorse naturali (Stellantis, 2023).

Queste attività di formazione conducono da una parte ad un più basso impatto ambientale e dall'altra a una riduzione del consumo di energia, acqua e materiali abbassando, di conseguenza, i costi operativi. Ad esempio, l'introduzione di attività didattiche sul risparmio energetico, come lo spegnimento degli impianti o macchinari inutilizzati può ridurre significativamente la spesa per le bollette elettriche; la formazione sulla gestione e il riciclaggio dei rifiuti può diminuire i costi associati al loro smaltimento; l'uso parsimonioso di forniture per ufficio, come carta, inchiostri per stampanti e prodotti in plastica monouso, può limitare significativamente i costi sostenuti dalle imprese. In altre parole, i

dipendenti che sanno come utilizzare le risorse in modo efficiente contribuiscono a creare un ambiente di lavoro più sostenibile ed economicamente vantaggioso. Inoltre, il coinvolgimento del personale in iniziative sociali o ambientali come, ad esempio, giornate per la raccolta dei rifiuti abbandonati o di aiuto alle famiglie bisognose crea un senso di comunità e responsabilità condivisa, contribuendo ad aumentare la loro lealtà e la motivazione al lavoro. Queste iniziative, poi, possono favorire l'integrazione del team e costruire relazioni tra i dipendenti che migliorano non solo il clima aziendale ma, anche il rendimento dei lavoratori. Livelli elevati di soddisfazione dei dipendenti si traducono in un minore turnover del personale, una maggiore produttività, una migliore atmosfera sul posto di lavoro e di conseguenza maggiori introiti per l'impresa. Investire in sostenibilità, quindi, può aiutare a trovare più facilmente personale qualificato oltre a evitare di perderlo velocemente.

Secondo Robertson et al. (2022), infatti, sono sempre di più i lavoratori che cercano aziende che investono nella responsabilità sociale e ambientale e iniziative che coinvolgono i propri dipendenti su queste tematiche.

La nota maison di moda Yves Saint Laurent nel suo report di sostenibilità ha dichiarato che grazie ai programmi di formazione sulla sostenibilità, i propri team sono diventati competenti sulle tematiche ambientali e fanno scelte sostenibili (Yves Saint Laurent, 2022).

Molti paesi stanno introducendo normative ambientali sempre più stringenti. L'Europa, ad esempio, ha promulgato una serie di norme (prima il Green Deal poi il Next Generation EU) che hanno dato una forte impulso a livello internazionale sulla riduzione delle emissioni di gas serra e sulla gestione sostenibile dei rifiuti. In questo contesto, l'EA può aiutare le aziende pubbliche e private a comprendere le opportunità che tali politiche offrono, a rispettare i limiti previsti dalle leggi e a ridurre al minimo il rischio di sanzioni legali. Gli stakeholder che conoscono le normative vigenti possono aiutare l'impresa al rispetto degli standard ambientali, evitando di incorrere in violazioni amministrative come sanzioni pecuniarie, danni alla

reputazione e restrizioni operative. Le imprese che formano in modo proattivo i propri dipendenti, e più in generale tutti gli attori della filiera produttiva, sulle leggi ambientali ottengono un vantaggio competitivo poiché possono adattarsi più facilmente alle mutevoli esigenze normative ed evitare costose questioni legali. Inoltre, le imprese che si impegnano a proporre attività di EA possono acquisire un'immagine positiva sia sui mercati, sia sulle comunità locali. Tale impegno può anche essere una risorsa strategica per attrarre i clienti e azionisti per i quali le questioni di sostenibilità sono importanti. I consumatori, infatti, scelgono sempre più prodotti e servizi di aziende che dimostrano responsabilità sociale e ambientale.

La nota azienda di bevande Coca-Cola Company, ad esempio, ha lanciato in alcuni paesi dell'estremo oriente come Filippine, Malesia, Myanmar e Tailandia un programma in collaborazione con le autorità locali per la formazione professionale di cittadini per la raccolta dei rifiuti. Per incentivare tale attività, poi, sono messi in contatto i cittadini con gli impianti di recupero materiali che acquistano i rifiuti raccolti. La Coca-Cola sta realizzando più di 2.000 centri di raccolta di bottiglie in PET in minimarket e in altri punti vendita al dettaglio dove i membri della comunità possono consegnare più facilmente questi rifiuti in cambio di denaro. I minimarket guadagnano a loro volta dalla raccolta delle bottiglie in PET poiché le vendono a società di gestione dei rifiuti e riciclatori (Coca-Cola company, 2022). Inoltre, la partecipazione dei dipendenti a campagne green come: eventi sociali, piantumazione di alberi, pulizia di spiagge, ecc. può attrarre clienti sensibili a tali manifestazioni. In tale contesto, quindi l'EA può contribuire al raggiungimento di un sistema economico sempre più sostenibile e più etico (Kang e Hong, 2021).

Strumenti Didattici Per Implementare La Sostenibilità Nelle Imprese

L'EA per i temi trattati e per la necessità di un approccio olistico degli argomenti trattati rappresenta oggi uno degli strumenti più utili per trasmettere ai cittadini e, più in generale alle comunità, quella che oggi è definita come “cultura della sostenibilità”, cioè quel complesso di valori, competenze e conoscenze che riguardano in maniera imprescindibile sia la tutela dell'ambiente sia la qualità della vita dei cittadini (APAT, 2004). In altre parole l'EA consente di mettere in discussione gli attuali modelli economici e stili di vita per migliorarli e per costruirne di nuovi a più basso impatto sociale e ambientale (Parra et al., 2020).

In questo paragrafo sono, quindi, presentati alcuni strumenti didattici per facilitare l'introduzione di nuovi modelli comportamentali che consentano un cambiamento all'interno delle realtà imprenditoriali e produttive.

Workshop o seminari

La formazione regolare mediante workshop o seminari ambientali possono essere uno strumento efficace per educare i dipendenti di una impresa alla sostenibilità. Secondo Jaques (1995) i workshop sono un tipo particolare di attività di formazione di gruppo che conducono a risultati pratici. Essi si articolano in varie esperienze che coinvolgono un gruppo o sottogruppi di persone. Con questo strumento si possono introdurre e discutere, ad esempio, argomenti come la gestione dei rifiuti, l'uso efficiente dell'energia, le pratiche di produzione sostenibili e l'apporto della innovazione tecnologica e digitalizzazione per risolvere le questioni ambientali. La formazione può essere condotta sia da esperti esterni, sia specialisti interni (se presenti) in materia di sostenibilità. Possono essere proposti seminari pratici che coinvolgono i dipendenti nell'apprendimento attivo attraverso esercizi e simulazioni che aumentano significativamente l'efficacia delle conoscenze trasferite. I programmi di formazione possono

essere adattati ai diversi attori della filiera, garantendo che ciascuno di essi comprenda l'impatto delle proprie responsabilità quotidiane sulle questioni ambientali, etiche e sociali per integrarle nella strategia aziendale. La formazione periodica mantiene gli stakeholder aggiornati sulle ultime disposizioni in materia di sostenibilità e di innovazione tecnologia, attività fondamentale in un contesto normativo e tecnologico in rapida evoluzione. Ad esempio, l'azienda che fornisce il più importante motore di ricerca sul web, Google, organizza periodicamente, con il supporto dei maggiori esperti mondiali, per i suoi dipendenti e per gli utenti programmi di formazione, workshop e campagne di sensibilizzazione sull'efficienza energetica, il riciclaggio, la riduzione delle emissioni di CO₂ e su altri aspetti della sostenibilità. Attraverso le sue campagne educative, Google non solo contribuisce ad aumentare la consapevolezza ambientale tra i suoi dipendenti, ma ispira anche altre aziende a intraprendere azioni ecocompatibili. Ad esempio, ogni anno per celebrare la Giornata della Terra l'azienda organizza un evento virtuale che informa i lavoratori su quanto Google investe per consentire ai suoi stakeholder di fare scelte più sostenibili (Google 2023).

Programmi di e-learning

L'introduzione di piattaforme di e-learning consente soprattutto ai dipendenti di acquisire conoscenze in modo flessibile, in base ai turni di lavoro e secondo i ritmi di apprendimento. Le attività didattiche possono essere adattate alle specificità dell'impresa e possono includere moduli interattivi, quiz, dibattiti e analisi casi di studio. Contenuti interattivi come video, animazioni e simulazioni, possono aumentare il coinvolgimento dei lavoratori e facilitare l'apprendimento di argomenti complessi. Inoltre, i programmi di e-learning possono essere facilmente aggiornati e scalabili, consentendo di implementare rapidamente nuove informazioni ed estendere la portata dell'EA a tutti gli attori coinvolti nell'impresa.

Le aziende possono anche monitorare i progressi dei dipendenti e adattare i programmi di formazione alle esigenze individuali, garantendo il miglioramento continuo delle conoscenze e delle competenze.

Campagne di informazione

Campagne informative regolari, inclusi poster, newsletter, newsletter e social media possono aiutare a consolidare la conoscenza ambientale e motivare i dipendenti a essere rispettosi dell'ambiente. Queste campagne possono riguardare argomenti specifici come il risparmio energetico, la riduzione della biodiversità o la promozione del trasporto sostenibile. Poster e newsletter posizionati in punti ben visibili negli uffici ricordano ai dipendenti importanti questioni ambientali e forniscono consigli pratici per azioni a favore dell'ambiente. Le newsletter possono fornire aggiornamenti regolari sui progressi dell'azienda in termini di sostenibilità e informare sulle prossime iniziative ed eventi. Google ad esempio, organizza per i suoi dipendenti oltre a corsi online anche notiziari interni di approfondimento sulla sostenibilità (Google, 2023).

L'IKEA, la famosa azienda di produzione di mobili e complementi di arredo, negli ultimi anni si è attivamente impegnata a favore dell'ambiente attraverso campagne di informazione, rapporti di sostenibilità e partecipazione ad iniziative sociali e ambientali. Ad esempio, a partire dal 2015 ha organizzato un corso pluriennale di EA dal titolo at home, la casa sostenibile per le scuole italiane secondarie di primo grado. Il corso aveva l'obiettivo di promuovere nei più giovani comportamenti quotidiani sostenibili, soprattutto nell'ambito abitativo, in grado di ridurre il loro impatto sul pianeta Terra. Tra le tematiche affrontate durante questi incontri vi era: la gestione dei rifiuti, il risparmio energetico e idrico, l'impiego di materiali sostenibili. All'iniziativa hanno preso parte poco meno di 1200 scuole alcune delle quali hanno, in seguito, svolto visite nei punti vendita IKEA (IKEA Italia, 2016).

Gruppi di lavoro e iniziative di sostenibilità per i dipendenti

Il "team building" può essere un'attività cruciale per accrescere la sensibilità ambientale e trasmettere informazioni sulla sostenibilità all'interno della impresa. Il coinvolgimento di gruppi di dipendenti in iniziative ambientali o sociali contribuisce a promuovere l'impegno e la

coesione tra i lavoratori, migliorando l'immagine aziendale a livello locale e globale. Tale strumento si può immaginare, ad esempio, come un "team" di lavoratori, responsabili dell'implementazione di pratiche ecologiche negli uffici, dell'organizzazione di eventi ambientali (ad esempio giornata di raccolta di rifiuti in una determinata area) o di collaborazioni con organizzazioni non governative (ONG). Ciò può contribuire a costruire un ambiente di lavoro più coeso, familiare, collaborativo ed efficiente. I gruppi di lavoro possono anche monitorare e riferire sui progressi in materia di sostenibilità, identificando aree di miglioramento e proponendo nuove soluzioni. Inoltre, tali gruppi possono fungere da catalizzatori del cambiamento, promuovendo ed estendendo la cultura della sostenibilità in tutta l'azienda. Lavorare con le ONG e le comunità locali può anche portare ulteriori vantaggi, come il rafforzamento delle relazioni con la comunità e l'acquisizione di nuove prospettive e conoscenze sulle sfide ambientali locali e globali.

Il gigante tecnologico Google è impegnato da tempo in iniziative di questo genere. L'azienda non solo fissa obiettivi ambiziosi per ridurre le emissioni di gas serra e per la gestione sostenibile delle risorse, ma educa attivamente i propri dipendenti alla sostenibilità. Ad esempio suggerisce a propri dipendenti di unirsi a gruppi di comunità interne (sia locali, sia globali) focalizzati sulle telematiche ambientali. Inoltre, alcuni lavoratori possono dedicare il 20% dell'orario in progetti sulla sostenibilità (Google, 2023). Un esempio simile è quello portato avanti dalla associazione italiana di produttori di acciaio "Federacciai2", che da anni è impegnata attivamente sul territorio nazionale per promuovere attività di formazione alla sostenibilità dei dipendenti e manager delle aziende associate.

Queste, infatti, organizzano iniziative non solo per migliorare la professionalità dei propri lavoratori ma, anche per migliorare l'efficienza della produzione di acciaio. Tuttavia, l'obiettivo di questi incontri non è solo quello di rendere sempre più sostenibile la produzione della lega ma anche di attrarre nuovi talenti in grado di affrontare le sfide future, come la

trasformazione digitale e green dell'industria siderurgica e di sviluppare un forte senso di appartenenza e la capacità di fare squadra (Federacciai, 2023).

Anche la nota azienda di dispositivi elettronici, Apple Inc., organizza attività di formazione attraverso uno specifico portale (<https://education.apple.com/>). Negli ultimi tempi ha lanciato un programma educativo che ha aiutato alcune aziende statunitensi, che si occupano di riciclo dei loro prodotti, a migliorare sia la capacità di smontaggio sia la qualità dei materiali recuperati, riducendo al minimo gli sprechi (Apple, 2024).

Anche iniziative apparentemente lontane dalle attività aziendale possono rivelarsi efficaci per diffondere la cultura della sostenibilità. Un interessante studio, svolto nell'azienda sudcoreana della Hyundai Steel Co. Ltd, ha osservato che per migliorare le conoscenze in campo ambientale dei dipendenti basta organizzare corsi di formazione per i figli. Queste attività, infatti, consentono di introdurre cambiamenti non solo nell'atteggiamento dei bambini nei confronti delle questioni ambientali ma, anche nelle loro famiglie (Ju e Jang, 2017). Pertanto, è possibile veicolare tematiche della sostenibilità tra i lavoratori e risolvere il difficile problema della non partecipazione degli stessi per la mancanza di tempo, con il coinvolgimento dei più piccoli.

Iniziative di sensibilizzazione delle comunità locali alle problematiche ambientali

Il coinvolgimento delle comunità locali al miglioramento dell'ambiente è un aspetto importante per ridurre l'impatto ambientale in molti ecosistemi minacciati dalle attività produttive. In questo campo le imprese possono fornire il loro apporto concreto per sensibilizzare non solo i dipendenti ma i cittadini verso comportamenti più sostenibili.

La Ferrero, ad esempio, nota azienda del settore alimentare, ha avviato in Costa d'avorio (da dove importa cacao) un corso di sensibilizzazione ambientale, con gli studenti delle scuole primarie, sulla

piantumazione di alberi nei cortili delle scuole: l'obiettivo era quello di coinvolgere le giovani generazioni sull'importanza del ripristino delle foreste. La Costa d'Avorio, infatti, presenta un tasso di deforestazione e degrado forestale tra i più alti al mondo (negli ultimi 30 anni, il 90% della superficie forestale del paese è scomparso) in parte causato dalla produzione del cacao ma anche da altre colture da reddito come gomma, caffè, acagiù e palma da olio (Ferrero Group, 2023; Parlamento Europeo, 2024). In Ghana, invece la Ferrero ha avviato il progetto ASASE (Accessible Soils And Sustainable Environments) tra cui obiettivi vi è quello di fornire benefici tangibili agli agricoltori e all'ambiente mediante programmi di formazione individuale dei lavoratori in grado di: 1) evitare il land grabbing; 2) sostenere pratiche agricole sostenibili a vantaggio sia dei mezzi di sussistenza degli agricoltori sia dell'ambiente circostante (Ferrero Group, 2023).

Un'altra iniziativa rivolta alla sensibilizzazione dei consumatori alle tematiche ambientali è quella realizzata da IKEA nel 2017 e dal titolo "Compostiamoci male". Il progetto prevedeva che in tutti i negozi italiani della catena fosse possibile donare una certa somma di denaro per ogni un albero di Natale acquistato. In questo modo grazie alle donazioni si è riusciti a mettere a dimora 2.000 piante autoctone contribuendo a riqualificare un'area boschiva precedentemente degradata (Tronca, 2018).

Nel 2023 la Federacciai ha presentato il progetto GEA EDU rivolto agli studenti di 40 scuole secondarie di secondo grado di tutta Italia che prevedeva lezioni sulle dinamiche e sui cambiamenti del mondo di oggi, con un focus sulle questioni relative all'economia circolare e allo sviluppo sostenibile. Inoltre, l'associazione per migliorare le conoscenze sull'acciaio ha realizzato delle schede didattiche rivolte ai ragazzi delle scuole di primo e secondo grado sulle tematiche della circolarità e riciclabilità di questa lega, sulle sue proprietà tecniche e sulle sfide che dovrà affrontare l'industria siderurgica per rendere questo metallo a basso impatto ambientale (Federacciai, 2023).

Conclusioni

L'introduzione delle tematiche della sostenibilità nella "mission e vision" di una impresa è diventato un aspetto imprescindibile da considerare nella gestione di una attività imprenditoriale se si vuole ridurre il suo impatto sociale e ambientale ed incrementare i profitti. Tra i diversi strumenti gestionali che le imprese hanno a disposizione per implementare comportamenti virtuosi la RSI può essere considerata tra le migliori opzioni in quanto può contribuire in modo efficace al processo di cambiamento, verso il rispetto dell'ambiente, dei lavoratori e delle comunità locali. Tuttavia, non sempre gli stakeholder conoscono le tematiche della sostenibilità o le azioni necessarie per implementarla a livello aziendale. Per di più, tale processo deve essere guidato soprattutto da "leader" aziendali sensibili a queste tematiche, in quanto, a volte per quanto i dipendenti possano conoscere ed essere favorevoli a queste questioni è di fondamentale importanza che i top manager, i capi dipartimento, gli amministratori si facciano promotori di azioni che conducono ai necessari cambiamenti tra i diversi livelli aziendali. Pertanto, l'introduzione di uno strumento formativo come l'EA, che sensibilizzi tutti gli attori di una filiera produttiva, può contribuire allo sviluppo di azioni e percorsi di sostenibilità, tra cui la RSI.

Come visto, gli strumenti didattici a disposizione delle aziende sono numerosi e tutti quanti possono contribuire a: 1) ridurre l'impatto ambientale; 2) migliorare la relazione con i clienti e la comunità locale; 3) accrescere la loro immagine dell'azienda all'esterno; 4) aumentare la consapevolezza dei dipendenti sui temi ambientali e sociali; 5) sviluppare una cultura aziendale sostenibile; 6) ridurre i costi connessi al consumo di risorse come acqua, energia elettrica, ecc. Tuttavia, esistono differenti limitazioni intrinseche per le aziende coinvolte nei programmi di EA. In primo luogo, l'EA non è sempre una priorità assoluta per le imprese, poiché non tutte intendono sviluppare competenze in questo settore. In secondo luogo, spesso i progetti formativi sulla sostenibilità comportano costi aggiuntivi che non sempre le imprese sono disposte a sostenere. Pertanto,

un ruolo importante per promuovere all'interno delle attività produttive la sensibilità al rispetto dell'ambiente lo possono avere non solo l'impresa ma, anche le istituzioni pubbliche, come le università. Queste infatti, possono fornire un contributo alla formazione di una RSU e quindi di una coscienza "green" introducendo queste tematiche soprattutto nei corsi di laurea in materie economiche.

Grazie, quindi, al contributo della EA si può immaginare in un nuovo modello produttivo a basso impatto ambientale e che rispetti i diritti dei lavoratori.

Riferimenti

APAT – *Agenzia per la protezione dell'ambiente e per i servizi tecnici. Linee guida per l'educazione ambientale nel sistema agenziale*, (a cura di CIFE), 2024. Disponibile em: http://www.cirea.unipr.it/wp-content/uploads/2018/08/Linee_guida_EA.pdf. Accesso em: 17 jun. 2024.

Apple. **Environmental Progress Report, 2024**. Disponibile em: https://www.apple.com/environment/pdf/Apple_Environmental_Progress_Report_2024.pdf. Accesso em: 24 jun. 2024.

AHMAD, Z.; HIDHTHIIR, M.H.B.; RAHMAN, M.M. **Impact of CSR disclosure on profitability and firm performance of Malaysian halal food companies**. *Discov Sustain*, 5, 18, 2024. Disponibile em: <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00189-3>.

BEDA, A.; BODO, R. *La responsabilità sociale d'impresa*. Milano: Gruppo 24 ORE, 2006.

BEGGI, L. **Educare all'impresa sostenibile -Dall'analisi a un possibile percorso progettuale**. Fondazione Villa Ghigi, Regione Emilia-Romagna, 2014.

BERNARDO, R.; DAMASCENO, A.L.; ROSA, F. **Education in social-environmental responsibility: a study in university courses related to business management.** In: XXVIII SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO Ensino em Engenharia de Produção: Como Preparar as Novas Gerações para o Desafio do Século XXI, 10 a 12 nov. 2021, Bauru. Anais... Bauru: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 2021.

Canadian Environmental Grantmakers Network. Environmental Education in Canada: An overview for grantmakers, 2006. Disponível em: https://environmentfunders.ca/wp-content/uploads/2013/10/EEBrief_Eng.pdf. Acesso em: 7 jun. 2024.

Coca-Cola Company. 2022 Business & Sustainability Report – Refresh the World. Make a Difference, 2022. Disponível em: <https://www.coca-colacompany.com/content/dam/company/us/en/reports/coca-cola-business-sustainability-report-2022.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2024.

COMMISSIONE EUROPEA. **Libro verde – Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese.** COM (2001) 366. 2001.

COMMISSIONE EUROPEA. **Comunicazione della commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al comitato delle regioni - Strategia rinnovata dell'UE per il periodo 2011-14 in materia di responsabilità sociale delle imprese.** COM, 2011, 681.

COSIMATO, S.; LETTIERI, M.; SAVIANO, M. **Dalla responsabilità sociale d'impresa all'impresa sostenibile - Schemi interpretativi e approcci operativi.** Torino: G. Giappichelli Editore srl, 2021.

CUCARO, O.M.S. **La disclosure sullo sviluppo sostenibile, la CSR disclosure sull'ambiente e il maggior valore riconosciuto all'azienda dagli users.** Loreto: StreetLib, 2018.

DE ALMEIDA BARBOSA FRANCO, J.; FRANCO JUNIOR, A.; BATTISTELLE, R.A.G.; BEZERRA, B.S. **Dynamic Capabilities: Unveiling Key Resources for Environmental Sustainability and Economic Sustainability, and Corporate Social Responsibility towards Sustainable Development Goals.** Resources, 13, 22,

2024. Disponível em:
<https://doi.org/10.3390/resources13020022>.

FANG, W.T.; HASSAN, A.; LEPAGE, B.A. **Introduction to Environmental Education**. In: The Living Environmental Education, Sustainable Development Goals Series. Singapore: Springer, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-981-19-4234-1_1.

FEDERACCIAI. **Rapporto di Sostenibilità**. 2023. Disponível em: <https://federacciai.it/rapporto-di-sostenibilita-2023>. Acesso em: 23 jun. 2024.

Ferrero Group. **Sustainability Report, 2023**. Disponível em: https://www.ferrerosustainability.com/int/sites/ferrerosustainability_int/files/homepage-annual-report/2024-05/ferrero_csr_final_28524_0.pdf. Acesso em: 26 jun. 2024.

GOOGLE. **Environmental Report**. 2023. Disponível em: <https://www.gstatic.com/gumdrop/sustainability/google-2023-environmental-report.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2024.

GULLO, A.; MATTARELLA, B.G.; MOSCO, G.D. **Tutela dell'ambiente e responsabilità d'impresa**. Bari: Cacucci, 2021.

IKEA Italia. **Report di sostenibilità 2016 – Sostenibilità in azione - we do our part, you do your part**. 2016. Disponível em: <https://www.ikea.com/it/it/files/pdf/e9/17/e917aba1/ikea-report-sostenibilita-17-20170623.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2016.

JAQUES, D. **Progettare e condurre workshop**. Tecnologie Didattiche, 6, pp. 22-35. 1995.

JU1, E.; JANG, S. **Environmental Education? Focusing on Partnerships between Corporations and Universities in Korea**. International Education Studies, 10, 8. ISSN 1913-9020 E-ISSN 1913-9039. 2017.

JUNG, H.J.; TIAN, X.; OH, K.W. **Sustainable threads: analyzing the impact of corporate social performance, CSR message authenticity and information transparency on purchase intentions**. Fashion and Textiles, 11, 12. 2023 Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s40691-024-00379-7>.

KANG, J.; HONG, J. **Framing effect of environmental cost information on environmental awareness among high school students.** *Environmental Education Research*, 27, pp. 936-953. 2021.

LEFF, E. Racionalidad ambiental. Aprendiendo a vivir en las condiciones de la vida. In: CASTRO, H. U. (Org) *Viraje hacia la vida: debates y reflexiones en torno a la sustentabilidad*. Colombia: Universidad Autónoma de Occidente, 2020, p.15-36.

MILONE, M.; PETRUZZELLI, S. **Il nuovo ruolo della relazione sulla gestione Quadro regolamentare attuale e prospettive future in materia di sostenibilità.** Milano: Franco Angeli, 2023.

MORO, G.; PROFUMO, A. **Plus valori. La responsabilità sociale dell'impresa.** Milano: Baldini, Castoldi, Dalai Editore, 2003.

Parlamento Europeo - Commissione per il commercio internazionale. Emendamenti 1 – 26 - Progetto di relazione Karin Karlsbro (PE758.797v01-00) sulla proposta di decisione del Consiglio relativa alla conclusione, a nome dell'Unione, dell'accordo di partenariato volontario tra l'Unione europea e la Repubblica della Costa d'Avorio sull'applicazione delle normative nel settore forestale, sulla governance e sul commercio del legname e dei suoi derivati importati nell'Unione europea (FLEGT) (COM(2023)0383 – C9-0000/0000 – 2023/0222R(NLE). 2024.

PARRA, G.; HANSMANN, R.; HADJICHAMBIS, A.C.; GOLDMAN, D.; PARASKEVA-HADJICHAMBI, D.; SUND, P.; SUND, L.; GERICKE, N.; CONTI, D. Education for Environmental Citizenship and Education for Sustainability. In: *Conceptualizing Environmental Citizenship for 21st Century Education. Environmental Discourses in Science Education*, 4. Cham: Springer, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-030-20249-1_10.

PUJIHARTATI, S.H.; NURHAENI, I.D.A.; KARTONO, D.T.; DEMARTOTO, A. **Empowering people to protect environment: A case study of PT.** Indaco Warna Dunia's CSR. E3S Web Conf., 316, 03001. DOI: 10.1051/e3sconf/202131603001.

ROBERTSON, J. L.; MONTGOMERY, A. W.; OZBILIR, T. **Employees' response to corporate greenwashing.** *Business Strategy and the Environment*, v. 32, p. 4015–4027, 2023. DOI: 10.1002/bse.3351.

RONCAGLIOLO, E. **La centralità del bilancio di esercizio per la valutazione dell'impatto sociale delle aziende**. Milano: Franco Angeli, 2023.

ROMERO-ARGUETA, J.; COREAS-FLORES, E.; SEVERINO-GONZÁLEZ, P. **Responsabilidad social del estudiante universitario en El Salvador: Género y territorio**. Revista de Ciencias Sociales, v. 26, p. 426-441, 2020.

SACCO, P. L.; VIVIANI, M. **La Responsabilità Sociale d'Impresa prospettive teoriche nel dibattito italiano**. Quaderni - Working Paper DSE, n. 578, 2006. ISSN 2282-6483. DOI: 10.6092/unibo/amsacta/4707. Disponível em: <https://doi.org/10.6092/unibo%2Famsacta%2F4707>.

SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SEPETIS, A.; GOULA, A.; KYRIAKIDOU, N.; RIZOS, F.; SANIDA, M. **Education for the Sustainable Development and Corporate Social Responsibility in Higher Education Institutions (HEIs): Evidence from Greece**. Journal of Human Resource and Sustainability Studies, v. 8, p. 86-106, 2020. DOI: 10.4236/jhrss.2020.82006.

SEVERINO-GONZÁLEZ, P.; GALLARDO-VÁZQUEZ, D.; LIRA-RAMOS, H.; SARMIENTO-PERALTA, G.; ROMERO-ARGUETA, J.; ORTUYA-POBLETE, C. **University social responsibility and environmental education: challenges that contribute to the development of educational policies in Chile**. Interciencia, v. 49, p. 94-103, 2024.

STELLANTIS. 2023 Corporate Social Responsibility Report. Disponível em: file:///F:/2024-UNIFG/lezioni/rinnovabili%20economia/Nuova%20cartella/Stellantis-2023-CSR-Report.pdf. Acesso em: 23 jun. 2024.

TRONCA, F. (ufficio stampa IKEA). **Inaugurato nel comune di eraclea l'intervento di riqualificazione del bosco di via dei pioppi**. Disponível em: <https://www.ikea.com/it/it/newsroom/corporate-news/inaugurato-nel-comune-di-eraclea-lintervento-di-riqualificazione-del-bosco-di-via-dei-pioppi-pub33c7ad4b>. Acesso em: 26 jun. 2024.

UNESCO. Intergovernmental conference on environmental education, Tbilisi Declaration (USSR) 14-26 Oct 1977 (final report). Paris: UNESCO, 1977.

YVES, S. L. YSL Beauté - Sustainability Progress Report 2022. Disponível em: <https://www.yslbeauty.com/on/demandware.static/-/Sites-NGYSL-ILM-Library/default/dwa9d7805b/pdf/YSL-SUSTAINABILITY-PROGRESS-REPORT-2022-AUDIT.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2024.

WANYI, C.; YUCHUAN, X.; KANG, H. **Environmental, social, and governance performance and corporate innovation novelty**. International Journal of Innovation Studies, v. 8, n. 2, p. 109-131, 2024. DOI: 10.1016/j.ijis.2024.01.003.

ZUO, J.; Z, G.; W, L.; D, K.; P, S. **Sustainability policy of construction contractors: A review**. Renewable and Sustainable Energy Reviews, v. 16, n. 6, p. 3910-3916, 2016. DOI: 10.1016/j.rser.2012.03.011.

Roberto Leonardo Rana

Formazione ed esperienze scientifiche e/o professionisti Borsa post dottorato in Scienze Merceologiche VIII, ciclo Borsa di studio della Comunità europea presso l'istituto IFREMER francese, Abilitazione all'esercizio della professione di dottore biologo. Professore ordinario presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Foggia - Italia.

E-mail: roberto.rana@unifg.it

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0611-2049>

Marcos Vinicius Campelo Junior

Ha un diploma post-dottorato presso l'Università Statale del Mato Grosso do Sul (UEMS); ha un diploma post-dottorato presso l'Università Federale del Mato Grosso do Sul (UFMS), con parte del tirocinio presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Foggia - Italia; Collaboratore del Programma Post-Laurea in Insegnamento delle Scienze presso l'Università Federale del Mato Grosso do Sul. Ricercatore presso il Gruppo di Ricerca sull'Educazione, la Conoscenza e le Scienze Ambientali - SACI/UFMS. Membro del comitato scientifico dei Congressi Mondiali di Educazione Ambientale.

E-mail: campelogeografia@gmail.com

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/5608728963095314>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6501-644X>

Recebido para publicação em outubro de 2024.

Aprovado para publicação em fevereiro de 2025.