



# 2022 - 2023

# Valutazione d'impatto

# Highlights 2022-23



## **Sustainability Makers, una comunità del fare sostenibilità**

- +300 associati al 2023
- +200 organizzazioni rappresentate al 2023

## **Nata nel 2006, ha 3 obiettivi:**

1. Qualificare i professionisti e le professioniste della sostenibilità
2. Promuovere la professione presso interlocutori esterni
3. Promuovere Sustainability Makers presso istituzioni italiane ed estere

## **1. Qualificare i professionisti e le professioniste della sostenibilità**

- 130 ore di formazione
- 95 eventi tra workshop, webinar e seminari
- 90 segnalazioni di consultazioni pubbliche

## **2. Promuovere la professione presso interlocutori esterni**

- 6 ricerche scientifiche
- 16 ore di formazione per 100 partecipanti al percorso per PMI
- 10.000 studenti iscritti al PCTO

## **3. Promuovere Sustainability Makers presso istituzioni italiane ed estere**

- 7 partnership attive:
  - WBCSD World Business Council for Sustainable Development
  - EASP European Association of Sustainability Professionals
  - Salone della CSRD e dell'Innovazione sociale
  - ASviS Patto di Milano
  - Oscar di bilancio
  - AIDP Associazione Italiana per la Direzione del Personale
  - Assonime

## **La voce degli associati**

- 93% *"sono molto soddisfatto dei webinar"*
- 76% *"ho aumentato la mia consapevolezza sulle best practice"*
- 59% *"ho avuto la possibilità di fare networking"*
- 48% *"è aumentata la consapevolezza e la formazione dei miei colleghi"*

# Indice

Metodologia .....	3
Noi, Sustainability Makers.....	4
Chi siamo.....	4
Cosa facciamo .....	4
Chi può associarsi .....	4
I nostri associati e le nostre associate .....	5
Il <i>Journey</i> degli associati e delle associate .....	6
La Teoria del Cambiamento .....	7
Gli input .....	9
Le attività e gli output .....	10
Gli outcome e l'impatto .....	16
Appendice .....	22

# Metodologia

La valutazione d'impatto di Sustainability Makers ha richiesto un approccio metodologico basato sulla Teoria del Cambiamento, volto a comprendere appieno gli impatti generati dall'associazione sui suoi stakeholder. La valutazione ha previsto 5 fasi:

Un'iniziale **intervista** in profondità al Segretario Generale di Sustainability Makers della durata di 60 minuti volta a identificare le principali fasi che caratterizzano il **journey** dell'associato/a, nonché a individuare gli **impatti** diretti e indiretti generati nel breve, medio e lungo termine.

1

Successivamente, sono state condotte **interviste** in profondità a 7 associati e associate selezionati in base a varie caratteristiche: anzianità associativa, seniority, ambito e background professionale, grado di partecipazione alla vita associativa. Esse hanno consentito di ottenere una panoramica più ampia e dettagliata sulle fasi del **journey** dell'associato/a e sugli impatti generati dall'associazione sui suoi membri.

2

Parallelamente alle interviste, è stata effettuata un'**analisi documentale** di Sustainability Makers, al fine di comprendere meglio le risorse di cui l'associazione dispone, le attività svolte, i progetti realizzati e i risultati ottenuti nel corso del tempo.

3

I risultati emersi sono stati elaborati grazie al confronto aperto con **key experts** in tema di valutazione d'impatto esterni all'operatività dell'associazione. Grazie alla loro autorevolezza, sono stati validati i dati raccolti, assicurando così una base solida per le fasi successive dell'analisi.

4

Infine, per ottenere un feedback più ampio e rappresentativo, è stato somministrato un **questionario** sia agli associati/e (133 risposte) sia ai non associati/e (59 risposte). Tali risposte hanno fornito una base solida per valutare l'impatto di Sustainability Makers e identificare eventuali aree di miglioramento.

5



# Noi, Sustainability Makers



## Chi siamo

La nostra associazione riunisce le professionalità che in Italia si dedicano a integrare la sostenibilità nelle strategie, nell'operatività, nei prodotti e nei servizi di imprese e organizzazioni. Siamo una comunità del *fare sostenibilità*.

## Cosa facciamo

Operiamo quotidianamente per conseguire la nostra mission:

- promuovere l'autorevolezza dei professionisti e delle professioniste della sostenibilità per il bene dell'impresa e della società;
- sviluppare le professionalità che ruotano intorno all'area della sostenibilità al servizio del bene comune e della competitività aziendale.

Dal dicembre 2022 siamo un **Ente del Terzo Settore** che opera in qualità di:

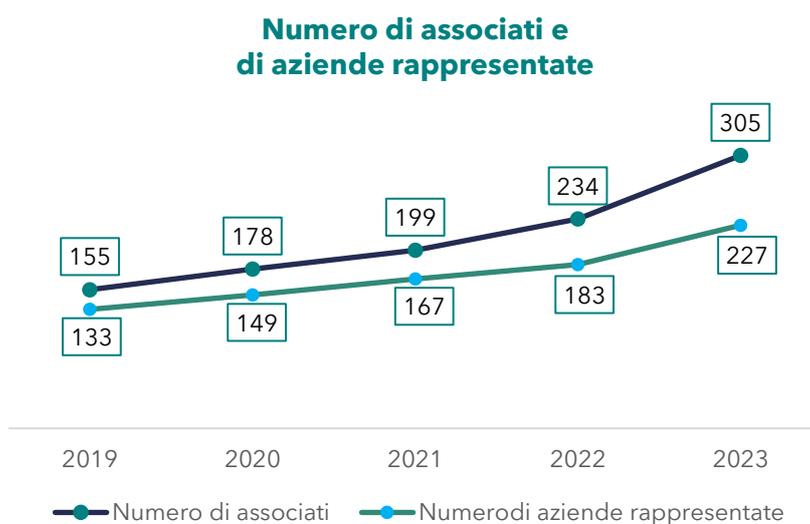
- laboratorio per lo sviluppo delle competenze, in cui le professionalità dell'area sostenibilità illustrano le proprie esperienze, si confrontano con le best practices italiane ed estere, vengono a conoscenza di nuovi modelli, approcci, standard, normative;
- associazione di categoria che promuove, dentro e fuori l'impresa, una professione in rapida evoluzione;
- organo di rappresentanza e dialogo presso istituzioni, mondo accademico e associativo, sindacato, Terzo Settore e media;
- centro di promozione e sperimentazione della sostenibilità, in quanto contribuisce alla diffusione della cultura della sostenibilità partecipando attivamente ai dibattiti nazionali e internazionali;
- punto di riferimento italiano per le reti internazionali che si occupano di sostenibilità e impresa.

## Chi può associarsi

La nostra associazione nasce e si nutre dell'apporto di professionisti e professioniste della sostenibilità di medie e grandi aziende, ma sempre di più anche di piccole imprese. Siamo aperti alle professionalità che operano presso aziende di servizi connessi alla sostenibilità, ma anche ai rappresentanti di enti non profit, fondazioni d'impresa, nonché ai liberi professionisti. La nostra associazione, inoltre, è aperta ai giovani che desiderano accrescere le proprie competenze e il proprio network nel mondo della sostenibilità.

## I nostri associati e le nostre associate

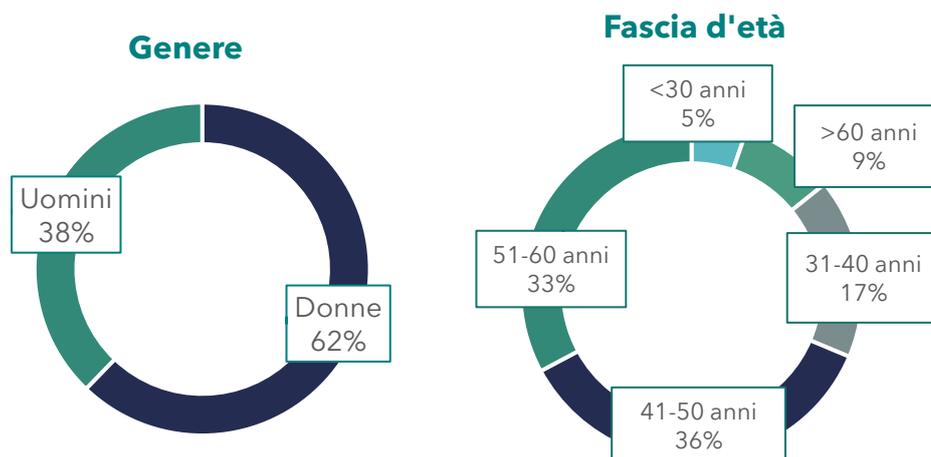
Il numero di coloro che scelgono di aderire a Sustainability Makers è in costante aumento. Il grafico sottostante mostra la crescita registrata dal 2019 al 2023, ovvero i periodi delle due valutazioni d'impatto redatte finora. Dal 2019 al 2021, l'aumento è stato costante secondo un tasso di crescita prossimo al 13%; dal 2021 al 2023 il numero è aumentato del **53,25%**. Parallelamente, il numero di aziende e organizzazioni rappresentate è cresciuto con un andamento analogo. La differenza fra il numero di associati e il numero di aziende rappresentate è dato dal criterio con cui ci si può iscrivere a Sustainability Makers: gli aderenti sono le **persone fisiche** e non le imprese da esse rappresentate.



Le **donne** rappresentano il **62,2%** del totale della nostra base associativa, gli uomini il 37,8%. Per quanto riguarda l'aspetto anagrafico, il 78% degli associati e delle associate ha più di 40 anni. **Poco più di metà** rappresenta aziende di medie e grandi dimensioni, mentre il 30% aziende fornitrici di servizi connessi alla sostenibilità. Le piccole imprese, le organizzazioni non profit e i giovani costituiscono il restante 17%.

Il **47%** delle aziende rappresentate dai Sustainability Makers opera a livello globale, il 43% a livello nazionale e il 6% in ambito locale e regionale.

Per quanto riguarda l'anzianità associativa, il 12,5% aderisce all'associazione da più di 10 anni. Invece, il 62,6% della nostra base associativa ha deciso di associarsi negli ultimi 3 anni.



# Il Journey degli associati e delle associate

Per comprendere appieno gli impatti generati da Sustainability Makers, è stato deciso di ricostruire il Journey degli associati e delle associate. Questo processo è iniziato con un'**intervista** approfondita al Segretario Generale, che ha fornito una visione dettagliata e interna dell'organizzazione e delle sue dinamiche. I risultati emersi sono stati consolidati da ulteriori 7 **interviste** condotte con associati e associate con caratteristiche differenti, garantendo così una prospettiva più ampia e diversificata. Il Journey si articola nelle seguenti 5 fasi:



Il potenziale associato scopre l'esistenza dell'associazione e viene stimolato dall'interesse per le sue attività. Successivamente, cerca maggiori informazioni, motivato dalla volontà di contribuire e di beneficiare delle opportunità di networking e crescita professionale offerte. Una volta diventato associato, partecipa attivamente alle attività di Sustainability Makers. Durante questo percorso acquisisce nuove competenze, condivide conoscenze ed esperienze, e si espone a nuove opportunità. Infine, arricchito dall'esperienza, diventa un ambasciatore di Sustainability Makers e dei suoi valori.

Questo percorso può variare in base all'età anagrafica e al livello di expertise in tema di sostenibilità. Ad esempio, per un professionista con un'elevata esperienza, la crescita professionale si realizza principalmente attraverso il networking e lo scambio di esperienze. Al contrario, per chi possiede un livello di expertise inferiore, il percorso è caratterizzato da un'acquisizione più rapida di competenze, grazie alle numerose opportunità formative offerte.

*"Mi sono iscritto appena ho compreso che Sustainability Makers era la scelta giusta. Ho partecipato attivamente alle iniziative, ne sono rimasto molto soddisfatto".*

*Sustainability manager, rappresentante di grande azienda, associato da 4 anni*

# La Teoria del Cambiamento

Per misurare l'impatto abbiamo adottato la Teoria del Cambiamento come framework solido e strutturato (Clark et al., 2004). Questo approccio consente di scomporre il percorso di generazione dell'impatto in fasi sequenziali, offrendo una panoramica chiara del processo:

Secondo la Teoria del Cambiamento, il percorso di valutazione dell'impatto ha inizio con l'identificazione degli **input**, ovvero le risorse utilizzate dall'organizzazione per perseguire la propria missione.

1

2 Le **attività** rappresentano la fase successiva nel percorso di generazione dell'impatto e riguardano l'insieme di azioni svolte grazie all'utilizzo degli input per perseguire gli obiettivi associativi.

I risultati diretti delle attività, generalmente denominati **output**, costituiscono l'oggetto di misurazione e valutazione della tappa successiva del processo.

3

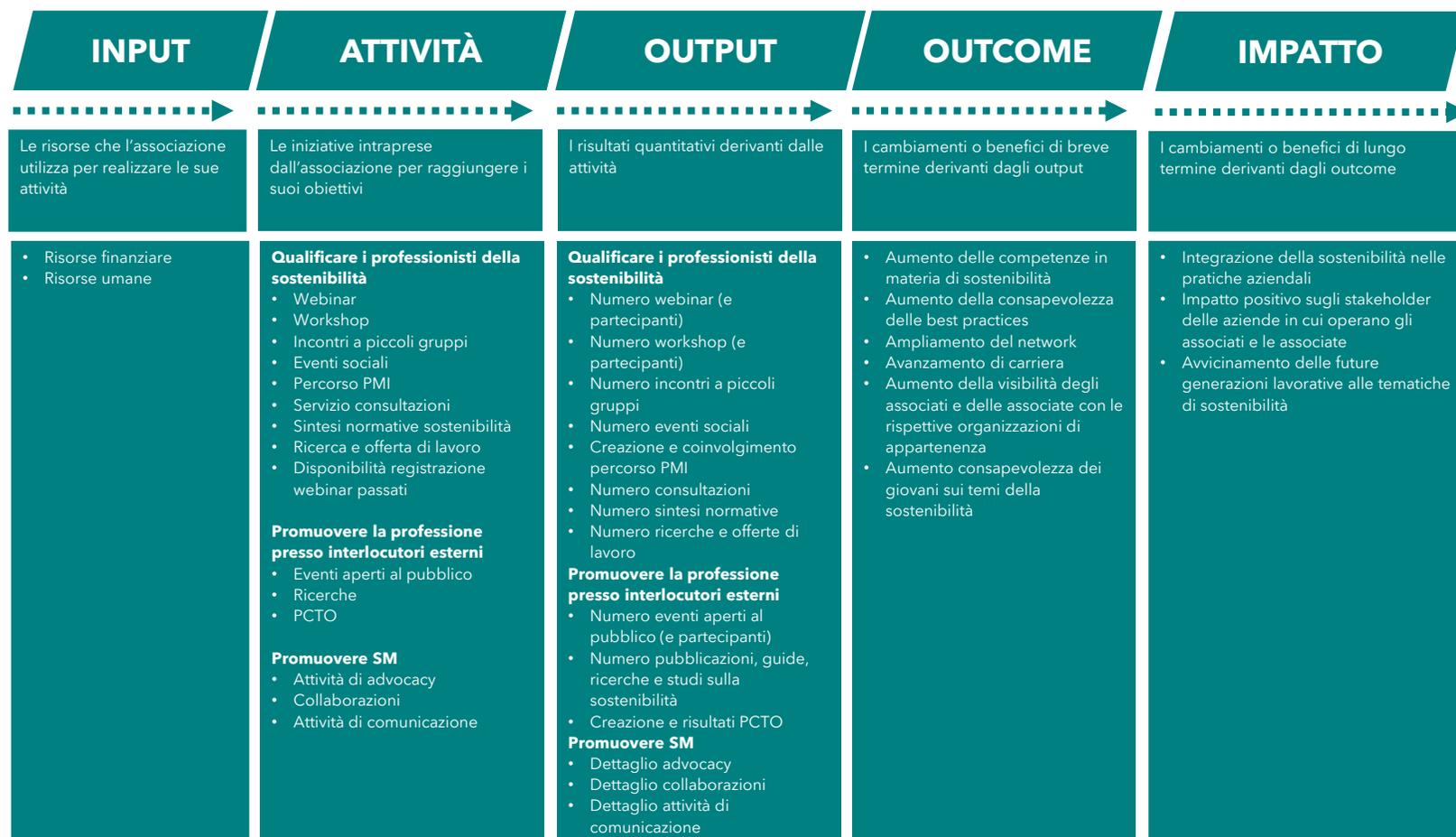
4 Gli output, a loro volta, danno origine agli **outcome**, ovvero dei cambiamenti di breve periodo per gli individui coinvolti nelle attività dell'organizzazione.

Infine, l'**impatto** si colloca a valle degli outcome ed è rappresentato dai cambiamenti di lungo periodo che si realizzano negli stakeholder diretti e indiretti dell'associazione.

5



Di seguito viene riportata la catena dell'impatto di Sustainability Makers. Tale rappresentazione grafica è il risultato di **interviste** in profondità condotte sia nei confronti del Segretario Generale sia di un pool di associati rappresentativi dell'intera base associativa, nonché del confronto aperto con **key experts** in tema di valutazione d'impatto.



Nei prossimi paragrafi vengono illustrate in maniera approfondita le varie componenti della catena dell'impatto di Sustainability Makers.

# Gli input

Sustainability Makers realizza le proprie attività grazie a molteplici risorse.

## **Risorse finanziarie**

Le attività svolte vengono supportate grazie alle **quote associative** determinate annualmente dall'Assemblea e comunicate nella sezione [membership](#) del nostro sito web. In aggiunta, alcune specifiche attività o progetti (progetti di ricerca, creazione del percorso PCTO) possono essere sponsorizzati da enti o istituzioni pubbliche e private. Le risorse finanziarie totali nel biennio di riferimento sono state **640.423€**. Di queste, 22.163€ provengono da sponsorizzazioni come sopra specificato, mentre le restanti risorse finanziarie da quote associative.

## **Risorse umane**

Le attività dell'associazione sono anche frutto del tempo e delle competenze delle persone che la compongono.

Il **Consiglio Direttivo**, composto da una Presidente e otto Consiglieri e Consigliere, si riunisce con cadenza mensile per deliberare sulle attività dell'associazione. Nel biennio di riferimento, il Consiglio Direttivo si è riunito **20 volte** per un totale di 40 ore. Inoltre, i membri del Consiglio organizzano, moderano i workshop di Sustainability Makers e presenziano in occasione di eventi esterni in rappresentanza dell'associazione.

La **Segreteria**, composta da due professionisti, opera a tempo pieno nell'organizzazione e nella gestione delle attività, pianificando e supervisionando le operazioni quotidiane.

La **Direzione Scientifica** garantisce la qualità delle attività scientifiche, assicurandosi che siano allineate alla missione e agli obiettivi.

La **Comunicazione** promuove le attività, contribuendo a rafforzarne la visibilità e la reputazione.

Gli **Associati** e le **Associate** sono al centro delle attività svolte, partecipando con cadenza settimanale in diverse vesti: uditori e uditrici, relatori e relatrici, organizzatori e organizzatrici.



# Le attività e gli output

Sustainability Makers organizza le proprie attività partendo dall'ascolto attivo dei propri associati e associate e dalle indicazioni del Consiglio Direttivo. In particolare, alla fine di ogni anno vengono organizzati focus group per raccogliere feedback e proposte in merito ai servizi messi a disposizione. Inoltre, alla fine di ogni anno viene richiesto a ciascun associato di segnalare temi di interesse da presidiare l'anno successivo. Il Consiglio Direttivo, oltre a deliberare sulle proposte ricevute dagli associati, stabilisce i temi trattati in ogni workshop.

Le varie **attività** svolte dall'associazione sono volte a raggiungere i seguenti obiettivi:

1. qualificare i professionisti e le professioniste della sostenibilità
2. promuovere la professione presso interlocutori esterni
3. promuovere Sustainability Makers presso istituzioni italiane ed estere

Di seguito vengono riportati per ciascuna attività svolta, i relativi **output**.

## **Qualificare i professionisti e le professioniste della sostenibilità**

Di seguito si riportano le principali attività svolte e i relativi output per questo obiettivo chiave.

**Webinar:** i seminari online riservati sono dedicati all'approfondimento di tematiche tecniche e agli aggiornamenti su argomenti connessi alla sostenibilità: sono la più frequente attività svolta da Sustainability Makers e sono aperti anche ai collaboratori e collaboratrici dell'associato stesso, qualora il tema sia di loro specifico interesse. Nel biennio 2022-23, sono stati realizzati **60** webinar: come mostrato nel grafico successivo, il macro-argomento più trattato è stato quello delle "**normative**" in risposta alla sempre maggiore attività del regolatore europeo e nazionale. Il numero medio dei partecipanti nel biennio di riferimento è di **45,6**.



**Workshop:** sono incontri in presenza riservati per approfondire conoscenze ed esperienze su temi caldi o di frontiera. Della durata di mezza giornata, terminano con un momento conviviale per favorire il networking informale tra gli associati e le associate. Contano in media **50** partecipanti. Nel biennio 2022-23 sono stati organizzati **8** webinar sui temi seguenti:

1	Diversity, equity & inclusion
2	Le competenze di sostenibilità più richieste
3	Nuove frontiere della misurazione d'impatto
4	Sostenibilità e mondo del lavoro
5	Il futuro del reporting di sostenibilità
6	L'impatto del Climate Change sulla strategia
7	Il greenwashing
8	Il rating ESG



**Incontri a piccoli gruppi:** sono momenti destrutturati di confronto su un tema di particolare interesse che ogni associato e associata può proporre. La Segreteria Generale fornisce il supporto tecnico per la creazione e il corretto svolgimento di ciascun incontro. Negli anni di riferimento sono stati **6** negli anni di riferimento sui temi seguenti:

1	Società Benefit: come identificare gli obiettivi
2	Integrated thinking nelle organizzazioni
3	Parità di Genere
4	Evoluzioni del reporting di sostenibilità
5	La due diligence dei diritti umani
6	Doppia materialità



**Tavolo di lavoro CSRD:** nel 2023, è stato attivato un tavolo di lavoro interno per valutare le implicazioni e le opportunità derivanti dalla Corporate Sustainability Directive (CSRD), favorendo confronto aperto fra gli associati e le associate. Al termine è stato elaborato un **Position Paper** con le principali riflessioni emerse, poi confluite in un documento inviato al Ministero dell'Economia e delle Finanze per partecipare alla consultazione pubblica sulla CSRD.

**Tavolo di lavoro CSDDD:** sempre nel 2023 è stato attivato un gruppo di lavoro interno dedicato all'analisi delle implicazioni e delle opportunità legate alla possibile introduzione della Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD).

*“Far parte di Sustainability Makers mi permette di sviluppare competenze specialistiche, rimanere aggiornata e fare rete”.*

*Sustainability manager, rappresentante di grande azienda, associata da 17 anni*

**Eventi sociali:** sono i momenti completamente dedicati all'interazione sociale, oltre che professionale, tra gli associati e le associate, strutturati per favorire la conoscenza reciproca, la condivisione di esperienze e l'avvio e il consolidamento di relazioni. Questa tipologia di format ha preso vita nel 2023 e si svolge due volte all'anno. Nel corso del 2023, ai due eventi organizzati a Roma e Milano hanno partecipato rispettivamente **40** e **80** associati.

**Percorso PMI:** giunto alla sua seconda edizione, è dedicato a tutti coloro che, nelle aziende con meno di 250 addetti, presidiano i temi della sostenibilità. Il percorso, gratuito, nasce dall'esigenza di diffondere la cultura della sostenibilità alle piccole e medie imprese presenti sul territorio italiano. La prima edizione si è svolta nel 2023 con oltre **110** partecipanti, di cui il 90% ha ricevuto l'attestato di frequenza a conclusione. Grazie a questa iniziativa le aziende in cui lavorano i nostri associati hanno potuto coinvolgere le aziende partner presenti lungo la loro filiera e diffondere la cultura della sostenibilità.

**Servizio consultazioni:** ha l'obiettivo di informare gli associati e le associate sulle consultazioni aperte da istituzioni nazionali, europee e internazionali riguardanti la sostenibilità. Il servizio prevede schede informative dettagliate su ogni consultazione e una mappa aggiornata sulle scadenze. Nel biennio 2022-23, sono stati condivisi **90** abstract di consultazioni aperte.

**Sintesi normative sostenibilità:** sono abstract realizzati dalla Direzione Scientifica sulle normative più rilevanti che riguardano il tema della sostenibilità d'impresa. Forniscono un'analisi approfondita delle leggi, dei regolamenti e delle direttive in continua evoluzione, offrendo un prezioso strumento di aggiornamento. Alla [pagina dedicata](#) sul sito web, sono presenti **9** documenti di sintesi sulle seguenti tematiche:

1	Proposta di direttiva - Green Claims
2	Proposta di regolamento - Imballaggi e rifiuti di imballaggi
3	CSRD - Corporate Sustainability Reporting Directive
4	Pacchetto economia circolare
5	Prodotti agroalimentari a chilometro zero e a filiera corta
6	Nuovi diritti per i consumatori e il divieto di greenwashing
7	Proposta Direttiva - Corporate Sustainability Due Diligence
8	Le principali novità dei GRI Standards 2021
9	Corporate Sustainability Reporting Directive Proposal

**Ricerche e offerte di lavoro:** è una [sezione](#) del sito web aggiornata con annunci di posizioni aperte e cv di professionisti nell'area della sostenibilità. Negli anni di riferimento sono stati pubblicati **83** annunci: 53 posizioni aperte (di cui 2 stage), 30 curriculum vitae di professionisti della sostenibilità. Oltre i numeri qui citati, ad associati e associate vengono segnalate alcune ricerche riservate, provenienti dalle principali società di head-hunting, attraverso le comunicazioni della Segreteria Generale.



**Convenzioni:** gli associati e le associate possono usufruire di prezzi agevolati presso i principali enti di formazione che erogano corsi e master inerenti al tema sostenibilità. Durante il periodo di riferimento, le principali istituzioni con cui abbiamo istituito delle convenzioni sono: ALTIS Università Cattolica di Milano, Bologna University Business School, Cepas, Luiss Business School, Sole 24 Ore Formazione, 24 Ore Business School, UNI.

**Accesso esclusivo alla registrazione dei webinar:** il sito web di Sustainability Makers prevede una sezione riservata grazie alla quale è possibile accedere ai contenuti offerti in maniera esclusiva alla base associativa. Tra questi vi è anche la possibilità di fruire dei webinar in modalità differita. Nel solo 2023 sono state scaricate **1.020** registrazioni e **3.939** presentazioni, a dimostrazione dell'importanza che ricopre la fruizione degli eventi in differita.



### ***Promuovere la professione presso interlocutori esterni***

**Eventi aperti al pubblico:** nel biennio di riferimento sono stati realizzati **19** incontri aperti al pubblico. Di questi il 26% in presenza e il 75% invece online, così da facilitare la partecipazione di coloro che non si trovano nelle immediate vicinanze delle sedi usuali di Sustainability Makers. Differenti sono stati i temi trattati: il 26,3% degli eventi sulla professione del sustainability manager e practitioner, il 26,3% sui temi della strategia e del business model, il 15,7% sulla governance e la restante parte su ambiente, normative e supply chain.

**Ricerche:** grazie al contributo della Direzione Scientifica, l'associazione realizza diverse ricerche sui temi della sostenibilità, della responsabilità sociale d'impresa e dei professionisti che se ne occupano. Le ricerche sono pubbliche e sempre disponibili sul sito web di Sustainability Makers. Le pubblicazioni del 2022-2023 sono qui di seguito elencate dalla più recente alla meno recente:

- CSRD: implicazioni, soluzioni e prospettive
- Lavoro: le competenze di sostenibilità richieste dalle aziende
- The quest for sustainability: which competencies are sought by companies?
- Osservatorio "Governance della sostenibilità"
- Sustainability Career Compass
- La governance della sostenibilità

**PCTO:** Sustainability Makers ha realizzato un percorso di video-lezioni sulla sostenibilità in azienda rivolto ai giovani delle scuole superiori, ai fini dell'ottenimento dei crediti ministeriali per l'alternanza scuola lavoro (PCTO - Percorso per le Competenze Trasversali e l'Orientamento). Il progetto, digitale e gratuito, promuove tra le giovani generazioni le professioni della sostenibilità, ma tutte le video lezioni sono disponibili per tutti sul canale YouTube. Attualmente gli studenti iscritti al PCTO sono **10.000**.

## **Promuovere Sustainability Makers presso istituzioni italiane ed estere**

L'associazione è accreditata come un punto di riferimento sui temi della sostenibilità a livello nazionale, grazie alla rete di relazioni istituzionali che ha creato e consolidato negli anni. Considerato il raggio d'azione globale di molti degli associati e delle associate, lo sviluppo delle relazioni è attivo sia a livello italiano che internazionale. Di seguito alcune delle principali partnership in essere:

### **World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)**

Il [WBCSD](#) è un'organizzazione guidata dai CEO di oltre 200 aziende multinazionali e collegata a 60 business council nazionali, regionali e organizzazioni partner. Si propone di rispondere alle sfide della sostenibilità e Sustainability Makers è rappresentante in Italia del Global Network del WBCSD, promuovendone le attività sul territorio nazionale. Nel corso degli ultimi due anni Sustainability Makers ha permesso ai propri associati di usufruire dei contenuti elaborati da WBCSD, nonché di partecipare ad alcuni suoi eventi.



### **European Association of Sustainability Professionals (EASP)**

[EASP](#) è un'organizzazione internazionale costituita da diverse associazioni nazionali in tutta Europa che riuniscono professionisti della sostenibilità. Sustainability Makers, negli anni di riferimento, ha svolto un ruolo di leadership e coordinamento di EASP. Inoltre, ha realizzato un ciclo di webinar a cui hanno partecipato key note speaker internazionali e condotto ricerche scientifiche utili a comprendere la situazione in essere per i professionisti e le professioniste della sostenibilità nel mercato europeo.



### **Patto di Milano dell'Alleanza italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS)**

È un patto sottoscritto dalle principali organizzazioni del mondo imprenditoriale aderenti all'[ASviS](#), con il quale esse si impegnano a promuovere, in linea con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, l'innovazione dei modelli di business, la partnership con tutti i portatori d'interesse e l'utilizzo della finanza etica e responsabile al fine di contribuire a raggiungere i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Sustainability Makers è tra i coordinatori del gruppo di lavoro.



### **Salone della CSR e Innovazione Sociale**

Il [Salone](#) è uno degli eventi più attesi a livello nazionale in tema di sostenibilità con il suo contributo alla diffusione della cultura su questo tema e come occasione di aggiornamento e networking. Sustainability Makers è membro attivo del gruppo promotore, partecipando ogni anno all'evento in qualità di speaker e co-designer di panel.



## Oscar di bilancio

È il [premio](#) promosso da FERPI, Borsa Italiana e Università Bocconi che ogni anno premia i best in class della comunicazione economico-finanziaria e della rendicontazione delle performance ESG. Gli associati e le associate di Sustainability Makers sono annualmente coinvolti per prendere parte ai lavori delle commissioni valutatrici.



## Collaborazioni

Nel biennio di riferimento, sono state attivate o consolidate **51** collaborazioni. Nel 35% dei casi le collaborazioni sono nate con realtà che hanno creato eventi e momenti di diffusione della cultura di sostenibilità. Nel 25% dei casi l'associazione ha collaborato con università ed enti di ricerca, sia fornendo interventi pratici nei momenti di formazione sia ottenendo sconti per i propri membri. Nel 22% dei casi ci sono state vere e proprie attività di advocacy attraverso le associazioni di categoria.

## Attività di comunicazione

La strategia di comunicazione interna ed esterna sviluppata da Sustainability Makers risponde agli obiettivi di missione ed è declinata in attività di:

- media relations e media partnership con le maggiori testate generaliste e di settore
- comunicazione digitale attraverso i social network [LinkedIn](#), [X](#), [YouTube](#) e con la diffusione di newsletter periodiche a un database di oltre 5.000 persone
- partnership e speaking platform presso piattaforme che diffondono tematiche di sostenibilità, come convegni, festival, incontri per addetti ai lavori o aperti a un pubblico più ampio.



In tutti i canali di comunicazione, la presenza di Sustainability Makers è in costante crescita sia a livello quantitativo che qualitativo: si prendano ad esempio la pagina LinkedIn, che oggi conta oltre **14.000** follower e registra un alto tasso di interazione a livello organico, o il canale YouTube con la pubblicazione di circa **100** video originali nel biennio 2022-23 e **10.000** visualizzazioni nel solo 2023.

# Gli outcome e l'impatto

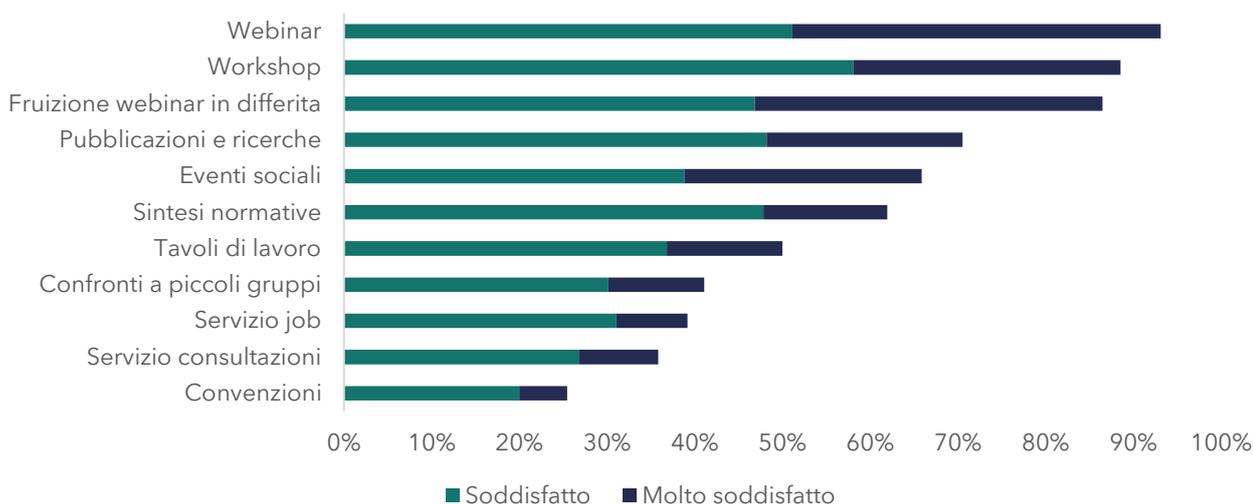
Per comprendere gli outcome e l'impatto generato da Sustainability Makers sui suoi associati sono state condotte **7 interviste** in profondità agli associati e alle associate. In un secondo momento, è stato somministrato un **questionario** all'intera base associativa. In totale, **133** persone hanno partecipato alla survey.

## Gli outcome e l'impatto sugli associati

### La soddisfazione degli associati

L'analisi dei dati rivela che il servizio più apprezzato dagli associati e dalle associate è il **webinar (93,1%)**. L'alto livello di gradimento può essere attribuito alla qualità dei contenuti offerti, alla competenza dei relatori e alla facilità di partecipare agli incontri formativi da remoto. A seguire i **workshop** occupano il secondo posto in termini di soddisfazione (**88,6%**). Con il loro approccio pratico e interattivo, permettono di acquisire competenze specifiche e di applicare direttamente quanto appreso, favorendo così l'apprezzamento dell'esperienza formativa. Al terzo posto troviamo la fruizione dei **webinar in differita (86,5%)**. Questo servizio è molto apprezzato per la sua flessibilità, in quanto consente di accedere ai contenuti formativi secondo la propria disponibilità di tempo. Hanno ricevuto un riscontro positivo anche le pubblicazioni e ricerche (70,5%), l'organizzazione degli eventi sociali (65,9%) e il servizio di sintesi delle normative (62,0%).

La soddisfazione degli associati per ciascun servizio offerto



### Gli impatti diretti sugli associati

Secondo la maggior parte degli associati e delle associate, Sustainability Makers ha permesso di rimanere **aggiornati** sui temi di sostenibilità (**76,9%**). Le risorse fornite, come report e ricerche dettagliate, sono considerate cruciali per mantenere una conoscenza aggiornata delle ultime tendenze e innovazioni.

All'associazione, inoltre, è attribuito il merito di aumentare la **consapevolezza** sulle best practices italiane ed estere (**76,1%**): questa maggiore consapevolezza è vista come un valore aggiunto significativo, poiché permette di applicare le migliori strategie e soluzioni nel proprio contesto lavorativo. Inoltre, Sustainability Makers ha permesso di acquisire **competenze specialistiche e tecniche (67,2%)**, un elemento fondamentale per rimanere competitivi e aggiornati nel settore della sostenibilità. Un altro impatto significativo è l'opportunità di fare **networking** e confrontarsi con altre realtà (**59,0%**), favorendo lo scambio di idee e l'instaurazione di relazioni professionali utili per la crescita individuale e collettiva.

### *Gli impatti diretti sugli Associati*

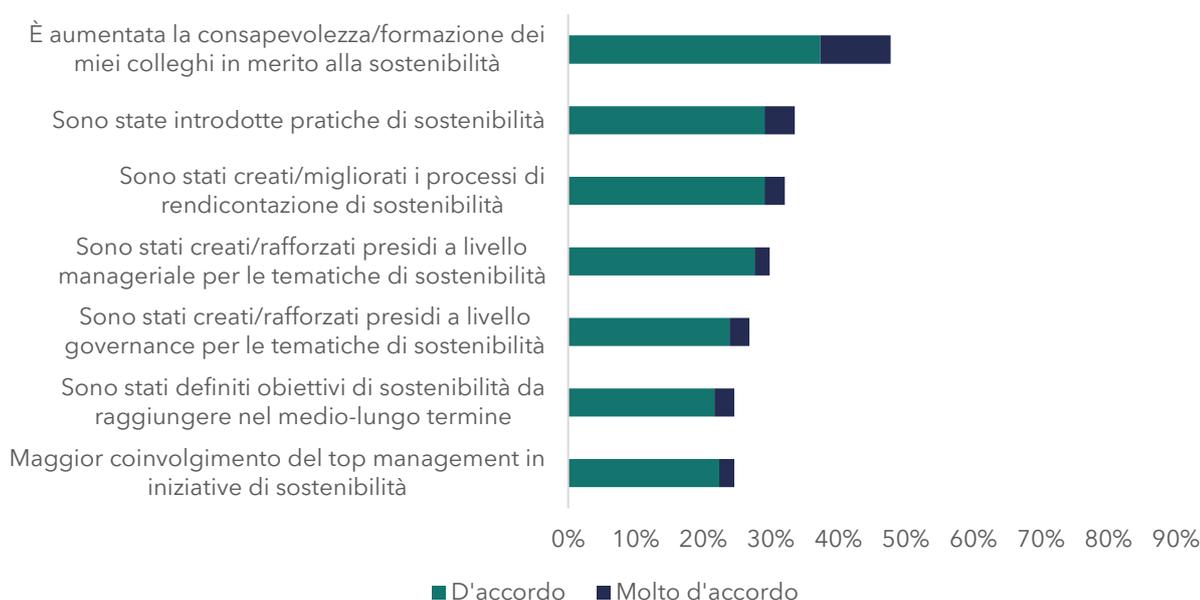


### **Gli impatti indiretti sulle aziende in cui lavorano gli associati**

Secondo una quota considerevole di associati e associate, grazie alla partecipazione a Sustainability Makers è aumentata la consapevolezza e la formazione dei rispettivi **colleghi e colleghe** di lavoro in merito alla sostenibilità (**47,8%**), con la conseguenza di maggiore sensibilità e comprensione delle tematiche legate alla sostenibilità all'interno delle aziende, favorendo un ambiente lavorativo più informato e consapevole.

Inoltre, sempre secondo una quota considerevole di associati e associate **(33,6%)**, è grazie alla partecipazione a Sustainability Makers che sono state introdotte pratiche di sostenibilità nelle loro aziende: un cambiamento significativo verso una maggiore responsabilità ambientale e sociale nelle attività aziendali. Un altro impatto significativo emerso riguarda la creazione e il miglioramento dei processi di **rendicontazione** della sostenibilità **(32,1%)**: grazie alla partecipazione a Sustainability Makers, gli associati e le associate sono in grado di monitorare e comunicare in modo più efficace le performance ambientali e sociali delle aziende in cui lavorano, contribuendo a maggiore trasparenza e accountability.

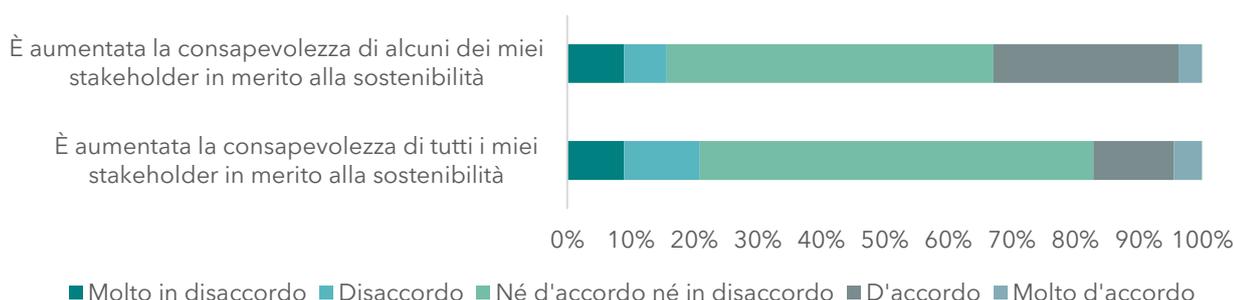
### *Gli impatti indiretti sulle aziende in cui lavorano gli Associati*



### **Gli impatti indiretti sugli stakeholder degli associati**

Una quota degli associati e delle associate, seppur piccola **(32,8%)**, ritiene che grazie alla loro partecipazione a Sustainability Makers sia aumentata la **consapevolezza** di alcuni dei loro stakeholder esterni in merito alla sostenibilità. Questo impatto, sebbene limitato, indica che l'influenza positiva dell'associazione può estendersi, raggiungendo anche i fornitori, i clienti e altri stakeholder, sensibilizzandoli sulle tematiche della sostenibilità e promuovendo pratiche più responsabili.

### *Gli impatti indiretti sugli stakeholder degli associati*



*“Ho potuto portare qualcosa di autorevole nella mia organizzazione, non solo il mio pensiero ma quello di un mondo professionale”.*

*Sustainability manager, rappresentante di grande azienda, associato da 6 anni*

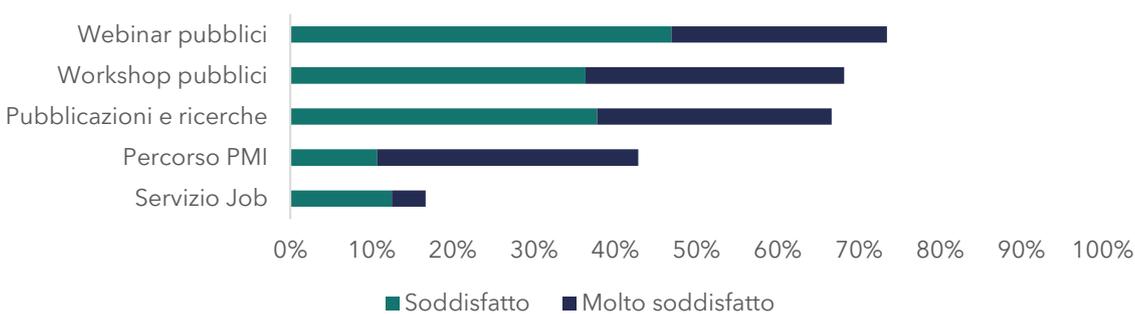
## **Gli outcome e l'impatto sui non associati**

Di seguito vengono illustrati gli outcome e gli impatti generati sui non associati e le non associate. Anche in questo caso per misurare l'impatto generato è stato somministrato un **questionario** a tutti gli stakeholder di Sustainability Makers che però non sono associati a quest'ultimo. In totale hanno risposto alla survey **59** persone.

### **La soddisfazione dei non associati**

I non associati e le non associate esprimono un elevato grado di soddisfazione principalmente per i **webinar (73,5%)** e i **workshop pubblici (68,2%)**, particolarmente apprezzati per la qualità dei contenuti e la competenza dei relatori, offrendo opportunità di apprendimento di alto valore ma facilmente accessibili. Anche le ricerche e le **pubblicazioni** di Sustainability Makers sono valutate positivamente (**66,7%**) per la loro capacità di fornire informazioni aggiornate e approfondite sui temi della sostenibilità, costituendo una risorsa preziosa per i professionisti e le aziende interessate a queste tematiche. Infine, il percorso dedicato alle Piccole e Medie Imprese (PMI) è apprezzato (**42,9%**) per il suo focus su soluzioni pratiche e applicabili.

*La soddisfazione dei non associati per ciascun servizio offerto*



### **Gli impatti diretti sui non associati**

Secondo la maggior parte dei non associati, grazie a Sustainability Makers è stato possibile aggiornarsi tramite **ricerche e approfondimenti (72,4%)** ed è stato possibile aumentare la propria consapevolezza sulle **best practices italiane ed estere (63,8%)**. Infine, i non associati e le non associate dichiarano di aver acquisito **competenze specialistiche** e tecniche grazie alla partecipazione alle attività di Sustainability Makers (**62,1%**). I principali impatti diretti per gli associati e non associati sono molto simili. Gli associati e le associate, però, ne hanno beneficiato in misura maggiore.

### Gli impatti diretti sui non associati



### Gli impatti indiretti sulle aziende in cui lavorano i non associati

Secondo una quota di non associati e non associate, grazie a Sustainability Makers, è aumentata la consapevolezza e la **formazione dei loro colleghi** in merito alla sostenibilità (**41,4%**), sono state **introdotte pratiche** di sostenibilità nelle loro aziende (**32,8%**) e sono stati definiti obiettivi di sostenibilità da raggiungere nel medio-lungo termine (29,3%). Questo implica un cambiamento positivo verso una maggiore responsabilità ambientale e sociale nel contesto lavorativo e un impegno concreto verso la sostenibilità a lungo termine, con la definizione di traguardi specifici e misurabili per migliorare le performance ambientali e sociali delle aziende.

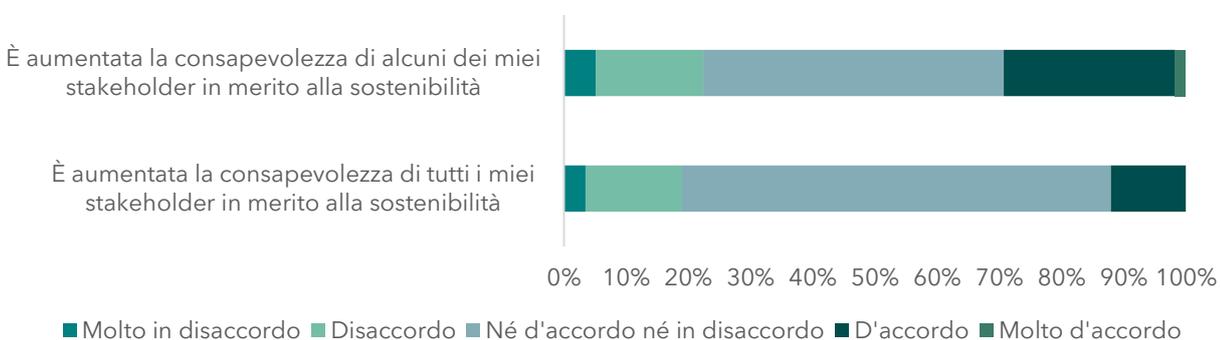
### Gli impatti indiretti sulle aziende in cui lavorano i non Associati



## Gli impatti indiretti sugli stakeholder dei non associati

In linea con quanto emerso per gli associati, anche i non associati ritengono che grazie a Sustainability Makers sia **aumentata la consapevolezza di alcuni dei loro stakeholder in merito alla sostenibilità (29,3%)**. Questo risultato conferma che l'impatto positivo dell'associazione si estende oltre i propri partecipanti diretti, influenzando anche le percezioni delle persone e delle entità esterne con cui i non associati e le non associate interagiscono. La diffusione della consapevolezza sulla sostenibilità tra gli stakeholder può contribuire a promuovere un cambiamento culturale più ampio e a incoraggiare azioni più responsabili e orientate alla sostenibilità in tutta la comunità circostante.

### *Gli impatti indiretti sugli stakeholder dei non associati*



# Appendice

## Domande questionario associati

### SEZIONE 1: ANAGRAFICA

1. Nome: \_\_\_\_\_
2. Cognome: \_\_\_\_\_
3. Qual è il suo job title? \_\_\_\_\_
4. A quale fascia d'età appartiene?
  - <30 anni
  - 31-40 anni
  - 41-50 anni
  - 51-60 anni
  - > 60 anni
5. Da quanti anni è associato al Network?
  - < 1 anno
  - 1-3 anni
  - 4-6 anni
  - 7-10 anni
  - >10 anni
6. In quale categoria è iscritto?
  - Rappresentante di grande azienda
  - Rappresentante di PMI
  - Rappresentante di azienda fornitrice di servizi
  - Rappresentante di no-profit
  - Persona fisica
  - Giovane
7. In quale delle seguenti categorie si identifica con riferimento alla sua partecipazione al Network?
  - Associato attivo
  - Associato parzialmente attivo
  - Associato passivo
8. A che livello opera la sua organizzazione?
  - Globale
  - Nazionale
  - Regionale
  - Locale
  - Altro
9. Quanto la sostenibilità è integrata nel modo di condurre il business della sua azienda?
  - Non ho un report di sostenibilità e nessun altro presidio in essere
  - Ad oggi la sostenibilità è integrata nei soli processi di rendicontazione
  - Non c'è un processo strutturato, la sostenibilità è una variabile talvolta presa in considerazione
  - La mia azienda ha un piano di sostenibilità distinto dal piano industriale
  - La sostenibilità è integrata nella strategia e nell'operatività aziendale
  - Altro

## SEZIONE 2: JOURNEY

10. Qual è stato il driver principale che l'ha spinto ad associarsi al Network?

- Formazione e aggiornamento
- Networking e confronto
- Supporto alla crescita professionale
- Richiesta da parte del top management
- Autorevolezza del Network
- Altro

11. Quali sono le motivazioni che la spingono a rinnovare annualmente l'iscrizione?

- Formazione e aggiornamento
- Networking e confronto
- Supporto alla crescita professionale
- Richiesta da parte del top management
- Autorevolezza del Network
- Approccio metodologico rigoroso ai temi trattati
- Altro

12. Su una scala da 1(mai) a 5 (sempre), con quale frequenza ha preso parte alle seguenti attività nel corso dell'ultimo biennio (2022-2023)?

ATTIVITÀ
Eventi sociali
Workshop
Webinar
Fruizione dei webinar in differita
Pubblicazioni e ricerche
Confronti a piccoli gruppi
Tavoli di lavoro
Servizio Job
Convenzioni
Servizio consultazioni
Sintesi normative

13. Su una scala da 1 (insoddisfatto) a 5 (assolutamente soddisfatto), quanto ritiene di essere soddisfatto dalle attività a cui ha preso parte nel corso dell'ultimo biennio (2022-2023)?

ATTIVITÀ
Eventi sociali
Workshop
Webinar
Fruizione dei webinar in differita
Pubblicazioni e ricerche
Confronti a piccoli gruppi
Partecipazione a tavoli di lavoro
Servizio Job
Convenzioni
Servizio consultazioni
Sintesi normative

14. Secondo il suo percepito, quali sono i punti di forza del Network?

- Facilità di confronto e di networking tra associati
- Numero di associati e validità professionale degli stessi
- Unicità e autorevolezza del Network
- Metodologia e approccio ai temi trattati
- Altro

15. Secondo il suo percepito, quali sono i punti di debolezza del Network?

- \_\_\_\_\_

### SEZIONE 3: IMPATTI DIRETTI

16. Su una scala da 1 (Completamente in disaccordo) a 5 (completamente d'accordo), quanto ritiene che il Network sia stato in grado di supportarla nel raggiungere obiettivi professionali e personali?

Ho acquisito competenze specialistiche e tecniche
Ho aumentato la consapevolezza su best practices italiane ed estere
Ho avuto modo di aggiornarmi tramite ricerche e approfondimenti
Ho avuto la possibilità di fare networking e confrontarmi con altre realtà
Ho potuto affermare il mio ruolo all'interno della mia organizzazione
Sono cresciuto di ruolo all'interno della mia organizzazione o in un'altra realtà
Ho potuto far conoscere cosa fa la mia organizzazione
Ho potuto condividere le mie idee e contribuire alle attività di advocacy del Network
Ho potuto creare collaborazioni con altri associati

### SEZIONE 4: IMPATTI INDIRETTI SULL'AZIENDA

17. Su una scala da 1 (Completamente in disaccordo) a 5 (completamente d'accordo), quanto ritiene che la partecipazione al Network abbia generato dei cambiamenti nell'organizzazione in cui lei lavora?

Maggior coinvolgimento del top management in iniziative di sostenibilità
Sono stati creati/rafforzati presidi a livello governance per le tematiche di sostenibilità
Sono stati creati/rafforzati presidi a livello manageriale per le tematiche di sostenibilità
Sono stati definiti obiettivi di sostenibilità da raggiungere nel medio-lungo termine
Sono state introdotte pratiche di sostenibilità
Sono stati riprogettati i prodotti/servizi per renderli più sostenibili
Sono stati creati/migliorati i processi di rendicontazione di sostenibilità
È aumentata la consapevolezza/formazione dei miei colleghi in merito alla sostenibilità

### SEZIONE 5: IMPATTI INDIRETTI SUGLI STAKEHOLDER AZIENDALI

18. Su una scala da 1 (Completamente in disaccordo) a 5 (completamente d'accordo), quanto ritiene che la partecipazione al Network abbia generato dei cambiamenti sugli stakeholder dell'azienda in cui lavora (e.g. fornitori, clienti, comunità locale, partner aziendali)?

È aumentata la consapevolezza di tutti i miei stakeholder in merito alla sostenibilità
È aumentata la consapevolezza di alcuni dei miei stakeholder in merito alla sostenibilità
Non è aumentata la consapevolezza dei miei stakeholder in merito alla sostenibilità

# Domande questionario non associati

## SEZIONE 1: ANAGRAFICA

1. Nome: \_\_\_\_\_
2. Cognome: \_\_\_\_\_
3. Qual è il suo job title? \_\_\_\_\_
4. A quale fascia d'età appartiene?
  - <30 anni
  - 31-40 anni
  - 41-50 anni
  - 51-60 anni
  - > 60 anni
5. A che livello opera la sua organizzazione?
  - Globale
  - Nazionale
  - Regionale
  - Locale
  - Altro \_\_\_\_\_
6. A quale delle seguenti categorie appartiene?
  - Rappresentante di grande azienda
  - Rappresentante di PMI
  - Rappresentante di azienda fornitrice di servizi
  - Rappresentante di no-profit
  - Persona fisica
  - Giovane
7. Quanto la sostenibilità è integrata nel modo di condurre il business della sua azienda?
  - Non ho un report di sostenibilità e nessun altro presidio in essere
  - Ad oggi la sostenibilità è integrata nei soli processi di rendicontazione
  - Non c'è un processo strutturato, la sostenibilità è una variabile talvolta presa in considerazione
  - La mia azienda ha un piano di sostenibilità distinto dal piano industriale
  - La sostenibilità è integrata nella strategia e nell'operatività aziendale
  - Altro

## SEZIONE 2: ATTIVITÀ

8. Su una scala da 1 (mai) a 5 (sempre), con quale frequenza ha usufruito delle seguenti attività nel corso dell'ultimo biennio (2022-2023)?

ATTIVITÀ
Eventi aperti al pubblico
Workshop/webinar pubblici
Pubblicazioni e ricerche
Servizio Job
Percorso PMI
Percorso PCTO

9. Su una scala da 1 (insoddisfatto) a 5 (assolutamente soddisfatto), quanto ritiene di essere soddisfatto per le attività realizzate nel corso dell'ultimo biennio (2022-2023)?

ATTIVITÀ
Eventi aperti al pubblico
Workshop/webinar pubblici
Pubblicazioni e ricerche
Servizio Job
Percorso PMI
Percorso PCTO

10. Secondo il suo percepito, quali sono i punti di forza del Network?

○ \_\_\_\_\_

11. Secondo il suo percepito, quali sono i punti di debolezza del Network?

○ \_\_\_\_\_

### SEZIONE 3: IMPATTI DIRETTI

12. Su una scala da 1 (Completamente in disaccordo) a 5 (completamente d'accordo), quanto ritiene che il Network sia stato in grado di supportarla nel raggiungere obiettivi professionali e personali?

Ho acquisito competenze specialistiche e tecniche
Ho aumentato la consapevolezza su best practices italiane ed estere
Ho avuto modo di aggiornarmi tramite ricerche e approfondimenti
Ho avuto la possibilità di fare networking e confrontarmi con altre realtà
Ho potuto affermare il mio ruolo all'interno della mia organizzazione
Sono cresciuto di ruolo all'interno della mia organizzazione o in un'altra realtà
Ho potuto far conoscere cosa fa la mia organizzazione

### SEZIONE 4: IMPATTI INDIRETTI SULL'AZIENDA

13. Su una scala da 1 (Completamente in disaccordo) a 5 (completamente d'accordo), quanto ritiene che la partecipazione al Network abbia generato dei cambiamenti nell'organizzazione in cui lei lavora?

Maggior coinvolgimento del top management in iniziative di sostenibilità
Sono stati creati/rafforzati presidi a livello governance per le tematiche di sostenibilità
Sono stati creati/rafforzati presidi a livello manageriale per le tematiche di sostenibilità
Sono stati definiti obiettivi di sostenibilità da raggiungere nel medio-lungo termine
Sono state introdotte pratiche di sostenibilità
Sono stati riprogettati i prodotti/servizi per renderli più sostenibili
Sono stati creati/migliorati i processi di rendicontazione di sostenibilità

#### SEZIONE 4: IMPATTI INDIRETTI SUGLI STAKEHOLDER AZIENDALI

19. Su una scala da 1 (Completamente in disaccordo) a 5 (completamente d'accordo), quanto ritiene che la partecipazione al Network abbia generato dei cambiamenti sugli stakeholder dell'azienda in cui lavora (e.g. fornitori, clienti, comunità locale, partner aziendali)?

È aumentata la consapevolezza di tutti i miei stakeholder in merito alla sostenibilità
È aumentata la consapevolezza di alcuni dei miei stakeholder in merito alla sostenibilità
Non è aumentata la consapevolezza dei miei stakeholder in merito alla sostenibilità

#### SEZIONE 5: RIFLESSIONI PERSONALI

20. Aderirebbe al Network?

- a. Sì
- b. No
- c. Forse

21. Se no, perché?

22. Se forse, quali sono le perplessità?

