

# La leadership sostenibile come driver del cambiamento d'impresa

**A settembre a Scalo Milano, Bcc Lodi e People Evolution hanno messo in scena una giornata di formazione per i clienti dell'istituto, manager e titolari d'impresa, sul tema della leadership, della sostenibilità dell'impresa e sul valore socio-economico delle azioni di sostenibilità**

**L**eadership sostenibile e valore delle azioni di sostenibilità nelle imprese. È andato in scena a settembre per la prima volta un evento formativo di grande livello ideato da Bcc Lodi per i propri clienti, manager e titolari d'impresa. L'evento, con il media partner Il Cittadino, ha sancito una collaborazione operativa tra la banca lodigiana, la società di formazione People Evolution e l'outlet Scalo Milano, dove si è tenuto l'evento. L'iniziativa ha ottenuto grande apprezzamento da parte degli imprenditori e manager coinvolti, sia in termini di crescita personale sia per il valore del network creato da Bcc Lodi. Il progetto è stato pensato da Bcc Lodi per i propri clienti proprio nell'ottica di offrire un servizio di alto valore aggiunto e di rafforzare quelle relazioni che sono alla base del concetto di fare banca dell'istituto lodigiano.

## Il valore della sostenibilità

La giornata si è aperta con un talk tra Fabrizio Periti, direttore generale Bcc Lodi, Davide Lardera, amministratore delegato di Scalo Milano Outlet & More, e Roberto Zintl, Ceo e founder di People Evolution, con la moderazione del direttore de Il Cittadino Lorenzo Rinaldi, sui temi della sostenibilità, con un focus sull'economia sana, che genera ricchezza ai territori attraverso riqualificazione urbana, servizi e posti di lavoro.

«Quando si parla di sostenibilità bisogna essere pazienti, e noi lo siamo da sempre: la sostenibilità richiede investimenti, relazioni e la caparbiazza di credere che l'inclusività possa alla lunga portare risultati - ha dichiarato il direttore di Bcc Lodi Fabrizio Periti -. Il credito cooperativo è di sua natura sostenibile, perché nasce sul territorio per reinvestire sul territorio. E per quanto ci riguarda è quello del Sud-

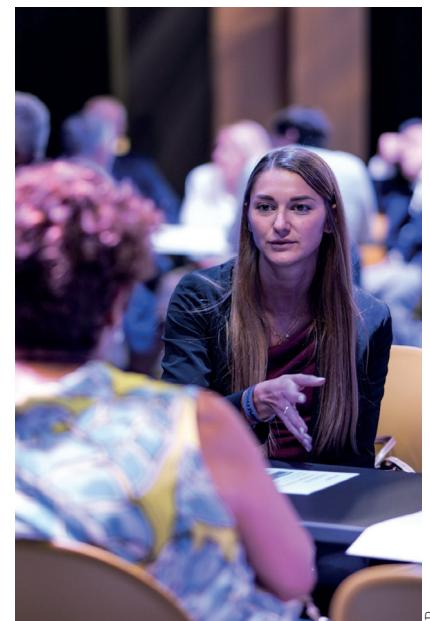


milano, dove siamo presenti da tempo, della città di Milano e del Lodigiano, dove affondano le nostre radici. Per noi remunerazione significa incremento di relazioni, perché dalla crescita delle relazioni inevitabilmente i risultati arrivano». E in termini di sostenibilità, Scalo Milano è un esempio, piccola "smart city" capace di mantenere un costante dialogo con il territorio: «Su quest'area prima c'era una fabbrica dismessa, un buco nero tra i Comuni di Locate Triulzi, Opera e Pieve Emanuele, che è stato riempito da questo outlet - ha spiegato l'amministratore delegato di Scalo Milano Davide Lardera -. Ritengo che dialogare con il territorio e sentirsi parte di una comunità sia fondamentale». Tra le iniziative di valore per il territorio ci sono l'asilo nido e la scuola materna, entrambi pubblici, che hanno aperto i battenti all'interno dell'outlet ma anche l'occupazione, 1.500 posti di lavoro, e le opportunità che si sono aperte per alcuni commercianti della zona che si sono trasferiti nel moderno complesso,

a cui si aggiungono gli spazi co-working e l'attenzione alle attività solidali.

## Consapevolezza e crescita

A seguire la parte formativa si è svolta in un clima disteso e informale, con uno speed date valoriale in cui ogni partecipante si è aperto, per conoscersi tutti ed entrare in confidenza, e poi con una serie di tavoli ludico-creativi in cui i partecipanti, divisi in gruppi di 8, hanno ragionato su un potenziale e teorico progetto di sostenibilità da realizzare sul territorio. Al termine, prima del momento finale conviviale, c'è stato il feedback conclusivo con le considerazioni sulla consapevolezza acquisita dai partecipanti e il valore personale e collettivo dell'iniziativa. La maggiore consapevolezza e la crescita personale non sono però fini a sé stessi, ma servono ad acquisire un valore aggiunto per le proprie imprese. La sostenibilità Esg oggi è elemento centrale per la crescita dell'azienda e



per poter stare sul mercato in modo vincente. «Ci sono persone più sensibili a questi temi che hanno introdotto cambiamenti già da anni, e ci sono persone che invece sono state stimolate da fattori di business, sia per una questione normativa sia per una questione di mercato - continua Roberto Zintl -. Come ci si comporta all'esterno riflette come ci si comporta all'interno delle imprese e quindi l'inclusione e il rispetto, rispetto alla sostenibilità sociale, sono indicatori di grande impatto verso i soci, verso i clienti, verso il mercato. E questo sarà sempre più vero in futuro. Le nuove generazioni si sono formate completamente dentro questa mentalità e hanno ambiti valoriali molto diversi da quelli dei loro padri. Sia come clienti sia come talenti da portare in azienda, i giovani hanno un'attenzione spiccata al cosiddetto work-life balance, all'ambiente e all'inclusione, che sono quindi elementi fondamentali nella gestione dell'impresa, oggi e domani»

