



CONSIGLIO NAZIONALE DEI CENTRI COMMERCIALI
LUOGHI PERSONE ESPERIENZE

Manifesto per la sostenibilità

A Manifesto for sustainability

26 MARZO 2021 | 26 MARCH 2021
Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali

INDICE

1.Introduzione.....	3
2. Obiettivi: perché questo Manifesto e destinatari.....	5
3. Metodologia.....	6
4. Gli ambiti di lavoro e gli SDGs	
Ob. 3 Salute e benessere.....	7
Ob. 5 Uguaglianza di genere	7
Ob. 7 Energia pulita e accessibile e Ob. 13 Lotta contro il cambiamento climatico	8
Ob. 8 Lavoro dignitoso e crescita economica.....	8
Ob. 11 Città e comunità sostenibili.....	9
Ob. 12 Consumo e produzione responsabili.....	9
Ob. 17 Partnership per gli obiettivi	10

CONTENTS

1.Introduction	4
2. Objectives: the reasons for this Manifesto and its recipients	5
3. Method.....	6
4. The Working areas and the SDGs	
Goal 3 Good Health and Well-Being	11
Goal 5 Gender Equality	11
Goal 7 Affordable and Clean Energy and Goal 13 Climate Action	12
Goal 8 Decent work and Economic Growth	12
Goal 11 Sustainable cities and communities	13
Goal 12 Responsible consumption and production	13
Goal 17 Partnership for the Goals	14



INTRODUZIONE DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO NAZIONALE DEI CENTRI COMMERCIALI

Per la prima volta il CNCC presenta un “Manifesto per la sostenibilità”. Da cosa nasce questa esigenza? Dalla consapevolezza che oggi più che mai, e la pandemia ce lo ha dimostrato con una forza brutale, bisogna cambiare le priorità nel nostro modo di fare business e unire agli obiettivi finanziari quelli sociali, che vanno a beneficio delle comunità dove operiamo e dell’ambiente circostante. Noi possiamo scegliere dove investire e abbiamo la responsabilità di coinvolgere e sensibilizzare i nostri soci e tutti gli attori del mondo del commercio e gli investitori immobiliari verso azioni che siano più consapevoli socialmente e che promuovano pratiche e approcci più sostenibili.

I Centri e i Parchi Commerciali e gli Outlet, per la loro natura, sono già ecosistemi integrati nel territorio e presidi di sicurezza e salute per le persone che li frequentano, con un impatto sociale e ambientale rilevante. Sono altresì strutture che hanno un impatto economico diretto e indiretto sul territorio, creando ricchezza.

Ormai da qualche anno il CNCC sta impegnandosi nella definizione di strategie e azioni sempre più orientate alla responsabilità sociale e ambientale ed ora è giunto il momento di dividerle e promuoverle coinvolgendo una platea più ampia, non solo di addetti ai lavori.

Abbiamo chiaro il nostro obiettivo: vogliamo contribuire al raggiungimento degli Obiettivi del Millennio (SDGs), definiti dalle Nazioni Unite. Per questa ragione abbiamo definito l’intero “Manifesto” partendo dagli stessi SDGs, in modo che il nostro impegno risulti chiaro e misurabile.

Il “Manifesto” è, per noi, uno strumento per una continua crescita interna: lo stiamo collegando ad un sistema di valutazione con l’obiettivo di incentivare fra i nostri associati la diffusione delle azioni in esso contenute nella maniera più capillare possibile. Nella nostra associazione, infatti, sono presenti molteplici realtà, accomunate dall’impegno di rendere sempre più attrattivo, anche in chiave sostenibile, il mondo dei Centri Commerciali: il loro engagement è quindi quantomai necessario in una logica di un miglioramento continuo e diffuso.

Siamo consapevoli di essere all’inizio di un percorso lungo, con davanti a noi molti obiettivi ambiziosi da raggiungere ma siamo convinti che sia questa la strada giusta, il primo passo, il primo di un percorso verso un mondo migliore.

Roberto Zoia

*Presidente Consiglio Nazionale
dei Centri Commerciali*

INTRODUCTION BY THE CHAIRMAN OF CNCC

For the first time, the CNCC presents a “Manifesto for sustainability”. Where does this necessity come from? It comes from the awareness that today more than ever, as the pandemic has remorselessly shown us, we must change the priorities in our way of pursuing business, and combine financial targets with social targets, which benefit the communities where we are present and the surrounding environment. We can choose where to invest and it is our responsibility to involve and raise awareness among all our members and all players in the trade industry and real estate investors towards more socially conscious actions that promote more sustainable practices and approaches.

Shopping Centres, Retail Parks and Factory Outlets, by their nature, are already ecosystems integrated in their territories and are areas of safety and health for their visitors, with a significant social and environmental impact. They are also facilities that have a direct and indirect economic impact on the local area, generating wealth.

The CNCC has been working for some years on defining strategies and actions increasingly oriented towards social and environmental responsibility and now the time has come to share them and promote them with the participation of a wider audience and not only those in the trade.

Our objective is clear: we intend to help achieve the Millennium Goals (SDGs), defined by the United Nations. For this reason, we have defined our entire “Manifesto” on the basis of the SDGs, so that our commitment is clear and measurable.

The “Manifesto” is, for us, a tool for continuous internal growth: we are linking it to an assessment system aiming at encouraging its actions to spread among our members as thoroughly as possible. In our association, there are multiple organizations, united by the commitment to make the universe of Shopping Centres increasingly attractive, also in terms of sustainability: their engagement is therefore extremely necessary for continuous and ubiquitous improvement.

We are conscious that we are at the start of a long journey, with many ambitious objectives to be achieved ahead of us, but we are convinced this is the right path, the first step, the first of a journey towards a better world.

Roberto Zoia

*Chairman Consiglio Nazionale
dei Centri Commerciali*

OBIETTIVI: PERCHÉ QUESTO MANIFESTO E DESTINATARI

Con la definizione del “Manifesto per la sostenibilità”, il CNCC intende confermare e divulgare il proprio impegno per la realizzazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile definiti dalle Nazioni Unite (Sustainable Development Goals – SDGs nell’acronimo inglese). I destinatari del documento sono sia interni che esterni allo stesso CNCC.

Nello specifico:

- ESTERNI -

- istituzioni locali e nazionali;
- investitori/mercato
- visitatori dei Centri Commerciali, Retail Park e Outlet

- INTERNI AL CNCC -

- soci dell’associazione

OBJECTIVES: THE REASONS FOR THIS MANIFESTO AND ITS RECIPIENTS

By defining the “Manifesto for sustainability”, the CNCC intends to confirm and inform about its commitment for the implementation of the Sustainable Development Goals defined by the United Nations. The recipients of this document are both internal and external to the CNCC. Specifically:

- EXTERNAL RECIPIENTS -

- local and national institutions;
- investors/market
- visitors to Shopping Centres, Retail Parks and Factory Outlets

- INTERNI AL CNCC -

- association members

3 **METODOLOGIA**

Il Manifesto riguarda tutti i soggetti privati e pubblici collegati, a vario titolo, all'industria dei Centri Commerciali, dei Parchi Commerciali e dei Factory Outlets aderenti al Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali.

Il documento è stato redatto dalla Commissione "Environmental, Social & Governance (ESG)" costituita all'interno del CNCC in rappresentanza di diverse tipologie di aziende facenti parte dell'associazione: proprietà immobiliari, società di commercializzazione e di gestione, fornitori di prodotti e servizi, società di comunicazione e marketing. Il paper è stato successivamente approvato dalla Giunta Esecutiva del Cncc ed inviato a tutte le società aderenti all'associazione.

Nello stilare il Manifesto, la Commissione ha, in primo luogo, identificato 8 fra i 17 SDGs di maggiore interesse/rilevanza per il settore dei Centri Commerciali. Per ciascuno di questi sono stati identificati gli ambiti sui quali le società aderenti al CNCC hanno intenzione di rafforzare il proprio impegno o di iniziare a lavorare per il prossimo futuro.

3 **METHOD**

This Manifesto concerns all private and public subjects variously connected with the industry of Shopping Centres, Retail Parks and Factory Outlets that belong to the Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali.

This document was drafted by the "Environmental, Social & Governance (ESG)" Committee set up in the CNCC representing various types of companies that belong to the association: real estate, trading and management companies, suppliers of products and services, communication and marketing companies. This paper was subsequently approved by the Executive Board of the CNCC and sent to all the companies that belong to the association.

When drafting this Manifesto, the Committee firstly identified 8 of the 17 SDGs which are of utmost interest/relevance for the Shopping Centre industry. For each of them, the Committee has identified the areas in which the companies that belong to the CNCC intend to strengthen their commitment or start working in the near future.

4 GLI AMBITI DI LAVORO E GLI SDGs



SDG 3: Salute e benessere

Il Centro Commerciale intende rafforzare il proprio ruolo di piazza/luogo di aggregazione in cui stimolare i visitatori a compiere comportamenti virtuosi rispetto ai propri stili di vita (ad esempio incentivando la pratica sportiva o il mangiar sano). Pertanto anche le attività di comunicazione e gli eventi possono essere organizzati con questo obiettivo; inoltre possono essere proposte ai frequentatori attività di screening medico, facendo leva anche sulle relazioni intrecciate negli anni con il tessuto pubblico ed associativo del territorio e/o con enti e istituzioni nazionali.

Il Centro Commerciale, in quanto luogo sicuro che ha dimostrato di sapersi dotare degli strumenti adeguati per garantire la salute delle persone, continuerà ad identificare soluzioni e sistemi innovativi per la gestione consapevole di eventuali ulteriori rischi sanitari. Il CNCC, attraverso i suoi soci e le strutture commerciali presenti in maniera capillare sul territorio nazionale, si è inoltre candidato per poter organizzare in sicurezza la somministrazione dei vaccini e ad ospitare centri di assistenza sanitaria territoriale.



SDG 5: Uguaglianza di genere

Gli attori che operano in questo settore si ispirano per il proprio operato ai principi di imparzialità fra i generi e di inclusione, garantendo pari opportunità sia nei comportamenti aziendali che promuovendo azioni in linea con tali principi nei riguardi dei visitatori dei Centri Commerciali.

Per questa ragione intendono impegnarsi a promuovere messaggi ed a definire azioni che permettano una sensibilizzazione dei visitatori delle Gallerie su queste tematiche, con una particolare attenzione, ad esempio, sul tema della violenza sulle donne e alla valorizzazione delle diversità. Allo stesso tempo le società aderenti al CNCC ritengono opportuno predisporre gli strumenti per incrementare l'occupazione femminile favorendo l'incontro fra la domanda e l'offerta di lavoro sia all'interno degli stessi Centri Commerciali, sia in collaborazione con gli enti preposti a livello territoriale.

4 GLI AMBITI DI LAVORO E GLI SDGs



SDG 7: Energia pulita e accessibile e SDG 13: Lotta contro il cambiamento climatico

Gli aderenti al CNCC intendono incrementare ulteriormente l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili. Per questa ragione si impegnano a valutare le modalità più opportune per utilizzare tali tipologie di energia (acquisto di energia proveniente al 100% da fonti rinnovabili, installazione di impianti fotovoltaici, utilizzo di energia geotermica o eolica,...). Le società si impegnano inoltre a proseguire la definizione di azioni di relamping/revamping privilegiando l'uso di sistemi di illuminazione, di riscaldamento e di ventilazione sempre meno impattanti dal punto di vista ambientale.

Allo stesso tempo intendono proseguire l'orientamento verso una gestione attenta alla riduzione dei consumi superflui, anche in virtù dell'installazione e dell'utilizzo di sistemi sempre più accurati di monitoraggio degli impianti.

Ritengono inoltre opportuno coinvolgere i visitatori dei Centri Commerciali in call to action volte a sensibilizzarli verso l'uso di energia rinnovabile e la riduzione delle emissioni nell'ambiente, attraverso attività di comunicazione ed eventi specifici.



SDG 8: Lavoro dignitoso e crescita economica

Forte dei circa 780.000 lavoratori che operano direttamente o indirettamente nel mondo dei Centri Commerciali, il settore intende favorire la crescita economica e sociale delle persone a partire dal contesto locale, impegnandosi in primo luogo al rispetto dell'etica e della legalità, mantenendo rapporti di partnership e promuovendo comportamenti virtuosi sia verso i fornitori che verso i tenant.

Il settore si è inoltre posto l'obiettivo di ottimizzare l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro, ad esempio tramite l'organizzazione di eventi quali i "Career Days", con il coinvolgimento delle comunità territoriali, delle aziende e delle università.

Ritiene inoltre opportuno investire sulla crescita continua e costante delle risorse umane, anche attraverso attività formative, così come sulla ricerca e sull'innovazione (ad esempio proseguendo la collaborazione con start-up).

4 GLI AMBITI DI LAVORO E GLI SDGs



SDG 11: Città e comunità sostenibili

Il settore si propone di contribuire con i mezzi e le tecnologie necessarie alla diffusione di modelli urbani sempre più sostenibili ed interconnessi. In quest'ottica si è posto l'obiettivo di incrementare le modalità di accesso ai Centri Commerciali, favorendo la mobilità elettrica (ad esempio tramite l'installazione di colonnine di ricarica auto elettriche nei propri parcheggi), quella ciclistica (ad esempio dotando il territorio di nuovi percorsi ciclistici oppure favorendo la ricarica delle biciclette elettriche) e quella collegata al trasporto pubblico (adottando anche partnership pubblico-privato).

Considerando inoltre il ruolo del Centro Commerciale nello sviluppo di città e cittadine, il suo impatto sociale ed ambientale sul territorio e la sua importanza nell'organizzazione del tempo libero di molte persone, i membri del CNCC ritengono altresì importante essere parte attiva nel dibattito sulle "Smart Cities", considerando il proprio contributo in termini di digitalizzazione, innovazione, sostenibilità.

Ritengono inoltre opportuno rafforzare il ruolo dei Centri Commerciali nella valorizzazione di aree non centrali e soddisfare le necessità di vita dei quartieri attraverso la realizzazione di spazi utili per la comunità, quali biblioteche, video ed audio teche, spazi per co-working e poliambulatori.

Quale parte integrante del proprio contesto, il Centro Commerciale intende poi rafforzare il suo ruolo come riferimento territoriale per due particolari e significative categorie di visitatori: la Generazione Z e gli anziani. Nei loro confronti si impegna ad essere luogo di aggregazione di idee, spazio di socializzazione e capitalizzazione di esperienze.



SDG 12: Consumo e produzione responsabili

Il Centro Commerciale intende caratterizzarsi sempre più come luogo di sperimentazione e di sviluppo di modalità di consumo responsabile. Fra i principali ambiti di lavoro vi è la riduzione e la differenziazione dei rifiuti concentrando l'attenzione sia su possibili progetti di economia circolare, sia rendendo sempre più plastic free le proprie attività, sia riducendo i rifiuti derivanti da imballaggi e packaging. Si ritiene inoltre opportuno proseguire la lotta contro lo spreco alimentare, anche promuovendo specifiche partnership e attività comunicative verso i visitatori delle strutture.

4 GLI AMBITI DI LAVORO E GLI SDGs



SDG 17: Partnership per gli obiettivi

I Centri Commerciali si pongono l'obiettivo di continuare ad instaurare partnership di valore che possano rappresentare un esempio condiviso sia a livello locale che nazionale. A tal fine, prendendo spunto da quanto realizzato negli ultimi anni (ad es. la recente iniziativa organizzata in collaborazione con la Croce Rossa Italiana), intendono definire accordi con organizzazioni senza scopo di lucro per la realizzazione di iniziative trasversali, funzionali al perseguimento degli stessi Obiettivi delle Nazioni Unite, consapevoli della vicinanza e possibilità di influenza positiva dei Centri Commerciali sui cittadini nei territori di riferimento ed in tutto il panorama italiano.

4 THE WORKING AREAS AND THE SDGs



SDG 3: Good Health and Well-Being

The Shopping Centre intends to strengthen its role as a meeting place where visitors are stimulated to acquire good habits in their lifestyles (for example, by encouraging sports or healthy eating). Therefore, also communication activities and events can be organized with this in mind. Medical screening activities could be offered to visitors, also leveraging the relationships created over the years with local associations and public organizations and/or with national bodies and institutions.

The Shopping Centre is a safe place that has shown that it can equip itself with appropriate tools to ensure people's good health, and will continue to identify innovative systems and solutions for the conscious management of any healthcare risks. The CNCC, through its members and the commercial facilities present throughout Italy, has also applied to safely organize vaccine administration and to host community healthcare centres.



SDG 5: Gender Equality

The players active in this sector draw inspiration for their activities from the principles of gender equality and inclusion, ensuring equal opportunities in corporate behaviours and promoting actions in line with these principles with respect to the visitors to Shopping Centres.

For this reason, they intend to make sure of promoting messages and defining actions that can raise awareness of these issues among visitors to the Galleries, with a specific focus, for example, on the subjects of violence against women and of valuing diversity. At the same time, the member companies of CNCC believe that tools should be put in place to increase female employment helping to match demand with supply of jobs in the Shopping Centres and in partnerships with local institutions in charge of this.

4 THE WORKING AREAS AND THE SDGs



SDG 7: Affordable and clean energy and SDG 13: Climate action

CNCC members intend to further increase the use of energy from renewable sources. They are therefore undertaking to assess the most appropriate ways to use these types of energy (purchasing energy from 100% renewable sources, installation of solar systems, use of geothermal or wind energy...). The companies also undertake to continue to define relamping/revamping actions favouring the use of lighting, heating and ventilation systems which have an EVER LOWER IMPACT on the environment.



At the same time, they intend to continue leaning towards reducing unnecessary consumption, also by installing and using increasingly accurate system monitoring devices.

They also believe that visitors to Shopping Centres should be involved in calls to action aimed at raising their awareness of the use of renewable energy and the reduction of emissions into the environment, by means of communication activities and specific events.



SDG 8: Decent Work and Economic Growth

With approximately 780,000 workers directly or indirectly active in the world of Shopping Centres, this industry intends to drive economic and social growth of people starting from the local context, undertaking in the first place to respect ethics and the law, maintaining partnerships and promoting good habits towards suppliers and tenants.

The industry has also set the goal to optimise matching job demand and supply by, for example, organising events such as the "Career Days", with the participation of local communities, companies and universities.

It also believes that investments should be made in the continuous and constant growth of human resources, also by means of training programmes, and in research and innovation (for example, continuing the collaboration with start-ups).

4 THE WORKING AREAS AND THE SDGs



SDG 11: Sustainable Cities and Communities

The industry aims at contributing with the means and technologies necessary for spreading increasingly sustainable and interconnected urban models. With a view to this, it has set the objective to increase the ways of accessing Shopping Centres by encouraging electric mobility (for example, by installing electric car charging points in their car parks), cycling (for example, by creating new bicycle paths in the area or by facilitating the charging of electric bicycles) and public transport (also adopting public-private partnerships).

Taking also into account the role of a Shopping Centre in the development of cities and towns, its social and environmental impact on the area and its importance in organising the leisure time of many people, CNCC members believe it is also important that they play an active role in the discussion on “Smart Cities”, considering their contribution in terms of digitalization, innovation, and sustainability.

They also believe that the role of Shopping Centres should be strengthened for enhancing non-central areas and meeting the living needs of neighbourhoods by creating useful spaces for the community, such as libraries, video and audio libraries, co-working spaces and health clinics.

Being part and parcel of its environment, the Shopping Centre also intends to strengthen its role as a local reference point for two specific and significant categories of visitors: Generation Z and the elderly. With respect to them, it undertakes to be a place for exchanging ideas, socialising and a space for sharing experiences.



SDG 12: Responsible Consumption and Production

The Shopping Centre intends to increasingly characterize itself as a place for experimenting and developing responsible consumption approaches. Among the main areas for work THE GOAL is to reduce and separate waste, focusing on possible circular economy projects, making its operations increasingly plastic free, and reducing waste from packaging. We also believe that the fight against food waste should be continued, also by promoting specific partnerships and communication activities for visitors to our facilities.

4 THE WORKING AREAS AND THE SDGs



SD G17: Partnership for the goals

Shopping Centres set the goal to continue to establish valuable partnerships that act as a shared example, locally and nationally. For this purpose, building on what has been achieved in recent years (e.g. the recent initiative organized in partnership with the Italian Red Cross), they intend to define agreements with non-profit organizations for the implementation of cross-sector initiatives, for the achievement of the United Nations' Goals, aware of the familiarity of Shopping Centres for local people and how much they can influence citizens throughout Italy.