

## COMUNICATO STAMPA

### **IL CNCC, INSIEME AD ALTIS (UNIVERSITA' CATTOLICA), PRESENTA L'ASSESSMENT IN MERITO AL CONTRIBUTO DELL'INDUSTRIA DEI CENTRI COMMERCIALI AGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE**

#### **Primi risultati e valutazioni a un anno dal lancio del Manifesto per la Sostenibilità**

Milano, 13 maggio 2022 – Il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali (CNCC), nel corso del convegno “*L’Industria dei Centri Commerciali e le trasformazioni in atto alla luce dei tre fattori che contribuiscono ai benefici ambientali e sociali “Environmental, Social and Governance”*” tenuto nel pomeriggio di ieri, ha presentato i risultati delle attività svolte in ambito ESG a un anno dal lancio del Manifesto per la Sostenibilità del CNCC, un programma etico-valoriale a cui hanno aderito le principali properties associate, oltre a diverse società di servizi e consulenza associate, con l’obiettivo di definire il contributo che l’industria dei Centri Commerciali ha intenzione di fornire per il raggiungimento degli Obiettivi del Millennio definiti dalle Nazioni Unite (SDGs).

Il Manifesto per la Sostenibilità ha rappresentato per il CNCC l’inizio di un percorso per aumentare la consapevolezza degli associati sulle tematiche ESG. L’Associazione ha per questo definito un innovativo progetto che, partendo da un’attività formativa specifica, ha previsto un assessment dello stato dell’arte degli associati in materia ESG in modo da definire punti di forza e di debolezza sui quali realizzare azioni migliorative.

A seguito di una gara a cui hanno preso parte università e società di consulenza italiane, **ALTIS (Alta Scuola Impresa e Società) dell’Università Cattolica del Sacro Cuore** si è occupata di gestire questa progettualità, individuando il modello di valutazione e realizzando l’assessment. Il resoconto di quanto emerso da questa attività è stato presentato nel corso del Convegno, primo momento di analisi pubblica dei punti di forza e di debolezza emersi a livello di sistema dei Centri Commerciali, in modo da avere una prima base per perfezionare, anno dopo anno, le azioni effettuate e migliorare le performance del settore.

L’analisi è stata svolta in collaborazione con **24 società aderenti all’iniziativa**, che insieme contano **790 milioni di euro circa di fatturato annuo** e oltre **2.300 dipendenti**, attraverso la valutazione delle attività svolte sia a livello corporate che organizzate nei centri commerciali, oltre al monitoraggio, le strategie e i KPI per ciascuno degli 8 Sustainable Development Goals (SDGs) identificati dal CNCC all’interno del Manifesto nei tre ambiti ESG: ambientale, sociale e di governance.

Nell’ambito degli **SDG** dalla valenza sociale (numero **3, 5 e 8**), emerge come il **75%** delle società coinvolte ha dichiarato di attuare strategie e iniziative rivolte ai dipendenti, clienti e visitatori in materia di salute e sicurezza, il **70%** assicura ai propri dipendenti buone

condizioni di lavoro, grazie all'adozione di sistemi premianti per le performance individuali e benefit integrativi assicurativi, previdenziali, assistenziali, sottoscrivendo un totale di 81% di contratti di lavoro a tempo indeterminato sul totale e **oltre la metà** delle aderenti al progetto afferma di promuovere politiche per l'uguaglianza di genere, con iniziative di welfare aziendale e per la sensibilizzazione di dipendenti, clienti e visitatori su pari opportunità, inclusione, diversità e lotta alla violenza.

Per misurare l'impegno dell'industria nella lotta al cambiamento climatico e nell'impiego di energia pulita e accessibile (**SDG 7 e 13**), l'analisi ha preso in considerazione diversi aspetti del business dell'industria e diverse azioni messe in campo dai centri commerciali. Dai numeri emerge una diffusione delle buone pratiche di sviluppo sostenibile per il 47% degli associati rispondenti, un valore in costante aumento rispetto agli scorsi anni, grazie all'incremento delle strategie in termini di riduzione delle emissioni di CO2. In materia di efficientamento energetico (**SDG 12**) l'industria si sta inoltre impegnando nella realizzazione di impianti per autoproduzione di **energia da fonti rinnovabili**, che conta per il **46% del totale dell'energia impiegata** nei centri commerciali, o un migliore sistema di gestione e monitoraggio dei consumi energetici. Inoltre, il **70%** circa delle 24 società organizza campagne di sensibilizzazione e lotta agli sprechi, impiega materie prime provenienti da riciclo e riuso, e attua politiche di gestione per la riduzione dei rifiuti prodotti.

Tra gli obiettivi perseguiti dall'industria dei centri commerciali, emerge la volontà di rendere le strutture sempre più sistemi integrati all'interno dei territori di appartenenza e veri e propri luoghi di riferimento per le comunità. Per questo motivo, nel corso degli ultimi anni, le società stanno lavorando per migliorare la progettazione degli spazi e dei servizi in base ai criteri di accessibilità fisica e cognitiva e per i servizi utili alla comunità, oltre ad attuare iniziative per la comunità e il territorio volte a promuovere sia il dialogo che la mobilità sostenibile (**SDG 11**).

Infine, nell'ambito **dell'SDG 17**, tra le società aderenti al progetto, **3 su 4** hanno confermato di aver definito una procedura o obiettivi futuri in materia di partnership, donazioni e sponsorizzazione con associazioni no-profit e **2 su 3** hanno definito una procedura o adottato un sistema gestionale tali partnership. Inoltre, il **75%** delle società coinvolte ha dichiarato di svolgere o promuovere iniziative con associazioni o altri enti a scopo benefico e il 20% ha intenzione di farlo nei prossimi anni.

**Roberto Zoia, presidente del CNCC**, ha dichiarato: *“A un anno dal lancio del nostro Manifesto per la Sostenibilità mi ritengo estremamente soddisfatto degli obiettivi raggiunti, sia dagli associati che dalla nostra Commissione interna ESG, organo regolatore di tutte le iniziative svolte nell'ambito della sostenibilità. L'analisi di ALTIS è la riprova della trasparenza della nostra Industria, che attraverso l'individuazione dei suoi punti deboli mira a migliorarsi e sfidarsi costantemente su tematiche di fondamentale importanza. L'obiettivo è di poter coinvolgere sempre più società in quest'iniziativa, per poter realizzare un vero cambiamento del settore retail”*.

I dati presentati testimoniano la crescente consapevolezza con cui l'industria dei centri commerciali pensa al futuro del proprio business, in termini sempre più integrati e sostenibili, a partire dalla riduzione dell'impatto ambientale che inevitabilmente deriva

dalla costruzione o dalla presenza di strutture di grandi dimensioni come gli shopping center. Questo aspetto, di fondamentale importanza per il raggiungimento di obiettivi concreti, è stato studiato e approfondito, nel corso del convegno, durante l'intervento di Adolfo Suarez, Socio Fondatore di Lombardini22 che dirige la progettazione Retail della società, e nel corso della tavola rotonda della Commissione architettura del CNCC, che ha presentato alcuni esempi concreti delle azioni svolte dal punto di vista edilizio.

### **Il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali**

Il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali (CNCC) è un'Associazione che riunisce in un unico organismo trasversale tutti gli stakeholders, quali le proprietà, le società di servizi e selezionati retailers, collegati all'Industria dei centri commerciali, dei parchi commerciali e dei Factory Outlets, costituendo l'unica realtà rappresentativa del settore.

Sono 1.260 i poli commerciali presenti sul territorio nazionale che, con i loro 40.000 negozi (di cui 7.500 a gestione unifamiliare), registrano 2 miliardi di presenze annue. Particolarmente importante il volume d'affari totale dell'Industria dei Centri Commerciali che con i suoi 139,1 miliardi di euro (dato 2019) ha un'incidenza sul PIL italiano pari al 7,5% (dato 2019). Dal punto di vista occupazionale, nell'Industria sono occupati fra personale diretto, indiretto e indotto 780.000 persone (dato 2019).

#### Per ulteriori informazioni:

Image Building

Cristina Fossati, Anna Pirtali, Valentina Corsi

[cncc@imagebuilding.it](mailto:cncc@imagebuilding.it)

+39 02 89011300