





INDICE

Lettera Stakeholder	2
<hr/>	
Mission e valori	3
<hr/>	
Società Benefit	4
<hr/>	
Il 2020 e la pandemia	5
<hr/>	
Finalita' specifiche di bene comune	6
<hr/>	
Un progetto per una città	10
<hr/>	
Obiettivi 2021	15

LETTERA STAKEHOLDER

Fondare una società in piena pandemia può sembrare un atto azzardato.

Eppure, è stato proprio questo l'elemento che ci ha spinto a dar vita a GreenGo: la convinzione che per affrontare tempi nuovi servano occhi nuovi e un pizzico di coraggio.

Ovviamente il report che presentiamo, dato che concretamente la società ha iniziato a lavorare a settembre, è prima di tutto un documento intriso di progettualità e valori a cui, passo dopo passo, abbiamo cercato di dare sostanza nel quotidiano.

Innanzitutto, è doveroso rispondere ad una domanda: perché nasce GreenGo?

GreenGo vede la luce perché i soci fondatori, persone con esperienze di vita e percorsi professionali molto diversi, sono arrivati alla conclusione che la sostenibilità non è più solo un'opportunità, ma una necessità. Essere sostenibili non sarà la discriminante tra chi funzionerà sul mercato e chi rimarrà indietro, ma la condizione essenziale per esserci.

L'altra considerazione maturata è che di sostenibilità si sente fortunatamente parlare in maniera crescente, ma esiste una platea enorme di aziende e di organizzazioni che hanno bisogno di un accompagnamento per renderla centrale nella loro azione.

Non parliamo ovviamente solo delle grandi imprese, ma di quelle piccole medie imprese che rappresentano il tessuto essenziale della nostra economia, nelle quali si sperimenta e si innova.

Non è un caso che nella prima metà del 2021 siano subentrate due proposte normative che rafforzano questa direzione: la proposta di Direttiva Europea CSRD che quadruplica in numero di soggetti tenuti al report di sostenibilità e il decreto di governance del PNRR che introduce criteri premiali per chi, intendendo partecipare ai bandi per le opere rilevanti, presenta il proprio report di sostenibilità.

Oltre al privato anche il pubblico sarà chiamato a dare una svolta decisiva per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030 e del Next Generation Eu.

Il mondo istituzionale, le associazioni di categoria, le imprese e la cittadinanza: quello "post COVID" è uno sforzo di ricostruzione, o meglio di nuova costruzione, a cui siamo tutti chiamati.

E GreenGo vuole fare la sua parte con una consulenza fatta su misura, artigianale nella cura dei dettagli, perché sostenibilità significa anche valorizzare l'unicità di ogni cliente, di ogni territorio di provenienza, di ogni contesto sociale di riferimento.

Perché, infine, abbiamo scelto di costituire una società benefit? Perché vogliamo essere i primi ad agire nella direzione in cui aiutiamo i nostri clienti a muoverci.

Se riteniamo che ogni azienda abbia il dovere di mettere a disposizione una parte del proprio know-how per una crescita sociale e culturale del territorio, vogliamo farlo a nostra volta.

Se crediamo che un contesto organizzativo debba essere dinamico e inclusivo, vogliamo che in GreenGo il gender gap non esista e i giovani possano trovare un ambiente per crescere.

Se siamo convinti che la lotta agli sprechi sia un obiettivo per salvare il pianeta che ci coinvolge a partire dai piccoli gesti, vogliamo essere i primi ad organizzare il lavoro in maniera intelligente.

Tutto questo non deve solo essere annunciato, ma rendicontato, misurato e raccontato. Solo così potrà dar frutto e creare contaminazione!



Barbara Degani

MISSION E VALORI

GreenGo nasce per offrire consulenza ad aziende, istituzioni ed organizzazioni che intendano orientare la propria attività alla sostenibilità, seguendole sia nella parte comunicativa che nei rapporti istituzionali fino ad arrivare ai reporting di sostenibilità.

Perché proprio la sostenibilità? Perché riteniamo che questa sia allo stesso tempo la sfida più importante e più difficile da cogliere.

La sostenibilità non è un concetto facilmente sedimentato nel nostro immaginario collettivo.

Non è un caso che si renda necessaria una modifica costituzionale per introdurre i concetti di tutela dell'ambiente, di protezione della biodiversità e di sviluppo sostenibile nella madre di tutte le nostre fonti.

Questo non perché chi ha scritto la nostra Costituzione mancasse di sensibilità, ma perché la necessità di tutelare le risorse naturali e pensare al futuro delle prossime generazioni si è palesato in tutta la sua urgenza nella seconda metà del secolo scorso.

Concetti come l'uguaglianza, la pace e i diritti sono fortemente sedimentati nel nostro pensiero da anni di riflessione storica, politica e filosofica. Lo sviluppo sostenibile compare in un tempo relativamente recente e per questo ha bisogno di essere spiegato e introiettato.

Il limite di questo ragionamento però è dato dal conto alla rovescia imposto dagli Accordi di Parigi.

Se non realizziamo azioni capaci di limitare le emissioni e di conseguenza l'innalzamento della temperatura media entro il 2030, potremmo raggiungere un punto di non ritorno per le condizioni di vita dell'uomo sulla terra.

Per questo è fondamentale diffondere una cultura della sostenibilità a partire dalle aziende che vada oltre le imposizioni normative. Anzi. Serve un accompagnamento capace di anticipare le modifiche al quadro normativo e trasformare le limitazioni in possibilità cogliendone per tempo la ratio.

Questo è quello che offriamo ai nostri clienti: un percorso personalizzato in cui la sostenibilità sia qualcosa di più di semplice compliance o intuizione di un orientamento del mercato.

La sostenibilità diventa metodo, relazione, sostanza. Per riuscire ad essere efficaci con i nostri clienti ci siamo posti degli obiettivi ambiziosi al nostro interno.

Partire in tempo di Pandemia è stato per noi un valore aggiunto, perché come riportato nel Vangelo "chi è fedele nel poco è fedele nel molto". Questo significa che i tempi di cambiamento sono i momenti migliori per mettersi alla prova e affrontare il mondo con occhi nuovi.

Siamo una società nata con una maggioranza di capitale detenuto da soci di genere femminile. Non ci è stato imposto, è stato un passaggio naturale. Ma allo stesso tempo crediamo sia necessario continuare ad affrontare il tema del gender gap perché il COVID sta avendo effetti negativi diretti e indiretti sull'occupazione femminile. Inoltre, vogliamo diffondere una cultura che associ il tema del gender gap ai cambiamenti climatici, perché i paesi in cui le donne hanno pari opportunità reali sono quelli in cui esistono politiche più severe nei confronti dell'inquinamento e soprattutto consumatori più responsabili.

La nostra è una struttura organizzativa leggera, in cui cerchiamo di valorizzare l'autonomia lavorativa dei collaboratori. Se tale impostazione è nata anche sulla base delle limitazioni normative, abbiamo deciso di farne una costante. La maggior parte delle riunioni si fanno in smartworking e si lavora quanto più possibile da casa. Vogliamo che il lavoro intelligente sia qualcosa di più del lavoro a distanza, sia un lavoro per obiettivi e un lavoro in cui vengano premiate l'autonomia e la creatività dei soci e dei lavoratori.

La maggior parte dei nostri collaboratori è under 30. Questa è una scelta necessaria per chi crede nel valore dell'innovazione. Non vogliamo lavorare con i giovani per riempirci la bocca di questa parola, ma perché crediamo che i giovani diano un valore aggiunto nei team che costituiamo.

Infine, abbiamo deciso di impostare da subito in maniera trasparente collaborazioni con altre aziende e con studi professionali che condividessero i nostri stessi valori. Queste partnership sono commerciali, di formazione e di consulenza reciproca. Noi forniamo servizi in materia di accompagnamento alla sostenibilità, reputation e rapporti istituzionali e li riceviamo dai partner in campo digitale, formazione, gestione delle risorse umane, contabilità e finanza. Riteniamo giusto esplicitare questa forma di collaborazione perché abbiamo scelto come obiettivo dell'Agenda 2030 ONU che maggiormente ci rappresenta l'SDGs 17: Partnership for The Goals.

Creare uno sviluppo sostenibile è un obiettivo troppo importante per cui qualcuno possa sentirsi capace di raggiungerlo da solo o allo stesso si senta fuori dalla partita.

SOCIETÀ BENEFIT, IL NOSTRO STATUTO

Le Società Benefit sono una nuova forma giuridica di impresa, introdotta in Italia con la legge 28 dicembre 2015, n. 208 (commi 376-383 e allegati 4 - 5) ed entrata in vigore dal primo Gennaio 2016, che garantisce una solida base per allineare la missione e creare valore condiviso nel lungo termine. La Società Benefit protegge la missione in caso di entrata di nuovi investitori, cambi di leadership e passaggi generazionali. Offre maggiore flessibilità e solidità in caso di vendita e prepara le aziende perché mantengano la loro missione dalla fase di startup alla quotazione in borsa.

La società, in particolare, si impegna a perseguire la creazione delle migliori condizioni possibili per attrarre, fare crescere e trattenere persone di talento.

Nel perseguimento del proprio oggetto sociale e nel rispetto dei principi che ispirano i propri obiettivi la società crea, sostiene e sviluppa progetti e partnership con entità nazionali o straniere, pubbliche o private.

Inoltre, già dai primi momenti costitutivi, ci siamo impegnati per l'anno 2020 a raggiungere tre obiettivi: partecipare in forma non retribuita ad eventi e momenti di formazione per promuovere la cultura della sostenibilità; creare un progetto di riqualificazione urbana sostenibile da consegnare al comune di Padova, sede della società; creare un blog per la diffusione della cultura della sostenibilità con l'obiettivo di trasformarlo nel 2021 in una testata giornalistica registrata.

Ai sensi e per gli effetti della legge 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384, GreenGo oltre allo scopo di dividere gli utili, perseguirà le seguenti specifiche finalità di beneficio comune:

L'impegno alla diffusione ed alla divulgazione della cultura orientata a promuovere la tutela e la salvaguardia dell'ambiente, a promuovere un'economia sostenibile nel rispetto di tutti gli "stakeholders" e a promuovere una società più sostenibile con un programma di azioni nel rispetto degli obiettivi dell' "Agenda 2030" per lo sviluppo sostenibile.

Nello svolgimento delle proprie attività la società si adopererà per operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità e territorio, ambiente, enti ed associazioni ed altri portatori di interessi:

La società pone particolare enfasi sul contribuire alla possibilità delle persone che la compongono di soddisfare i propri bisogni umani fondamentali (sussistenza, riposo, comprensione, identità, partecipazione, affetto, creazione, libertà, protezione) come base per il raggiungimento della felicità, e ricerca soluzioni che tendano verso la possibilità di soddisfare i bisogni umani fondamentali delle persone che siano impattate dalle attività in cui è coinvolta.

IL 2020 E LA PANDEMIA

“Chi è fedele nel poco è fedele nel molto”.

Recita così un passo del Vangelo che ci ricorda che nella vita ci saranno momenti felici e momenti duri, ma ciò che conta è avere sempre l'attitudine a dare il meglio di ciò che si può dare. E quando si dà il massimo nei tempi difficili, si potrà ottenere ancora di più in quelli propizi.

GreenGo nasce ufficialmente nel maggio 2020, in una delle prime settimane in cui le limitazioni COVID permettevano di trovarsi in presenza per motivi lavorativi.

Sapevamo che sarebbe stato complesso iniziare un'avventura imprenditoriale in una fase di contrazione economica, di sfiducia generalizzata, di difficoltà sociali e psicologiche, di complessità legata alla limitazione dei momenti di incontro.

Ma eravamo consapevoli allo stesso che un tempo nuovo sarebbe stata l'occasione più adatta per proporre idee innovative, soprattutto nel campo della sostenibilità.

Qualcuno poteva pensare che la sostenibilità e le tematiche connesse al cambiamento climatico potessero passare in secondo piano con la crisi COVID, ma due elementi ci hanno rincuorato dimostrando che così non è stato, anzi.

Parliamo di due notizie afferenti al mondo finanziario, non proprio un campo riconosciuto per l'ingenuità o il romanticismo, che hanno individuato nella pandemia un punto di non ritorno per il mondo ESG.

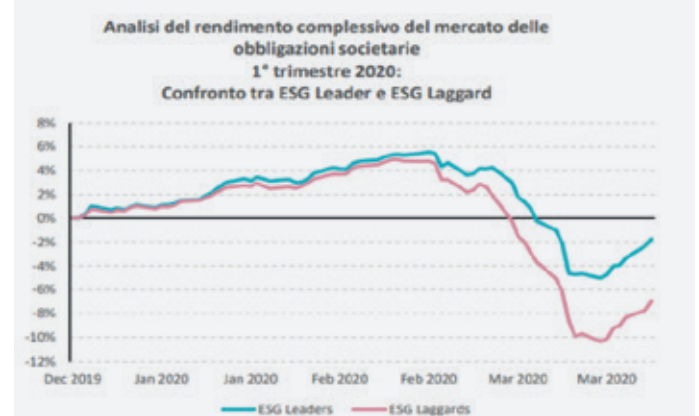
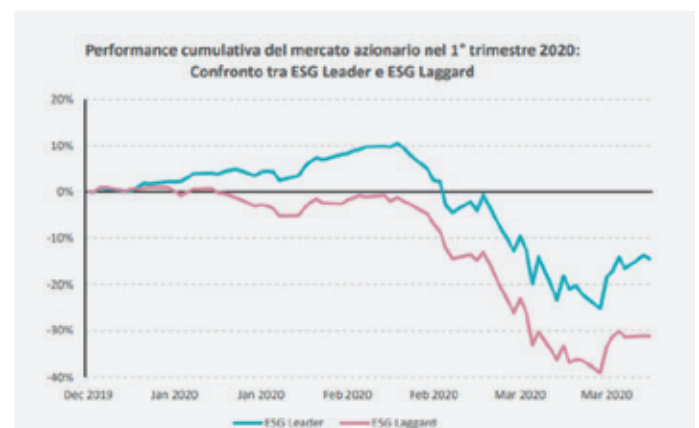
La prima riguarda il valore finanziario dei titoli ESG, che a partire da febbraio 2020 hanno avuto un incremento di valore inequivocabile rispetto agli ESG laggard.

La seconda è compresa nella lettera mandata dal CEO di BlackRock Larry Fink agli amministratori delegati delle aziende finanziate dalla più grande società d'investimento del mondo, in cui lo stesso annuncia che per continuare ad avere legami con BlackRock le aziende dovranno essere trasparenti sulle tematiche di sostenibilità ambientale e sulle condizioni di lavoro dei dipendenti, con particolare attenzione a non commettere discriminazioni. Insomma, il rischio climatico è anche rischio finanziario.

Se da una parte dunque siamo sicuri che i servizi che offriamo troveranno sempre più spazio sul mercato, allo stesso tempo vogliamo che la nostra impostazione organizzativa interna prenda quanto di positivo possa averci indicato il COVID trasformandone gli aspetti innovativi in qualcosa di stabile.

Formazione per i collaboratori e il personale, possibilità di organizzare le giornate senza spostamenti inutili e in maniera funzionale, lavoro per obiettivi, momenti di incontro ed elaborazione con le modalità del design thinking.

Insomma, iniziare un'avventura durante una pandemia può sembrare prendere una strada in salita, ma chi ama la montagna sa che dalla vetta si scorgono i panorami più belli.



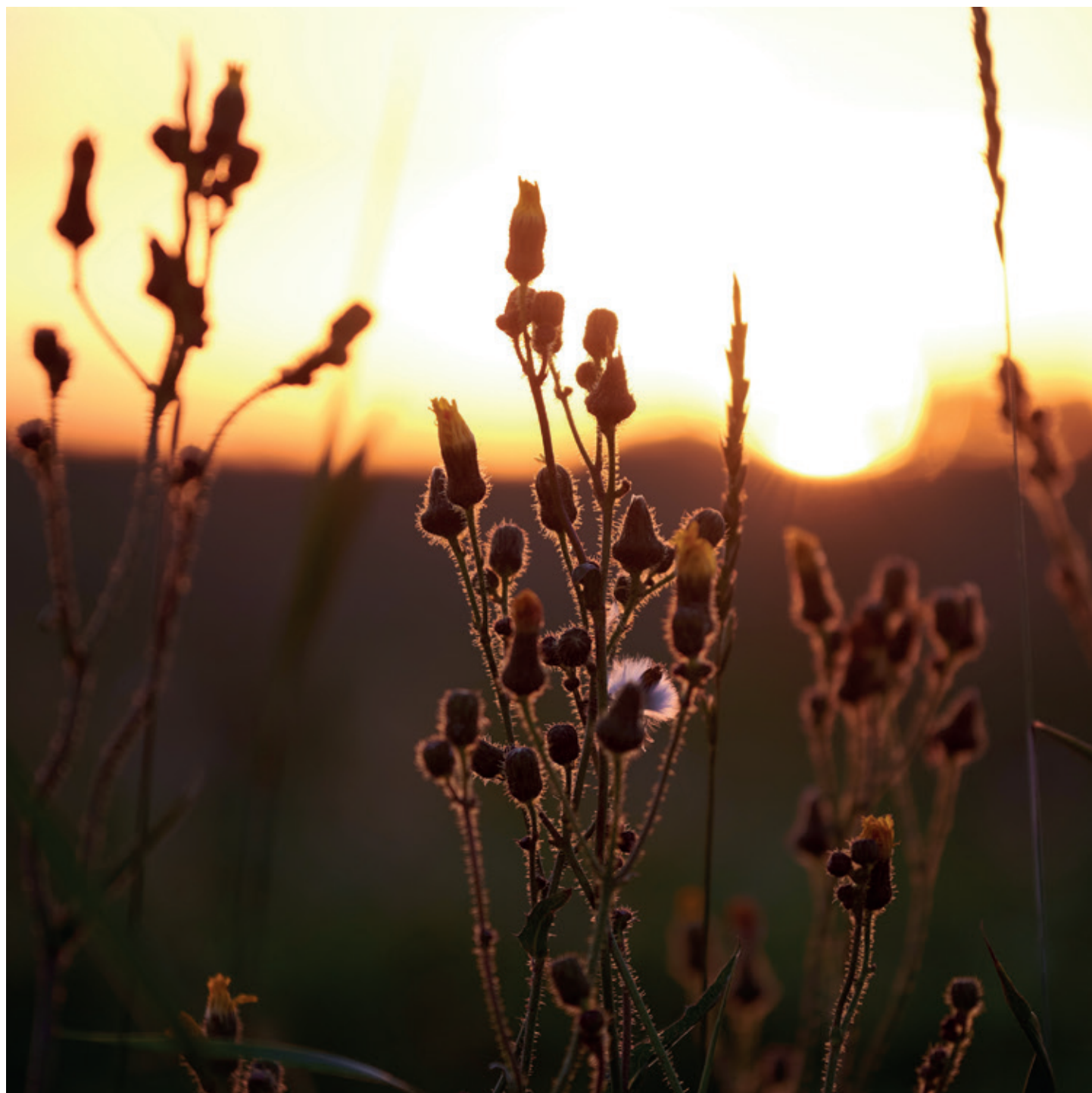
La finanza sostenibile alla prova della crisi generata dal COVID-19 - I rendimenti

Fonte: AXA IM 2020

FINALITÀ SPECIFICHE DI BENE COMUNE*

LE NOSTRE SFIDE:

- > GENDER GAP
- > AUMENTARE LA CULTURA DELLA SOSTENIBILITA'
- > PARTNERSHIP FOR THE GOALS



GENDER GAP

SFIDA 1

Pari opportunità, davvero.



Storia d'impatto

Perché parlare di Gender Gap? Perché crediamo che su questo tema non vada fatta retorica, ma vadano guardati i fatti. È vero che quando una persona vale, deve essere premiata indipendentemente dal suo genere o da altri fattori, ma non possiamo girarci dall'altra parte rispetto alla fragilità delle condizioni di pari opportunità su cui, anche nel nostro Paese, il COVID ha aperto interrogativi inquietanti. Già nel 2020, come denunciato da molti osservatori e molte associazioni di categoria, l'occupazione femminile ha subito una battuta d'arresto, ancora prima dello sblocco dei licenziamenti. Perché? Perché spesso il carico del welfare familiare, dove lo Stato non arriva, ricade proprio sulle donne. E molte donne hanno scelto autonomamente di interrompere il proprio percorso lavorativo, quando questo fosse economicamente possibile, per equilibri familiari di varia natura. Questo tema è un tema sociale e

vogliamo che emerga anche nella sua componente ambientale. C'è infatti una dimensione "di genere" nella lotta al cambiamento climatico. I Paesi in cui è presente una maggiore componente femminile in parlamento sono quelli che propongono le politiche più serve in tema di lotta al cambiamento climatico e in cui si assiste ad un consumo più consapevole e responsabile. GreenGo nasce come società con un 60% di capitale detenuto da soci di genere femminile e con un amministratore unico donna. Il nostro obiettivo è continuare così e impostare la stessa politica anche nella scelta dei collaboratori. Il che non significa premiare una categoria, ma fare in modo che nessuna donna debba dire "NO" ad un lavoro perché le condizioni di lavoro non lo permettono. Inoltre vogliamo creare un ambiente di lavoro in cui si faccia cultura sul Gender Gap e in cui le figure senior siano da esempio per i più giovani.

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Avere una partecipazione al capitale sociale almeno paritetica.	100%	Il 60% del capitale sociale è rappresentato da soci di genere femminile.
Avere una rappresentanza almeno paritetica nelle figure dirigenziali.	100%	Non essendo previsto un consiglio d'amministrazione esiste solo l'amministratore unico ed è donna.
Creazione di una cultura delle pari opportunità in azienda attraverso la creazione di seminari e momenti di elaborazione interna; contratti di lavoro creati attraverso il dialogo con il collaboratore, benefit capaci di arginare gli ostacoli alla piena conciliazione famiglia-lavoro; creazione di un pensiero forte che leghi sostenibilità sociale, sostenibilità ambientale, rimozione del gender-gap e cambiamento climatico	50%	L'obiettivo per potersi sviluppare ha bisogno di una platea più ampia di collaboratori che avviino percorsi stabili in azienda. Sono stati organizzati webinar, seminari e ricerche per promuovere la correlazione tra gender-gap e cambiamento climatico ma queste tematiche, che vogliono diventare di cultura aziendale, devono essere maggiormente sedimentate per diventare elemento caratterizzante dell'azienda.

KPI 2020

- Partecipazione persone di genere femminile al Capitale Sociale: **60%**
- Partecipazione persone di genere femminile ai ruoli Dirigenziali: **100%**

- Contenuti di approfondimento sul Gender Gap (articoli, ricerche, webinar, momenti di formazione interna): **6**
- Ore medie annuali dedicate dal personale di GreenGo alle tematiche sul Gender Gap: **20**

AUMENTARE LA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ

SFIDA 2

Parlare di sostenibilità, in maniera sostenibile, praticandola.



Storia d'impatto

Perché parlare di Sostenibilità e impegnarsi per diffondere una cultura della Sostenibilità? Perché la Sostenibilità non è un concetto facilmente sedimentato nel nostro immaginario collettivo e dobbiamo renderci conto che non è un tema immediato. Aumentare la cultura della sostenibilità per GreenGo significa organizzare momenti di incontro e approfondimento interni, aperti all'esterno dunque divulgativi o impegnarsi a partecipare come relatori in forma benefit ad incontri dall'alto valore simbolico come quelli organizzati dalle scuole. Abbiamo inoltre voluto che alle parole seguissero i fatti fornendo a tutti i collaboratori e ai clienti una bottle che ad ogni riempimento permette di risparmiare 80g di CO2. La diffusione di contenuti sulla sostenibilità si è organizzata per il 2020 sul blog aziendale e sulla pagina LinkedIn, dove sono stati postati una ventina

di contributi che hanno raggiunto circa trentamila persone. Un piccolo passo, che vogliamo si evolva nella creazione di una testata online registrata nel 2021. I nostri collaboratori senior hanno poi partecipato gratuitamente in qualità di testimonial, esperti o portatori di case history a circa quaranta ore di webinar/ conferenze. Possiamo in tal senso citare la partecipazione a momenti di alto valore quali il Web Marketing Festival o il corso di Marketing e Comunicazione Sociale della Facoltà di Psicologia dell'Università di Padova. Un nostro collaboratore senior è stato inoltre promotore del primo Countdown congiunto tra le città di Treviso, Padova e Cortina. Countdown è un evento mondiale che ha l'obiettivo di sensibilizzare su azioni pratiche che aiutino a contenere le emissioni e impedire di sfiorare i parametri sul clima indicati dagli Accordi di Parigi.

OBIETTIVO	STATO	NOTE
<i>Pubblicazione di notizie e contenuti sulla sostenibilità fruibili al pubblico.</i>	50%	<i>Vogliamo arrivare a creare una vera e propria testata giornalistica nel 2021.</i>
<i>Partecipazione di collaboratori in qualità di relatori a conferenze o momenti di formazione senza essere retribuiti.</i>	90%	<i>È stato impegnato un monte ore importante dei collaboratori nelle università, nelle scuole o a festival qualificati. Il tutto si è svolto principalmente online dato il periodo storico.</i>
<i>Creazione di una cultura della sostenibilità interna o di prossimità.</i>	50%	<i>Abbiamo predisposto come gadget per collaboratori e clienti le bottles che permettono di risparmiare 80g di CO2 ad ogni riempimento. L'obiettivo è di creare anche una newsletter per informare in maniera sistematica personale interno e clienti sulle novità interessanti nel campo della sostenibilità elemento caratterizzante dell'azienda.</i>

KPI 2020

- Persone raggiunte con contenuti da noi prodotti: **30.000**
- Persone a cui è stata regalata una Bottle: **100**

- Ore medie annuali dedicate gratuitamente dal personale di GreenGo per eventi formativi sulla sostenibilità in qualità di relatori o organizzatori: **25**

PARTNERSHIP FOR THE GOALS

SFIDA 3

Se vuoi andare veloce vai da solo, se vuoi andare lontano vai in compagnia.

Storia d'impatto

GreenGo è aperta fortemente alla possibilità di creare partnership vere e trasparenti per offrire servizi più completi. Questo modo di lavorare ci ha permesso di poter parlare di sostenibilità nel campo delle risorse umane, della formazione, della contabilità e della consulenza del lavoro. La sostenibilità è relazione. Abbiamo deciso, anche per la storia personale e la forma mentis di alcuni soci, di rendere nostro l'SDGs 17 dell'Agenda ONU 2030: Partnership for the Goals. Questo ci ha portato tra le varie cose a mettere a disposizione le nostre competenze per la città in cui abbiamo la sede coordinando un progetto totalmente Benefit.



Abbiamo raccolto tutte le istanze degli assessorati della Giunta Comunale e degli stakeholder della città di Padova per consegnare un progetto di riqualificazione urbana sostenibile denominato "Anello di Giotto". Con questo progetto abbiamo proposto la pedonalizzazione di una delle più importanti vie della città, via del Santo, lanciando suggestioni di varia natura, dalla raccolta dei rifiuti all'arredo urbano. Il progetto è stato consegnato al sindaco della città di Padova Sergio Giordani per farlo rientrare tra i progetti di interesse prioritario per l'amministrazione.

OBIETTIVO	STATO	NOTE
Creazione di partnership consolidate con altre aziende.	60%	Siamo appena partiti.
Consegna al Sindaco della Città di Padova di un Progetto di Riqualificazione Urbana Sostenibile Denominato "Anello di Giotto".	100%	Dopo aver ascoltato tutti gli assessori e i principali Stakeholder sono state unite e rese coerenti tutte le suggestioni che possono portare alla pedonalizzazione e alla riqualificazione dei luoghi che custodiscono le opere di Giotto nella città in cui abbiamo la sede.

KPI 2020

- Aziende con cui abbiamo stretto una partnership: **5**
- Ore dedicate al Progetto Benefit "Anello di Giotto" da parte di GreenGo: **300**

UN PROGETTO PER UNA CITTÀ

Cerchio di GIOTTO

Progetto presentato ufficialmente al Comune di Padova. Questo progetto è stato fortemente sostenuto da tutta la giunta e dai principali stakeholder cittadini. L'elaborato finale raccoglie in maniera coordinata decine di idee già in cantiere ma scollegate aggiungendone altre che guardano con particolare interesse ad un rilancio urbanistico, turistico e commerciale in chiave green. Il Sindaco l'ha recepito e ha annunciato di volerlo realizzare, cercando da subito il sostegno della più importante Fondazione presente in città.

Riqualficazione urbana innovativa

Questo progetto vuole dare vita ad una riqualficazione urbana innovativa e sostenibile partendo dalla creazione di un percorso ad anello nel cuore di Padova che valorizzi il patrimonio turistico-culturale, inserisca elementi di arredo urbano di pregio e dia nuova linfa all'attività economica. Per farlo è necessario investire sull'asse Via Porciglia - Via del Santo.

GreenGo
CONSULTING





Perché il Cerchio di Giotto?

Da tempo nella città di Padova si parla di un rilancio dell'area che collega la **Basilica del Santo** con la **Cappella degli Scrovegni**. Allargando questo ragionamento alla direttrice che unisce **via Roma** con **Prato della Valle** e coinvolgendo **via Altinate** e **via San Francesco** è possibile immaginare la creazione di un percorso ad anello che metta a sistema il cuore di Padova valorizzandolo sotto molteplici aspetti: quest'area potrebbe idealmente essere chiamata "**Cerchio di Giotto**" per richiamare da una parte l'unitarietà e la completezza del percorso, dall'altra per evidenziarne in maniera immediata il grandissimo valore storico-culturale del capoluogo euganeo mediante l'associazione alle opere di Giotto.

Sia l'amministrazione comunale che alcuni "stakeholder" hanno lanciato la proposta di creare il cosiddetto "**Listòn due**", a partire da un documento elaborato nel 2011 da Confcommercio Imprese per l'Italia Ascom Padova nel 2011 denominato "Riqualificazione urbana e rivitalizzazione economica del sistema Via Porciglia – Prato della Valle". Partendo dagli interventi di natura ordinaria e straordinaria già programmati sull'area, anche alla luce dell'impatto che il COVID avrà sulla nostra economia e sugli stili di vita, proponiamo di immaginare una progettualità ampia, moderna e sostenibile.



La sistemazione di **via Zabarella** e **Via San Francesco**, una nuova progettualità legata alla gestione dei rifiuti nelle aree significative per il percorso, la nuova accessibilità da Parco Tito Livio, sono progettualità con diverso grado di realizzazione che devono inserirsi in una visione complessiva più ampia capace di intercettare anche la pianificazione turistico-culturale e quella economico-commerciale.



L'obiettivo di questa proposta è quello di promuovere un rilancio armonico del centro storico nel quale le attrazioni principali di Padova siano collegate non solo a livello di servizi ma anche da un arredo urbano innovativo e da una capacità complessiva di comunicarsi come sistema che unisca tradizione e innovazione guardando al futuro. Oltre al tema del rilancio progettuale complessivo

abbiamo colto l'importanza di garantire il coordinamento tra la giunta ed altri soggetti chiamati a collaborare: molte delle progettualità già discusse e su cui esiste una convergenza sembrano arenarsi e rimanere nel cassetto non per mancanza di volontà, ma per la fatica di mettere a sistema le numerose sollecitazioni che pervengono.

GreenGo
CONSULTING

Prendiamo l'esempio dell'installazione delle isole ecologiche interrate in Prato della Valle. L'azienda di servizi ha già acquistato i cassonetti ma il Comune sta aspettando il via libera definitivo da parte della Soprintendenza e non c'è ancora una posizione univoca sul piano economico che potrebbe portare a questa soluzione. Dal punto di vista turistico e culturale invece la necessità di un coordinamento che coinvolga l'amministrazione, chi fornisce e gestisce i servizi, la cittadinanza, gli operatori economici ed altre realtà pubbliche o private interessate è fondamentale per unire le opportunità derivanti dagli investimenti privati con il rafforzamento dei percorsi turistici esistenti, a partire da quelli di Padova - Urbs Picta. La possibilità di entrare nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'Unesco garantisce uno slancio prestigioso in termini di capacità di attrazione della città e delle aree prese in considerazione da questo progetto, in particolare lungo l'asse via del Santo - Piazza Eremitani.



GreenGo
CONSULTING



Stiamo parlando dei luoghi maggiormente valorizzati dalla presenza dei siti che danno anima alla candidatura del capoluogo euganeo. L'assessorato alla Cultura e al Turismo ha già predisposto un sito di destinazione, un progetto per il rifacimento della cartellonistica che suggeriamo di integrare con questo nuovo percorso e ha deliberato la realizzazione di un'app innovativa che potrebbe tenere conto di tutti gli elementi qui indicati.

GreenGo
CONSULTING

Il Cerchio di Giotto potrebbe integrare e rinominare uno degli attuali percorsi previsti dall'assessorato o potrebbe essere un percorso nuovo e indipendente. L'impatto più rilevante su cui lavorare deve essere quello legato alla sostenibilità: sostenibilità ambientale, economica e sociale. Sostenibilità ambientale perché tutte le grandi città si stanno ponendo come obiettivo una maggiore attenzione sul tema delle emissioni, dell'inquinamento e della qualità dell'aria attraverso politiche concrete. Sostenibilità economica perché il COVID sarà un acceleratore di processi: come si svilupperà il commercio tradizionale, già minacciato dalla grande distribuzione e ora insidiato dall'e-commerce? Che impatto avranno lo smart-working e la formazione universitaria a distanza su una città come Padova dove l'università e servizi hanno un peso economico importantissimo? Sostenibilità sociale perché una città per vivere ha bisogno di essere attrattiva e inclusiva; deve essere in grado di generare opportunità e spesso le opportunità vengono dalla forza con cui si creano occasioni di aggregazione; deve capovolgere il paradigma verticale cittadino - istituzione creando partecipazione attiva della cittadinanza nella soluzione dei processi complessi.

Passo per passo, realizzare il progetto con determinazione

L'insieme delle proposte riassunte deriva dal coinvolgimento della Giunta comunale di Padova, che ringraziamo per la grande disponibilità, da un confronto con alcuni stakeholder e dallo studio delle cosiddette best practice portate avanti dalle città europee più innovative.

Quelle presentate sono solo alcune suggestioni rispetto alle molte proposte che possono insistere sull'area, ma vogliono dimostrare che un tempo come quello che stiamo attraversando può dare la spinta giusta verso un nuovo modo di vivere le città e renderle attrattive. Per proseguire è fondamentale ricapitolare cosa sia già in programma, quali possano essere obiettivi raggiungibili nel medio lungo periodo e quale sia il percorso per arrivare a questi obiettivi.

GreenGo
CONSULTING





Investimenti già previsti dall'amministrazione sull'area

- **Rifacimento della Cartellonistica** (progettazione, oneri e lavori): euro 240.000 a carico dell'amministrazione.
- **Rifacimento delle Pavimentazioni in via Zabarella e via San Francesco** (oneri e lavori): euro 475.000 a carico dell'amministrazione.

Nuove progettualità proposte

- Aggiunta alla cartellonistica di un percorso denominato "Cerchio di Giotto".
- Segnaletica che inviti i turisti a proseguire da via del Santo verso via Zabarella anche mediante soluzioni innovative come illuminazione dal basso o invarianza cromatica.
- Integrazione della cartellonistica che non lo preveda di doppia lingua e ausilio per persone con disabilità.
- Illuminazione dei porticati di via del Santo uniforme, sostenibile e pubblica.
- Inserimento di arredo urbano di pregio e innovativo come le panchine City Trees nelle aree che si prestino.
- Incentivi per chi usa vernici e materiali sostenibili nei restauri.



- Potenziamento di strumenti IoT come la NFC per la fruizione turistica del percorso.
- Realizzazione se possibile delle isole ecologiche interrato o delle soluzioni più sostenibili nella gestione dei rifiuti in termini di impatto economico, ambientale e di tutela e valorizzazione del patrimonio storico-culturale.
- Pedonalizzazione di Via del Santo.

OBIETTIVI 2021

GreenGo è un'azienda nata formalmente a maggio 2020 e che ha iniziato a lavorare sui primi clienti nel secondo semestre dello stesso anno. Tutti gli obiettivi raggiunti, per quanto positivi, sono embrionali rispetto al percorso di crescita che hanno in mente i soci. Vogliamo che l'azienda sia coerente con i propri valori, in particolare per quanto riguarda il gender gap, la promozione dei giovani e la creazione di una cultura della sostenibilità aziendale e verso l'esterno.



OBIETTIVI:

GENDER GAP E GIOVANI: *Mantenere sempre almeno la parità di genere sia tra i ruoli apicali che tra i collaboratori. Valorizzare i giovani dando loro responsabilità e fiducia. Guardare con interesse alla possibilità di collaborare con figure potenzialmente danneggiate dalla crisi come persone over 50 di genere femminile.*

CULTURA DELLA SOSTENIBILITA': *Creazione di una testata giornalistica registrata chiamata GreenGo News. La testata si occuperà di energy, sostenibilità, cultura green, novità normative e racconto delle best practise pubbliche e aziendali legate alla sostenibilità.*

TRASFORMAZIONE DIGITALE: *Creazione o adozione di strumenti digitali per facilitare le aziende clienti a redigere il report di sostenibilità. L'utilizzo del digitale è funzionale alla riduzione dei costi aziendali sia in termini economici che di risorse umane impegnate, portando inoltre le aziende a credere nella cultura del dato e della misurabilità delle proprie azioni.*

PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI: *Creazione di un servizio che aiuti le pubbliche amministrazioni a rendicontare le proprie politiche di sostenibilità.*

CREAZIONE CODICE ETICO: *Stesura del codice etico in linea con lo statuto della società.*

CREAZIONE CODICE AMBIENTALE: *Creazione di un codice ambientale per favorire il risparmio e il riciclo per i collaboratori quando lavorano a casa.*

Nota metodologica*

L'azienda ha utilizzato come standard di valutazione esterno il **B IMPACT SCORE**.

L'uso è stato tuttavia limitato da alcuni fattori, il cui principale è quello di aver cominciato a lavorare con i primi clienti e collaboratori solamente a ottobre 2020.

Sono emersi punteggi positivi sulla Governance (Proteggere la Missione 10/10), dove a pesare positivamente è il ruolo di persone di genere femminile nel capitale sociale e nell'organo amministrativo, e sulla Comunità (Diversità, equità, inclusione 16.8/21).

Il primo obiettivo nel 2021 in questi ambiti sarà quello di creare un Codice Etico che riprenda lo statuto della società.

Le aree di miglioramento sono l'Ambiente e i Clienti. La prima sconta l'assenza di una sede di proprietà che garantirebbe la possibilità di monitorare in maniera più puntuale i consumi.

In questo caso l'obiettivo è la creazione di un codice di condotta ambientale per il personale in smartworking.

Alla voce Clienti è limitato il monitoraggio relativo al Business Model d'Impatto, su cui pesano l'assenza di un fatturato degli anni precedenti, le dimensioni contenute dell'azienda e la ridotta finestra temporale per misurare gli impatti generati con i clienti.

GreenGo ha totalizzato **70,9 punti** e si pone l'obiettivo di superare il punteggio di 80.00 a partire dal prossimo Report d'Impatto.

**“Il miglior momento per piantare un albero era vent’anni fa.
Il secondo miglior momento è oggi”**



GreenGo

CONSULTING

GreenGo Società Benefit Srl

📍 Via Risorgimento, 8 35129 - Padova
📄 P.IVA/C.F. 05292000287
✉ segreteria@greengoconsulting.it
🌐 greengoconsulting.it