Impatto sociale - Nasce il GIIM, l’osservatorio di ricerca di Italiacamp e Luiss Guido Carli

Lanciate 2 call dedicate al tema dell’impatto e della sua valutazione

Milano, 26 novembre – Lanciato oggi il GIIM – Governance Innovations Impact Management – l'osservatorio di ricerca sull'impatto sociale, la sua governance e il suo management e l’innovazione nato dalla collaborazione fra Italiacamp, l’organizzazione che realizza e misura progetti di impatto, e l’Università Luiss Guido Carli. L’obiettivo dell’Osservatorio è quello di sviluppare un processo di ricerca, dialogo, scambio continuo tra il mondo accademico e quello aziendale e istituzionale, in grado di coniugare conoscenze acquisite ed esigenze di mercato. L’occasione è stata “Impact Measurement and Management” che ha portato sul palco del Milano Luiss Hub un confronto fra aziende, investitori e università su quanto necessario per generare un impatto positivo sulla società, e su come misurarlo - con una logica che vediamo applicata anche nello stesso PNRR. Al centro dei panel la necessità di superare il piano della sostenibilità per abbracciare in maniera più ampia quello dell’impatto sociale, e non solamente ambientale. “Pianificare, gestire, misurare e riportare l’impatto è la sfida di fronte alla quale si trovano le organizzazioni” ha detto **Cristiano Busco**, coordinatore scientifico del GIIM e Full Professor di Accounting, Reporting & Sustainability della Luiss Business School e dell’Università di Roehampton. “La legittimità – e soprattutto la “licenza di operare” – di ogni organizzazione dipende dalla sua capacità di creare valore per i suoi stakeholder, così come per la società in generale” ha aggiunto Busco che ha proseguito “ora siamo arrivati ​​al punto in cui gli investitori e i gestori patrimoniali di tutto il mondo riconoscono chiaramente che il modo in cui un'organizzazione gestisce le questioni ambientali, sociali e di governance (ESG) contribuisce alle sue prestazioni aziendali e finanziarie”.

“La sfida delGIIM è un cambio di paradigma: ogni persona e ogni organizzazione deve essere disposta a giocare la sua partita” ha detto **Elisabetta Scognamiglio,** alla guida del team Impact di Italiacamp e membro del GIIM. E proprio in questo senso vanno le due call per università e aziende che inaugurano le attività dell’osservatorio di ricerca. La prima volta alla raccolta di articoli su “Accounting e rendicontazione per l’impatto sociale e la creazione di valore aziendale” che saranno ospitati dalla prestigiosa rivista Accounting, Auditing and Accountability Journal eavranno lo scopo di analizzare il rapporto tra rendicontazione aziendale e valutazione di impatto sociale. Finestra per l’application dal 1° novembre al 31 dicembre 2022. La seconda call, invece, riguarda l’**handbook** “Una nuova prospettiva aziendale e degli investimenti” che sarà pubblicato da Routledge e raccoglierà una selezione di buone pratiche e storie di impatto di aziende. Queste le tappe per l’application: manifestazione di interesse entro il 31 gennaio 2022, bozza del primo capitolo 30 aprile 2022, invio del capitolo definitivo 15 luglio con data di pubblicazione nell’ottobre del 2022.

Centrale nella giornata di dibattito anche il tema dell’innovazione. Secondo **Antonio Solinas**, AD di Deloitte Financial Advisory: “Per le imprese in questa fase delicata di ripartenza diventa fondamentale avere una spiccata capacità di cambiare e innovare. Non solo spingere l’acceleratore per sostenere la crescita, ma anche indirizzare le strategie aziendali verso nuovi modelli operativi e nuovi business per sviluppare operazioni e dare così impulso al mercato”. **Francesco Checcacci**, Partner Deloitte Financial Advisory aggiunge: “Il lungo percorso che dovranno affrontare le aziende prevede una pianificazione strategica a lungo termine. Gli investitori dovranno essere in grado di sostenere le iniziative lungo questo arco temporale, perseguendo obiettivi non solo finanziari, ma anche e soprattutto di sostenibilità ambientale e sociale”. E su questo interviene anche **Alberto Mina**, Direttore delle relazioni istituzionali e internazionali, della comunicazione e del marketing di Arexpo che dice “l'innovazione non si fa da soli, per sua natura per essere competitiva ha bisogno di un network globale. Spesso non nasce a tavolino, ma per "caso" e bisogna essere bravi a capire e sfruttare quel “caso".

All’evento hanno partecipato Fabrizio Sammarco, Corporate Coordinator GIIM; CEO Italiacamp; Adjunct Professor Luiss Guido Carli; Cristiano Busco, Scientific Coordinator GIIM; Full Professor of Accounting, Reporting & Sustainability Luiss Business School and University of Roehampton; Jed Emerson, Managing Director Global Lead Impact Investing Tiedemann Advisors; Author of “Purpose of Capital”; R. Paul Herman, CEO & Founder HIP Investor; Editor of “Global Handbook of Impact Investing”; Antonio Solinas, CEO Deloitte Financial Advisory; Francesco Checcacci, Partner Deloitte Financial Advisory; Alberto Mina, Institutional and International Relations, Communication and Marketing Director Arexpo; Tjeerd Krumpelman, Global Head of Advisory, Reporting & Engagement ABN AMRO Bank; Alessandro Rizzello, Adjunct Professor of Social & Sustainable Finance University of Magna Graecia Catanzaro; Costanza Consolandi, GIIM Scientific Team, Associate Professor of Corporate Finance University of Siena; Herman Bril, CEO Asset Management Arabesque; Helen Chiappini, Tenure-track Assistant Professor of Banking and Finance G. D’Annunzio University; Alberto Matellán, Chief Economist MAPFRE; Maria Teresa Zappia, Deputy CEO, Chief Impact & Blended Finance Officer BlueOrchard. Ha moderato Elisabetta Pessano, Chief Communications Officer Italiacamp.

**Italiacamp** è una impact organization che coniuga profit e no profit per promuovere progetti a impatto sociale e sviluppare valutazioni d'impatto con numerosi partner, privati e pubblici. L’organizzazione nasce nel 2010 come associazione di giovani universitari, a cui nel 2012 si affianca Italiacamp srl, società che vede nel proprio capitale sociale Poste Italiane, Ferrovie dello Stato Italiane, Invitalia, TIM, Rcs Mediagroup, Unipol Gruppo e, come socio maggioritario, l’Associazione Italiacamp. Sin dalle origini, Italiacamp ha come obiettivo la generazione di nuovo valore sociale e lo scouting di innovazione per cittadini, territori e comunità, lavorando in partnership con aziende, istituzioni, università e terzo settore

\*\*\*

[italiacamp.com/it/](https://italiacamp.com/it/) | [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/italiacamp) | [Facebook](https://www.facebook.com/italiacamp/) | [Twitter](https://twitter.com/ItaliaCamp) | [Instagram](https://www.instagram.com/italiacamp/)

Elisabetta Pessano | Chief Communications Officer

[e.pessano@italiacamp.com](mailto:e.pessano@italiacamp.com) – 3457126772

Elena Giacchino |Media Relations & Communications Senior Advisor

[elenagiacchino1@gmail.com](mailto:elenagiacchino1@gmail.com) - –3402682776

Florentina Ricciarelli | Media Relations Advisor

[florentina.ricciarelli@gmail.com](mailto:florentina.ricciarelli@gmail.com) – 3292348154

[ufficiostampa@italiacamp.com](mailto:ufficiostampa@italiacamp.com)