

Pellerucci, politica industriale punta su responsabilità sociale d'impresa

Pagine Sì! SpA

08 gennaio 2018 17:12



Secondo il rapporto Eco-Media l'11% delle notizie è dedicato al green, e spesso con accezioni negative: ovvero disastri naturali o condizioni meteorologiche. Una fotografia che va modificata, con il contributo di leader politici, di giornalisti e di imprenditori che investono sulla responsabilità sociale e sulla sostenibilità.

[Scopri di più sul Corriere dell'Economia](#)

Imprese, Professionisti, Manager, Enti e Istituzioni del tuo territorio

Pellerucci, La politica industriale italiana punta sulla responsabilità sociale d'impresa

Secondo il rapporto Eco-Media l'11% delle notizie è dedicato al green, e spesso con accezioni negative: ovvero disastri naturali o condizioni meteorologiche. Una fotografia che va modificata, con il contributo di leader politici, di giornalisti e di imprenditori che investono sulla responsabilità sociale e sulla sostenibilità.

08/01/2018

[CONDIVIDI](#) [TWEET](#) [GOOGLE PLUS](#)



“Non più (o non solo) argomento da convegno, ma punto centrale della politica industriale italiana”. Parla così della responsabilità sociale d'impresa Sauro Pellerucci, Presidente di PagineSi! Spa e membro del Gruppo RSI Confindustria sotto la guida di Rossana Revello. Intervenendo al IV° Forum Nazionale “Ambiente e sviluppo sostenibile tra informazione, economia e politica”, Pellerucci pone l'accento sul ruolo delle aziende nel processo di evoluzione della sostenibilità ambientale, sottolineando l'impegno della stessa confederazione industriale verso il perseguimento di tale obiettivo. La

responsabilità sociale, che in economia riguarda le implicazioni di natura etica nella vita e nella visione strategica di un'impresa, intesa nella sua accezione più ampia è diventata infatti uno dei punti cardine della politiche industriali e della governance industriale di Confindustria. “Oggi alle aziende si chiede di non impattare sull'ambiente” intendendo per ambiente l'elemento circolare e circolante che ruota intorno all'azienda. Dai dipendenti, ai fornitori, ai clienti per finire con l'intera società circostante. “Assumere comportamenti responsabili nei riguardi della società e della comunità circostante rappresenta – aggiunge Pellerucci – per le imprese, al di là della loro dimensione, uno strumento necessario per incidere sulla competitività e creare una nuova modalità di fare impresa”. Un tema che nel tempo ha subito evoluzioni significative di pari passo al concetto di sostenibilità che, specifica Pellerucci “non va intesa più solo sostenibilità ecologica”. Anche chi fa informazione deve tenerne conto. Secondo il rapporto Eco-Media di Pentapolis Onlus e Osservatorio di Pavia presentato al Forum, nei primi 6 mesi del 2017 solo l'11% delle notizie dei Prime Time dei sette principali TG italiani è stato dedicato al green, e spesso con accezioni negative: ovvero disastri naturali o condizioni meteorologiche. Una fotografia che va modificata, con il contributo di leader politici, di giornalisti e di imprenditori. Le best practice imprenditoriali possono essere utili a stimolare i giornalisti verso un'informazione positiva delle tematiche ambientali della quale c'è necessità. “L'ambiente – conclude il presidente della digital company – sarà il cuore e il centro della società, sia nel bene che nel male. Sarà la notizia del domani”.

A&E > Press Release

Rapporto Eco-Media: solo l'11% delle notizie nei TG italiani è green

08 gennaio 2018 17:37



Pentapolis Onlus, in collaborazione con l'Osservatorio di Pavia, ha presentato i risultati del rapporto nell'ambito del IV Forum su ambiente e sviluppo sostenibile. Conferito per l'occasione anche il Premio "Giornalisti per la Sostenibilità".

CdE Corriere dell'Economia

Imprese, Professionisti, Manager, Enti e Istituzioni del tuo territorio

Rapporto Eco-Media: solo l'11% delle notizie nei TG italiani è green

Pentapolis Onlus, in collaborazione con l'Osservatorio di Pavia, ha presentato i risultati del rapporto nell'ambito del IV Forum su ambiente e sviluppo sostenibile. Conferito per l'occasione anche il Premio "Giornalisti per la Sostenibilità".

08/01/2018

[CONDIVIDI](#) [TWEET](#) [GOOGLE PLUS](#)



24.673 sono state le notizie presentate nei primi sei mesi del 2017 nelle edizioni Prime Time dei sette principali TG italiani (Rai1, Ra2, Rai3, Rete4, Canale5, Italia1, La7). Lo spazio dedicato all'ambiente è pari all'11%. E si concentra su Cronaca di disastri naturali (46%, ad esempio le scosse di terremoto registrate nell'Italia centrale e ai grandi eventi atmosferici come la valanga che ha travolto l'hotel di Rigopiano) e, a seguire, Condizioni meteorologiche (26%). E' la sintesi dei dati contenuti nel IV Rapporto Eco-Media di Pentapolis Onlus e Osservatorio di Pavia, presentato a Roma presso la sede della Stampa Estera alla presenza, tra gli altri, di Massimiliano Pontillo, presidente Pentapolis Onlus, Andrea Caretta, Presidente Osservatorio di Pavia, Enrico Giovannini, Portavoce AsviS, Sauro Pellerucci, Presidente Pagine Si! Spa, Giovanni Butittam Relazioni esterne e progetti speciali Terna. Un parterre di relatori che hanno analizzato il tema dell'ambiente e della sostenibilità sotto vari aspetti. Ma con un punto di vista comune: l'ambiente non è (e non può essere) solo notizie negative. L'ambiente è la sostenibilità, che passa attraverso l'informazione, l'economia e la politica, nell'ambito della quale anche i giornalisti devono acquisirne consapevolezza e intercettare e raccontare i casi virtuosi italiani. Sensibilizzare l'informazione, come ha spiegato Pontillo: "stimolare la stampa italiana a un diverso approccio nei confronti delle tematiche ambientali, con una conseguente e auspicabile maggiore attenzione da parte del decisore pubblico". Per l'occasione è stato conferito anche il Premio Pentapolis per la Sostenibilità come riconoscimento ai giornalisti che si sono distinti per l'attenta e puntuale divulgazione del green e che portano le firme di Elisabetta Biraghi (TG5), Matteo Campofiorito (GreenStyle), Enza Emira Festa (TG3), Jacopo Giliberto (Il Sole 24 Ore), Maurizio Melis (Radio24), Giammarco Sicuro (TG2).