



Immacolata Caputo

Career Service Università Ca' Foscari Venezia

conversa con

Barbara Casartelli

Positive Impact Leader di Leroy Merlin Italia

Sviluppare una cultura della sostenibilità in azienda: l'esempio di Leroy Merlin

Ci racconti brevemente le tappe più significative del tuo percorso professionale?

Nasco ingegnere per l'ambiente e il territorio. Dopo la laurea al Politecnico di Milano, entro in EY poiché stavano creando un gruppo specifico sui temi della sostenibilità e i cambiamenti climatici. All'inizio il lavoro era focalizzato principalmente sulla redazione e la revisione di report per le aziende, ma poi con gli anni c'è stata un'evoluzione del concetto e dell'importanza strategica della sostenibilità, con la continua richiesta di ideazione di piani di sostenibilità e di decarbonizzazione.

La consulenza è bellissima, ti dà modo di vedere tanti settori diversi, girare l'Italia e il mondo, conoscere tante persone e venire a contatto con le realtà più disparate. Ma mi mancava qualcosa: volevo sapere com'era essere dall'altra parte, cosa voleva dire seguire un progetto dall'inizio alla fine. Quindi dopo 8 anni in consulenza decido di entrare in azienda. Mi unisco al team di sostenibilità di Snam, dove ho l'opportunità di lavorare con grandi professionisti del settore, diventando Head of Sustainability. Qualche mese fa la svolta. Leroy Merlin e Bricocenter mi contattano per offrirmi un ruolo speciale, quello di Positive Impact Leader delle due società. Ritengo che sia speciale perché il settore retail è pieno di sfide, dall'economia

circolare alla decarbonizzazione ai rapporti con le comunità. Ma anche perché abbiamo la possibilità di parlare, di coinvolgere e di guidare i consumatori verso scelte e abitudini sempre più sostenibili. Non potevo che accettare!

Da dove nasce il tuo interesse per la sostenibilità e la tutela dell'ambiente?

Fin da piccola mi ha affascinato il tema dei cambiamenti climatici e l'idea che ogni piccola azione può fare la differenza. Anche la più piccola azione, se fatta da tanti, contribuisce al cambiamento. Sono profondamente convinta che la chiave per un mondo migliore, per una società migliore, sia quella di integrare la sostenibilità nel business, coniugando quindi gli interessi economici con quelli per la società e il pianeta. La crescita che sfrutta in modo indiscriminato le risorse naturali e le persone non porta valore, mentre un business consapevole porta alla creazione di posti di lavoro e di conservazione dell'ambiente e della biodiversità.

In che cosa consiste nel dettaglio il tuo lavoro?

La funzione Impatto Positivo ha il compito di accelerare le buone pratiche di un'azienda sui temi ambientali, sociali e di governance. Più nel dettaglio, per quanto riguarda la parte ambientale, si parte dalla riduzione degli impatti

climatici dell'azienda, al tema dell'economia circolare, lavorando per ridurre gli sprechi, incentivare il second hand e il ricondizionamento dei prodotti. Se si pensa all'ambito sociale, i temi principali sono quelli riguardanti il welfare dei dipendenti e la diversity e l'inclusione, cercando di sviluppare progetti che portino in luce l'unicità di ogni persona. Sviluppare progetti con e per le comunità è un altro dei filoni della funzione di sostenibilità, con l'obiettivo di generare lavoro e valore per il territorio. La funzione di sostenibilità non lavora mai da sola, ma deve creare sinergie e collaborazioni con tutte le altre funzioni dell'azienda.

Perché un'azienda dovrebbe investire sui temi della sostenibilità?

Che cosa vuol dire sostenibilità? Forse all'inizio era vista solo come il volontariato o come essere ambientalista, a seconda dei punti di vista. Ma la sostenibilità è qualcosa di più completo, che tiene conto della componente ambientale, sociale ed economica e che le coniuga in modo da portare benessere per la società e per l'azienda stessa. È quella cosa che garantisce che il mondo non vada verso il depauperamento. La sostenibilità è ad oggi il tema che permette alle aziende di svilupparsi e di essere resilienti nel lungo periodo in modo responsabile. Un'azienda che investe nella sostenibilità si assicura

lo sviluppo del proprio business, minimizzando e gestendo i propri impatti ambientali (inquinamento, rifiuti, emissione di gas climalteranti, ecc.), con attenzione alle proprie persone (piani di welfare, programmi per le pari opportunità, formazione, ecc.) e portando valore alla comunità (progetti per il territorio, partnership locali, ecc.). Anche se è provato da numerosi studi che le aziende che investono nella sostenibilità sono più redditizie nel lungo periodo, ci si scontra spesso con la difficoltà che alcuni di questi benefici sono intangibili. Non sapete quante volte mi hanno detto «ok, basta che ci sia un ritorno economico!» È quindi importante cercare di trovare il modo sia di misurare i risultati dei diversi progetti che di creare cultura a livello aziendale, diffondendo la consapevolezza che non sempre il benessere, la resilienza e la crescita si misurano in euro. Le nuove normative europee stanno andando in questa direzione, ma ancora tanto si può e si deve fare. Inoltre, stiamo assistendo a una sempre crescente attenzione su questi temi da parte del cliente, che chiede e ricerca prodotti certificati, a basso o nullo impatto ambientale e derivanti da filiere che rispettino i diritti umani. La crisi energetica dell'ultimo periodo ha ancora di più accentuato questa richiesta, sempre maggiore, in particolare nell'ambito dell'efficientamento.

In che obiettivi si traducono le politiche di sostenibilità di Leroy Merlin Italia?

La mission del Gruppo Adeo, di cui Leroy Merlin fa parte, è «To make home a positive place to live», ovvero fare della casa un posto positivo – sostenibile – in cui vivere. Lo facciamo per i nostri clienti, anzi per gli abitanti in generale, cercando di guidarli verso abitudini sempre più sostenibili. E lo facciamo anche e soprattutto grazie alle nostre persone, 8.500 leader, e a una rete di partner

affidabili e consapevoli. Ci assicuriamo che le nostre attività siano svolte in modo sostenibile e con attenzione per l'ambiente, coltivando i rapporti con le comunità che cerchiamo di ingaggiare in modo da creare sempre più valore. Alcuni esempi del nostro impegno si traducono nel progetto Scelte Responsabili, che aiuta il cliente a scegliere prodotti 'positivi', oppure nel progetto FormidAbili, che porta ognuno a scoprire le proprie potenzialità. Inoltre, stiamo lavorando per offrire una sempre maggiore offerta nell'ambito dell'efficientamento energetico, che possano garantire al cliente sia un vantaggio ambientale che economico.

Qual è il ruolo che può avere l'azienda nello sviluppare una cultura della sostenibilità verso i consumatori e verso i propri dipendenti?

Le aziende giocano un ruolo cruciale nel diffondere la cultura e la conoscenza dei temi di sostenibilità, al proprio interno e al loro esterno, in quanto hanno l'opportunità di fare rete, creare sinergie e sfruttare i canali che già utilizzano per il business. Le aziende oggi hanno la responsabilità di formare e informare le proprie persone sui temi della sostenibilità, attraverso corsi e altre modalità alternative di coinvolgimento. Le organizzazioni inoltre sono in una posizione privilegiata per parlare e sensibilizzare il consumatore, attraverso la comunicazione attiva su questi temi e offrendo prodotti sostenibili.

Da questo punto di vista Leroy Merlin Italia ha sviluppato il progetto delle Scelte Responsabili, per parlare con il consumatore e guidarlo nell'acquisto di prodotti selezionati e accuratamente analizzati su sei pilastri: le materie prime, la composizione, il processo di produzione, i consumi energetici e idrici, il packaging e le certificazioni ecolabel e la garanzia e la riparabilità del prodotto.

Se dovessi ripercorrere il tuo percorso professionale, quali sono stati i momenti più esaltanti e quelli più difficili da affrontare?

I momenti più belli sono quelli legati alle persone. Quando si crea la giusta intesa con i propri colleghi e le persone del team – e quando questo si coniuga con il fatto di lavorare su un tema e per qualcosa in cui credo profondamente – si crea un equilibrio personale e professionale che si traduce in una forza ed energia inesauribili. Ricordo in particolare tutto il lavoro fatto per il piano di decarbonizzazione di Snam e tutto il tempo passato con i miei colleghi a pensare a come riuscire a comunicare meglio alle persone gli impegni e gli sforzi dell'azienda.

In tutta la mia vita professionale ho avuto la fortuna che tra tutti quei colleghi ho trovato dei punti di riferimento, dei mentor e degli amici. I più difficili sono legati invece alla continua difficoltà nel bilanciare il mio tempo libero con quello dedicato al lavoro. Il mio è un tema che mi appassiona moltissimo e per questo capita che me lo porti anche a casa, ma credo che sia comunque importante dividere i due momenti della vita. Talvolta tuttavia ci ricasco... insomma, ci sto ancora lavorando!

Nel mondo del lavoro di oggi, quali sono i percorsi di carriera possibili per chi si voglia occupare di sostenibilità?

Credo che iniziare in consulenza dia effettivamente l'opportunità di conoscere in poco tempo tanti settori e tante realtà diverse, dando la possibilità di crescere come professionista e come persona. Alle persone che vogliono lavorare sulla sostenibilità consiglio di rimanere sempre informati, frequentando corsi e magari entrando in uno dei tanti network di sostenibilità, che forniscono webinar e opportunità di scambio, non tralasciando mai la formazione e le competenze tecniche, necessarie per affrontare questo tema a tutto tondo.



Barbara Casartelli

Barbara Casartelli si è laureata con lode in Ingegneria per l'Ambiente e il Territorio presso il Politecnico di Milano. Dal 2012 al 2020 ha lavorato presso Ernst & Young, dove si è occupata di cambiamenti climatici, strategia e reporting sui temi della sostenibilità per aziende come Snam, Artsana, Fastweb e Saipem. Dal 2020 è entrata in Snam, dove ha ricoperto il ruolo di Direttore della Sostenibilità, definendo e coordinando la strategia sui cambiamenti climatici, la reportistica non-finanziaria, la definizione dei principali KPIs e altri temi inerenti alla sostenibilità a 360°.

Nel 2023 Barbara ha raggiunto i COLEAD di Leroy Merlin Italia e di Bricocenter per occuparsi di Impatto Positivo. Grazie ad un approccio industriale, strutturerà e consoliderà la reportistica con una forte attenzione all'impatto sui cambiamenti climatici, la gestione dei rifiuti, gli scarti da riciclo, il consumo responsabile, l'economia circolare, il lancio dei prodotti positivi, la gestione energetica, la costruzione efficiente di punti vendita, uffici e depositi, e anche rispetto ai trasporti. Guiderà anche la trasformazione culturale e la realizzazione del cambio e il raggiungimento degli indicatori API (Adeo Positive Index).

