

IGPDecaux al Salone della CSR 2025: sostenibilità, misurazione e cultura per generare valore condiviso

Milano, 10 ottobre 2025 – Si è conclusa la **13^a edizione** del **Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale**, l'appuntamento di riferimento in Italia per la sostenibilità e l'innovazione sociale, svoltosi **dall'8 al 10 ottobre** presso **l'Università Bocconi di Milano**.

Tra i protagonisti dell'edizione 2025, intitolata "**Creare futuri di valore**", **IGPDecaux**, leader in Italia per la comunicazione OOH e DOOH, si è riconfermata **Media Partner** dell'iniziativa, partecipando con due interventi che hanno affrontato temi chiave dedicati alla misurazione dell'impatto ambientale e alla valorizzazione culturale dei territori.

La misurazione come leva strategica della sostenibilità.

Giovedì 9 ottobre - **Sara Iovenci, Product Strategy & ESG Manager di IGPDecaux**, è intervenuta nel panel "**Misurare l'impatto, come fare?**", coordinato da Federico Mento, Co-Direttore di Ashoka Italia. L'incontro ha riunito aziende di diversi settori, esperti di sostenibilità e studiosi di temi sociali per parlare di come si può valutare e misurare l'impatto delle attività. Un argomento sempre più importante per le organizzazioni che scelgono la sostenibilità come parte centrale della loro strategia. Il dibattito si è concentrato sulle difficoltà nel definire indicatori comuni, nel bilanciare dati qualitativi e quantitativi e sull'importanza di essere trasparenti nel comunicare i risultati. Oggi, infatti, la rendicontazione ESG è diventata un elemento chiave per le imprese.

Nel suo intervento, **Sara Iovenci** ha raccontato l'esperienza di **IGPDecaux** nella definizione della propria strategia di sostenibilità e strategia climatica **al 2030 e al 2050**, (validati da *SBTi*). Un percorso virtuoso - che ha previsto anche la misurazione rigorosa degli impatti degli impianti - e ha portato risultati tangibili nei vari ambiti: riduzione degli impatti ambientali, valorizzazione delle persone, contributo positivo alle comunità in cui opera. Inoltre, per **Sara Iovenci**, il **Salone della CSR** ha rappresentato la cornice ideale per presentare **Footprint 360**, la piattaforma proprietaria che consente di misurare l'impronta ambientale, sociale ed economica delle campagne OOH e DOOH dei clienti. Basata su una robusta metodologia Life Cycle Assessment (LCA), **Footprint 360** offre ai clienti la garanzia di

un provider sostenibile come **IGPDecaux** e la certezza di un impatto misurato e rendicontabile.

*“La misurazione è prima di tutto un obbligo ma anche uno strumento di fiducia e di competitività.” ha dichiarato **Sara Iovenci** “Con Footprint 360 abbiamo tradotto il concetto di sostenibilità in dati tangibili, capaci di guidare scelte più consapevoli e trasparenti. L’OOH vive negli spazi urbani: per questo abbiamo il dovere di conoscerne l’impatto, ridurlo e trasformarlo in valore per le persone, le città e le imprese. Si tratta di un gesto di responsabilità verso il futuro del nostro settore, perché con Footprint 360 poniamo un benchmark: dimostriamo che l’OOH non è solo efficace, ma anche uno dei media più sostenibili.”*

Cultura e territorio: la sostenibilità come racconto collettivo.

*Venerdì 10 ottobre, **Sonia Rizzetto, Head of Communication di IGPDecaux**, ha partecipato al panel “**Sostenere la cultura per lo sviluppo dei territori**”, coordinato da Emanuela Taverna, Copy Strategist di Humans & Data.*

Il dibattito ha esplorato le modalità con cui imprese, istituzioni e realtà del Terzo Settore possono collaborare per promuovere la sostenibilità territoriale, favorendo la partecipazione civica e la diffusione di una cultura condivisa del rispetto e della rigenerazione.

Nel suo intervento, **Sonia Rizzetto** ha parlato dell’esperienza di “**Segnali d’Italia Bologna**”, la tappa più recente del progetto ideato da **IGPDecaux** per valorizzare le energie positive delle città italiane.

Il progetto, dopo le edizioni di **Parma, Napoli, Milano e Torino**, è approdato nel **capoluogo emiliano** per valorizzare le storie di persone, associazioni e realtà del Terzo Settore che operano per una città più inclusiva e sostenibile, attraverso iniziative di recupero, riuso e rigenerazione urbana.

L’iniziativa, realizzata con il supporto di CiAl – Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio, il patrocinio del Comune di Bologna e la media partnership de il Resto del Carlino, ha raccontato storie di associazioni, cooperative e cittadini che rigenerano spazi, oggetti e relazioni sociali, migliorando la vita nei quartieri.

Attraverso una campagna OOH pianificata su dinamica e arredo urbano, il progetto ha trasformato la comunicazione in uno strumento di narrazione civica, dando visibilità a modelli di sostenibilità concreta e replicabile.

Nel corso del 2025, **Segnali d’Italia Bologna** ha previsto due fasi principali: una prima, dedicata alla selezione e diffusione delle storie simbolo della città attraverso la rete



OOH e **DOOH** di **IGPDecaux**, e una seconda, avviata a luglio, con la pubblicazione di un bando rivolto alle organizzazioni del Terzo Settore impegnate in iniziative ad alto impatto sociale e ambientale. Una giuria di esperti, in collaborazione con CiAI, premierà tre progetti che riceveranno un contributo economico e una campagna di comunicazione dedicata, rafforzando così la loro capacità di agire sul territorio.

*“Segnali d'Italia è un progetto che intreccia comunicazione, cultura e territorio, nato per dare voce a chi ogni giorno lavora per costruire comunità più accoglienti e solidali”, ha dichiarato **Sonia Rizzetto**. “Attraverso i nostri network facciamo conoscere le storie che rendono vive le città. Grazie alla sua presenza capillare negli spazi urbani, l'OOH è uno strumento potente per raccontare il valore sociale dei territori, promuovere una cultura condivisa della sostenibilità e dare visibilità a progetti virtuosi. Comunicare in modo responsabile, per noi, significa creare legami autentici tra persone, imprese e città. Significa anche restituire: ascoltare i territori, amplificare le voci che li abitano e contribuire alla crescita collettiva.”*

Attraverso la partecipazione al **Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale**, **IGPDecaux** ha riaffermato la propria visione di impresa sostenibile che integra la dimensione ambientale, economica e sociale in ogni ambito di attività. Dalla misurazione scientifica dell'impatto delle campagne pubblicitarie alla promozione di progetti culturali e civici, l'azienda continua a investire in tool, conoscenza e partnership capaci di generare valore condiviso.

IGPDecaux

IGPDecaux è leader in Italia per la comunicazione esterna. Trasporti di Superficie, Aeroporti, Metropolitane, Arredo Urbano e Affissioni sono i media a cui applichiamo le nostre soluzioni di comunicazione Out of Home e Digital Out of Home avendo sempre cura che queste si integrino armoniosamente nel contesto urbano per rendere le città più accoglienti, piacevoli, confortevoli. L'obiettivo è realizzare comunicazioni sempre più personalizzate sulle esigenze dei clienti, utili ai cittadini, dal design piacevole e al contempo attente all'ambiente.

Contatti: Tel. 02 654651 - comunicazione@igpdecaux.it