



11 Settembre 2025

CBRE

CBRE e Prologis: la logistica come motore di cambiamento sociale a Piacenza

Preparato dal Team di ESG & Sustainability Solutions di
CBRE

TITOLO DEL PROGETTO:**Prologis Park di Piacenza: la logistica come motore di cambiamento sociale****1. Breve racconto mission dell'azienda:**

Prologis è leader globale nel settore immobiliare logistico. Prologis Park offre alle aziende molto più di semplici spazi di lavoro. Entrando a far parte di una comunità, le imprese possono accedere a una vasta gamma di servizi e infrastrutture.

L'obiettivo è quello di pensare al parco logistico sempre più come un luogo di socializzazione, dove è possibile trovare una serie di servizi che arricchiscono la giornata lavorativa: dal trasporto pubblico ai servizi, dalle attività per il tempo libero ad occasioni di socializzazione e incontro.

Questo è il cuore della filosofia PARKlife™, che mira a supportare le aziende e a rendere l'esperienza lavorativa positiva.

2. Obiettivi del Progetto: Descrizione degli obiettivi specifici del progetto.

Circa un migliaio di persone lavorano presso il Prologis Park di Piacenza che fa parte del Polo Le Mose. Prologis ha completato la costruzione di un impianto sportivo con relativi servizi, aree verdi e arte urbana nei suoi spazi. Questo Progetto pilota mira a potenziare le opportunità di addizionalità, che non si sarebbero verificate senza la leadership di Prologis, e di misurarne l'impatto. Per la metodologia CBRE ha impostato un approccio strategico, qualitativo e quantitativo, spiegato nel capitolo successivo (3).

Il progetto ha come obiettivi i seguenti:

1. Migliorare la qualità di vita per le persone che vi lavorano e che lo vivono quotidianamente
2. Generare un impatto sociale positivo sulla comunità circostante
3. Allinearsi agli obiettivi dell'Amministrazione locale, degli altri attori privati presenti nel Polo Le Mose e agli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU per lo sviluppo sostenibile (SDGs).

3. Strategie e Approcci: Dettagli sulle strategie utilizzate e sugli approcci adottati per raggiungere gli obiettivi.

La Strategia di Impatto Sociale e Community Engagement di CBRE si sviluppa sulle seguenti cinque fasi:

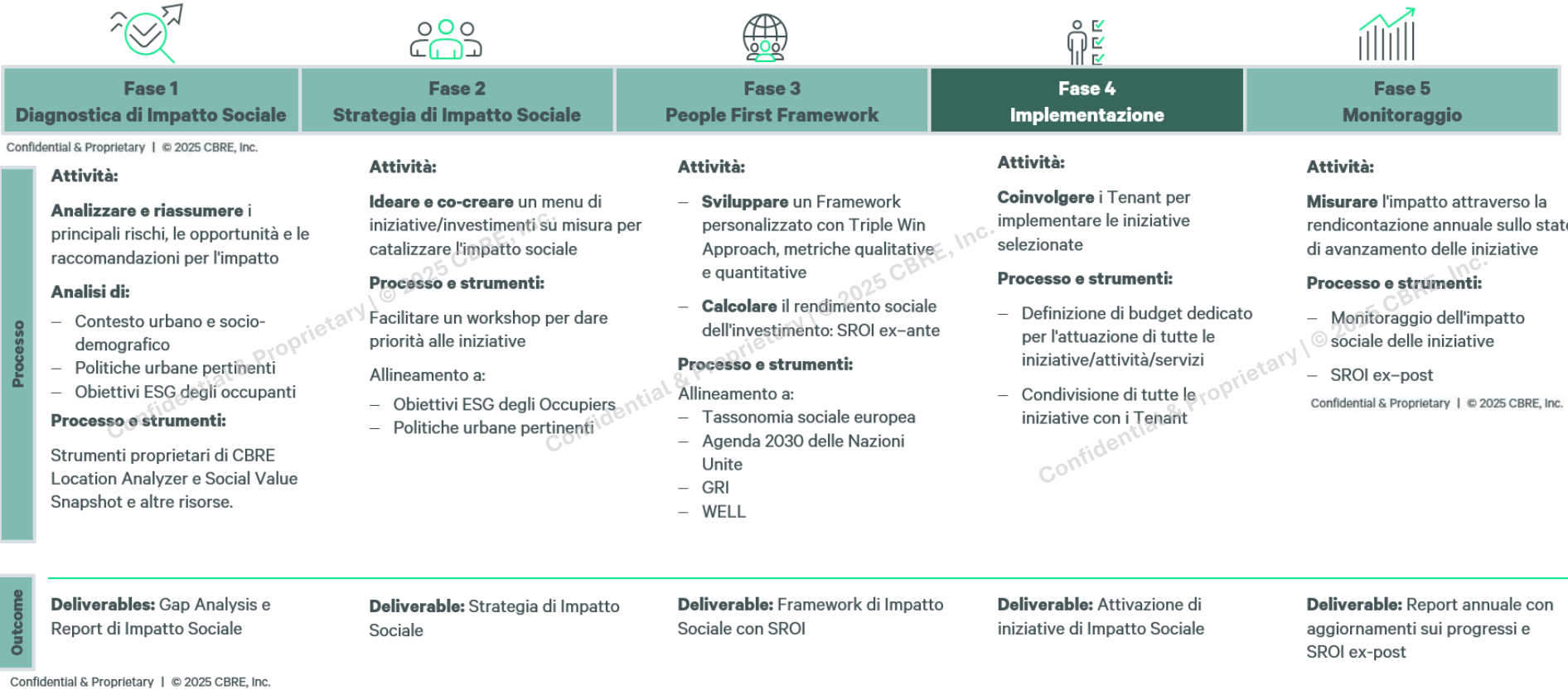


Fig. 1 – Processo CBRE: Strategia di Impatto Sociale e Community Engagement di CBRE

Le prime tre fasi hanno come obiettivo 1) l'identificazione dei rischi e delle opportunità per il Progetto, dopo aver compreso i bisogni e gli interessi della comunità, le priorità della Pubblica Amministrazione e dei Tenant, 2) la co-creazione di iniziative e investimenti per il Progetto e la definizione della Strategia di Impatto Sociale e 3) la messa a sistema del People First Framework di CBRE personalizzato con metriche qualitative e quantitative e allineato alle best practice del settore e alle normative vigenti.

La quarta fase è dedicata all'implementazione delle iniziative e degli investimenti identificati e co-creati

La quinta fase si concentra sul monitoraggio dell’impatto di iniziative e investimenti.








Il Progetto è attualmente nella Fase 4: Implementazione e sta producendo risultati concreti. Le iniziative attivate sono disponibili a questo [link](#).

In tutte le aree comuni dei locatari sono state installate **Bacheche Informative** per promuovere le attività della community e i servizi offerti dalle associazioni di volontariato locali. Tra i progetti attivati, **Pro Italian** propone corsi di lingua italiana per stranieri, in sinergia con una nuova biblioteca condivisa all’aperto, mentre **Pro Women** è dedicato alla sensibilizzazione contro la violenza di genere. **Pro Sport** promuove l’attività fisica attraverso appuntamenti sportivi mensili, tra cui il torneo di padel svolto ad inizio luglio presso lo Sports Center di Prologis, che ha rappresentato un primo momento di condivisione del progetto Community con tutti i lavoratori del polo. Il programma **Financial Literacy** offre corsi pratici per una gestione consapevole delle finanze personali, inclusa la lettura della busta paga. Con **Urban Art & Play**, l’arte urbana diventa strumento di valorizzazione dello spazio logistico, come dimostra l’inaugurazione del murales che personalizza una delle strutture Prologis. Infine, il progetto prevede anche laboratori su natura, sostenibilità e creatività, con l’obiettivo di rafforzare la consapevolezza ambientale e il legame con la biodiversità.

Le 10 iniziative sono state co-create per rispondere ai tre obiettivi di progetto e 1) migliorare la qualità di vita dei lavoratori 2) generare un impatto sociale positivo sulla comunità circostante (più dettagli nella sezione 5) e 3) allinearsi agli obiettivi dell’Amministrazione locale e degli altri attori privati presenti nel Polo (più dettagli nella sezione 5).

Le iniziative sono state anche allineate agli SDGs, come segue:







Iniziativa Proposte	Allineamento SDGs
1. Self Help Resources: Bachecca fisica e digitale con risorse e servizi utili	     
2. Pro-Italian: Corsi di lingua italiana per stranieri	
3. Car Pooling made easy: App di coordinazione per i lavoratori	 
4. Pro Women: Programmi per sensibilizzare sulla violenza di genere	   
5. Repair Café: Laboratorio del riparo, riuso e del riciclo	     
6. Pro-sport: programmi mensili con attività sportive e di auto-difesa	 
7. Oasi verdi: Tettoie verdi con nebulizzatore per rendere le aree break	 
8. StaySafe: Introduzione videocamere e illuminazione	 

Iniziativa Proposte	Allineamento SDGs
9. Urban Art & Play: Festival dell'arte urbana con street artist e skateboarding	   
10. Recycling made easy: Installazione di cestini per i rifiuti urbani	  

Tab. 1 – Allineamento fra iniziative proposte e SDGs

4. Implementazione: Descrizione delle fasi di implementazione del progetto, includendo tempistiche, risorse impiegate e metodologie adottate.

La timeline di Progetto a settembre 2025 riporta i percorsi e le attività già iniziate o in programma per i prossimi mesi, così da ruotare le iniziative durante l'anno e mantenere alto il livello di coinvolgimento dei beneficiari.

Azione	Sett. '24-gennaio '25	Marzo-aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Gennaio
Completamento Fasi 1, 2 e 3										
Gara per identificazione agenzia di comunicazione locale										
Riunioni dedicate con tutti i Tenant										
Posizionamento Bacheche Informative										
Inaugurazione opera d'arte campo da basket con torneo padel (Pro Sport) e presentazione del servizio community										
Lancio del sito dedicato al polo Piacenza dove la community si può iscrivere alle iniziative: Discover PARKLife™										
1. Open Day (18/9) corso di Italiano 2. Inizio corso di yoga: partenza 23/9, durata 4 lezioni, 1 a settimana										
Inizio corso di Italiano: partenza 1/10, durata 2 mesi, 1 lezione a settimana										
Inizio percorso di Pro Women										
Inizio percorso di Pro Finacial Literacy										

Tab. 2 – Calendario di Progetto e dell'attivazione delle Iniziative prioritzate

In questa fase sono mobilitati il Team di Community Engagement di CBRE per coordinare l'implementazione e un'agenzia di comunicazione locale per il supporto nell'attivazione delle iniziative, oltre che agli specialisti locali che erogano i servizi menzionati. La metodologia adottata è la seguente:

- a. Identificazione di realtà locali e invito ad una gara i.e. corsi di italiano
- b. Assegnazione della gara in base alle proposte ricevute e attivazione delle iniziative con partner locali
- c. Comunicazione delle iniziative tramite:
 - a. L'inserimento delle iniziative nel sito <https://www.discoverparklife.it/piacenza/eventi/>
 - b. La comunicazione ai Team HR dei Tenants di Prologis
 - c. L'inserimento di volantini e QR codes nelle Bacheche Informative
 - d. L'installazione di totem informativi agli ingressi di ogni padiglione
 - e. Volantinaggio.

5. Risultati e Impatti: Presentazione dei risultati ottenuti e degli impatti del progetto, con dati quantitativi e qualitativi.

Gli output della strategia di Impatto Sociale sono stati la definizione di un Framework personalizzato con metriche qualitative e quantitative per misurare l'impatto delle iniziative scelte, il calcolo del Ritorno Sociale sull'Investimento (SROI) e l'implementazione delle prime 10 iniziative di impatto sociale.

People First Framework

È stato definito un framework su misura per Prologis per misurare qualitativamente e quantitativamente le 10 iniziative di impatto sociale co-create e prioritzate. Il framework è allineato agli obiettivi di Prologis, quelli della Pubblica Amministrazione e a best practice internazionali come gli SDGs, GRI e WELL, nonché alla Tassonomia Sociale Europea (ESRS).



Fig. 2 – Pilastri del People First Framework di CBRE personalizzato per Prologis

Iniziative e SROI ex-ante

10 iniziative co-create da Prologis e CBRE sono state scelte come prioritarie per l’implementazione nel primo anno del programma. Il ritorno sociale dell’investimento ipotizzato per queste iniziative è di 1 euro: 2,99 euro, ovvero l’impatto sociale è positivo e quantificabile in quasi due volte le risorse investite.

Lo SROI è un metodo di analisi che misura il ritorno extra-finanziario di un investimento in termini di impatto sociale generato tramite iniziative di impatto sociale e/o ambientale, con conseguente aumento della qualità della vita per i beneficiari di tale investimento.



Fig. 3 – Lista delle iniziative prioritzate, esempi di proxy finanziarie e risultato SROI.

Implementazione delle Iniziative

Delle 10 iniziative co-create per il Progetto tre sono già state attivate a beneficio dei lavoratori del Prologis Park Piacenza e altrettante partiranno nei prossimi quattro mesi.

Thank you



Gracias ধন্যবাদ Salamat धन्यवाद Obrigado 謝謝 Спасибо 감사합니다 Merci תודה شكریه Danke ありがとう Terima Kasih شکرا

Cristiana Fragola

Head of ESG &
Sustainability Solutions

+39 3456500728

cristiana.fragola@cbre.com

Giulia Mori

ESG Occupiers Lead &
Social Impact Director

+39 345 6040 810

Giulia.mori@cbre.com

CBRE ©2025 All Rights Reserved. All information included in this proposal pertaining to CBRE—including but not limited to its operations, employees, technology and clients—are proprietary and confidential, and are supplied with the understanding that they will be held in confidence and not disclosed to third parties without the prior written consent of CBRE. This letter/proposal is intended solely as a preliminary expression of general intentions and is to be used for discussion purposes only. The parties intend that neither shall have any contractual obligations to the other with respect to the matters referred herein unless and until a definitive agreement has been fully executed and delivered by the parties. The parties agree that this letter/proposal is not intended to create any agreement or obligation by either party to negotiate a definitive lease/purchase and sale agreement and imposes no duty whatsoever on either party to continue negotiations, including without limitation any obligation to negotiate in good faith or in any way other than at arm's length. Prior to delivery of a definitive executed agreement, and without any liability to the other party, either party may (1) propose different terms from those summarized herein, (2) enter into negotiations with other parties and/or (3) unilaterally terminate all negotiations with the other party hereto. CBRE and the CBRE logo are service marks of CBRE, Inc. All other marks displayed on this document are the property of their respective owners, and the use of such logos does not imply any affiliation with or endorsement of CBRE.