

SCUOLA DI INGEGNERIA E ARCHITETTURA

INGEGNERIA INDUSTRIALE

*INGEGNERIA GESTIONALE*

TESI DI LAUREA MAGISTRALE

in

Strategia e Gestione del Sistema del Valore

**VERSO UN MONDO PRODUTTIVO PIU' SOSTENIBILE: ANALISI DEL GRADO DI  
ADOZIONE E COMUNICAZIONE DI POLITICHE SOSTENIBILI DA PARTE DI UN  
CAMPIONE DI 100 AZIENDE ITALIANE**

CANDIDATO

Giulia Pavanello

Matricola 0000948143

RELATORE:

Chiar.mo Prof. Mauro Marini

Anno Accademico 2021/2022

Sessione II

# INDICE

---

## Capitolo 1: La definizione di sostenibilità e lo sviluppo sostenibile

1.1 Introduzione.....	5
1.2 Il concetto di sostenibilità il suo sviluppo nel tempo.....	7
1.2.1 I punti di riferimento ESG.....	11
1.3 Le diverse dimensioni della sostenibilità.....	12
1.3.1 La dimensione Ambientale.....	14
1.3.2 La dimensione Sociale.....	20
1.3.3 La dimensione Economica.....	23
1.3.4 La dimensione Governance.....	26
1.4 L'impegno aziendale nel contribuire alla sostenibilità: la Corporate Social Responsibility (CSR).....	28
1.5 Conclusione.....	30

## Capitolo 2: Evoluzione del quadro normativo Europeo

2.1 Introduzione.....	32
2.2 Breve introduzione allo sviluppo delle politiche internazionali in ambito ambientale.....	34
2.3 La crescita verde al centro della politica dell'UE.....	37
2.3.1 Il Green Deal europeo.....	38
2.3.1.1 Energia pulita.....	40
2.3.1.2 Industria sostenibile.....	41
2.3.1.3 Neutralità climatica.....	43
2.3.1.4 Costruzione e ristrutturazione.....	44
2.3.1.5 Biodiversità.....	45
2.3.1.6 Riduzione dell'inquinamento.....	46
2.3.1.7 Mobilità sostenibile.....	48
2.4 Le leve di intervento per cambiare i comportamenti aziendali.....	49
2.4.1 L'evoluzione del contesto normativo-istituzionale: i principali riferimenti normativi.....	50

2.4.1.1 Il D.lgs. 254/16 sull’informativa non finanziaria.....	51
2.4.1.2 Il Piano d’ Azione della Commissione Europea per finanziare la crescita sostenibile.....	52
2.4.1.3 I 17 obiettivi delle Nazioni Unite previsti nell’Agenda 2030.....	55
2.5 Conclusione.....	57

### **Capitolo 3: La trasparenza e le metriche di valutazione**

3.1 Introduzione.....	59
3.2 La tassonomia Europea .....	62
3.3 Il ruolo del bilancio di sostenibilità.....	67
3.4 Il modello Global Reporting Initiative (GRI) e gli standard di rendicontazione.....	68
3.5 Gli strumenti di comunicazione delle prestazioni in termini sostenibilità: le certificazioni e le etichette.....	72
3.6 Il problema del Greenwashing.....	76
3.7 Conclusione.....	78

### **Capitolo 4: La comunicazione delle aziende: una verifica sul campo**

4.1 Introduzione.....	80
4.2 La “Sustainability client web survey” .....	81
4.3 Il campione di aziende.....	82
4.4 Le fonti della Web Survey.....	86
4.5 Analisi del campione.....	91
4.5.1 Analisi per settore e per classe dimensionale.....	93
4.5.2 Analisi per punteggio totale.....	96
4.5.3 Analisi della comunicazione dei risultati per tema.....	104
4.5.4 Analisi per visibilità delle informazioni sulla sostenibilità.....	107
4.5.5 Analisi per “Product bonus”, “No themes” e “Report sustainability” .....	109
4.6 Da dove partire per migliorare.....	119
4.7 Conclusione.....	129

<b>Conclusione.....</b>	<b>131</b>
-------------------------	------------

<b>Appendice.....</b>	<b>138</b>
-----------------------	------------

<b>Bibliografia.....</b>	<b>141</b>
<b>Sitografia.....</b>	<b>142</b>
<b>Ringraziamenti.....</b>	<b>146</b>

## Capitolo 1

---

### LA DEFINIZIONE DI SOSTENIBILITÀ E LO SVILUPPO SOSTENIBILE

#### 1.1 Introduzione

In questo primo capitolo si vuole definire l'aspetto teorico dove si inserisce il concetto della sostenibilità, partendo dalla sua definizione, o meglio dalle sue definizioni, per arrivare alle diverse concettualizzazioni corrispondenti, associate all'evoluzione storica e politica, in modo da illustrare i diversi significati e sfaccettature associate ai vari ambiti nei quali si inserisce. L'importanza della sostenibilità non risiede solo nella sua definizione stretta ma anche nel concetto più ampio che questa ha di "sviluppo sostenibile" che abbraccia diversi campi dalla ecologia all'etica, all'economia e al management, includendo anche il diritto. Tra i vari significati che assume la parola sostenibile vi è il seguente, di essere "compatibile con le esigenze delle risorse ambientali: energia s., sviluppo s., locuzione con la quale si indica una strategia di sviluppo tecnologico e industriale che tenga conto, nello sfruttamento delle risorse e nelle tecniche di produzione, delle condizioni e delle compatibilità ambientali".<sup>1</sup>

Secondo la letteratura la sostenibilità è definita come una "questione globale" e un "paradigma esistenziale", che nasce per rispondere a problemi che si sono verificati negli anni come i cambiamenti climatici: il surriscaldamento globale e il conseguente scioglimento dei ghiacciai, l'effetto serra, il buco nell'ozono e le piogge acide, per citarne alcuni, ed inoltre problemi sociali come la migrazione e i conflitti, le crisi economiche e finanziarie e per l'ultimo ma non di importanza minore la carenza di disponibilità delle risorse rinnovabili e il conseguente aumento del costo di queste ultime.

E' importante capire il significato della parola sostenibilità, distinguendo la possibilità di riferirsi al sistema nel suo complesso e ai singoli attori che ne fanno parte (in particolare le aziende). Parlando di "sostenibilità a livello di sistema" si fa riferimento ai fattori qualitativi e quantitativi volti a realizzare obiettivi condivisi a livello politico, rappresentati dai "*Sustainable Development Goals*"

---

<sup>1</sup> Definizione di sostenibilità, Treccani, 2022.

(SDGs)<sup>2</sup> e connessi al rispetto dei bisogni presenti senza compromettere quelli futuri. Mentre, parlando di “sostenibilità aziendale” si riferisce a nuova concezione di attività imprenditoriale, il cui fine ultimo non è più la massimizzazione del profitto (obiettivo di breve periodo), ma si estende alla creazione di valore nel lungo periodo a vantaggio di tutti gli stakeholders<sup>3</sup> e delle esigenze delle future generazioni. Un’azienda è sostenibile quando adotta strumenti e scelte gestionali utili a rendere un’impresa sostenibile per l’ecosistema e la società. Attuare una strategia di sostenibilità aziendale significa “integrare pratiche sostenibili all’interno di ogni processo”, sia a livello sociale che ambientale. (Fpsshare, 2022)

Per fare in modo di allineare le azioni delle aziende alla sostenibilità di sistema, cioè indirizzarle verso modelli di business che contribuiscano allo sviluppo sostenibile, è necessario promuovere processi di cambiamento o meglio ancora, effettuare un passaggio culturale relativo alla definizione del concetto di creazione di valore. Infatti, gli attuali strumenti di rendicontazione economico-contabile, non possono da soli rappresentare tale cambiamento ma è necessario integrarlo con la “rendicontazione non finanziaria” (RNF). In sintesi è necessario che le aziende condividano nella propria politica interna gli SDGs, implementino comportamenti aziendali in un’ottica di sostenibilità di sistema, ridefiniscano l’approccio gestionale e il proprio business model in un’ottica di sistema sostenibile, di valore e di processo di creazione dello stesso.

Una strategia aziendale che include la sostenibilità nella sua crescita rappresenta un vantaggio competitivo, poiché viene apprezzato maggiormente un modello di business che include la sostenibilità nelle sue tre forme (ambientale, sociale e di governance), ed in grado di generare valore nel lungo periodo essendo considerato più affidabile e meno rischioso.

Nel prossimo paragrafo verrà approfondito il concetto di sostenibilità, definendolo in modo preciso e ripercorrendo il suo sviluppo nel tempo.

---

<sup>2</sup> Sustainable Development Goals (o SDGs, in italiano Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile), nascono nel 2015. Essi sono obiettivi comuni che si è data la comunità internazionale (composta dai 193 paesi membri dell’ONU) per favorire lo sviluppo sostenibile del pianeta. Sono 17, articolati in 169 “traguardi” specifici da raggiungere entro il 2030.

<sup>3</sup> Stakeholder traduzione letterale “portatore di interessi” è qualsiasi individuo, gruppo di persone o organizzazione (indipendentemente dalla natura profit o no profit), che nutre un qualche tipo di interesse verso un progetto o verso gli obiettivi di business che un’azienda persegue e il modo in cui lo fa. (Inside marketing, 2022)

## 1.2 Il concetto di sostenibilità e il suo sviluppo nel tempo

Una delle prime definizioni di sviluppo sostenibile fu quella data dalla Commissione delle Nazioni Unite nel report *“Our Common Future”*, meglio noto con il nome di *“Rapporto Brundtland”* del 1987. La quale lo definì in questo modo: *“lo sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere le capacità delle future generazioni di soddisfare i propri.”* (United Nations General Assembly, 1987, p.43)

Con questa affermazione, le Nazioni Unite fanno riflettere sullo sviluppo economico, il quale dovrebbe avvenire tenendo in considerazione i danni che l’ambiente potrebbe subire a causa delle attività umane. L’attività lavorativa, la crescita economica e sociale dovrebbero tenere sempre in considerazione questo fattore per non compromettere le risorse a discapito delle generazioni future. Sfruttare le risorse in modo non razionale e di conseguenza non sostenibile minaccerebbe la sopravvivenza del genere umano, risulta necessario un’evoluzione verso un’economia sempre più sostenibile.

Per arrivare ad uno sviluppo maggiormente sostenibile risulta necessario seguire il modello di economia circolare, grazie al quale, la salvaguardia dell’ambiente diventa anche un driver di tipo economico. Per raggiungere la forma economica più sostenibile, risulta quindi necessario il superamento della tradizionale forma di economia lineare<sup>4</sup>.

Ripercorrendo quelli che sono stati i momenti salienti relativi agli sviluppi del sistema economico, che hanno accompagnato la crescita demografica, incontriamo i seguenti:

- 1- **Società agricole/economia di sussistenza:** *“una tipologia di sistema economico in cui vige un sistema di scambio non monetario, basato sull’utilizzo esclusivamente di risorse naturali in quanto fonte primaria e assoluta per garantire il sostentamento e la sopravvivenza degli esseri umani.”* (Wikipedia, 2022) In questo tipo di economia, ogni individuo provvede al proprio sostentamento e a quello altrui attraverso la cooperazione, condivisione e solidarietà. Inoltre l’utilizzo delle risorse naturali non ha lo scopo di sfruttarle al massimo, piuttosto di sostenere la comunità, non preoccupandosi di produrre eccedenze da vendere ai mercati esterni. In questo tipo di economia, lo sviluppo economico è minimo e il commercio o baratto, viene utilizzato per beni di base, non vi è nessuna industrializzazione.

---

<sup>4</sup> Economia lineare: è un modello economico tradizionale *“in cui per produrre prodotti e/o servizi prendiamo materie prime che non vengono recuperate successivamente. Non c’è riutilizzo, riduzione di materiali, riciclaggio o addirittura recupero di queste materie prime (se possibile).”* (Encarni Arcoya, Economia finanza,2022)

- 2- **Industrializzazione:** processo di trasformazione di una società da uno stadio rurale ad uno industriale, caratterizzato da un forte abbandono delle campagne a favore del lavoro nelle fabbriche. Si manifestò per la prima volta negli Stati Uniti e in Europa (soprattutto in Inghilterra) nel corso del XIX secolo a seguito della prima rivoluzione industriale. L'industrializzazione è affiancata al concetto di modernizzazione, miglioramento della vita e della collettività. Questo si associa all'aumento del benessere, dei servizi, della mobilità, sicurezza, ecc.
- 3- **Produzione di massa e consumismo:** nascono all'inizio del Novecento nelle catene di montaggio della Ford con l'autovettura Modello T. Si caratterizzano per la produzione massiva, ripetitiva e, in serie di prodotti standardizzati e alla progressiva capacità di acquisto delle masse, generata dalla crescita dei redditi dei cittadini/operai che diventano consumatori di tali beni.
- 4- **Economia circolare:** è un modello di produzione e consumo, che predilige il riutilizzo dei materiali e prodotti esistenti il più a lungo possibile. In questo modo si allunga il ciclo di vita dei prodotti, riducendo i rifiuti al minimo. Una volta che il prodotto termina la sua funzione, i materiali di cui è composto vengono reintrodotti possibilmente, nel ciclo economico.

Il modello economico circolare si contrappone al modello economico lineare. Quest'ultimo si basa sullo schema estrarre, produrre, utilizzare e gettare, utilizzando grandi quantità di materiali facilmente reperibili e disponibili a prezzi contenuti; mentre il modello cosiddetto circolare ha lo scopo di allungare il ciclo di vita dei prodotti, riducendo al minimo lo scarto, ed applicando il principio delle 3R: *Reduce*, *Reuse* e *Recycle*. In questo modo, i materiali utilizzati possono di continuo essere reintrodotti nel ciclo produttivo ed essere utilizzati allo stesso scopo o a scopi differenti, andando a creare un ulteriore valore. (Parlamento europeo, 2021)



Con l'approccio circolare l'impatto sull'ambiente diminuisce poiché esso cerca di ridurre al minimo gli scarti, cercando di riutilizzare le risorse in modo da allungare il ciclo di vita dei prodotti.

Figura 1: Modello economico circolare (Fonte: Parlamento Europeo, 2021)



Sempre all'interno delle Nazioni Unite, è stata emanata il 25 settembre 2015, l' "Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile", che riporta 17 "sustainable development goals" tramite i quali, i paesi facenti parte delle Nazioni Unite si impegneranno al raggiungimento di determinati obiettivi in termini di sostenibilità entro il 2030. Questi obiettivi sono suddivisi in 169 target e 240 indicatori e sono sintetizzati nella seguente figura 1. Nei prossimi decenni, il contesto di riferimento nel quale si muoveranno le organizzazioni, i Paesi e i cittadini sarà proprio questo, l'accordo di politica internazionale delineato il 25 settembre 2015, dal titolo "Trasformare il nostro mondo. L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile", approvato dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite attraverso l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile.

Figura 2: SDGs (Sustainable Development Goals) emanati delle Nazioni Unite (Fonte: ONU Italia)



Questi obiettivi nascono per rispondere a diverse problematiche nel mondo attuale: il cambiamento climatico, la povertà, la carenza delle fonti non rinnovabili, la non equità di genere, l’analfabetismo ecc. Si possono raggruppare nelle dimensioni che compongono la sostenibilità: ambientale, sociale economica, le quali verranno descritte nei successivi paragrafi, insieme a quella di *governance*, contestualmente alle 5P ovvero i cinque concetti chiave sui quali si basa l’Agenda 2030.

**PEOPLE – SOCIAL**



**PEACE – SOCIAL**



**PARTNERSHIP – SOCIAL**



## PROSPERITY – ECONOMIC



## PLANET – ENVIRONMENTAL



### 1.2.1 I punti di riferimento ESG

Si può ricondurre ai primi anni '70 il punto di partenza di un percorso consapevole di sviluppo sostenibile, in riferimento al lavoro fatto dal Club di Roma al MIT, che portò al rapporto "I limiti della crescita". Questo rapporto vuole trasmettere il messaggio seguente: "risulta difficile seguire una crescita infinita quando il pianeta è costituito da risorse naturali non rinnovabili" (Meadows D. H. et al, 1972)

Sempre nello stesso periodo, nell'anno 1972, ci fu la prima conferenza delle Nazioni Unite sull'ambiente, durante la quale nacque la Dichiarazione di Stoccolma, la quale considera il "diritto di tutti gli esseri umani di poter accedere a condizioni di vita soddisfacenti, in un ambiente che permetta di vivere nella dignità e nel benessere". (Nazioni Unite, 1972)

Nel 1987 il rapporto "Our Common Future" venne pubblicato dalla Commissione mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo delle Nazioni Unite, nel quale si fondono i concetti di sviluppo e sostenibilità in quello di sviluppo sostenibile, e mise le basi ai concetti *Environmental, Social e Governance*.

Due importanti tappe della storia verso lo sviluppo sostenibile, segnano le logiche di ESG che ispirano le attuali strategie e modalità con cui la sostenibilità prende forma negli Stati, organizzazioni e imprese :

- **L'agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile:** programma sancito il 25 settembre 2015 dall'Assemblea generale dell'Onu e quindi dai 193 governi dei Paesi membri. Gli obiettivi dell'agenda si concretizzano nei 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile

(in inglese: *Sustainable development goals*, SDGs), i quali descrivono un programma di azioni e interventi composti da 169 target.

- **Gli accordi di Parigi:** sottoscritti il 12 dicembre 2015 a Parigi dai 197 Stati membri della UNFCC, Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici che porta alla prima intesa giuridica e vincolante sul “*climate change*”. Con questo accordo si arriva ad una importante scelta strategica per il Pianeta, ovvero limitare l’aumento della temperatura media globale al di sotto dei 2°C nel lungo termine, limitando l’incremento a 1,5 °C. Su questo fronte, la Commissione Europea con il pacchetto di misure “*Fit for 55*” del 14 luglio 2021 e il “G20 Energia e Clima di Napoli” ha accordato l’impegno di mantenere entro il 2030 al di sotto degli 1,5 gradi il riscaldamento globale.

Figura 3: Le principali tappe del percorso verso lo sviluppo sostenibile (Fonte: elaborazione propria)



### 1.3 Le diverse dimensioni della sostenibilità

L’organizzazione non profit “*Veracura Trust Onlus*” che attua con l’obiettivo di guidare quote di profitto verso la crescita del benessere della società e del pianeta, afferma che la sostenibilità debba essere vista come un concetto che non evolve nel tempo, ma piuttosto come un’evoluzione nel tempo che cerchi di connettere sempre più le tre dimensioni della sostenibilità. (Veracura, 2020)

Diversi studiosi dello sviluppo sostenibile sotto l’aspetto economico, tra i quali Creaco, 2000, Massello, 2001, Girar e Nijkamp, 1997 et al, si basano sulla definizione tramessa all’interno del “*Rapporto Brundtland*” e su quello precedente espresso implicitamente dal volume di Ehrlich del

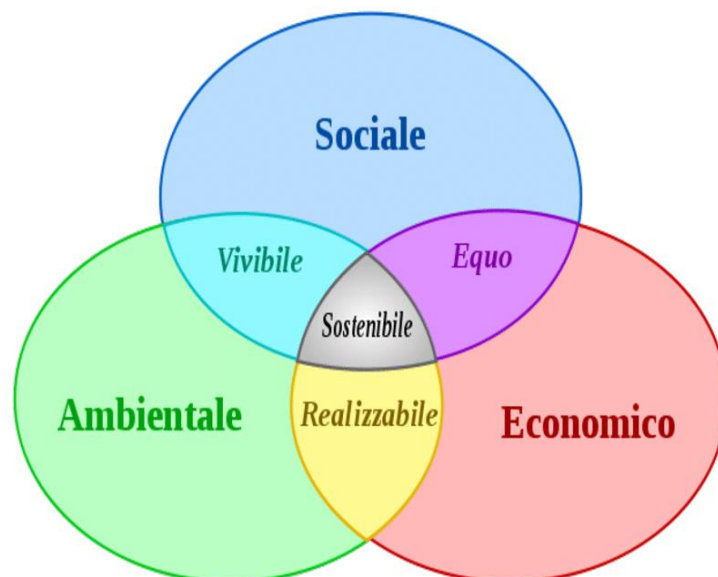
1972, secondo la quale all'interno della definizione dovrebbero esistere allo stesso tempo, tre dimensioni fondamentali.

Fu John Elkington uno dei primi a introdurre questo concetto nel 1994, nell'articolo "*partnerships from cannibals with forks: the triple bottom line of 21st-century business*". Egli sostiene che per misurare le performance aziendali bisogna includere i risultati sociali ed ambientali oltre a quelli economici, come si evince dall'espressione "the triple bottom line". (The economist, 2009)

Questa teoria si basa quindi su tre importanti dimensioni che definiscono la sostenibilità: *Environmental, Social e Governance*. A queste si aggiunge una quarta che è compresa nelle altre tre ovvero la sostenibilità economica, che possiamo definire anche come prosperità economica piuttosto che profitto per darle una visione a lungo termine.

Nel 2005, il Summit mondiale sullo sviluppo sostenibile ha individuato gli obiettivi di sviluppo sostenibile, ovvero lo sviluppo economico sociale e ambientale. si tende a rappresentare tali obiettivi attraverso tre elissi che si intersecano per sottolineare che le tre dimensioni sono interconnesse e che non si escludono a vicenda. In un ottica a lungo termine nessuno dei tre può esistere senza gli altri due.

Figura 4: Diagramma di Venn dello sviluppo sostenibile, risultante dall'incrocio delle tre parti costituenti (Fonte: Wikipedia, 2022)



Per spiegare le tre dimensioni della sostenibilità aziendale Elkington nel 1994, si basò sulle 3P: "Planet" associata alla dimensione ambientale, "People" associata alla dimensione sociale e "Profit"

associata alla dimensione economico-finanziaria. Il concetto di sostenibilità è entrato a far parte dell'economia e dell'impresa: si parla di "Sostenibilità d'impresa" o "*Corporate Sustainability*".

### **1.3.1 La dimensione Ambientale**

Tra i 17 obiettivi proposti dall'Agenda 2030, ve ne sono cinque che fanno riferimento alla sostenibilità ambientale e alla salvaguardia del pianeta, che rientrano quindi nella dimensione "*ENVIRONMENTAL*" e "*PLANET*" degli SDGs:

- **SDG 11: rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.** Le città, consentono alle persone di migliorare la loro condizione sociale ed economica, tuttavia presentano sfide per mantenere i centri urbani come luogo di lavoro e prosperità, che allo stesso tempo, non danneggino il territorio e le risorse. Questo obiettivo comprende 10 traguardi da raggiungere nei prossimi anni, i cui risultati vengono misurati da 15 indicatori. I primi sette puntano a risultati diretti, mentre gli altri tre servono a creare un contesto favorevole:
  - accesso ad alloggi adeguati, sicuri e a prezzi accessibili e ai servizi di base e riqualificare gli slum<sup>5</sup> entro il 2030. Questo viene misurato dall'indicatore di performance relativo alla percentuale di popolazione urbana che vive in baracche, insediamenti informali o alloggi inadeguati;
  - sistema di trasporti accessibile e sostenibile: a questo traguardo è associato l'indicatore che misura la percentuale di popolazione che ha un accesso conveniente ai trasporti pubblici;
  - urbanizzazione inclusiva e sostenibile: inclusa la capacità di pianificazione e gestione partecipativa, integrata e sostenibile degli insediamenti umani in tutti i paesi. Gli indicatori di riferimento sono: il rapporto tra il tasso di consumo del suolo e il tasso di crescita della popolazione, la percentuale di città con una struttura di partecipazione diretta della società civile nella pianificazione e gestione urbana che opera regolarmente e democraticamente;
  - accesso universale a spazi verdi e pubblici sicuri, inclusivi e accessibili a tutti: viene misurato dalla quota media della superficie edificata delle città che è

---

<sup>5</sup> Slum: quartiere urbano con individui che abitano in abitazioni malsane senza una o più delle seguenti condizioni: accesso all'acqua potabile e a servizi igienici, e con una superficie abitabile sufficiente.

spazio aperto per uso pubblico per tutti, ed anche dalla proporzione di persone vittime di molestie fisiche o sessuali;

- proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale: ha come indicatore di performance la spesa totale (pubblica e privata) pro capite volta alla preservazione, protezione e conservazione di tutto il patrimonio culturale e naturale;
- ridurre gli effetti dei disastri naturali e l'impatto ambientale nelle città: ha come indicatori il numero di morti, dispersi e persone direttamente colpite da catastrofi per 100.000 abitanti e la perdita economica diretta in relazione al PIL globale, ai danni alle infrastrutture critiche e al numero di interruzioni dei servizi di base, attribuiti alle catastrofi;
- ridurre l'impatto ambientale avverso pro capite delle città: misurato attraverso indicatori come la proporzione di rifiuti solidi urbani regolarmente raccolti e con adeguato scarico finale sul totale dei rifiuti urbani prodotti, e il livello medio annuo di particolato fine nelle città;
- sostenere legami economici, sociali e ambientali positivi tra le aree urbane, periurbane e rurali rafforzando la pianificazione dello sviluppo nazionale e regionale: il quale si misura con la percentuale di popolazione che vive in città, che attua piani di sviluppo urbano e regionale e che integrano le proiezioni della popolazione e le esigenze di risorse, per dimensione della città;
- aumentare sostanzialmente il numero di città e insediamenti umani che adottano e attuano politiche e piani integrati verso l'inclusione, l'efficienza delle risorse, la mitigazione e l'adattamento ai cambiamenti climatici, la resilienza ai disastri;
- sostenere i paesi meno sviluppati nella costruzione di edifici sostenibili e resistenti utilizzando materiali locali.

➤ **SDG 12: garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.** Promuovendo l'efficienza delle risorse e dell'energia, di infrastrutture sostenibili, così come la garanzia di accesso ai servizi di base, a lavori dignitosi e rispettosi dell'ambiente e a una migliore qualità di vita per tutti. L'attuazione di questo obiettivo contribuisce alla realizzazione dei piani di sviluppo complessivi, alla riduzione dei futuri costi economici, ambientali e sociali, al miglioramento della competitività economica e alla riduzione della povertà. Il consumo e la produzione

sostenibile puntano a fare di più e meglio con meno, aumentando i benefici in termini di benessere che derivanti dalle attività economiche, attraverso la riduzione dell'impiego di risorse, del degrado e dell'inquinamento nell'intero ciclo produttivo, migliorando così la qualità della vita;

- **SDG 13, promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico.** Il cambiamento climatico interessa i paesi di tutti i continenti, il quale sta sconvolgendo le economie nazionali con costi alti per persone, comunità e paesi, che diventeranno ancora più gravi in futuro. Le persone stanno vivendo gli impatti significativi del cambiamento climatico, come il mutamento delle condizioni meteorologiche, l'innalzamento del livello del mare e altri fenomeni meteorologici estremi. La forza trainante del cambiamento climatico sono le emissioni di gas a effetto serra, le quali continuano ad aumentare. Il cambiamento climatico rappresenta quindi una sfida globale, che non rispetta i confini nazionali. Il tema delle emissioni richiede soluzioni coordinate a livello internazionale e cooperazione al fine di aiutare i Paesi in via di sviluppo a muoversi verso un'economia a bassa emissione di carbonio. Per far fronte a questi cambiamenti climatici, i paesi hanno firmato un accordo mondiale sul cambiamento climatico (Accordo di Parigi sul Clima<sup>6</sup>, che verrà trattato in seguito);
- **SDG 14: conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.** Gli oceani del mondo, la loro temperatura, la loro composizione chimica, le loro correnti e la loro vita, influenzano i sistemi globali che rendono la Terra un luogo vivibile per il genere umano. Nel corso del tempo, gli oceani e i mari sono stati e continuano ad essere canali vitali per il commercio ed il trasporto. Un'attenta gestione di questa risorsa globale, è alla base di un futuro sostenibile.
- **SDG 15: uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestione delle foreste, preservazione della biodiversità, riduzione della desertificazione.** Le foreste coprono il 30% della superficie terrestre e, oltre a offrire cibo sicuro e riparo, sono essenziali per il contrasto al cambiamento climatico, e la protezione della biodiversità e delle dimore delle popolazioni indigene. La deforestazione e la desertificazione, causate dalle attività dell'uomo e dal cambiamento climatico, rappresentano grandi sfide allo sviluppo sostenibile, e hanno

---

<sup>6</sup> Accordo di Parigi sul clima è un trattato internazionale legalmente vincolante sul cambiamento climatico. Fu adottato nel 2015 da quasi tutte le nazioni per affrontare il cambiamento climatico e i suoi impatti negativi. Il suo scopo è limitare il riscaldamento globale al di sotto di 2°C rispetto ai livelli preindustriali, perseguendo i mezzi per limitare l'aumento a 1.5 gradi.



condizionato le vite e i mezzi di sostentamento di milioni di persone che lottano contro la povertà.

Tra i 17 obiettivi ve ne sono alcuni che potrebbe essere collocati nell'intersezione della dimensione ambientale con uno delle altre due, tra questi vi sono:

- **SDG 6: garantire acqua pulita e igiene a tutti:** per migliorare la qualità dell'acqua è necessario ridurre l'inquinamento (discariche di rifiuti non controllate, sostanze chimiche pericolose nelle acque dei fiumi, gli scarichi urbani non depurati, ecc.). E' importante proteggere tutti gli ecosistemi legati all'acqua, come le montagne, le foreste, le paludi, i fiumi, i laghi, le acque sotterranee. I principali motivi responsabili della diminuzione della disponibilità di acqua potabile sono riconducibili all'aumento di popolazione mondiale e alla crescita di molte attività economiche come l'agricoltura, l'allevamento, la produzione di energia; in molti paesi gli acquedotti e gli impianti di depurazione sono antiquati e poco efficienti; la temperatura del pianeta diventa sempre più alta e questo peggiora la situazione delle zone che hanno un clima arido. Questo però incide anche sulle persone e quindi sulla dimensione sociale degli obiettivi.
- **SDG 7: assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.** L'energia è una risorsa centrale perché tutte le attività che svolgiamo necessitano il suo utilizzo. L'attuale produzione di energia è ancora molto dipendente dai combustibili fossili che contribuisce al cambiamento climatico, generando la maggioranza delle emissioni globali di gas serra in atmosfera. Il tema dell'energia, negli ultimi anni è diventato di maggior rilievo, a causa della crisi climatica, che impone un cambiamento radicale del sistema industriale mondiale, con effetti su tutti gli ambiti delle attività economiche. Attuare quello che l'obiettivo 7 propone significa agire globalmente in diverse direzioni. Per i Paesi industrializzati ciò implica accelerare gli investimenti in energie rinnovabili e diminuire le emissioni con tecnologie che permettano un efficientamento energetico, mentre per quelli in via di sviluppo, significa migliorare le infrastrutture e passare a combustibili meno impattanti. I Paesi si impegnano a garantire l'accesso anche economica delle nuove soluzioni, al fine di attuare le strategie necessarie. Questo obiettivo è centrale anche per il raggiungimento degli altri obiettivi di sviluppo sostenibile: ridurre la povertà (SDG 1), ampliare l'istruzione (SDG 4), ridurre le disuguaglianze (SDG 10), migliorare la salute pubblica (SDG 3) e la lotta al cambiamento climatico (SDG 13).

La sostenibilità ambientale racchiusa in questi obiettivi, nasce quindi come risposta ai cambiamenti che si stanno verificando nel mondo, i quali mettono a rischio la vita delle persone, soprattutto di quelle future. La sostenibilità ambientale affronta questi cambiamenti cercando di guidare le persone e le attività a un utilizzo ragionevole delle risorse naturali disponibili, non illimitate, e al come utilizzarle in maniera consapevole senza generare danni. Le risorse naturali, “se opportunamente trasformate e valorizzate, sono in grado di produrre ricchezza o valore e dare un contributo significativo all’evoluzione del sistema socio-economico, venendo dunque ad assumere un’importanza strategica negli equilibri economici interni di uno Stato e nelle relazioni di questo con gli Stati esteri importatori esportatori.” (Wikipedia, 2022)

Una tra le cause responsabile del cambiamento climatico, è quello dell’inquinamento. Con la Rivoluzione Industriale, le attività umane hanno cominciato a rilasciare in atmosfera grandi quantità di anidride carbonica e altri inquinanti, come il particolato fine e ultra sottile (PM10 e PM2.5) dovuto alla combustione di carbone e legna. Hanno contribuito all’inquinamento, la diffusione della motorizzazione e dell’utilizzo di derivati dal carbone e dal petrolio, così come l’impiego di combustibili fossili per produrre energia. La motorizzazione ha portato all’immissione in atmosfera di grandi quantità di anidride carbonica, metalli pesanti, metano e altri gas serra. La maggior urbanizzazione, in particolare nei paesi in via di sviluppo, ha portato alla distruzione di grandi aree verdi, necessarie agli ecosistemi. L’inquinamento ambientale è anche dovuto alla produzione di rifiuti, in particolare di plastica, che causano modifiche profonde ai cicli vitali di biosistemi fondamentali al controllo climatico del Pianeta. Altra causa è quella della deforestazione, infatti l’abbattimento di foreste per ricavare il legname o fare spazio ad allevamenti e campi agricoli, ha diminuito la capacità terrestre di limitare gli aumenti di temperatura e di assorbire l’anidride carbonica in eccesso. Inoltre gli allevamenti intensivi, oltre ad avere impatto sulla deforestazione, generano emissioni di anidride carbonica e di metano in atmosfera. Un’ altra causa è l’impatto dell’estrazione di risorse naturali, come ad esempio l’estrazione di minerali e metalli, i quali rappresentano materie prime fondamentali per le attività industriali e per quasi tutti i settori dell’economia globale. L’estrazione di minerali comporta il disturbo dell’ambiente e possibili disequilibri sulla biodiversità. L’estrazione di superficie comporta la distruzione di ampie aree di boschi e foreste, la quale può generare la migrazione e in alcuni casi la morte di molte specie animali e un calo generale delle popolazioni faunistiche.

Tutte queste cause provocano impatti sull'ambiente, prima tra tutte l'effetto serra, che è uno dei fenomeni di maggiore impatto sui mutamenti del clima. Questo fenomeno avviene quando la concentrazione di alcuni gas in atmosfera, forma una sorta di barriera, capace di far passare la radiazione solare e di impedire la dispersione del calore generato. Altra conseguenza possibile dovuta al processo di cambiamento climatico in atto, è l'aumento delle temperature, a livello globale stimano le Nazioni Unite 1.5 gradi entro il 2050.

Per mitigare il cambiamento climatico, occorre impegnarsi su diversi fronti, con azioni simultanee su tutto il Pianeta. Sono necessarie innanzitutto, politiche di accordo tra nazioni, volte a contrastare efficacemente i cambiamenti climatici, chiedendo a tutte le nazioni mondiali di agire allo stesso scopo, rispettando gli stessi standard volti a ridurre le emissioni di anidride carbonica in atmosfera. Con gli *Accordi di Parigi* si è cercato di seguire questi obiettivi, i quali furono pubblicati e firmati nel 2015, con il fine che ogni nazione si impegni a rispettare degli obiettivi climatici entro il 2050, per impedire l'innalzamento delle temperature sopra gli 1,5 gradi. Il traguardo finale sarebbe quello di emissioni zero, che possano compensare completamente l'anidride carbonica prodotta.

Un' altro ambito d'azione per contrastare il cambiamento climatico è promuovere la transizione all'utilizzo di fonti di energia rinnovabili, ovvero fonti alternative a quelle tradizionali come le fossili. Si tratta, di forme di energia pulita che non rilasciano nell'aria sostanze inquinanti e il loro sfruttamento si basa su metodi sostenibili che non pregiudicano le fonti stesse. Tra queste vi sono eolico, solare, idroelettrico. Anche l'intera motorizzazione civile e commerciale dovrà abbandonare il petrolio e i suoi derivati, preferendo motori elettrici o a idrogeno. Bisognerà anche calare i materiali derivanti dallo stesso greggio, come anche la quantità di plastica eccessiva.

Infine è necessario un contributo personale derivante da ogni singolo cittadino, che dovrà cercare di fare la sua parte per contribuire a ridurre il proprio impatto ambientale. Seguire uno stile di vita sostenibile, prestare attenzione ai consumi energetici e ridurre la produzione di rifiuti sono alcune tra i comportamenti che si possono intraprendere.

Per poter misurare l'efficacia delle azioni considerate sostenibili è necessario utilizzare indici di sostenibilità ambientale, introdotti nelle aziende all'inizio degli anni '90 e riconosciuti anche a livello internazionale. Questi indici si possono raggruppare in categorie:

- Indicatori descrittivi: servono a descrivere l'attuale situazione a livello di problemi ambientali e vengono espressi in unità fisiche (come tonnellate di CO2 emesse);
- Indicatori di efficienza: esprimibili come il rapporto tra risultato ambientale ottenuto e quante risorse sono state impiegate per ottenerlo (diminuzione delle emissioni atmosferiche/ costo sostenuto per gli interventi strutturali e gestionali);
- Indicatori di efficacia o prestazionali: definibili attraverso il rapporto tra un risultato raggiunto e un obiettivo prestabilito in termini di politica ambientale (percentuale di rifiuti che rispettano la differenziata/ obiettivi di rifiuti raccolti in modo differenziato);
- Indicatori del benessere totale: servono a misurare la sostenibilità totale, come l'impronta definita ecologica, che viene misurata attraverso un indicatore che misura il consumo da parte degli esseri umani delle risorse naturali che produce la Terra. In particolare, l'impronta ecologica misura in ettari le aree biologiche produttive del pianeta Terra, inclusi i mari, necessarie a rigenerare le risorse consumate dall'uomo.

Talvolta le aziende definiscono la sostenibilità ambientale nei loro siti, un esempio è quello di "Enel energia" che la definisce all'interno del concetto di sviluppo sostenibile, nel quale rientrano tutte le azioni che possono essere fatte da parte di istituzioni, aziende e persone.

### **1.3.2 La dimensione Sociale**

Una prima definizione dettagliata di sostenibilità sociale è quella che venne data da *Brown et al* nel 1987: "è la soddisfazione continuata dei bisogni umani basilari (cibo, acqua, riparo) e delle necessità sociali e culturali di più alto livello come sicurezza, libertà, occupazione e svago". (Brown et al., 1987)

Il significato che si può dare a questa definizione è che l'intera società debba avvalersi di uno stato di benessere in termini di salute, sicurezza, istruzione, democrazia partecipazione e giustizia offerto equamente e senza distinzioni per classi e genere, anche alle prossime generazioni in modo che esso possa crescere ulteriormente, ma non peggiorare. Inoltre se non vi è equità all'interno della popolazione, aumenta la probabilità di conflitto sociale e si rende maggiormente difficile il cammino verso la sostenibilità anche nelle altre forme economica, ambientale e di governance. Perciò la sostenibilità sociale risulta essere alla base delle altre e rappresenta l'origine dello sviluppo sostenibile.

Così come alla dimensione ambientale, anche alla dimensione social, si possono associare alcuni degli SDGs, i quali fanno altresì parte della P dedicata alle persone all'interno delle 5P (*Social – People*):

- **SDG 1: sconfiggere la povertà.** Nonostante gli indici di povertà si siano ridotti più della metà dal 1990, nelle zone in via di sviluppo, una persona su cinque vive con ancora con meno di 1,25 dollari al giorno. Inoltre, vi sono molte persone, che sono a rischio di ricadere nella povertà. La povertà non rappresenta solo la mancanza di guadagno, e delle risorse per vivere, ma è manifestata anche dalla fame e la malnutrizione, l'accesso limitato all'istruzione e ai servizi di base, la discriminazione ed esclusione sociale, e infine la non partecipazione ai processi decisionali. La crescita economica deve essere inclusiva, allo scopo di creare posti di lavoro sostenibili e di promuovere l'uguaglianza.
- **SDG 2: porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.** Si devono riconsiderare come si coltiva, si condivide e consuma il cibo. Se ben gestite, l'agricoltura, la silvicoltura e la pesca forniscono cibo nutriente per tutti, garantiscono redditi adeguati, sostengono uno sviluppo rurale centrato sulle persone e proteggono l'ambiente. Quello che sta accadendo oggi, è che suoli, fiumi, oceani, foreste e la biodiversità si stanno degradando. Il cambio climatico si ripercuote nelle risorse dalle quali dipendiamo, aumentando il rischio di provocare disastri ambientali come siccità e alluvioni. Il settore alimentare e agricolo se ben sfruttati permettono lo sviluppo e la conseguente eliminazione della fame e della povertà.
- **SDG 3: assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.** Alla base dello sviluppo sostenibile, vi è una vita sana e il benessere di tutti a tutte le età. Ci sono stati miglioramenti nella aspettativa di vita e nella diminuzione delle cause più comuni legate alla mortalità infantile e materna. Inoltre vi sono stati progressi nell'accedere all'acqua pulita e all'igiene, così come nella diminuzione di malattie come la malaria, tubercolosi, poliomielite e diffusione dell'HIV/AIDS. Per poter eliminare altre malattie e affrontare diverse questioni sulla salute, risultano utili ulteriori sforzi.
- **SDG 4: fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.** Per raggiungere uno sviluppo sostenibile, risulta fondamentale un'istruzione di qualità, la quale rappresenta la base per migliorare la vita delle persone. Vi sono stati importanti risultati nell'aumento dell'accesso all'istruzione a tutti i livelli, ed un conseguente aumento di iscrizioni nelle scuole a tutti i livelli, soprattutto da parte di donne. E' migliorato

il livello generale di alfabetizzazione, dovrebbero però aumentare gli sforzi in questa direzione per raggiungere gli obiettivi di istruzione universale. Uno tra questi l'uguaglianza tra bambini e bambine a tutti i livelli educativi, non ancora raggiunta in tutti i Paesi.

- **SDG 5: raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.** Sono stati raggiunti miglioramenti nella parità di genere e nell'emancipazione delle donne, tra i quali la parità di accesso all'istruzione. Nonostante ciò donne e ragazze continuano a subire discriminazioni e violenze in ogni parte del mondo. Oltre ad essere un diritto umano fondamentale, la parità di genere è anche la condizione necessaria per un mondo sostenibile, prospero e in pace. Garantendo alle donne e alle ragazze parità di accesso all'istruzione, alle cure mediche, a un lavoro dignitoso e alla rappresentanza nei processi decisionali, politici ed economici, si otterranno economie sostenibili, a favore dell'umanità e dell'intera società.
- **SDG 6: garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.** Nel mondo in cui desideriamo vivere, l'acqua accessibile e pulita rappresentano un aspetto essenziale. Nel pianeta la disponibilità di acqua potabile è sufficiente a coprire il fabbisogno, ma necessita di buone infrastrutture e di una migliore gestione economica. La mancanza di questi rappresenta la causa di morte di milioni di persone all'anno, soprattutto per le malattie provenienti dall'approvvigionamento dell'acqua e dei sistemi sanitari non adeguati, che hanno un impatto negativo sulla sicurezza alimentare e sulle opportunità di istruzione per le famiglie povere nel mondo.

Il seguente obiettivo appartiene alla dimensione sociale e a quella di pace (*Social – Peace*):

- **SDG 16: pace, giustizia e istituzioni forti.** Questo obiettivo si focalizza sul miglioramento delle società in termini di pace ed inclusione per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile, proponendo un accesso universale alla giustizia, come alla costruzione di istituzioni responsabili ed efficaci nei vari livelli.

Infine l'ultimo SDG appartenente alla dimensione social, si interseca con la *Partnership (Social – Partnership)*:

- **SDG 17: rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.** Per raggiungere questo obiettivo, l'agenda per lo sviluppo sostenibile sollecita la costituzione di partenariati tra governi, settore privato e società civile. Collaborazioni inclusive, basate su principi, valori e visione comune come su obiettivi condivisi, e che diano maggiore importanza alle persone e al pianeta, sono necessarie a livello globale,

regionale, nazionale e locale. Per poter realizzare gli obiettivi di sviluppo sostenibili occorrono azioni per mobilitare, reindirizzare e liberare il potere trasformativo di miliardi di dollari di risorse private. Sono necessari investimenti a lungo termine, inclusi quelli esteri e soprattutto nei settori chiave e nei Paesi in via di sviluppo. Questi settori includono l'energia sostenibile, le infrastrutture e trasporti, come anche le tecnologie di informazione e comunicazione. Il settore pubblico gioca un ruolo importante nello stabilire una direzione chiara. A tal fine sono necessari sistemi di revisione e monitoraggio, regolamenti e strutture di incentivi che puntino a riorganizzare tali investimenti allo scopo di attrarre gli investimenti e di promuovere lo sviluppo sostenibile. Infine occorrono meccanismi nazionali di controllo e il rafforzamento di questi, ad esempio le istituzioni supreme di revisione e le funzioni di supervisione delle legislature.

Questi obiettivi puntano al miglioramento nell'ottica di *welfare state*. Il *welfare state*, o stato del benessere, o stato sociale, può essere definito come "il complesso di politiche messe in atto da uno Stato che interviene, in un'economia di mercato, per garantire l'assistenza e il benessere dei cittadini, modificando in modo deliberato e regolamentato la distribuzione dei redditi generata dalle forze del mercato stesso. Il *welfare* comprende il complesso di politiche dirette a migliorare le condizioni di vita dei cittadini." (Treccani, 2022)

Possiamo affermare quindi che il significato di sostenibilità non sia solo in termini ambientali, infatti essa comprende anche la parte economica e sociale. inizialmente il termine *Corporate Social Responsibility (CSR)* che nel Libro Verde della Commissione Europea nel 2001 venne definita come "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate". (Commissione delle comunità europee, 2001) Nel 2011 venne modificata dalla commissione UE, la quale la definì come: "la responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società. (Commissione Europea, 2011)

### **1.3.3 La dimensione Economica**

Lo sviluppo economico è ritenuto il punto di partenza dello sviluppo sostenibile. In un sistema di mercato globalizzato, per finanziare la sostenibilità (ambientale, sociale e di governance), serve quella economica e viceversa. Perciò la crescita economica è alla base dello sviluppo sostenibile, il quale a sua volta si basa sul rispetto dell'ecosistema e del consumo sostenibile. Il consumo sostenibile prevede un modello di sviluppo basato su una distribuzione adeguata delle materie

prime e dell'energia necessarie alla realizzazione dei prodotti e dei servizi da esse derivanti, così come il rispetto per la Terra e il suo ecosistema sia livello locale che mondiale. Questo nuovo modo di pensare all'utilizzo delle risorse naturali, nasce nel 1987, con il rapporto della Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo, noto come "*Rapporto Brundtland*" dal nome del primo ministro norvegese che la presidiò. Il rapporto afferma che "esiste un chiaro legame tra i problemi ambientali e la distribuzione della ricchezza e della povertà nel mondo", sottolineando come il modello di sviluppo seguito fino a oggi, sia responsabile della crisi ambientale e dei problemi connessi.

Secondo la rivista Business People, la sostenibilità economica, si riferisce alla facoltà di un sistema economico di generare reddito e lavoro, e si ripercuote nei risultati in termini di crescita degli indicatori economici, in particolare la ricchezza e il lavoro. (Business People, 2017) Per poterla riconoscere tale, la sostenibilità economica deve garantire una combinazione efficace nell'utilizzo delle risorse affinché possano produrre maggior valore nei prodotti e nei servizi offerti. Attraverso il migliore utilizzo delle risorse e delle materie prime, si cerca di migliorare lo stile di vita e la redditività. Le aziende sono per definizione economicamente sostenibili, il problema è che ai conti di sostenibilità economica sfuggono le esternalità, sia positive che negative generate dall'attività aziendale.

L'economia sostenibile promuove uno sviluppo economico all'interno di una società, che interseca il più possibile il livello ambientale della sostenibilità (dando la possibilità alle risorse di rigenerarsi), il livello economico (favorendo l'aumento del PIL), ed infine il livello sociale (senza penalizzare individui e generazioni). Per far sì che ecologia ed economia si intersechino e quindi applicare un modello di economia ecologicamente sostenibile, occorre una ripianificazione politica, scientifica e culturale.

Come citato anticipatamente, l'idea di economia circolare risulta collegata a quella di economia sostenibile. Infatti, per fare in modo che non ci siano ripercussioni nel futuro, è necessario che i beni di consumi durino più a lungo possibile, e una volta caduti in disuso possano essere recuperati i componenti e riutilizzati, in un'ottica di economia circolare. La raccolta differenziata diventa importante, in una visione di recupero dei vari rifiuti e soprattutto per fare in modo che l'industria passi da un ruolo strettamente produttivo ad uno più manutentivo e di riciclo delle materie prime utilizzate. Lo scopo principale è la tutela della salute, ma necessita di una transizione sempre più ecologica. Per poterla garantire è necessario che il sistema produttivo, industriale e strutturale vengano trasformati in una forma più ecocompatibile.



Riassumendo risulta fondamentale che le organizzazioni propongano interventi in cui le tre sfere d'azione in campo di sostenibilità, si intersechino sempre di più all'interno del loro raggio d'azione e che quindi siano sempre più correlati tra di loro. Grazie a questi criteri, è possibile misurare le performance ambientali, sociali e di governance delle aziende sulla base di parametri standard e condivisi. In questo modo, le attività ambientali, sociali e di governance possono essere misurate attraverso parametri e criteri riconosciuti.

All'interno della dimensione "Economica" della sostenibilità si possono collocare altri dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibili, i quali appartengono anche alla dimensione "Prosperità" delle 5P, in particolare:

- **SDG 7: assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.** Infatti l'energia è considerata un elemento fondamentale per le sfide e le opportunità che si presentano a livello mondiale. L'accesso all'energia è essenziale, sia per il lavoro, che per affrontare il cambiamento climatico per citarne alcuni. Perciò l'energia sostenibile si presenta come un'opportunità da valorizzare, poiché trasforma la vita, l'economia e il pianeta. E' importante assicurare l'accesso universale ai servizi energetici moderni, migliorare l'efficienza energetica e promuovere l'uso di risorse rinnovabili.
- **SDG 8: incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.** In diversi luoghi, avere un lavoro non elimina la possibilità di trovarsi in condizioni di povertà. Questo progresso lento e diseguale richiede di riconsiderare e riorganizzare le politiche economiche e sociali che mirano a eliminare la povertà. La creazione di posti di lavoro di qualità, è una delle principali sfide che quasi tutte le economie cercano di affrontare. Una crescita economica e sostenibile chiederà alle società di creare condizioni che garantiscono alle persone di avere posti di lavoro di qualità, che stimolino le economie senza danneggiare l'ambiente.
- **SDG 9: costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.** Per realizzare uno sviluppo sostenibile, gli investimenti in infrastrutture (trasporti, irrigazione, energia e tecnologie dell'informazione e della comunicazione). Infatti, la crescita della produttività e dei redditi, la quale migliora sanità ed istruzione, richiede però investimenti nelle

infrastrutture. Lo sviluppo industriale inclusivo e sostenibile è la una fonte importante che genera reddito. Permette un migliore tenore di vita delle persone, fornendo soluzioni tecnologiche che rispettano l'ambiente. Il progresso della tecnologia è la base per il raggiungimento di obiettivi ambientali come aumento di risorse ed efficienza energetica.

➤ **SDG 10: ridurre l'ineguaglianza all'interno delle Nazioni e fra le Nazioni stesse.**

Nonostante gli sforzi e i progressi raggiunti dalla comunità internazionale per ridurre il numero di persone in povertà, i paesi meno sviluppati e quelli in via di sviluppo, continuano a lottare alla riduzione della povertà. Nonostante ciò, l'ineguaglianza persiste come anche la disparità di accesso ai servizi come ad esempio all'educazione. La crescita economica non è abbastanza forte da ridurre la povertà, se non si focalizza anche sulla crescita inclusiva, e sul coinvolgimento delle tre dimensioni dello sviluppo sostenibile (economica, sociale e ambientale). per poter ridurre le disparità, le politiche dovrebbero essere universali e focalizzarsi sui bisogni delle popolazioni a svantaggio.

#### **1.3.4 La dimensione Governance**

Il termine *governance*, nel linguaggio aziendale, si riferisce “alla maniera, stile o sistema di conduzione e di direzione di un'impresa”. (Treccani, 2022) Wikipedia la definisce come: “la locuzione governo d'impresa o governo societario (in inglese: *corporate governance*, informalmente e più genericamente: *governance*) si riferisce all'insieme di regole, di ogni livello (leggi, regolamenti, ecc.) che disciplinano la gestione e la direzione di una società o di un ente, pubblico o privato”. (Wikipedia, 2022) Il concetto si riferisce quindi all'insieme di principi, meccanismi, regole e relazioni che disciplinano la gestione di un'impresa, finalizzate alla gestione produttiva dell'impresa stessa. Si tratta della struttura mediante la quale si sviluppano le decisioni aziendali, si individuano le modalità e gli strumenti volti a raggiungere gli obiettivi. Il concetto di *corporate governance*, comprende anche la definizione dei rapporti tra direzione aziendale, consiglio di amministrazione e *stakeholder/azionisti*.

Riassumendo, il termine *governance* comprende gli obiettivi, la struttura del management, i metodi e i processi volti a compiere gli obiettivi, ed infine le regole con le quali misurare i processi e gli obiettivi. In Italia, vi sono tre modelli di *governance*, riconosciuti dall'ordinamento nazionale: modello tradizionale, modello monistico e modello dualistico.

Come detto, la dimensione *governance*, fa riferimento alle regole di comportamento nella società in generale e soprattutto all'interno delle organizzazioni. Quando si parla di *governance* ci si riferisce

solo alla politica e ai governi, ma anche le organizzazioni nel settore pubblico e in quello privato. Aniché parlare di direttive universali è meglio fissare principi di governance accettati sia dal pubblico che dal privato. Il sole 24 ore, leader in materie economiche, riporta diversi principi di governance quali la responsabilità, la trasparenza e la partecipazione (il sole 24 ore, 2015):

- la **responsabilizzazione**: governi ed aziende devono responsabilizzarsi sulle loro azioni. Le aziende e i governi dovrebbero adottare obiettivi, in maniera sempre più responsabile mettendo appunto le misure necessarie per raggiungerli e comunicando i progressi fatti. Ricade sotto questo aspetto anche internalizzare le esternalità: aziende e consumatori dovrebbero affrontare tutti i costi sociali che derivano dalle loro azioni.
- la **trasparenza**: i governi e le organizzazioni devono essere il più possibile trasparenti, e noi come cittadini richiediamo uno sviluppo sostenibile, e consideriamo che le organizzazioni e i governi siano responsabili solo se informati;
- la **partecipazione**: ovvero la capacità dei cittadini e degli *stakeholder* di partecipare al processo decisionale. Esempio le elezioni, la possibilità di partecipare agli incontri pubblici, delibere e chiarimenti sui provvedimenti adottati. Le aziende utilizzano un approccio *multistakeholder*, cercando di coinvolgere gli *stakeholder* (azionisti, fornitori, lavoratori, consumatori).

Una buona governance è essenziale per raggiungere gli obiettivi generali e individuali dello sviluppo sostenibile, in particolare per i seguenti:

- **SDG 2**: porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare e una migliore nutrizione.
- **SDG 5**: raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.
- **SDG 6**: gestione dell'acqua e servizi igienici disponibili e sostenibili.
- **SDG 9**: costruire infrastrutture resilienti, promuovere un'industrializzazione inclusiva e sostenibile e favorire l'innovazione.
- **SDG 11**: rendere le città inclusive, sicure, resilienti e sostenibili.
- **SDG 16**: accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli.

Uno dei problemi che i governi stanno affrontando è quello di allineare le politiche, data l'ampiezza e la complessità degli Obiettivi e la necessità di coinvolgere un ampio numero di soggetti pubblici e privati nel creare e attuare le politiche. La realizzazione di una crescita inclusiva, aiuterà i governi a concentrarsi sulle sfide più ampie poste dagli SDGs. L'Organizzazione per la Cooperazione e lo

Sviluppo Economico (OCSE<sup>7</sup>), ha aiutato i governi a condurre iniziative trasversali, la maggior parte delle quali si concentrano sul miglioramento dei processi di governance. L'OCSE collabora quindi con i Paesi per approfondire la comprensione degli accordi istituzionali utilizzati per realizzare gli SDGs.

Una buona governance richiede un impegno nei confronti dello sviluppo sostenibile. I governi diventano quindi responsabili verso i bisogni del pianeta e dovrebbero sempre più collaborare in maniera efficace verso questa direzione e le attività economiche svolgere un ruolo responsabile.

#### **1.4 L'impegno aziendale nel contribuire alla sostenibilità: la Corporate Social Responsibility (CSR)**

Nel 2001, venne definita la *Corporate Social Responsibility* dalla Comunità Europea in questo modo: "l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate".

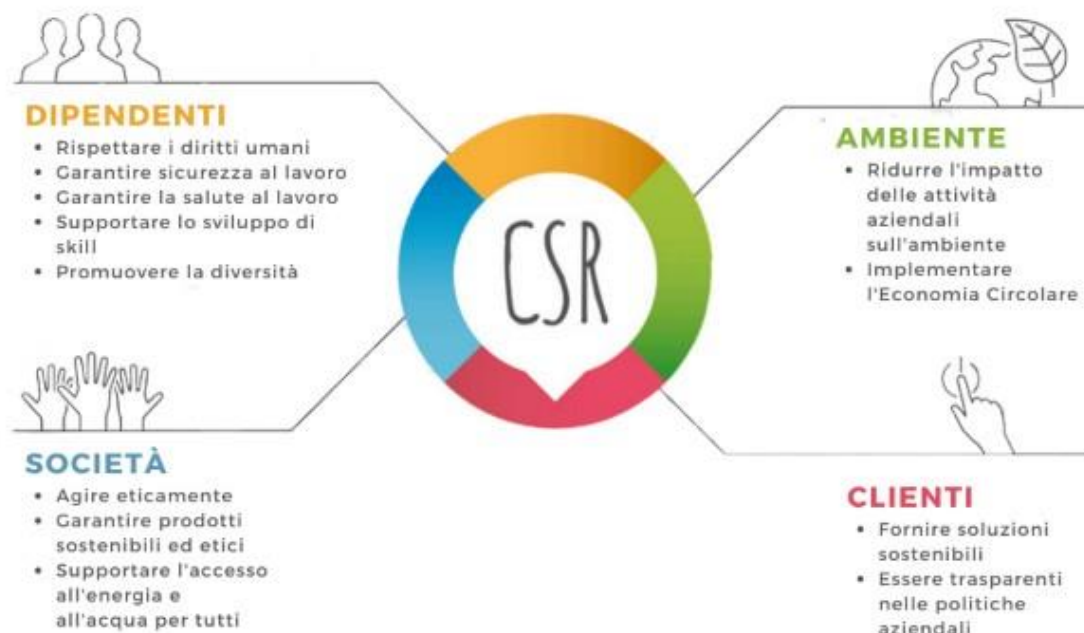
La Responsabilità Sociale d'Impresa o *Corporate Social Responsibility (CSR)* si può definire come quell'insieme di strategie e comportamenti che l'impresa adotta nei confronti dei suoi *stakeholder* ovvero dei portatori di interesse. Il termine *stakeholder*, comprende tutti quei soggetti che sono in maniera diretta o indiretta, in modo duraturo, interessati all'attività dell'azienda e che possono quindi influenzarla, essi sono: gli azionisti, clienti, fornitori, dipendenti, la comunità in cui l'impresa è inserita, le istituzioni locali, ecc.

Nelle aziende vi è la consapevolezza che il coinvolgimento e la comunicazione con gli *stakeholder* supporta l'apprendimento e l'innovazione di servizi e di processi. Inoltre, migliora la sostenibilità delle decisioni strategiche sia interne che esterne all'azienda, permettendole di allineare i risultati sociali, ambientali ed economici alla strategia.

---

<sup>7</sup> OCSE, acronimo di Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico è stata istituita il 14 dicembre 1960 con la Convenzione sull'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico. E' entrata in vigore il 30 settembre 1961, sostituendo l'organizzazione per la cooperazione economica europea (OECE), fondata nel 1948 per gestire il "Piano Marshall" per la ricostruzione postbellica dell'economia europea.

Figura 5: Corporate Social Responsibility (Fonte: headvisor, business process reengineering)



Quindi è importante che tutti gli ambiti aziendali curino la propria reputazione dal punto di vista della sostenibilità economica, ambientale e sociale, agli occhi dei propri clienti e gli altri stakeholder. Esistono appositi strumenti di rendicontazione della sostenibilità aziendale, tra i quali:

- bilancio sociale;
- bilancio ambientale;
- bilancio di sostenibilità;
- bilancio integrato.

Questi strumenti vengono usati per misurare, monitorare e valutare le attività dell'azienda, dal punto di vista della sostenibilità e dell'impatto sociale e fanno parte della cornice definita dalla Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR).

Nella pratica, la CSR si traduce nell'adozione di una politica aziendale in grado di connettere gli obiettivi economici con quelli sociali e ambientali, secondo l'approccio della cosiddetta *Triple Bottom Line*, in un'ottica di sostenibilità impegnata a difendere il patrimonio ambientale, sociale e umano per le generazioni attuali e future.

## 1.5 Conclusione

Negli ultimi anni la necessità di cambiamenti profondi e sul lungo termine si è fatta più forte, complice il peggioramento delle conseguenze dei cambiamenti climatici, l'allarme del mondo scientifico e la maggiore consapevolezza nelle persone. Su questo fronte nel 2019 la Commissione Europea ha pubblicato il "Green Deal europeo", che propone: "una nuova strategia di crescita mirata a trasformare l'UE in una società giusta e prospera, dotata di un'economia moderna, efficiente sotto il profilo delle risorse e competitiva, che nel 2050 non genererà emissioni nette di gas a effetto serra e in cui la crescita economica sarà dissociata dall'uso delle risorse." (Green Deal, 2019)

In un'ottica di transazione ecologica, che rappresenta l'obiettivo di lungo termine per un futuro più sostenibile in tutta l'Unione Europea, vi è l'impegno verso la decarbonizzazione, l'economia circolare e il cambio dei modelli di produzione e consumo. Affinché questi cambiamenti avvengano, occorrono azioni concrete una tra queste l'internazionalizzazione delle esternalità. Il termine si riferisce, "all'insieme degli effetti esterni (detti economie o diseconomie esterne) che l'attività di un'unità economica (individuo, impresa, pubblica amministrazione) esercita, al di fuori delle transazioni di mercato, sulla produzione o sul benessere di altre unità." (Enciclopedia finanziaria, Kamil Taylan, 2022) Per correggere le esternalità, si adottano metodi quali l'introduzione di tasse/sussidi a carico del soggetto che produce l'esternalità negativa/positiva o la regolamentazione. Un esempio di tassa in questi termini è la "*plastic tax*" ovvero l'imposta sui manufatti con singolo impiego, con la quale, dal 3 luglio 2021, l'Italia è chiamata ad attuare la direttiva europea "SUP" (*Single Use Plastic*), che prevede il divieto di utilizzo di plastica monouso.

Sempre all'interno di quest'ottica si rende necessario, l'incorporazione dei contenuti di sostenibilità nell'offerta dei prodotti e servizi. Grazie alla quale i consumatori saranno più attratti, potendo addirittura essere disposti a pagare un prezzo maggiore.

Ciò che serve è quindi un coordinamento, in particolare grazie all'azione normativa, alla definizione di obiettivi comuni e trasparenti e alla loro comunicazione e monitoraggio. La trasparenza risulta essenziale quando si tratta di migliorare l'immagine dell'azienda. Comunicare informazioni in tema sostenibilità relativi ad esempio alle materie prime, risorse e al processo produttivo, alle politiche interne di governance, al codice etico rivolto ai lavoratori e fornitori, possono essere fonti di vantaggio competitivo.

Dal Green Deal europeo, è emerso che per compiere la transizione verso un'economia climaticamente neutra e realizzare gli obiettivi di sostenibilità ambientale, occorrono ingenti risorse finanziarie, molte delle quali provenienti dal settore privato. L'Unione europea punta sulla finanza sostenibile proponendo strategie e standard sulle obbligazioni verdi. Quello che cerca di fare è indirizzare i capitali verso attività che non solo generino valore economico ma che siano anche utili alla società e non dannosi per l'ambiente.

Nel successivo capitolo si parlerà oltre del "*Green Deal europeo*", dell'evoluzione del quadro descrittivo dell'aspetto normativo Europeo. In particolare, della nascita della Commissione per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite CSO e l'emanazione e accettazione delle quattro dichiarazioni di principi e due convenzioni globali, i momenti salienti della lotta al cambiamento climatico.

Dopo di che si parlerà dei riferimenti normativi, nello specifico: del Decreto legislativo 254/16 sull'informativa non finanziaria, il Piano d'azione della Commissione Europea per finanziare la crescita sostenibile e dell'applicazione dei 17 obiettivi delle Nazioni Unite previsti nell'Agenda 2030.

## Capitolo 2

---

### **EVOLUZIONE DEL QUADRO DESCRITTIVO DELL'ASPETTO NORMATIVO EUROPEO**

#### **2.1 Introduzione**

In questo capitolo saranno analizzate le leve di intervento, in particolare i riferimenti normativi e le incentivazioni che le aziende possono ricevere seguendo il percorso dello sviluppo sostenibile. Saranno analizzati i riferimenti normativi emanati dai diversi enti come l'ONU e le fonti di riferimento. Verrà ripercorsa l'evoluzione della normativa, partendo dal diritto ambientale in senso ampio fino a entrare sempre più nello specifico delle norme e gli obblighi delle organizzazioni. Inoltre verranno analizzati con particolare importanza le linee guida che l'Unione Europea rivolge verso la sostenibilità e ai documenti che emana per indirizzare le organizzazioni verso uno sviluppo sempre più sostenibile. Con l'adozione dell' Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, da parte di più di 190 governi di tutto il mondo, a partire dal 2015 si prefissarono l'obiettivo di rafforzare la risposta globale a una serie di obiettivi economici, sociali e ambientali da realizzare entro il 2030. Per poter raggiungere questo obiettivo è necessario mobilitare ingenti risorse finanziarie, per poter colmare un "gap" di finanziamento elevato, il quale si stima di essere 2-3 mila miliardi di dollari all'anno per tutte le nazioni, secondo la *Sustainable Development Solutions Network*. (Sustainable development solutions network, 2022).

Sempre nell'anno 2015, i paesi che firmarono l'Accordo di Parigi, si sono impegnati ad avviare sforzi ambiziosi per contenere il riscaldamento globale. Su questo fronte l'Unione Europea ha intrapreso un importante ruolo nel sostenere la transizione, perciò dal 2015 si sta impegnando a ridurre le emissioni dei gas serra entro il 2030, almeno del 40% rispetto al 1990. A causa delle sempre maggiori preoccupazioni, inoltre, la Commissione Europea ha presentato il "Green Deal", una nuova strategia di crescita, che cerca di affrontare le correnti ambientali per giungere alla neutralità carbonica entro il 2050. Le politiche del Green Deal introducono il principio "chi inquina paga", grazie ad un mix tra regolamentazioni e incentivi, al fine di riflettere nelle decisioni di investimento i costi per la società. Il raggiungimento degli obiettivi entro il 2030, tra cui il 40% riduzione di emissioni, 32% energie rinnovabili, 32,5% miglioramento dell'efficienza energetica, ha bisogno di investimenti supplementari di diversi miliardi di euro all'anno (si stima 260 miliardi) come riportato dalla



Commissione europea nel “Piano di investimento per l’Europa Sostenibile”, pilastro di investimento del Green Deal, che intende muovere oltre 1 trilione di euro con il bilancio della UE, i bilanci nazionali e il settore privato. (European Commission, 14 Gennaio 2020)

In questa situazione, la Commissione Europea crede che il settore finanziario rappresenti un ruolo chiave nel finanziare la transizione verso un’economia più “verde” ed inclusiva, guidando i capitali verso attività più sostenibili e analizzando rendimenti e rischi che tengano in considerazione il panorama. Inoltre, le Autorità di Vigilanza bancaria e finanziaria sono al corrente che il cambiamento sottoporrà il sistema finanziario a rischi provenienti da nuove regolamentazioni e crescenti eventi climatici, ma allo stesso tempo a nuove occasioni di business. Ciò detto, il concetto di “finanza sostenibile” ha acquisito maggior rilevanza, aiutando a focalizzare l’attenzione di mercati, enti regolatori, istituzioni finanziarie e investitori e contribuendo a maggiori investimenti che considerino gli aspetti ambientali, sociali e di governance (ESG). Ed infine cerchi di sensibilizzare maggiormente le imprese sia grandi che piccole.

E’ noto appunto che i criteri ambientali, aiutano a valutare le prestazioni di un’azienda nei confronti della protezione delle risorse naturali e mostrano l’eventuale esposizione al rischio fisico “diretto”, causato da calamità naturali, o al rischio di transizione “indiretto” che fa riferimento alla regolamentazione fiscale e alla svalutazione dei beni nei settori inquinanti. I criteri sociali invece, valutano l’interesse dell’azienda nei confronti dei propri dipendenti e preservano da rischi derivanti da scandali, cause legali, minor produttività causata da diseguaglianze e scarsa qualità dell’ambiente di lavoro. L’ultimo fattore, quello di governance fa riferimento ai processi e alle politiche di controllo all’interno delle aziende, che le difendono dagli oneri di agenzia e “*compliance*” maggiori.

## 2.2 Breve introduzione allo sviluppo delle politiche internazionali in ambito ambientale

Gli esseri umani hanno da sempre ricercato nell'ambiente la fonte principale alla quale rivolgersi per lo sviluppo delle loro attività lavorative e non, non considerandolo solamente un "nemico" dal quale proteggersi. Con il passare del tempo, è nato negli uomini un maggiore senso di responsabilità verso questo soprattutto a valle di cambiamenti e ripercussioni negative dovute proprio alle attività umane. In particolare la consapevolezza di tutelare l'ambiente si manifesta nell'intero pianeta a causa di alcune problematiche: impatti ambientali dovuti alla rivoluzione industriale, intensificazione dei trasporti a livello mondiale su tutte le tipologie esistenti, il crescere della popolazione nel pianeta, ecc.

Queste vicissitudini hanno portato a ulteriori problemi ambientali che oggi viviamo come l'aumento di disastri nell'ambiente, risorse sempre più scarse, non valorizzate ma sfruttate ed altri ancora.

A partire dalla metà del XX secolo si concretizza il problema dell'inquinamento portando le comunità nel mondo a reagire, emanando normative internazionali e utilizzando strumenti che portino verso la valorizzazione e la tutela dell'ambiente come anche la riduzione delle emissioni nell'atmosfera, e più in generale i problemi nell'ambiente. L'introduzione del diritto internazionale ambientale avvenne in due importanti step:

- 1- **Funzionalismo:** fase introdotta con la Conferenza sull'ambiente umano di Stoccolma del 1972.

Questa fase è caratterizzata dall'introduzione di diversi trattati che includono il principio di prevenzione del danno.

- 2- **Globalismo:** seconda fase introdotta con la Conferenza delle Nazioni Unite sull'ambiente e lo sviluppo sostenibile di Rio de Janeiro del 1992.

Durante questo periodo si assiste all'emanazione dei trattati globali ed espansione alle convenzioni universali globali che si basano sul principio di precauzione.

Lo sviluppo sostenibile venne reso legittimo nel 1992 a seguito del "*Summit sulla Terra*" avvenuto a Rio de Janeiro. Tutti i paesi facenti parte di questo si resero conto che il problema dell'ambiente doveva essere affrontato non più a livello locale all'interno dei Paesi ma a livello globale poiché l'impatto si verifica in maniera estesa. In questo momento nasce la Commissione per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite CSD, che si pone l'obiettivo di guidare le attività future verso accordi

tra i Governi e le società. Si assiste quindi all’emanazione e accettazione di quattro dichiarazioni di principi e due convenzioni globali:

- **Agenda 21:** il cui obiettivo è quello di far sì che i popoli rispettino i principi di sviluppo sostenibile a tutti i livelli;
- **Dichiarazione di Rio su Ambiente e Sviluppo:** raccoglie i 27 principi di responsabilità sullo sviluppo sostenibile che guidano le nazioni;
- **Dichiarazione dei principi per la gestione sostenibile delle foreste:** queste possono essere utilizzate per soddisfare i bisogni ma senza comprometterne la conservazione;
- **Convenzione quadro sui cambiamenti climatici:** ha l’obiettivo di preservare l’ambiente contenendo l’emissione dei gas responsabili dell’effetto serra;
- **Convenzione quadro sulla biodiversità:** con lo scopo di preservare le diverse specie faunistiche e l’ambiente in cui vivono.

Nella seguente tabella sono sintetizzati i momenti salienti della lotta al cambiamento climatico:

1988	WMO, UNEP	L’organizzazione meteorologica mondiale e l’agenzia ONU per l’ambiente costituiscono l’ IPCC, il panel intergovernativo sui cambiamenti climatici, chiamato a fornire una solida base scientifica sulle cause e gli effetti del fenomeno.
1990	IPCC	Il primo rapporto IPCC riconosce che il cambiamento climatico è una questione globale, che va affrontata con uno sforzo condiviso tra Nord e Sud del mondo per mitigare gli effetti ed adattarsi agli impatti in atto.
1992	Summit della Terra – Rio de Janeiro	Nasce la convenzione quadro sui cambiamenti climatici, UNFCCC
1997	COP 3, Kyoto	Adozione del Protocollo di Kyoto. Prevede o limitazioni quantitative delle emissioni di gas serra per trentotto Paesi industrializzati e l’Unione europea con la possibilità di

		utilizzare meccanismi flessibili, come lo scambio di quote di emissioni.
2005		Il protocollo di Kyoto entra in vigore senza la ratifica degli Stati Uniti.
2009	COP 15, Copenaghen	I Paesi sviluppati assumono l'impegno di mobilitare congiuntamente - a partire dal 2020 – risorse pari a 100 miliardi di dollari all'anno. Tali risorse finanziarie serviranno ad assistere i Paesi in via di sviluppo nell'attuazione di misure di mitigazione e di adattamento.
2015	COP 21, Parigi	Firma dell' Accordo di Parigi, che ha come obiettivo mantenere l'innalzamento della temperatura sotto i 2° e guidare gli sforzi per limitare l'innalzamento della temperatura fino a 1,5° al di sopra dei livelli preindustriali.
	UNGA	Adozione dell'Agenda 2030
	UNGA	Adozione dei Framework di Sendai
2018	COP24, Katowice	Presentazione del rapporto IPCC 1,5°C
2019	New York	Summit mondiale del Clima: rinnovo degli impegni globali per il raggiungimento della neutralità nelle emissioni di carbonio entro il 2050
	COP25, Santiago del Cile	L'attesa è alta nei confronti della COP25 che segue il summit globale di New York.
2020	COP26, Italy + UK	Gli incontri preliminari ed un summit dei giovani sul clima si sono svolti in Italia, mentre la COP26 si è svolta a Glasgow.

### **2.3 La crescita verde al centro della politica dell'UE**

Secondo i dati, possiamo affermare che l'Unione europea (UE) abbia tra i più alti standard di qualità ambientale al mondo, sviluppati in senso positivo negli ultimi decenni. La politica ambientale è da considerare come uno dei maggiori fattori che abbia contribuito a far sì che l'economia dell'UE sia rispettosa dell'ambiente, tuteli le risorse naturali europee e salvaguardi la salute e il benessere delle persone. Per sviluppare una buona economia e migliorare il benessere è importante tenere conto della qualità dell'aria. Tuttavia, ci si trova ad affrontare diverse sfide, come quelle relative ai cambiamenti climatici, ai vari tipi di inquinamento e alla produzione e consumo insostenibili.

Tra gli obiettivi delle politiche ambientali e della legislazione dell'UE, vi sono: la tutela degli habitat naturali, il mantenimento di acqua e aria pulite, lo smaltimento dei rifiuti, la conoscenza delle sostanze tossiche e il sostegno alla transizione delle imprese verso un'economia sostenibile.

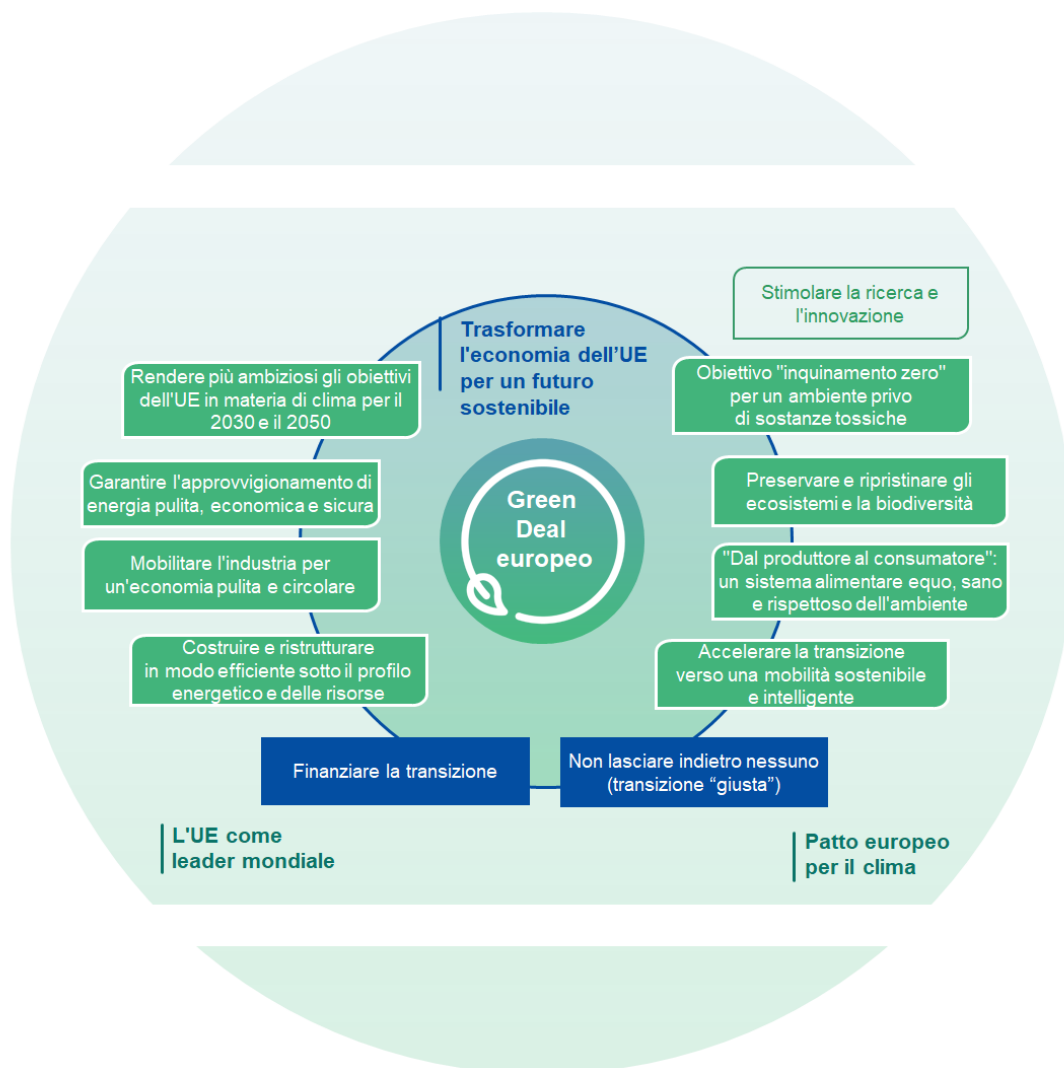
Concentrandosi sui cambiamenti climatici, quello che l'UE sta facendo è formulare e attuare politiche e strategie in materia, occupando un ruolo guida nei negoziati internazionali sul clima. Inoltre, si sta impegnando a garantire un esito positivo sull'attuazione dell'accordo di Parigi e attuare sistemi di scambio quote di emissione dell'Unione europea (EU ETS). A questo fine, i paesi membri dell'UE, si sono impegnati per raggiungere diversi obiettivi negli anni futuri. L'UE cerca che i problemi in materia di clima siano accolti anche in altre aree politiche, come nel settore dell'energia e dei trasporti, sostiene le tecnologie a bassa intensità di carbonio e le misure di adattamento.

La politica ambientale dell'UE fa riferimento agli articoli 11 e 191-193 del trattato sulla gestione dell'Unione europea. Infatti secondo quanto riportato dall'articolo 191, la lotta ai cambiamenti climatici è un chiaro obiettivo della politica ambientale dell'UE. Mentre lo sviluppo sostenibile è considerato un obiettivo generale per l'UE, che si impegna grazie all'articolo 3 del trattato dell'UE, ad assicurare "un alto livello di tutela dell'ambiente e l'innalzamento della sua qualità." (Unione europea, art.3, 2012)

### 2.3.1 Il Green Deal Europeo

Secondo quanto si legge dal sito ufficiale dell'UE, lo scopo del Green Deal è quello di definire un piano d'azione, che renda sostenibile l'economia dell'Unione europea, per fare in modo che le sfide climatiche e ambientali diventino un'opportunità in tutti i settori, in maniera equa ed inclusiva. In questo ambito si inserisce, il "Green Deal europeo", che nasce come strategia di crescita per un'economia europea maggiormente pulita, sostenibile, sicura e sana. Il Green Deal rappresenta quindi una comunicazione funzionale all'attuazione dell'Agenda 2030 e al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. La seguente figura, rappresenta i vari elementi del Green Deal europeo, ed è tratta dal Documento della Commissione.

Figura 6: Il Green Deal europeo (Fonte: Commissione europea)



Come detto, il Green Deal Europeo rappresenta una comunicazione da parte della Commissione europea, la quale include una tabella di marcia, ovvero un piano che prevede azioni concrete al fine di:

- favorire un uso efficiente delle risorse, attraverso un' economia pulita e circolare, che garantisca una crescita dissociata dall'uso delle risorse;
- fare in modo che le emissioni nette di gas a effetto serra siano praticamente nulle entro il 2050;
- ridurre l'inquinamento e salvaguardare la biodiversità senza trascurare nessuna persona e luogo.

Il Green Deal riporta anche gli investimenti necessari e gli strumenti di finanziamento disponibili. Infatti, nel 2020 la Commissione ha esposto un piano di investimenti per un' Europa sostenibile e una strategia di finanziamento verde, chiamata "Piano di investimento per un'Europa sostenibile - Piano di investimenti del Green Deal europeo", nel quale si inserisce la proposta del "*just transition mechanism*". Quest'ultimo si focalizza sui settori e sulle regioni più esposte alle ripercussioni della transizione, per la loro dipendenza dai combustibili fossili (come il carbone), o da processi industriali ad alta intensità di gas a effetto serra, ma con minore capacità di contribuire a finanziare gli investimenti richiesti.

I vantaggi dell' applicazione del Green Deal, possono essere così sintetizzati (Commissione europea, 2020):

- offrire aria e acqua pulite, un suolo sano e biodiversità;
- aumentare i trasporti pubblici;
- vendere cibo sano e a prezzi accessibili;
- promuovere edifici rinnovati ed efficienti dal punto di vista energetico;
- produrre energia più pulita e innovazione tecnologica pulita d'avanguardia;
- garantire prodotti di maggiore durata, che possono essere riparati, riciclati e riutilizzati;
- offrire posti di lavoro adeguati alle esigenze future, con maggiore formazione sul tema della transizione;
- sviluppare un'industria competitiva e resiliente a livello globale.

Detto ciò la Commissione europea ha formulato proposte di azioni in diversi settori di intervento che verranno approfonditi nei successivi paragrafi: energia pulita, industria sostenibile, azioni per il

clima, costruzione e ristrutturazione, biodiversità, riduzione dell'inquinamento e mobilità sostenibile.

### **2.3.1.1 Energia pulita**

Questo tema fa riferimento al processo di decarbonizzazione del sistema energetico dell'UE allo scopo di conseguire gli obiettivi climatici imposti.

I principi sul quale si basa sono:

- sviluppare un settore energetico basato soprattutto sulle fonti rinnovabili, dando priorità all'efficienza energetica;
- garantire un approvvigionamento energetico dell'UE a prezzi accessibili;
- assicurare un mercato energetico pienamente integrato, interconnesso e digitalizzato.

Dalla comunicazione della Commissione "Un pianeta per tutti", emerge che nel 2018 la produzione e l'utilizzo di energia rappresentano il 75% delle emissioni di gas a effetto serra dell'UE. (Commissione europea, 2018)

Sempre la Commissione, afferma nella relazione sull'avanzamento dei lavori in materia di energie rinnovabili redatta ad aprile del 2019, che nel 2017 il 17,5% del consumo finale lordo di energia dell'UE proveniva da fonti rinnovabili. (Commissione europea, 2019)

Sulla base di questi dati, la Commissione europea ha presentato proposte volte ad aumentare il livello di ambizione dell'UE in materia di clima entro il 2030. L'attuale direttiva in vigore, che aggiorna le precedenti, è quella pubblicata il 14 Luglio 2021, ed entro il 2023, gli Stati membri aggiorneranno i piani nazionali per l'energia e il clima, in modo da rispettare la nuova ambizione in materia di clima.



Figura 7: Evoluzione degli obiettivi di riduzione dei gas effetto serra negli anni (Fonte: Commissione europea, energia pulita, 2019)



In sintesi le azioni previste dalla direttiva nei prossimi anni per promuovere un maggior efficientamento energetico sono:

- promuovere le tecnologie innovative e l'infrastruttura energetica moderna;
- incrementare l'efficienza energetica e la progettazione ecocompatibile dei prodotti;
- interconnettere i sistemi energetici e integrare più efficientemente le fonti di energia rinnovabile alla rete;
- decarbonizzare il settore del gas e sostenere un'integrazione intelligente tra i settori;
- concedere maggiori diritti ai consumatori e aiutare gli Stati membri a fronteggiare la scarsità energetica;
- far avanzare gli standard e le tecnologie dell'UE nel campo dell'energia a livello mondiale,
- sviluppare la cooperazione transfrontaliera e regionale per migliorare la condivisione delle fonti di energia pulita;
- sviluppare il piano potenziale dell'energia eolica offshore dell'Unione.

### 2.3.1.2 Industria sostenibile

Per poter raggiungere gli obiettivi climatici e ambientali prefissati, l'UE necessita di una politica industriale nuova, basata sull'economia circolare. In quanto, negli anni passati abbiamo assistito ad uno sfruttamento elevato delle risorse a disposizione. Secondo quanto riportato nel 2019, dal pannello delle risorse (*International Resource Panel*), lanciato dalle Nazioni Unite per l'ambiente, con lo scopo di condividere le conoscenze necessarie per migliorare l'uso delle risorse in tutto il mondo, dal 1970 al 2017, l'estrazione globale annuale di materie prime è triplicata e continua ad aumentare. Lo stesso "*International Resource Panel*", riporta che il 90% della perdita di biodiversità e dello stress

idrico sia dovuto all'estrazione e alla trasformazione delle risorse. (International Resource Panel, 2019)

Continuando a parlare di dati, è possibile affermare, che l'industria dell'UE rappresenti il 20% delle emissioni totali dell'UE secondo quanto dichiarato dalla Commissione europea nella relazione del 2019 sui progressi dell'azione per il clima dell'UE. Solamente il 12% dei materiali che l'industria dell'UE utilizza, proviene dal riciclaggio. A causa di tutto ciò, l'UE ha deciso di adottare a marzo 2020 una strategia industriale a favore della trasformazione "verde". Grazie al piano d'azione a favore dell'economia circolare adottato, l'economia dell'UE sta vivendo un processo di modernizzazione. Attraverso il piano, la Commissione, sostiene una politica di "prodotti sostenibili", che impone come obiettivo primario la riduzione e il riutilizzo di materiali, prima del loro riciclaggio.

Gli obiettivi di questo piano, sono quindi, da un lato evitare totalmente i rifiuti e trasformarli in risorse secondarie di alta qualità, dall'altro, agire a monte per evitare che i prodotti non sostenibili accedano al mercato europeo. Tra gli obiettivi del piano vi è:

- fare in modo che i prodotti durino più a lungo sin dalla loro progettazione, siano più facili da riutilizzare, riparare e riciclare e incorporino il più possibile materiale riciclato al posto di materia prima;
- limitare l'usa e getta, vietando l'obsolescenza programmata e la distruzione dei beni durevoli invenduti;
- focalizzare l'attenzione su quei settori che usano maggiori risorse e che presentano un potenziale di circolarità elevato come: elettronica e ICT, batterie e veicoli, imballaggi, materie plastiche, tessili, costruzioni, edifici e settore alimentare;
- ridurre gli sprechi, evitando completamente i rifiuti e trasformandoli in risorse secondarie di alta qualità che beneficino di un mercato ben funzionante per le materie prime secondarie;
- proporre un modello armonizzato a livello UE per la raccolta differenziata dei rifiuti e l'etichettatura;
- ridurre al minimo le esportazioni di rifiuti dell'UE e far fronte il tema delle spedizioni illegali.

Il 10 novembre 2020, la Commissione elesse una Proposta di regolamento per aggiornare la legislazione dell'UE sulle batterie. Lo scopo è quello di immettere sul mercato dell'UE, batterie che siano sostenibili, circolari, ad alte prestazioni e sicure per tutto il ciclo di vita, che si possano raccogliere, riutilizzare e riciclare, trasformandosi in una fonte di preziose materie prime.

Il 10 febbraio 2021, il Parlamento Europeo, ha emanato la Risoluzione del Parlamento europeo sul nuovo piano d'azione per l'economia circolare, in cui vennero aggiunte una serie di raccomandazioni, tra le quali:

- definire obiettivi vincolanti per il 2030, fondati su evidenze scientifiche per fornire regole di marcia per l'uso di materiali e il consumo;
- stabilire indicatori di circolarità uniformi, armonizzati e comparabili;
- presentare obiettivi vincolanti sull'impronta ecologica dei materiali e dei consumi per l'intero ciclo di vita del prodotto per ogni categoria immessa sul mercato, per prevenire scarti e ridurre l'utilizzo di risorse ed energia;
- introdurre misure contro il *greenwashing* e le false dichiarazioni ambientali, come misure legislative per bloccare pratiche che provocano obsolescenza programmata dei beni;
- sostenere l'*Ecolabel* UE come riferimento per la sostenibilità ambientale;
- dare forza al ruolo degli appalti pubblici verdi, fissando criteri e obiettivi minimi obbligatori;
- integrare nei Piani di ripresa nazionale, i principi dell'economia circolare.

Ci sono grandi spazi per innovazione da parte delle aziende, e alcune delle misure che le aziende possono percorrere per rendere l'azienda sostenibile possono essere: il controllo delle emissioni di gas nocivi ed inquinanti, l'utilizzo efficiente di energia, materie prime e risorse idriche e il riciclo di materie prodotti di scarto ed imballaggi. Per seguire questa direzione, è stato redatto il piano d'azione sull'economia circolare per un'Europa più pulita e competitiva, che è parte integrante del Green Deal europeo. Il piano indica il concetto di circolarità come base per raggiungere l'obiettivo UE di neutralità climatica entro il 2050, fornendo misure relative al ciclo di vita dei prodotti. In aggiunta, nel piano vi sono regole che aiutano a progettare i prodotti con un maggiore utilizzo di materie prime riciclate, a rendere i prodotti più duraturi, come più facili da riutilizzare, riparare e riciclare.

Il raggiungimento degli obiettivi del Green Deal sarà possibile solo se l'UE metterà in pratica il modello di economia circolare. La transizione rappresenta un'occasione, non solo per promuovere un'attività economica, ma anche in grado di creare nuove posizioni di lavoro.

### **2.3.1.3 Neutralità climatica**

L'Unione europea, attraverso il Green Deal europeo, punta a diventare climaticamente neutra, cioè a emissioni zero, su tutto il territorio europeo entro il 2050. Per rendere possibile questo, a marzo

2020 ha proposto una legge europea sul clima che stabilisce l'obiettivo ambizioso di ridurre le emissioni nette di gas a effetto serra di almeno il 55% entro il 2030 rispetto ai livelli del 1990. Raggiungere la neutralità climatica, significa arrivare ad avere nulle le emissioni nette di gas a effetto serra per i paesi dell'UE, abbassando le emissioni, proteggendo l'ambiente naturale ed investendo in tecnologie verdi. La legge assicura che le politiche dell'UE contribuiscano a questo obiettivo e che i settori economici e la società in generale si impegnino in questa direzione.

Inoltre, la legge sul clima include misure per monitorare i progressi e adeguare le azioni di conseguenza, basandosi sui sistemi esistenti come il processo di governance per i piani nazionali degli Stati membri per l'energia e il clima, le relazioni periodiche dell'Agenzia europea dell'ambiente e le prove scientifiche sui cambiamenti climatici e i loro impatti. Risulta importante fornire prevedibilità agli investitori e agli altri attori economici e garantire che la transizione che porta alla neutralità climatica sia irreversibile.

La legge europea sul clima è stata pubblicata il 9 luglio 2021 nella Gazzetta ufficiale, ed è entrata in vigore il 29 luglio 2021.

#### **2.3.1.4 Costruzione e ristrutturazione**

Per costruire, utilizzare e ristrutturare gli edifici si necessitano elevate quantità di energia e risorse, quali sabbia, ghiaia e cemento. Secondo l'Eurostat, *"Energy balances 2019 edition"* gli edifici assorbono un'elevata percentuale dell'energia consumata, circa il 40%, per questo motivo si dovrebbero raddoppiare gli attuali tassi di ristrutturazione degli edifici pubblici e privati.

Per poter migliorare la prestazione energetica degli edifici, bisognerebbe che i prezzi delle varie fonti energetiche incentivassero edifici efficienti sotto il profilo energetico e la progettazione di questi edifici dovrebbe essere conforme all'economia circolare. Inoltre bisognerebbe potenziare la digitalizzazione degli edifici, aumentarne la resilienza ai cambiamenti climatici e applicare in maniera rigorosa le norme sulla prestazione energetica degli edifici.

A tal proposito, nel 2020 ha emanato un'iniziativa a favore della ristrutturazione, tramite la quale la Commissione ha avviato una piattaforma che riunisce il settore edile e delle costruzioni, architetti e ingegneri e le autorità locali, con lo scopo di: incrementare le possibilità di finanziamento innovative, promuovere investimenti nell'efficienza energetica degli edifici, concentrare gli sforzi di ristrutturazione per godere di economie di scala.

### 2.3.1.5 Biodiversità

L'UE si è posta l'obiettivo di invertire il degrado degli ecosistemi tramite un piano complessivo, ambizioso e a lungo termine, come riportato nel suo sito ufficiale relativamente alla strategia della biodiversità per il 2030. Ha adottato una strategia sulla biodiversità, la quale rappresenta la proposta dell'UE ai prossimi negoziati internazionali sul quadro globale per la biodiversità dopo il 2020. La strategia mira a guidare la biodiversità dell'Europa verso la ripresa entro il 2030, a sostegno del clima, del pianeta e dei cittadini. Nello scenario post COVID-19, la strategia vuole dare forza alla resilienza delle società per proteggerle dalle minacce future quali:

- effetti dei cambiamenti del clima;
- insicurezza alimentare;
- incendi dei boschi;
- epidemie, anche tutelando la fauna selvatica e impegnandosi contro il commercio illegale di specie selvatiche.

La strategia prevede impegni e azioni determinati da conseguire entro il 2030, come:

- creazione di una ampia rete di zone protette all'interno dell'UE su terraferma come in mare comprendenti almeno il 30% della superficie totale: l'UE mira ad ampliare le aree Natura 2000 disponibili, proteggendo soprattutto le zone ad alta biodiversità e con forte valore climatico;
- il ripristino degli ecosistemi degradati in tutta l'UE entro il 2030: l'UE punta a risanare gli ecosistemi degradati, attraverso impegni e azioni concreti, gestendoli in modo sostenibile e affrontando le principali cause di perdita della biodiversità. In questo ambito, la Commissione ha proposto nel 2021 obiettivi vincolanti a tale scopo, tra cui la riduzione dell'uso e del rischio dei pesticidi del 50% entro il 2030 e la piantagione di 3 miliardi di alberi all'interno dell'UE. Questi obiettivi rappresentano un elemento chiave della strategia dell'UE sulla biodiversità per il 2030, avendo come obiettivo principale il ripristino degli ecosistemi degradati, in particolare quelli maggiormente adatti a: prevenire e ridurre l'impatto dei disastri naturali, catturare e immagazzinare carbonio, fornire benefici ulteriori (salute del suolo e impollinazione), diffondere migliore conoscenza e monitorare gli ecosistemi ed i loro servizi. In questo modo, l'UE intende fare da esempio al resto del mondo;
- avviamento di misure che permettano il cambiamento radicale necessario, come lo stanziamento di 20 miliardi di euro l'anno per proteggere e promuovere la biodiversità

attraverso i fondi dell'UE e i finanziamenti nazionali e privati. La strategia vuole promuovere i finanziamenti a favore della biodiversità e l'attuazione di un nuovo quadro di governance rafforzato per garantire una migliore realizzazione e monitorare i progressi, rendere migliori le conoscenze in materia, gli investimenti e i finanziamenti, garantire un maggiore rispetto della natura nel processo decisionale pubblico e imprenditoriale;

- inserimento di nuove misure per far fronte alla sfida globale della biodiversità: queste misure danno prova che l'UE voglia dare il buon esempio a combattere la crisi mondiale della biodiversità, servendosi di un quadro globale ambizioso in materia all'interno della Convenzione sulla diversità biologica.

Gli obiettivi della strategia sono stati approvati dagli Stati membri dell'UE. Secondo il Consiglio, è importante che siano intensificati gli sforzi per contrastare le cause dirette e indirette della perdita di biodiversità di risorse naturali. Risulta necessario inoltre integrare gli obiettivi in tema biodiversità con altri settori come l'agricoltura, la pesca e la silvicoltura, garantendo un'attuazione coerente delle misure dell'UE in questi ambiti.

Vi sono due strumenti che monitorano online il progresso nell'attuazione della strategia:

- 1) un *tracker* delle azioni online che fornisce informazioni aggiornate sullo stato di attuazione delle numerose azioni della strategia;
- 2) un cruscotto degli obiettivi mostra i progressi verso gli obiettivi quantificati di biodiversità fissati dalla strategia, a livello UE e negli Stati membri.

Riassumendo le due principali azioni intraprese all'interno dell'ambito della biodiversità sono state:

- 1- a gennaio 2020: avvio della consultazione pubblica sugli obiettivi di ripristino della natura;
- 2- a maggio 2020: pubblicazione della strategia dell'UE sulla biodiversità per il 2030.

### **2.3.1.6 Riduzione dell'inquinamento**

Nell'articolo intitolato "Green Deal europeo: la strategia "inquinamento zero" per la salute delle persone e del pianeta", Mauro Varotto<sup>8</sup> afferma che l'inquinamento continua a provocare morti premature, infatti nell'UE ogni anno, si registrano 1 caso di decesso su 8 a causa dell'inquinamento. (Varotto Mauro, 2021). Dalla recente relazione dell'Agenzia europea per l'ambiente (EEA) sulla

---

<sup>8</sup> Mauro Varotto (1970) è docente di Geografia e Geografia culturale all'Università degli Studi di Padova. Dal 2008 coordina il Gruppo Terre Alte del Comitato scientifico centrale del Club alpino italiano.

salute e l'ambiente nell'UE si nota che nonostante gli sforzi e i progressi ottenuti nel ridurre l'inquinamento in Europa negli ultimi decenni, ogni anno vi sono più di 400.000 decessi prematuri (anche per tumori) causati dall'inquinamento dell'aria ambiente, allo stesso tempo 48.000 casi di cardiopatie ischemiche, 6,5 milioni di casi di disturbi cronici del sonno connessi al rumore, oltre ad altre malattie causate da entrambi i motivi. (Agenzia europea dell'ambiente, 2020)

Per migliorare le condizioni del pianeta, il Green Deal europeo, prevede un obiettivo specifico di "inquinamento zero", puntando ad arrivare ad un ambiente senza sostanze tossiche, impegnandosi a misurare, prevenire e rimediare alle cause di inquinamento di aria, acqua, suolo e prodotti di consumo. "Inquinamento zero" vuol dire assicurare a tutti la possibilità di vivere in un ambiente senza sostanze tossiche, e che l'inquinamento venga ridotto a livelli non nocivi per la salute e gli ecosistemi naturali. Significa anche riflettere sul modo in cui i beni e i servizi sono progettati, prodotti, forniti, utilizzati e smaltiti, e comprendere all'interno delle politiche dell'UE la prevenzione dell'inquinamento.

L'UE intende implementare una "gerarchia dell'inquinamento zero", secondo la quale occorre innanzitutto prevenire l'inquinamento alla fonte. Se questo non fosse possibile, bisognerebbe ridurlo al minimo. Se questo accadesse, gli ambienti inquinati, andrebbero ripristinati e i danni relativi andrebbero risarciti. Questa sarebbe la visione del piano adottato il 12 maggio 2021, dalla Commissione europea: "Azzerare l'inquinamento atmosferico, idrico e del suolo", che vuole fare tendere ad un mondo con livelli d'inquinamento ridotti, non più dannosi per la salute umana e gli ecosistemi naturali.

Il piano sull'inquinamento zero riguarda l'inquinamento atmosferico, idrico e del suolo, compresi i prodotti di consumo, l'inquinamento marino e acustico. Il piano include inoltre, le varie misure necessarie per annullare l'inquinamento, il quale combina programmi, politiche e risorse dell'UE. Stabilisce quindi obiettivi chiave per il 2030, con il fine di ridurre l'inquinamento alla fonte, rispetto all'attuale situazione, ad esempio come migliorare la qualità dell'aria e dell'acqua, sotto un certo livello per ridurre in modo decisivo le morti premature. Oppure, come ridurre in modo significativo la produzione di rifiuti urbani, la percentuale di persone che soffrono di disturbi cronici dovuti al rumore dei trasporti e altri ancora. Tutti questi sono descritti in un apposito allegato del piano, al fine di monitorare a livello europeo, nazionale e regionale i risultati ottenuti.

### 2.3.1.7 Mobilità sostenibile

L'Europa è impegnata nel diminuire sempre più le emissioni causate dai trasporti, poiché i trasporti rappresentano attualmente un quarto delle emissioni di gas a effetto serra, e crescono continuamente. Il Green Deal si è posto l'obiettivo di ridurre del 90% le emissioni nei trasporti entro il 2050. Un passo che si sta cercando di fare è quello della produzione e la vendita di sole auto elettriche, cosicché vi siano solo queste in circolazione. Le auto elettriche infatti riducono l'inquinamento e l'emissione di CO2 nell'ambiente. Il risparmio si avrebbe non solo in termini di inquinamento ambientale ma anche economico, qualora queste avessero una percorrenza di 200.000 km o una durata di 7 anni. Si stima che le auto elettriche nel 2032 saranno circa la metà delle auto in circolazione, sulla base di questo sembra fondamentale sviluppare piani che consentano di programmare e promuovere la transizione green puntando all'elettrico al fine di diminuire l'inquinamento nel mondo. Il Parlamento Europeo ha approvato il pacchetto "Fit For 55", che tra le varie misure prevede lo stop alla vendita di veicoli a combustione dal 2035. Gli europarlamenti, con questa votazione plenaria, hanno decretato l'abolizione dei motori endotermici, poiché il provvedimento prevede oltretutto l'obbligo per i costruttori di vendere solamente veicoli a zero emissioni dal 2035. Dopo il sì del Parlamento UE anche il consiglio dei ministri dell'ambiente dei Paesi europei ha approvato il provvedimento che prevede lo stop alla vendita di nuove auto a benzina e diesel entro il 2035. Si tratta di un obiettivo ambizioso che fa parte del piano di azione contro il cambiamento climatico "Fit for 55", il quale prevede all'UE di ridurre le proprie emissioni nette di gas serra di almeno il 55% entro il 2030 (rispetto ai livelli del 1990) e di conseguire la neutralità climatica entro il 2050.

L'integrazione della mobilità con la digitalizzazione fanno sì che la mobilità automatizzata e i sistemi intelligenti di gestione del traffico contribuiscano a rendere i trasporti efficienti e puliti, per mezzo di applicazioni intelligenti.

Utilizzando diverse modalità di trasporto, un maggior volume di merci dovrebbe essere trasportato su rotaia e su vie navigabili. In questo senso, la riforma "Cielo unico europeo" dovrebbe contribuire a ridurre in modo significativo le emissioni del 10% dei trasporti aerei.

E' necessario che i prezzi riflettano l'impatto sull'ambiente, per questo si sta lavorando per: eliminare le sovvenzioni per i combustibili fossili, favorire lo scambio delle quote di emissione al settore marittimo, introdurre una tariffazione stradale efficace nell'UE, ridurre le quote gratuite assegnate alle compagnie aeree.



L'Europa si sta impegnando anche nell'incremento dell'offerta di carburanti sostenibili alternativi per i trasporti, e su questo fronte, entro il 2025 dovranno esserci circa 1 milione di stazioni pubbliche di ricarica e rifornimento, in grado di rifornire 13 milioni di veicoli a basse o zero emissioni che probabilmente viaggeranno sulle strade europee.

La mobilità sostenibile contribuirà anche a ridurre l'inquinamento, il Green Deal affronta i problemi delle emissioni e della congestione urbana e contribuisce al miglioramento dei trasporti pubblici. Pertanto sono necessarie norme rigorose sull'inquinamento che causano i veicoli, come anche la riduzione dell'inquinamento nei porti e il miglioramento della qualità dell'aria in prossimità degli aeroporti e dei porti.

#### **2.4 Le leve di intervento per cambiare i comportamenti aziendali**

Gli obiettivi sopra descritti, per essere raggiunti, richiedono una trasformazione dei compartimenti della pubblica amministrazione, delle imprese e dei cittadini. Per quanto riguarda il settore delle imprese, sono diversi i comportamenti che le aziende possono adottare per migliorare il loro approccio alla sostenibilità. Possono seguire differenti strade, la maggior parte delle volte simultaneamente:

- 1- si adattano ai cambiamenti del mercato poiché cambiano le esigenze dei clienti in termini di ciò che essi richiedono;
- 2- rispondendo ai requisiti normativi specifici;
- 3- attraverso modelli di incentivazione: vengono offerti incentivi economici da parte degli stakeholders, in particolare banche e istituti finanziari, previa verifica di attuazione da parte delle aziende di azioni e comportamenti sostenibili nelle loro attività "core". In questo modo gli istituti di credito valutano se il modello di business da esse proposto nel lungo periodo ingloba azioni sostenibili, per poter erogarle credito oppure no. Al fine di perseguire obiettivi di sviluppo economico e di evoluzione sociale, nelle comunità imprenditoriali e finanziarie vi è una crescente consapevolezza dell'importanza dei "sustainability issues" e dei 17 SDGs, essendo sempre più convinti che "la salute del pianeta e il benessere dell'umanità generino un impatto sulle prospettive di successo di lungo periodo". (Adams C. et al, 2020, p.7)

Attualmente gli investitori, selezionano le realtà produttive più virtuose in termini di sostenibilità, basandosi soprattutto sui "SRI": *Socially Responsible Investing*, o *Sustainable Responsible Investing* o sul *Sustainable, Responsible and impact Investing*. Questi metodi si basano sulla conoscenza di

informazioni non finanziarie come il *“Corporate Sustainable Report”* (CSR) che rappresenta uno dei principali strumenti di comunicazione e di controllo.

E' importante che i mercati finanziari indirizzino i loro investimenti e capitali verso organizzazioni che intraprendono uno sviluppo sostenibile per raggiungere gli SDGs stabiliti. Sulla base di questa visione *“è ampiamente riconosciuto che non sia sufficiente comunicare come sia creato il valore ai soli investitori. Comunicare in che modo sia creato e preservato il valore per tutti gli stakeholder e in che modo un'organizzazione contribuisca allo sviluppo sostenibile, costituisce ora la base della fede pubblica e della legittimazione sociale a operare nel contesto economico”*. (Adams C. et al, 2020, p.7)

Detto ciò è necessario agire sulla società e sulle organizzazioni con impatti significativi sia in ambito sociale che ambientale al fine di rendere efficienti i meccanismi informativi che regolano il funzionamento di queste per poter indirizzare le scelte di investimento verso le società meritevoli in termini di sostenibilità, con la conseguente riduzione dei costi ed esternalità ambientali mondiali.

#### **2.4.1 L'evoluzione del contesto normativo-istituzionale: i principali riferimenti normativi**

La richiesta di aumentare la trasparenza, la comparabilità, l'intellegibilità e il controllo della *disclosure* aziendale, da parte delle istituzioni, hanno alimentato l'adozione di percorsi che trasmettano comportamenti e metodi condivisi per quanto concerne la rendicontazione di informazioni non finanziarie. Diversi strumenti normativi hanno fatto in modo che la sostenibilità sia sempre più parte integrante del business. In particolare ognuno di questi copre un ruolo chiave specifico, tra questi compaiono:

1. **D.lgs. 254/16 sull'informativa non finanziaria:** rappresenta la cornice normativa nella quale si estende la struttura del documento e definisce gli obblighi informativi previsti.
2. **Piano d'Azione della Commissione Europea per finanziare la crescita sostenibile:** tra le varie azioni da promuovere a livello comunitario, espone un intervento mirato a rafforzare l'informativa non finanziaria, all'interno del quale si inseriscono le linee guida.
3. **I 17 obiettivi delle Nazioni Unite previsti nel programma Agenda 2030:** il programma e nello specifico i 17 obiettivi delle Nazioni Unite, si trovano all'interno delle singole schede informative e dettagliate per distinta tipologia di disclosure.

### 2.4.1.1 Il D.lgs. 254/16 sull'informativa non finanziaria

La direttiva 2014/95/UE sulla *non financial disclosure* è entrata nel nostro ordinamento il 10 gennaio 2017 attraverso il d.lgs. 254/16, il quale include l'obbligo di compilare la dichiarazione non finanziaria per i seguenti soggetti:

1. enti di interesse pubblico che:

- abbiano un numero maggiore di 500 dipendenti, nel corso dell'esercizio (di norma l'anno solare);
- abbiano uno dei seguenti limiti decisionali, alla data di chiusura del bilancio:
  - totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni: 40 milioni di euro;
  - totale dell'attivo nello stato patrimoniale: 20 milioni di euro.

Gli enti inclusi in questo punto hanno l'obbligo di redigere la dichiarazione individuale di carattere non finanziario.

2. Le società madri, con qualifica di enti di interesse pubblico, di un gruppo che:

- abbiano nel corso dell'esercizio finanziario, un numero totale di dipendenti maggiore di 500;
- abbiano un bilancio consolidato in cui vi sia almeno una delle seguenti condizioni:
  - totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni eccedenti 40 milioni di euro;
  - totale dell'attivo dello stato patrimoniale maggiore di 20 milioni di euro.

Le società appartenenti a questo gruppo sono tenute a preparare la dichiarazione individuale di carattere non finanziario. Sono esonerate le PMI.

Il d.lgs. n. 254/2016 prevede inoltre diversi casi in cui si esclude l'obbligo di completare la dichiarazione individuale di carattere non finanziario. I meccanismi di esonero si adottano solo nel caso in cui la società sia tenuta a dichiarare obbligatoriamente la dichiarazione consolidata non finanziaria, mentre non possono operare nel caso in cui la società rediga una dichiarazione consolidata volontariamente, ad esempio nel caso di società straniera, con ordinamenti giuridici differenti a quelli dell'Unione europea.

Il d.lgs. n. 254/2016 stabilisce che la dichiarazione di carattere non finanziario "nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi

risultati e dell'impatto prodotto da questa" possiede informazioni (Decreto legislativo del Parlamento europeo e Consiglio, 2017):

1. di **carattere ambientale**: esempio, l'impiego di risorse energetiche, l'impiego di risorse idriche, ridotte emissioni di gas effetto serra, l'impatto presente ed eventualmente dei fattori di rischio ambientali e sanitari che contraddistinguono l'attività dell'impresa;
2. inerenti alla **gestione del personale**: esempio, informazioni relative alle misure previste per attuare convenzioni di organizzazioni internazionali in materia, alle azioni avviate per garantire l'uguaglianza di genere e ai modi con i quali si instaura il dialogo con le parti sociali.
3. di **carattere sociale**: come, i rapporti con i consumatori e la collettività;
4. riguardanti la **lotta contro la corruzione attiva e passiva**: esempio, la comunicazione degli strumenti adottati a tal fine.
5. attinenti alla **tutela dei diritti umani**: esempio le misure impiegate per evitare violazioni e azioni adottate al fine di ostacolare eventuali condotte discriminatorie.

Le informazioni basate su questi temi, dovrebbero avere il requisito della rilevanza, valutata in relazione all'attività e alle caratteristiche dell'impresa e devono essere fornite, in modo da riportare almeno:

- il modello aziendale di organizzazione, gestione e controllo dell'impresa;
- le politiche che l'azienda adotta, i risultati raggiunti e i principali indicatori di prestazione di carattere non finanziario;
- i rischi principali, recati o subiti, attinenti ai temi oggetto del decreto e che derivano dalle attività dell'impresa, dai suoi prodotti, servizi o rapporti commerciali, incluse, se rilevanti le catene di fornitura.

#### **2.4.1.2 Il Piano d'Azione della Commissione Europea per finanziare la crescita sostenibile**

A livello europeo, le risposte alle questioni climatiche e ai temi dello sviluppo sostenibile, si sono concretizzate da parte di governi e organizzazioni nel "Piano d'Azione: finanziare una crescita sostenibile" della Commissione Europea. Il Piano d'Azione venne pubblicato a Marzo 2018 e descrive la strategia dell'Unione Europea nel guidare il futuro lavoro del sistema finanziario. Esso consentirà di aumentare la resistenza a nuovi rischi provenienti dai fattori ESG e semplificare il cammino verso un'economia più sostenibile. Il piano citato, prevede un set di 3 obiettivi esplicitati in 10 azioni, indicati nella seguente tabella:

Tabella 1: Obiettivi ed azioni dell'"Action Plan" (Fonte: Confindustria)

Obiettivi	Azioni
1. <i>Riorientare i flussi di capitale verso investimenti sostenibili al fine di realizzare una crescita sostenibile e inclusiva</i>	1. Istituire un sistema unificato a livello UE di classificazione delle attività sostenibili
	2. Creare norme e marchi per i prodotti finanziari sostenibili
	3. Promuovere gli investimenti in progetti sostenibili
	4. Integrare la sostenibilità nella consulenza finanziaria
	5. Elaborare indici di riferimento in materia di sostenibilità
2. <i>Integrare la sostenibilità nella gestione dei rischi</i>	6. Integrare meglio la sostenibilità nel rating e nella ricerca di mercato
	7. Chiarire gli obblighi degli investitori istituzionali e dei gestori di attività
	8. Integrare la sostenibilità nei requisiti prudenziali
3. <i>Promuovere la trasparenza e la visione di lungo termine</i>	9. Rafforzare la comunicazione in materia di sostenibilità e la regolamentazione contabile
	10. Promuovere un governo societario sostenibile e attenuare la visione a breve termine nei mercati dei capitali

Di seguito verranno descritti i tre macro obiettivi, sopra indicati ed importanti in ambito sostenibilità:

1. Reindirizzare i flussi di capitale verso un economia più sostenibile: al fine di orientare gli investimenti verso attività e progetti sostenibili, risulta fondamentale definire ciò che è sostenibile. A questo scopo, nel Giugno 2020, la CE (Commissione Europea) pubblicò la Regolamentazione Tassonomica (UE 2020/852), la quale stabilisce l'introduzione del primo quadro di classificazione delle attività economiche ecosostenibili e determina i criteri per classificarle effettive. (Parlamento Europeo e Consiglio, 18 Giugno 2020)

2. Integrare la sostenibilità nella gestione del rischio: l'ESMA, a Luglio 2019 ha aggiornato le linee guida relative agli obblighi informativi al fine di considerare in maggior misura la sostenibilità nelle valutazioni e nelle ricerche di mercato, tenendo monitorate le applicazioni alle agenzie di rating del credito. Altresì il settore dei servizi finanziari è stato sollecitato a perfezionare la rendicontazione in materia di sostenibilità: attraverso il Regolamento sull'informativa UE 2019/2088 in vigore da Marzo 2021, il quale definisce nuovi obblighi di informativa per gli operatori sulle caratteristiche di sostenibilità dei prodotti offerti e le politiche di integrazione dei rischi ESG. (Parlamento Europeo, 27 Novembre 2019)

In riferimento alle misure per la riduzione del rischio, il Parlamento Europeo e il Consiglio hanno quindi sollecitato l'Autorità Bancaria Europea (EBA) di indicare i principi e i metodi per includere i rischi ESG all'interno del processo di revisione e valutazione delle autorità competenti, e di tenere conto di un eventuale inserimento nelle norme prudenziali di un "fattore di supporto verde".

3. Favorire la trasparenza e la prospettiva a lungo termine: la Commissione Europea, nel Giugno 2019, per potenziare la trasparenza delle aziende, ha pubblicato le nuove linee guida per la rendicontazione delle informazioni legate al clima, che completano le raccomandazioni della "Task Force on Climate-related Financial Disclosures". Quest'ultime si aggiungono alle "linee guida generali non vincolanti" (NBGs) della "direttiva sull'informativa non finanziaria" (NFRD UE 2014/95), accolte nel 2017 dalla Commissione ed attualmente in vigore. La direttiva, in questo momento, si applica a Enti di interesse pubblico con più di 500 dipendenti, però all'interno del documento vi è l'idea di estendere l'applicazione della NFRD anche agli enti di interesse pubblico con più di 250 dipendenti, alle società quotate e a quelle non quotate con alto fatturato, alle società di capitali e alle PMI. Per evitare che le PMI siano escluse dal circuito degli investimenti sostenibili, nel documento è previsto per queste l'introduzione di un regime di disclosure con forme di reporting proporzionato alle dimensioni e caratteristiche di queste imprese. Questo perché molte volte queste aziende non hanno a disposizione le competenze tecniche per preparare report in linea con gli standard. (Giorgino Marco, 2021)

Dal piano d'Azione si evince che il sistema finanziario assume un ruolo fondamentale nel guidare lo sviluppo verso un'economia più sostenibile, più verde e inclusiva. La Commissione ritiene importante guidare il capitale privato verso investimenti più sostenibili, ciò grazie ad un profondo cambiamento del funzionamento del sistema finanziario. In questo panorama, le

istituzioni sono incoraggiate dai legislatori europei ad accogliere gli ESG da una prospettiva strategica, per sfruttare le opportunità e affrontare i rischi.

#### **2.4.1.3 I 17 obiettivi delle Nazioni Unite previsti nell'Agenda 2030**

A questo punto è importante riprendere i 17 Obiettivi delle Nazioni Unite (*Sustainable Development Goal* o SDGs), già menzionati nel primo capitolo. Grazie all'Agenda 2030, sottoscritta nel 2015 da 193 Stati, a livello internazionale è stato possibile stabilire una strategia globale di crescita industriale da percorrere per uno sviluppo sostenibile entro il 2030. Il programma è composto da 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, e consente ai governi, alle istituzioni pubbliche e private, come alla società civile di programmare e controllare l'avvenuto raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).

A livello globale, l'Agenda 2030 delinea la soluzione alla critica da parte del Framework degli MDGs (*Millenium Development Goals*), che fa riferimento all'assenza di prevedere un meccanismo di accountability capace di responsabilizzare i 193 paesi appartenenti all'ONU rispetto agli 8 MDGs.

Per mezzo degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, sottoscritti dall' Agenda 2030, si è potuto non solo allargare il concetto di sostenibilità anche alle altre dimensioni oltre a quella ambientale, ma soprattutto agire in termini di supervisione ai Paesi che hanno firmato l'accordo, per mezzo di un sistema di misurazione basato su 17 obiettivi, 169 target e oltre 240 indicatori.

In Italia, è nato qualche anno fa, nel 2016 un dibattito sull'importanza degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, che continua ancora oggi. Sempre in quell'anno si è formata l'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS), che ha l'obiettivo di promuovere la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda 2030 nella società, nelle istituzioni e nei soggetti economici, per la crescita economica futura del nostro Paese. In questo contesto si sottolinea l'impegno e la mobilitazione delle imprese in Italia, attraverso la rendicontazione informativa specifica sul tema nei propri bilanci e il maggior interesse verso l'integrazione degli obiettivi nella loro strategia di business.

Indispensabili risultano le iniziative delle associazioni del mondo imprenditoriale italiano, ovvero tutte quelle che aderiscono all'ASviS come Confindustria, e che nel 2017 hanno sottoscritto il "Patto di Milano". Quest'ultimo prevede una serie di impegni in linea con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, ovvero l'impegno a promuovere l'innovazione dei modelli di business, l'utilizzo della finanza etica e responsabile e la partnership con i portatori d'interesse, redigendo proposte concrete e condivise per realizzare un contesto idoneo allo sviluppo sostenibile, e più in generale, favorire la

transizione ecologica del sistema produttivo, in grado di sostenere lo sviluppo dei territori e la loro resilienza. Vi sono specifici documenti come il GRI che costituisce un supporto alle aziende per definire quali informazioni e impegni legare ai 17 obiettivi delle Nazioni Unite. Infine anche le linee guida di Confindustria costituiscono un documento utile alla rendicontazione di Sostenibilità per le PMI, pur non prevedendo una rassegna puntuale della disclosure in tema di SDGs.



## 2.5 Conclusione

Un messaggio che si può cogliere dopo la lettura di questo capitolo, è quello che la sostenibilità non rappresenta solo un obbligo di legge, ma è visto come un'opportunità per le imprese che vogliono dimostrare il loro impegno ad un mercato sempre più attento alle dinamiche della sostenibilità. La sostenibilità rappresenta un atto di responsabilità sociale, per questo è sempre maggiore l'impegno da parte degli organi politici, sia nazionali che sovranazionali, al perseguimento degli obiettivi di sostenibilità nel lungo periodo. La sostenibilità non è più vista come un trend circoscritto al settore ambientale, ma viene sempre più percepito come atto di responsabilità sociale delle imprese verso la popolazione mondiale.

Inoltre, si è voluto rimarcare il ruolo strategico svolto dalle imprese, alle quali conviene misurare il loro impatto sociale secondo standard riconosciuti, a prescindere dalla loro dimensione o dalla loro localizzazione geografica. Quali vantaggi può beneficiare un'impresa che adotta strategie sostenibili? Secondo la Commissione Europea, "un'approccio strategico nei confronti del tema della responsabilità sociale delle imprese è sempre più importante per la competitività. Può dare benefici in termini di gestione del rischio, riduzione dei costi, accesso al capitale, relazioni con i clienti, gestione delle risorse umane e capacità di innovazione" (fonte: Commissione Europea).

Altri vantaggi che garantisce un approccio sostenibile nella gestione aziendale, sono sia la sostenibilità sociale, come garanzia e rispetto degli stakeholder interni ed esterni (lavoratori, fornitori, clienti, investitori, ecc.), la quale genera fiducia di questi nei confronti dell'azienda; sia la responsabilità ambientale, scegliendo pratiche a basso impatto sull'ambiente con ricadute positive sui costi. Inoltre i vantaggi si ripercuotono anche sulla catena dei fornitori, poiché lavorare con chi rispetta i principi e le regole della sostenibilità, significa abbassare i pericoli di inadempienze e avere più garanzie di serietà e rispetto dei contratti.

Nel successivo capitolo, si partirà dalla Tassonomia europea, una guida agli investimenti rispettosi dell'ambiente, ma anche un obbligo rivolto alle imprese affinché documentino le attività in linea con la classificazione verde redatta dall'UE, lo scopo primario di questo strumento è quello di accelerare la transizione alla sostenibilità e attuare il prima possibile il Green Deal europeo. La tassonomia dell'UE rappresenta quindi un sistema di "classificazione verde" che traduce gli obiettivi per il clima dell'UE in criteri per specifiche attività economiche a fini di investimento. Ad ora include 13 settori, tra i quali edilizia, manifatturiero, trasporti, energie rinnovabili e copre circa il 40% delle aziende in Europa che contribuiscono all'80% delle emissioni dirette di gas serra in Europa.

Si parlerà poi delle metriche di valutazione , degli strumenti di comunicazione della sostenibilità come le certificazioni. Le certificazioni risultano importanti come garanzia dell'azienda ai suoi clienti, che il prodotto o servizio sia realmente sostenibile e che soddisfi un certo numero di criteri misurabili e certificati. Per poter fare ciò si deve affidarsi a enti terzi, che ne attestino l'impegno e l'effettiva riuscita. In questo modo viene riconosciuta oggettivamente la sostenibilità. Un altro strumento per comunicare il livello di sostenibilità, ed essere quindi trasparenti è quello del bilancio di sostenibilità, il quale è appunto uno tra gli strumenti più utili a sintetizzare e valutare l'impatto sociale, ambientale ed economico che ogni azienda presenta all'interno del contesto in cui opera, indipendentemente dal settore e dai processi interni.

Infine si parlerà di un problema che può generare la comunicazione e la trasparenza delle informazioni trasmesse dalle aziende sulla sostenibilità, quando queste non corrispondono al vero, il *greenwashing*, un fenomeno molto diffuso recentemente, dovuto al crescente interesse e sensibilità da parte dei consumatori alle tematiche green. Per questa ragione, la tentazione da parte delle aziende, sia produttive che finanziarie, ad attirare i clienti trasmettendo un'immagine verde, è molto alta. Quando le dichiarazioni non corrispondono alla realtà il rischio che si incorre è proprio quello del "*greenwashing*", ovvero di costruire un'immagine che pone attenzione all'ambiente agli occhi della società, quando effettivamente non lo è.

## Capitolo 3

---

### LA TRASPARENZA E LE METRICHE DI VALUTAZIONE

#### 3.1 Introduzione

Nell'attuale contesto aziendale, la sostenibilità è imprescindibile alla competitività aziendale, soprattutto per le PMI, considerato che la maggior parte delle imprese in Europa è costituita da questa tipologia. Per quelle che scelgono di rendicontare informazioni non finanziarie, i benefici secondo Confindustria sono molteplici e sono riconducibili soprattutto a (Confindustria, 2021):

- risk assesment e mitigazione dei rischi (finanziari e non finanziari);
- miglior accesso al mercato del credito e alle risorse finanziarie;
- più facile accesso ai rapporti con la Pubblica Amministrazione;
- sviluppo di una filiera sostenibile, sia con i propri fornitori che come fornitori;
- migliore capacità di attrarre e fidelizzare le persone con le giuste competenze;
- miglioramento dell'immagine e *brand reputation*;
- supporto dai propri stakeholder chiave e migliore legittimazione sociale;
- facilitazione nelle aggregazioni di imprese.

Un tema chiave diventa come stabilire se una determinata attività sia sostenibile o meno, quanto, e cosa debba essere comunicato in merito, e a chi. Ci sono diversi modi per comunicare queste informazioni: report (che devono seguire determinati standard), certificazioni (dove un soggetto terzo garantisce che siano stati raggiunti determinati standard), e infine la comunicazione più informale (siti web, social media post, comunicati stampa, ecc.). All'interno di questo capitolo verranno descritte quali sono le attività che possono essere considerate sostenibili e quali sono i criteri che la rendono tale, tramite la descrizione della normativa sulla tassonomia, in vigore dal 13 luglio<sup>9</sup>.

Un punto di svolta storico per il sistema economico europeo e internazionale è stata la pubblicazione della nuova Direttiva europea sul Reporting Aziendale di Sostenibilità (*Corporate*

---

<sup>9</sup> La normativa sulla Tassonomia per la finanza sostenibile è in vigore dal 13 luglio 2020, a seguito della pubblicazione il 22 giugno sulla Gazzetta Ufficiale europea del Regolamento (UE) 2020/852.

*Sustainability Reporting Directive – CSRD*<sup>10</sup>), del 21 aprile 2021 da parte della Commissione europea, la quale sta cambiando la sensibilità con cui le imprese dovrebbero approcciarsi alla sostenibilità nei loro processi di business, come anche il loro approccio e obbligo al “reporting non-finanziario”, definito dalla Direttiva come “reporting di sostenibilità”. Verrà quindi descritto il ruolo del bilancio di sostenibilità (CSR), il quale per un numero sempre crescente di aziende<sup>11</sup> dovrà essere inserito all’interno della *Relazione sulla Gestione*, diventando parte integrante del bilancio aziendale. L’attuale modello degli standard di rendicontazione presenta gli elementi minimi, anche se è in via di sviluppo e probabilmente verrà approvata la sua forma definitiva nel secondo semestre del 2022. L’obiettivo della Commissione europea, è quello di fare in modo che dal 2024 le imprese producano i loro report di sostenibilità seguendo le nuove norme e i nuovi standard, facendo riferimento all’esercizio del 2023.

Successivamente verranno trattate le certificazioni sia ambientali che sociali e gestionali (o di *governance*). Per occupare una posizione vantaggiosa rispetto alla concorrenza ed attirare i consumatori, mostrando loro le qualità ecologiche dei propri prodotti, i produttori si avvalgono di dichiarazioni ambientali. Si tratta di “indicazioni testuali (parole, espressioni, slogan) o grafiche (etichette, loghi, pittogrammi) stampate su prodotti, imballaggi e qualsiasi mezzo di comunicazione”, è quanto leggiamo sul sito “energievitali”. (energievitali, 2021) La maggior parte di queste certificazioni sono riconosciute dall’Organizzazione internazionale per la standardizzazione o ISO (*International Standard Organization*), la quale ha creato il comitato tecnico responsabile di sviluppare gli standard per l’etichettatura ecologica, che garantisce l’uniformità e la precisione sia delle dichiarazioni che della concorrenza leale. Alcune tra le norme più diffuse sul rilascio delle etichette sono quelle della famiglia delle ISO 14000 all’interno della quale vi è lo standard ISO 14020 che definisce le linee guida per sviluppare ed utilizzare etichette e dichiarazioni ambientali. Viene utilizzato insieme ad altri standard applicabili nella serie 14020, inclusi ISO 14024, 14021 e TR 14025, che verranno trattati successivamente. Tra le certificazioni ambientali vi sono la ISO 14067, utile a

---

<sup>10</sup>La direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), è stata adottata nel 2021 dalla Commissione Europea, che ha emendato l’attuale quadro normativo sugli obblighi di Reporting Non Finanziario, previsto per le società quotate e di interesse pubblico e recepito in Italia nel 2016.

La CSRD, definisce il *Corporate Social Responsibility* (CSR), in italiano bilancio di sostenibilità, è il documento che comunica con trasparenza e obiettività gli impegni presi e i risultati ottenuti nell’ambito della Responsabilità d’Impresa. E’ rivolto agli stakeholder e a tutti i portatori di interesse (dalle istituzioni ai cittadini e consumatori, dagli investitori e fornitori) e misura l’efficienza dal punto di vista economico, ambientale e sociale, ossia l’impatto reale dell’impresa sul territorio e sulla comunità.

<sup>11</sup> Il bilancio di sostenibilità (CSR), è un documento obbligatorio solo per gli enti di interesse pubblico (grandi società quotate), dal 2024 la redazione del bilancio di sostenibilità diventerà obbligatoria per tutte le aziende con più di 250 dipendenti, un fatturato superiore ai 50 milioni di euro e un bilancio annuo di almeno 43 milioni.

quantificare l'impatto dei prodotti o servizi sul cambiamento climatico, la ISO 14040 e 14044 che valutano e specificano i requisiti utili alla valutazione del *Life Cycle Assessment* (LCA), e la ISO 14064 composta da tre parti, le quali hanno lo scopo di rispondere ai bisogni di verifica, monitoraggio e dichiarazione delle emissioni dei gas ad effetto serra. Vi sono inoltre le normative comprendenti le certificazioni a livello sociale e quelle di gestione della qualità, approfondite nel dettaglio nel corso di questo capitolo.

Infine l'ultima parte del capitolo tratterà del problema diffuso del cosiddetto "*greenwashing*", sotto questa categoria rientrano i tentativi delle aziende o brand di mostrarsi più attenti e sensibili e attivamente impegnati alle questioni ambientali agli occhi del pubblico, di quanto lo siano realmente. Operano in questa direzione molto spesso campagne di comunicazione e di green marketing, pubbliche relazioni e *spin doctoring* o donazioni. Il termine *greenwashing* è nato dall'unione tra l'aggettivo "*green*" a cui si fa riferimento alle questioni ecologiste e "*washing*" che significa pulire, che fa riferimento all'immagine del brand. Un brand che applica la pratica del *greenwashing* è praticamente "un brand che usa in maniera maliziosa campagne e messaggi pubblicitari o iniziative di responsabilità sociale, per coprire l'impatto ambientale (negativo o più consistente del previsto) delle proprie attività o dei propri prodotti. Per capire come le aziende fanno "*greenwashing*" basta osservare una lista di "peccati del *greenwashing*" ovvero modi che le aziende usano per comunicare il loro impegno ambientale.

### 3.2 La Tassonomia Europea

La normativa sulla tassonomia per la finanza sostenibile è in vigore dal 13 luglio 2020, il 22 giugno 2020 fu pubblicata nella Gazzetta Ufficiale europea del Regolamento (UE) 2020/852. Quest'ultimo, ha introdotto nel sistema normativo europeo la tassonomia delle attività, una guida alle attività economiche eco-compatibili, che si possono considerare sostenibili. La Commissione, la definisce "una guida pratica per politici, imprese e investitori su come investire in attività economiche che contribuiscano ad avere un'economia che non impatti negativamente sull'ambiente". La Commissione, inoltre definisce cosa non è la tassonomia verde:

- una lista di attività obbligatorie su cui investire per gli investitori;
- una lista di requisiti obbligatori per gli investimenti pubblici;
- una lista dei requisiti obbligatori per le aziende o per prodotti finanziari di performance ambientali.

La tassonomia, supporta le imprese, le quali possono valutare l'impatto ambientale delle attività che svolgono, definire politiche aziendali che mirano a ridurlo, rendicontare agli stakeholder i risultati realizzati in modo esaustivo e comparabile. Inoltre orienta gli investitori ad integrare la sostenibilità nelle politiche di investimento e nella valutazione dell'impatto ambientale delle attività economiche nelle quali investire, supporta le istituzioni pubbliche a incorporare nella propria attività elementi tecnici della tassonomia, in modo da migliorare le proprie politiche di transazione energetica. L'art. 8 del Regolamento prevede una rendicontazione delle attività allineate alla tassonomia. In particolare, le organizzazioni sottoposte alla Direttiva sulla rendicontazione non finanziaria "*Non-Financial Reporting Directive*" (NFRD), e poi alla nuova Direttiva sulla rendicontazione di sostenibilità delle imprese "*Corporate Sustainability Reporting Directive*" (CSRD), devono presentare informazione sull'allineamento delle loro attività alla tassonomia. (eticasgr, Tassonomia verde)

Le attività vengono selezionate sulla base della loro possibilità a contribuire agli obiettivi ambientali stabiliti dalla Commissione (ESG-Rating, Corporate Finance Network):

- 1- mitigazione del cambiamento climatico;
- 2- adattamenti al cambiamento climatico;
- 3- uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine;
- 4- transizione verso l'economia circolare;

- 5- prevenzione e riduzione dell'inquinamento;
- 6- protezione della biodiversità e della salute degli ecosistemi.

Per poter essere considerata eco-compatibile, un'attività deve soddisfare i seguenti quattro criteri:

- 1- contribuire positivamente ad uno dei sei obiettivi ambientali precedentemente descritti;
- 2- non generare impatti negativi sugli altri obiettivi;
- 3- essere svolta rispettando garanzie sociali minime (esempio quelle previste dalle linee guida OCSE e dai documenti delle Nazioni Unite);
- 4- rispettare i criteri tecnici identificati dal TEG.

Nel 2020 venne redatta una prima bozza, la quale contiene i criteri che stabiliscono se le attività economiche contribuiscono a raggiungere l'obiettivo emissioni zero entro il 2050. Questa bozza fu redatta dal "*Technical Expert Group on Sustainable Finance*" (TEG), un gruppo di esperti formato da 35 membri e più di 100 consulenti, incaricati dalla Commissione con lo scopo di fornire raccomandazioni sulle nuove normative per una finanza sostenibile. In particolare il TEG doveva individuare quali attività contribuivano al raggiungimento dell'obiettivo di zero emissioni. Il risultato fu il "*Taxonomy: Final report of the Technical Expert Group on Sustainable Finance*", un documento di 67 pagine e 600 allegati che descrivevano nel dettaglio le 70 attività considerate dalla tassonomia, classificate in base alla loro capacità di mitigare o di adattarsi ai cambiamenti climatici e che riguardano diversi campi: dall'agricoltura alla produzione di energia, dall'ICT (*Information & Communication Technology*) al comparto manifatturiero, dai trasporti alle costruzioni.

Nel settembre 2020, il lavoro del TEG terminò, e venne creata al posto suo la Piattaforma per la finanza sostenibile, attualmente in vigore e composta da 67 membri, selezionati in base alle loro "competenze sui temi ambientali, di finanza sostenibile o di diritti umani e sociali". Questi sono i compiti a cui la piattaforma dovrebbe rispondere:

- 1- fornire consigli alla Commissione sulla scelta dei criteri di *screening* e sull'applicabilità (*usability*) degli stessi;
- 2- fornire consigli nella revisione della "*Taxonomy Regulation*" alla Commissione, a favore dell'inclusione di ulteriori obiettivi di sostenibilità, comprendendo anche la dimensione "*social*", attualmente esclusa, a danno di quella "*environmental*";

3- monitorare i flussi di capitale verso investimenti sostenibili, supportare la Commissione sulla politica finanziaria sostenibile.

Nel aprile 2021, venne adottato e successivamente approvato dalla Commissione il *primo atto delegato relativo agli aspetti climatici della Tassonomia UE (Climate Delegated Act)*, il quale definisce i criteri tecnici sui quali stabilire se le attività economiche in questione possono contribuire ai primi due obiettivi della Tassonomia verde: mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici. Questi criteri furono applicati dal 1 gennaio 2022, e a partire da questo momento venne chiesto agli operatori dei mercati finanziari di rendicontare se gli investimenti dei prodotti finanziari fossero allineati alla Tassonomia green e se sì in quale misura.

A giugno 2021 è stato pubblicato l'*"EU Taxonomy Compass"*, una "bussola" per interfacciarsi alla Tassonomia. L'*EU Taxonomy Compass* è uno strumento digitale che permette un semplice accesso ai contenuti degli atti delegati con i criteri tecnici della Tassonomia delle attività economiche sostenibili. Viene definito dai documenti dell'UE ufficiali come "bussola della Tassonomia dell'UE" e come strumento che *"rappresenta visivamente i contenuti della Tassonomia dell'UE, a partire dall'atto delegato sugli obiettivi climatici"*. Il documento dà la possibilità *"agli utenti di verificare quali attività saranno considerate idonee e potranno essere incluse nella Tassonomia dell'UE, a quali obiettivi contribuiscono e quali criteri devono soddisfare"*. Viene sottolineato anche che la *"bussola ha come obiettivo integrare criteri nei database aziendali e in altri sistemi IT"*.

Il 6 luglio 2021 la Commissione ha accolto un ulteriore *atto delegato legato all'art. 8 della Tassonomia europea*. Questo articolo dà indicazioni precise alle aziende soggette alla direttiva sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario (NFRD - *Non Financial Disclosure Regulation*) su come presentare informazioni al pubblico e in che misura le attività che svolgono sono considerate attività economiche sostenibili sotto il profilo ambientale. Nel dettaglio, l'Atto Delegato chiarisce quale deve essere il contenuto, la metodologia e le informazioni che le imprese finanziarie e non devono comunicare sulle loro attività economiche in linea alla Tassonomia dell'UE.

Nell'atto delegato del 21 aprile non erano inclusi i due settori maggiormente in discussione: gas e nucleare, per questo la Commissione elaborò un *"atto delegato complementare"* in grado di coprire, per i primi due obiettivi settori legati anche a gas e nucleare. Questo atto delegato



complementare (*Complementary Delegated Act*) venne adottato il 1 febbraio 2022, attualmente è in esame del Parlamento e del Consiglio UE.

Un ulteriore atto delegato è in corso di pubblicazione durante quest'anno, 2022, e comprenderà i restanti obiettivi: uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine, transizione verso un' economia circolare, prevenzione e riduzione dell'inquinamento, protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi.

La tassonomia UE è quindi rivolta ai seguenti ambiti:

- al mondo della **finanza sostenibile**, con il fine di indicare quanto sostenibile sia un investimento. I soggetti che offrono prodotti finanziari nella UE, dovranno perciò fornire informazioni riguardo l'attinenza alla tassonomia dei prodotti che offrono. Per ogni prodotto, l'operatore del mercato finanziario dovrà dichiarare in che misura gli investimenti sono allineati alla Tassonomia.
- Per i **governi** per stabilire gli incentivi ad aziende green.
- Per le **aziende** al fine di dichiarare il proprio impatto sull'ambiente, soggette alla direttiva sulla rendicontazione delle informazioni non finanziarie (*Non-Financial Reporting Directive-NFRD*): aziende quotate con oltre 500 dipendenti, banche e assicurazioni. Queste sono le società attualmente con l'obbligo di fornire informazioni sulle loro attività in riferimento alla Tassonomia.

Ora la domanda che ci si potrebbe fare è quando effettivamente un' azienda è in linea con i principi della Tassonomia UE? In altre parole, quali attività economiche potranno definirsi realmente sostenibili. Ad esempio un'azienda che produce pannelli fotovoltaici è ambientalmente sostenibile nella produzione di questi? E una casa automobilistica che produce auto elettriche e auto a motore endotermico? E altre attività come un'azienda agricola o un cementificio o un cantiere edile?

Siamo d'accordo che le attività per rispondere ai requisiti della tassonomia debbano essere a basso impatto ambientale, ma quali parametri devono rispettare per essere considerate "a basso impatto ambientale"? La Tassonomia include 70 attività, dall'agricoltura alla produzione di energia, dall'ICT (*Information & Communication Technology*) al comparto manifatturiero, dai trasporti alle costruzioni. Si tratta di settori che producono il 93% delle emissioni inquinanti europee. Per ciascuna di queste, la Tassonomia fornisce i criteri di *screening*: un allegato da 600 pagine in cui vengono descritte in dettaglio le soglie tecniche perché ogni attività possa essere definita sostenibile. Ora, è necessario

che le aziende misurino e comunichino i loro risultati in termini di sostenibilità come dichiarazione di effettivo miglioramento senza sfociare nel “*greenwashing*” e quindi nella dichiarazione di pratiche sostenibili solamente per “attrarre” gli investitori e i clienti.

Le attività descritte sono per la maggior parte attività green a tutti gli effetti, che contribuiscono a mitigare l’impatto sul “*climate change*”. Alcune di queste però, sono attività inquinanti ma necessarie al sistema economico e che non possono quindi essere “eliminate” da un giorno all’altro, come ad esempio i trasporti urbani, la generazione di energia elettrica, la produzione di cemento o di acciaio. Utilizzare ad esempio mezzi per il trasporto pubblico che utilizzino combustibili come il metano non significa mitigare le emissioni di gas effetto serra perché comunque il metano ne rilascia, anche se in forma ridotta. Quelle descritte sono attività che non possono essere eliminate dall’oggi al domani “solo” per il loro impatto negativo sull’ambiente.

Un altro dato importante da sottolineare, è il fatto che nella Tassonomia, non siano ancora trattati i criteri sociali (uno dei 3 fattori chiave dell’ESG, *environmental, social, governance*). E’ stato solo specificato che dovranno essere rispettate soglie di salvaguardia minime in ambito sociale, come l’adeguamento alle linee guida dell’Ocse per le multinazionali e ai “*Guiding Principles on Business and Human Rights delle Nazioni Unite*”.

Il mondo della finanza sostenibile sembra però proseguire lentamente nell’adattare le proprie strategie di selezione delle imprese da inserire nei portafogli di investimento sostenibile.

La Germania è il primo paese in Europa a basarsi sulla tassonomia per misurare la sostenibilità delle imprese. E’ la prima che effettivamente è arrivata a chiedere alle aziende quanto siano sostenibili. Il ministero federale dell’Ambiente tedesco, lo ha già domandato alle principali società quotate in Germania. Su questa direzione, il Bmu (Ministero federale dell’ambiente tedesco), ha avviato un progetto di ricerca per valutare come le principali società quotate in Borsa, si allineino alla Tassonomia dell’*Action Plan Ue*, il Piano d’azione per finanziare una crescita sostenibile lanciato dalla Commissione europea nel marzo 2018. Il ministro ha finanziato un progetto di ricerca, è il primo a misurare la sostenibilità delle grandi imprese, basandosi sulla nuova Tassonomia Ue, il quale definisce le attività sostenibili, ed è operativo dal 2020.

Dalle considerazioni dell’unione si ricava la necessità di affrontare le sfide ambientali, attraverso un approccio che affronti le crescenti tendenze negative, come i cambiamenti climatici, la perdita di biodiversità, il consumo eccessivo delle risorse a livello mondiale, la scarsità alimentare, la riduzione

dello strato di ozono, l'acidificazione degli oceani, il deterioramento del sistema di acqua dolce e i cambiamenti di destinazione dei terreni, e la nascita di nuove minacce, quali le sostanze chimiche pericolose e gli effetti ad esse dovuti. La creazione di prodotti finanziari che perseguano l'obiettivo di indirizzare le risorse verso investimenti privati ecosostenibili fa sì che la Finanza verde possa essere considerata come un nuovo paradigma di produzione e consumo, al fine di allineare i bisogni delle generazioni presenti con quelli delle generazioni future.

La creazione di un sistema di classificazione basato su criteri armonizzati e condivisi vuole anche ridurre il fenomeno noto come "*greenwashing*", che rappresenta una distorsione della sostenibilità, proponendo attività che sono solo apparentemente rispondenti agli obiettivi di tutela ambientale.

### **3.3 Il ruolo del bilancio di sostenibilità**

Il bilancio di sostenibilità ha l'obiettivo di comunicare l'impatto che quella realtà ha sul territorio, l'ambiente e l'aspetto sociale, risulta quindi più esaustivo del bilancio d'esercizio, non focalizzandosi solo sull'aspetto finanziario. Questo documento è richiesto ad un'organizzazione, un'impresa, un ente pubblico o associazione che presenta un rendiconto dell'attività, e non si limita a dichiarare solamente i risultati di tipo finanziario. Il bilancio di sostenibilità si distingue da quello di esercizio, quest'ultimo è obbligatorio per legge, ed è a disposizione dello Stato che in qualsiasi momento può verificare i dati finanziari.

La definizione ufficiale di bilancio di sostenibilità è presentata dall'Unione Europea nel Libro verde della Commissione (2001), che lo descrive in questo modo: "L'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate". Il Ministero dell'Interno sei anni dopo, lo ridefinisce nella seguente maniera: "il Bilancio Sociale è l'esito di un processo con cui l'amministrazione rende conto delle scelte, delle attività, dei risultati e dell'impiego di risorse in un dato periodo, in modo da consentire ai cittadini e ai diversi interlocutori di conoscere e formulare un proprio giudizio su come l'amministrazione interpreta e realizza la sua missione istituzionale e il suo mandato".

Sono svariati i motivi per cui risulta necessario presentare il report di sostenibilità, innanzitutto per rispondere ad una esigenza normativa, ma non solo. Permette di presentarsi come consapevoli e responsabili al rispetto ambientale, creando un'immagine aziendale più affidabile. Inoltre consente l'accesso ai finanziamenti allo scopo di investire e migliorare i servizi, la possibilità di partecipare a meeting dove confrontarsi con realtà simili, come anche a progetti di politica ambientale.

L'obbligo di presentare il bilancio agli *stakeholder*, o portatori di interesse verso l'azienda (dipendenti, fornitori, incluse stampa ed autorità locali), è per dimostrare di aver rispettato i principi nell'ambito della Responsabilità d'Impresa o *Corporate Social Responsibility* (CSR). Il 21 aprile 2021 la Commissione Europea ha proposto l'introduzione di una nuova direttiva di rendicontazione della sostenibilità aziendale: la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD). Quest'ultima, modifica quella attualmente in vigore: la *Direttiva Non-Financial Reporting Directive* (NFRD). La CSRD ha l'obiettivo di fare in modo che i requisiti di rendicontazione della sostenibilità siano più conformi al quadro giuridico complessivo della finanza sostenibile. L'obbligo di presentare il report di sostenibilità è rivolto a quelle società che sono obbligate per legge a presentarlo e non più su base volontaria, come era fino a poco tempo fa. In particolare, la direttiva numero 95 del 2014 (2014/95/UE), approvata dal Parlamento del consiglio europeo nel 2016, ha dichiarato l'obbligo di redazione per le "imprese di grandi dimensioni che costituiscono enti di interesse pubblico e gli enti di interesse pubblico madri di un gruppo di grandi dimensioni, in ciascun caso aventi in media più di 500 lavoratori, nel caso di un gruppo, da calcolarsi su base consolidata." Base consolidata si riferisce a realtà che presentano le seguenti caratteristiche: totale patrimoniale superiore ai 20 milioni di euro, o totale dei guadagni delle vendite e delle prestazioni superiore ai 40 milioni. La nuova Direttiva a livello Europeo sul Reporting di Sostenibilità, di Aprile 2021, stabilisce che l'obbligo di redigere il report è stato modificato rispetto alla precedente normativa, in particolare avranno l'obbligo:

- tutte le imprese di grandi dimensioni, sia quotate che non, con più di 250 dipendenti (la precedente normativa prevedeva la soglia minima di 500 dipendenti), rimangono valide invece quelle di fatturato superiore a 50€ milioni e di bilancio superiore a 43€ milioni;
- tutte le PMI quotate sui mercati europei, salvo le micro-imprese, cioè quelle con meno di 10 dipendenti e con fatturato o bilancio inferiore a 2€ milioni.

### **3.4 Il modello Global Reporting Initiative (GRI) e gli standard di rendicontazione**

Il ruolo dei rapporti di sostenibilità è quello di presentarsi come uno strumento utile in primis a valutare il rischio connesso alla sostenibilità ed inoltre, a favorire l'allocazione di capitale privato e pubblico in investimenti coerenti all'obiettivo della neutralità climatica prevista per il 2050. Ad oggi non è presente un'unica regola su come deve essere redatto il bilancio, non vi è un modello al quale attenersi, tuttavia le informazioni da rendicontare si attengono a linee guida come quelle del *Global Reporting Initiative* (GRI). Prima di tutto è necessario chiarire quali sono le informazioni da

rendicontare, tra le quali vi sono l'ambiente, la comunità locale, il personale, il rispetto dei diritti umani, la lotta alla corruzione attiva e passiva.

Il GRI ha quindi lo scopo principale di guidare le aziende nel comunicare il loro impatto in termini di sostenibilità: economica, ambientale e sociale. Il modello risulta adatto ad ogni tipo di organizzazione, adattandosi a ciascuna di queste e le direttive proposte, riguardano sia l'aspetto processuale che il contenuto.

A partire dal 2024, le aziende (escluse le PMI<sup>12</sup>) avranno l'obbligo di rendicontare sui dati relativi al 2023, basandosi sugli standard europei di rendicontazione. Le PMI (Piccole e Medie imprese) invece potranno iniziare a rendicontare tre anni più tardi, quindi dal 2027 su dati del 2026, sulla base degli standard comuni di reporting sviluppati dall'EFRAG (*European Financial Reporting Advisory Group*). Nel capitolo 4 si vedrà a che punto sono in merito alla rendicontazione della sostenibilità, un campione di 100 aziende italiane, in particolare se hanno già raggiunto risultati in merito ai fattori ESG e se hanno pubblicato il bilancio di sostenibilità includendo questi risultati.

La Direttiva suggerisce di includere nel report di sostenibilità informazioni di carattere ambientale, sociale e di governance, in particolare i contenuti minimi della rendicontazione sono i seguenti:

- la **lettera agli stakeholders** da parte del vertice aziendale;
- **nota metodologica**, tra cui la redazione del report, il processo di engagement e di analisi di materialità;
- **profilo dell'organizzazione**: mission, offerta dei servizi e dimensione sul territorio, valori, organizzazione interna;
- **governance e strategia**: informazioni sulla struttura di governo dell'organizzazione ed esplicitazione della strategia di sostenibilità;
- **rendicontazione degli aspetti di materialità**: può essere suddivisa per *stakeholder* (clienti, fornitori, dipendenti, comunità locale, ambiente) e per tipologia di impatto (sull'ambiente, sull'economia o sull'aspetto sociale).

---

<sup>12</sup> PMI: piccola e media impresa. In particolare "Piccola impresa" un'impresa che rispetta i seguenti requisiti: numero di addetti minore di 50, fatturato annuo non superiore a 10 milioni di Euro o totale di bilancio annuo non superiore a 10 milioni di Euro. "Media impresa" sono quelle che hanno un numero di addetti minore di 250, un fatturato annuo non superiore a 50 milioni di Euro o totale di bilancio annuo non superiore a 43 milioni di Euro, e che sono indipendenti. "Microimpresa" un'impresa che rispetta i seguenti requisiti: numero di addetti minore di 10, fatturato annuo non superiore a 2 milioni di Euro o totale di bilancio annuo non superiore a 2 milioni di Euro. (PMI.it, 2022)

In particolare l’emanazione degli standard si basa sul modello proposto dall’*European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)*, la quale propone una struttura che si articola su tre livelli, tre temi e tre aree di rendicontazione:

Figura 8: Proposte per un report di sostenibilità europeo dinamico e rilevante (fonte: Exsulting srl, 2021)



Tuttavia, non esiste un unico *framework* assoluto di riferimento per la rendicontazione, ma le *guideline* per il report di sostenibilità, a differenza di quelle per il bilancio di esercizio vanno personalizzate sulle caratteristiche e attività della singola azienda.

Fondamentale è che vengano scelte le tematiche che gli *stakeholder* considerano più rilevanti, non solo quelle ambientali, ma anche sociale e governativa. Va anche considerato l’aspetto della trasparenza nel trasmettere i dati, l’obiettivo e il risultato supportato da indicatori numerici che dichiarano chiaramente le performance raggiunte.

Per dimostrare che le linee guida siano rispettate e mantenute, è consigliato che il bilancio di sostenibilità sia certificato da enti terzi, le quali lo esaminano e forniscono consigli utili su eventuali dati mancanti o da eliminare. Il Bilancio dovrà anche essere aggiornato periodicamente con cadenza annuale, e soprattutto dovrà risultare comprensibile, fluido nel lessico e curato nei dettagli.

La direttiva si rifà al principio del “*comply or explain*”, ovvero le aziende aventi tali caratteristiche devono definire le loro politiche nell’ambito e se non lo fanno, spiegare il perché non hanno voluto dichiararle. Nel 2019 è entrato in vigore il regolamento europeo *Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR)*, il quale obbliga i membri dei mercati finanziari a presentare informazioni sui fattori ESG compresi nei prodotti finanziari che offrono al pubblico. Questo è affiancato dall’atto delegato sulla tassonomia “verde” che come già detto fornisce un elenco di attività utili al

raggiungimento degli obiettivi di mitigazione e adattamento al cambiamento climatico. Queste proposte puntano a fare in modo che i contenuti dei Rendiconti di Sostenibilità delle aziende siano in linea con le informazioni richieste dagli operatori finanziari.

Il modello GRI prevede sei fasi da seguire per redigere il report, iniziando dalla mappatura degli *stakeholder*: trattandosi di un documento redatto per quest'ultimi, è necessario identificare le figure di riferimento per valutare quali siano i destinatari da coinvolgere per valutare gli aspetti di materialità da rendicontare.

La seconda fase consiste nell'analizzare la materialità interna, investigando gli aspetti di sostenibilità attraverso il coinvolgimento dei rappresentanti dell'attività in questione.

Successivamente la terza fase è quella di analisi della materialità esterna, che avviene per mezzo di questionari, interviste o colloqui degli *stakeholder* chiave, allo scopo di valutare la rilevanza degli aspetti di sostenibilità. La valutazione segue il modello GRI proposto, ma può essere integrato con altri elementi specifici che variano in base alle esigenze specifiche. La matrice di materialità è quindi la parte che evidenzia gli aspetti di maggior rilievo da dichiarare nel bilancio di sostenibilità, e risulta essere la parte finale di coinvolgimento degli *stakeholder*. Lo scopo di questa fase è anche quello di fornire gli elementi di orientamento strategico oltre di rendicontazione.

La quarta fase è quella che prevede di definire gli indicatori. Dopo aver dichiarato gli aspetti più rilevanti da rendicontare, si passa a stabilire il "cruscotto indicatori", secondo il modello proposto dal GRI. Gli aspetti dovranno essere prima introdotti con un approccio gestionale che descrive politica interna e procedura, successivamente con un'argomentazione sugli idonei indicatori quantitativi e qualitativi ed infine con una descrizione di iniziative.

Si procede con la quinta fase di raccolta dei dati, nella quale le parti coinvolte dovranno sviluppare attraverso dati numerici, informazioni provenienti dal proprio campo di esperienza. E' una fase delicata e che coinvolge tutte le parti, il cui lavoro andrà a fare parte del bilancio finale.

Infine, il sesto e ultimo passo sarà la redazione del documento e l'elaborazione dei dati e dei testi. I dati numerici estrapolati nelle precedenti fasi, verranno trasferiti in un documento reso disponibile a terzi grazie ad un lessico comprensibile e chiaro. Spesso il documento viene supportato da note integrative di sintesi rivolte a precisi target (clienti, istituzioni ecc.).

Questo strumento presenta quindi due importanti caratteristiche:

- 1) **strumento di comunicazione:** poiché presenta dati numerici in grado di rispondere alle istanze conoscitive degli *stakeholder* sugli elementi o settori rilevanti;
- 2) **strumento di gestione:** fornisce all'azienda una consapevolezza maggiore dei propri obiettivi e risultati per migliorare gli approcci lavorativi con una visione più lunga e solida.

### **3.5 Gli strumenti di comunicazione delle prestazioni in termini di sostenibilità: le certificazioni e le etichette**

Come detto, il GRI si presenta come modello utile a sopperire il fatto che non esiste un modello obbligatorio da seguire per elaborare un bilancio esaustivo in termini economici, ambientali e sociali. Esso presenta linee guida utili alla stesura del bilancio, e le aziende che lo redigono rispondono alle iniziative di responsabilità sociale, consentendole così di ottenere il marchio comunitario di eccellenza ambientale Ecolabel, che rappresenta una garanzia per i clienti.

Le certificazioni aziendali sono “dichiarazioni volontarie o validate da enti terzi su performance di sostenibilità individuate dall'impresa come prioritarie ai fini della comunicazione e costruite generalmente sulla base di standard. Esse si basano su standard riconosciuti, sono rilasciate da enti accreditati e hanno come oggetto il sistema di gestione per il quale l'azienda ritiene strategico offrire una garanzia al mercato”(4sustainability, Beatrice Santini, 2020).

Tra i vari standard vi è la ISO 9001 per la Qualità, la ISO 14001 per l'Ambiente, la ISO 50001 per l'Energia, la SA 8000 per la Responsabilità Sociale, che verranno descritte brevemente in seguito.

Tra gli standard per la responsabilità sociale, si possono trovare:

- 1) **SA 8000:** uno standard internazionale di certificazione sociale ed etica di realtà, sia pubbliche che private, composto dal SAI. Comprende vari elementi di salvaguardia e benessere nel lavoro a cui fare riferimento, attraverso il rispetto delle norme che lo compongono. I suoi obiettivi principali sono: garantire la sicurezza e l'igiene sui luoghi di lavoro, il rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori, la tutela dei minori, ed altri ancora.
- 2) **Linee guida ISO 26000:** non costituisce una norma di sistema di gestione, non essendo destinata alla certificazione da parte di organismi terzi, piuttosto rappresenta uno strumento a supporto delle organizzazioni al fine di intraprendere un approccio responsabile, che promuova buone pratiche e comportamenti socialmente sostenibili, che contribuiscono allo sviluppo sostenibile. La norma è stata presentata *dalla International Organization for Standardization*, da parte dei principali gruppi di interesse e rappresentanti dei maggiori



standard e linee guida internazionali in tema responsabilità sociale. Poi la norma è stata approvata dalla Commissione Centrale Tecnica dell' UNI il 4 novembre 2010, e nel novembre 2011 venne approvata la sua ratifica. La ISO 26000 presenta un quadro di riferimento sul significato della responsabilità sociale, comprendendo sette temi principali: governo dell'Organizzazione, diritti umani, ambiente, rapporti e condizioni di lavoro, corrette prassi gestionali, aspetti specifici relativi ai consumatori, coinvolgimento e sviluppo della comunità. L'obiettivo principale della norma è quello di guidare le Organizzazioni a mettere in atto buone prassi, consentendo ad ogni soggetto la selezione dei principi sui quali impegnarsi.

Focalizziamo ora l'attenzione sulle etichette, certificazioni e attestazioni di prodotto considerando l'aspetto di sostenibilità ambientale. Sappiamo che ogni prodotto, durante ogni fase del suo ciclo di vita, contribuisce in misura variabile al degrado ambientale. Per questo venne adottata nel 2008 dalla Comunità Europea, la Politica integrata di Prodotto (IPP) allo scopo di ridurre tale impatto. Tenuto in considerazione la numerosità e l'eterogeneità degli attori coinvolti nei processi produttivi, la IPP ha prodotto una serie di strumenti volontari e obbligatori che si possono adottare per raggiungere gli obiettivi di riduzione e miglioramento ambientale. Definite dallo standard UNI EN ISO 14020, le etichette sono uno di questi strumenti e lo standard stabilisce i requisiti per poterle adottare. Le etichette si suddividono in tre categorie principali:

- 1) **UNI EN ISO 14024 del 2018:** alcuni esempi di queste sono la *Eco Label*, *Der Blaue Engel*, *White Swan*, *Green Seal USA*, *Eco-Mark* Giappone. Fanno parte delle etichette ambientali a scopo prestazionale. Accompagnano il prodotto e garantiscono il rispetto dei limiti di soglia stabiliti dal soggetto che gestisce il marchio, a valle di una verifica da parte di enti terzi. Comunicano al consumatore il rispetto delle performance ambientali.
- 2) **UNI EN ISO 14021 del 2016:** un esempio è rappresentato dal *Ciclo di Mobius*, utilizzato nel simbolo del contenuto riciclato e in quello della riciclabilità. Appartengono alla categoria delle etichette con mero scopo informativo e sono dichiarate di forma autonoma da parte dei fabbricanti, importatori e distributori, senza verifiche e certificazioni da parte di terzi. Comunicano ai consumatori i miglioramenti ambientali dei prodotti.
- 3) **UNI EN ISO 14025 del 2010:** di questa categoria fanno parte la JEMAI (*Japan Environmental Management Association for Industry*) e la ECO LEAF, come anche le certificazioni/etichette ambientali di tipo EPD (*Environmental Product Declaration*) e PEF (*Product Environmental Footprint*). Queste fanno parte della categoria delle Dichiarazioni Ambientali di Prodotto a

Scopo di Valutazione completa. Dichiarano informazioni ambientali in forma numerica sul ciclo di vita del prodotto, quantificate con la metodologia *Life Cycle Assessment (LCA)*. Si utilizzano per fare confronti anche tra prodotti della stessa funzione, e sono sottoposti a controlli e confronti con gli standard ufficiali di riferimento.

Tra le certificazioni ambientali vi sono invece le seguenti:

- **ISO 14067 – Carbon Footprint di prodotto (CFP)** che si occupa di quantificare l’impatto complessivo di un prodotto o servizio sul “*climate change*” (cambiamento climatico). I vantaggi che può beneficiare l’azienda con l’ottenimento di questa certificazione sono: dimostrazione dell’impegno a ridurre le emissioni GHS (gas effetto serra), espansione del proprio business, attirare l’attenzione più green degli *stakeholder*, aumentare la possibilità di accedere a incentivi e bandi e ridurre il rischio del *greenwashing*.
- **ISO 14040 e ISO 14044 – Life Cycle Assessment:** la norma ISO 14040 valuta gli impatti ambientali di un prodotto o servizio durante il suo ciclo di vita attraverso il *Life Cycle Assessment (LCA)*, mentre la ISO 14044 definisce i requisiti e le linee guida per la valutazione del *Life Cycle Assessment (LCA)*. Il LCA rappresenta uno strumento strategico di sviluppo e miglioramento dei prodotti e servizi, grazie al quale è possibile identificare gli stati del ciclo di vita del prodotto nei quali intervenire.
- **ISO 14064:** queste rappresentano strumenti integrati utili allo scopo di verificare, monitorare e dichiarare le emissioni dei gas a effetto serra, in particolare la norma è divisa in tre parti:
  - **UNI ISO 14061-1:** definisce i principi e i requisiti per progettare, gestire e rendicontare le emissioni dei gas ad effetto serra e la loro rendicontazione;
  - **UNI ISO 14064-2:** comprende i requisiti, il monitoraggio e la rendicontazione dei progetti sviluppati per ridurre o eliminare le emissioni dei GHG;
  - **UNI ISO 14064-3:** descrive l’effettivo processo di validazione e verifica.

Le attestazioni di prodotto sono invece dichiarazioni volontarie o validate da terzi che sottolineano il contenuto sostenibile di uno specifico prodotto.

Infine vi è la categoria delle certificazioni dei sistemi di gestione, le quali assicurano l’aderenza delle organizzazioni agli standard di qualità definiti. Risulta importante, poiché rappresenta un requisito indispensabile delle aziende sia di beni che di servizi al fine di dimostrare al mercato la capacità di strutturarsi, di gestione e ottimizzazione delle risorse e dei processi produttivi in termini di efficienza. *L’International Organization for Standardization (ISO)* è l’organizzazione che stabilisce gli

standard tecnici a livello mondiale per uniformare la normazione delle varie materie. Gli standard ISO guidano al miglioramento continuo dei sistemi di gestione, in modo coerente e lungimirante attraverso il modello "PDCA": *Plan-Do-Check-Act*. secondo quanto dichiarato nel sito "proge-software" nel 2020, tra le principali certificazioni dei sistemi di gestione troviamo (proge-software, 2020):

- **ISO 9001:2015** *Quality management systems – requirements*, questa norma considera i requisiti dei sistemi di gestione della qualità. Le organizzazioni certificate conformi a tale normativa garantiscono l'orientamento delle loro funzioni al risultato finale e una buona attenzione al cliente interno ed esterno.
- **ISO 14001:2015** *Environmental Management System* è uno standard di riferimento per la gestione ambientale delle organizzazioni. Le organizzazioni certificate in conformità a questa normativa, attestano la presenza di un sistema di gestione che monitora gli impatti ambientali delle attività.
- **ISO 45001: 2018**, è la norma più recente che ha sostituito la precedente OHSAS 18001:2007 *Occupational Health and Safety Assessment Series*. E' stata realizzata dal *British Standard Institution* (BSI) per la validazione di un sistema di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori, ed è stata sostituita appunto con la recente norma del 12 marzo 2021.

A queste si possono aggiungere certificazioni strettamente private come le società cosiddette "*Benefit Corporation*" (B Corp), le quali hanno lo scopo di andare oltre il mero scopo di lucro, pur generando un impatto positivo sul piano ambientale e sociale sul Pianeta. Sono più rivolte ai clienti finali (infatti la stanno adottando molte società del settore dei *consumer goods*). Come le altre Società *Benefit*, sono caratterizzate da livelli elevati di trasparenza gestionale, *accountability* e di *mission*. Infatti, si impegnano a tenere in considerazione l'impatto delle loro attività nei confronti di tutti gli stakeholder e non solo dei propri azionisti. Nel dettaglio la certificazione verde a:

- **B Corp**: è l'unica certificazione che misura l'intera performance, sociale e ambientale, di un'impresa. La valutazione riguarda l'impatto delle operazioni e del modello di business sui dipendenti, sulla comunità, sull'ambiente e sui clienti. La certificazione inoltre dimostra i risultati dalla catena di approvvigionamento ai contributi dati in beneficenza, ai vantaggi per chi ci lavora e attesta che un'azienda soddisfa standard elevati di prestazioni ambientali e sociali. Questa certificazione, non si limita a dimostrare che un'azienda eccelle nel presente, ma si impegna a considerare il suo impatto ambientale

e sociale nel lungo termine, i quali diventano parte integrante degli obiettivi aziendali. Ogni tipo di azienda può perseguire questa certificazione: ad oggi si contano circa 3000 nel mondo appartenenti a 50 diversi paesi e 130 diversi settori.

### 3.6 Il problema del Greenwashing

Un problema attuale è quello del *greenwashing*, essendo oggi una moda “essere green” o “eco-friendly”, molte aziende credono che dimostrare questo attaccamento all’ambiente e al pianeta agli occhi degli *stakeholder*, faccia guadagnare loro punti in reputazione e immagine aziendale. Il *greenwashing* viene definito dal sito “Qui Finanza” come “una pratica ingannevole, usata come strategia di marketing da alcune aziende per dimostrare un finto impegno nei confronti dell’ambiente e con l’obiettivo di catturare l’attenzione dei consumatori attenti alla sostenibilità, rappresentati oggi dalla maggior parte dei consumatori”. (Qui Finanza Green, 2022) Il *greenwashing* viene fatto con campagne e messaggi pubblicitari, o in alcuni casi con iniziative di responsabilità sociale.

L’obiettivo è da un lato valorizzare la reputazione dell’azienda in termini ambientali e dall’altro ottenere benefici sul fatturato a fronte di un aumento dei clienti. In Italia, questa pratica viene sanzionata dall’antitrust.

Gli attuali consumatori sono molto attenti a certi temi, la loro maggiore consapevolezza e conoscenza induce le aziende a tenerne conto. Nel caso fossero scoperte però, potrebbero perdere reputazione e di conseguenza avere maggiori danni economici.

Wikipedia definisce il *greenwashing* come: “un neologismo indicante la strategia di comunicazione di certe imprese, organizzazioni o istituzioni politiche finalizzata a costruire un’immagine di sé ingannevolmente positiva sotto il profilo dell’impatto ambientale, per distogliere l’attenzione dell’opinione pubblica dagli effetti negativi per l’ambiente, causati dalle proprie attività o dai propri prodotti”. (Wikipedia, 2022)

Praticamente, il *greenwashing* è una strategia di comunicazione che le imprese, organizzazioni e istituzioni politiche adottano, le quali comunicano di impegnarsi alle politiche ambientali anche se in realtà non lo fanno. Allo scopo di migliorare la loro immagine e attirare i consumatori ecosostenibili che si immedesimano in una realtà immaginaria. Alcune aziende comunicano nei loro siti web e social, interviste che utilizzano prodotti riciclati o adottano processi produttivi sostenibili, anche se non è effettivamente vero. Oppure vantano di aver adottato pratiche sostenibili che in

realtà ne coprono altre che non lo sono. Questi sono solo alcuni esempi di come le aziende possono sfociare nel *greenwashing*.

Le aziende che si possono classificare in questa categoria, dichiarano di essere sensibili alle questioni ambientali anche se realmente non lo sono, dichiarano di adottare processi lavorativi sostenibili per coprire altre dinamiche aziendali poco *green*.

Sono diversi i modi in cui le aziende possono fare *greenwashing*, “Qui finanza” riporta alcuni tra questi, ad esempio “l’uso di un linguaggio poco chiaro e superficiale, o al contrario troppo tecnico da risultare incomprensibile ai non addetti ai lavori. Anche l’uso di immagini suggestive, colorate di verde o soggetti naturali che evocano interesse del *brand* o del prodotto verso questioni ambientali, che possono trarre in inganno”. (Qui Finanza Green, 2022)

Anche gli *slogan* e i proclami ambientalisti possono essere fraintesi agli occhi dei consumatori non esperti di sostenibilità. Spesso, infatti richiedono di essere interpretati sulla base di informazioni tecniche non sempre disponibili ai consumatori finali.

Gli esempi vanno quindi dall’uso disinvolto di richiami all’ambiente nella comunicazione della filosofia o mission dell’istituzione, alla comunicazione di prodotto come risultato di processi sostenibili. Queste dichiarazioni non sono però supportate da risultati in termini di miglioramento dei processi produttivi e dei prodotti realizzati. Generalmente, nei casi più frequenti di *greenwashing*, la comunicazione appare nei seguenti modi:

- senza alcuna informazione o dato numerico che supporti il messaggio pubblicitario;
- con informazioni e dati dichiarati certificati, mentre non sono effettivamente riconosciute da enti o organi accreditati;
- enfatizzando caratteristiche descrittive dei prodotti ridendole sufficienti a classificare questi come “*green*”;
- tramite indicazioni generiche che possono generare confusione nei consumatori;
- etichette non vere e con parole e certificazioni contraffatte;
- con asserzioni ambientali false.

In Italia, non era presente un riferimento legislativo per il *greenwashing* fino all’anno 2014, prima di quell’anno infatti il controllo avveniva da parte dell’*Antitrust* attraverso la disciplina della pubblicità ingannevole. Nel marzo 2014 venne pubblicata la 58° edizione del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, il quale regola le diciture che richiamano la tutela ambientale. Oggi il

*greenwashing* è visto come pubblicità ingannevole e il controllo avviene da parte dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Per verificare la corretta presenza di sostenibilità in tema di ecosostenibilità da parte delle aziende, bisogna quindi verificare che dispongano delle certificazioni ambientali come gli standard EMAS (uno standard europeo che prevede il rilascio di una dichiarazione ambientale che consideri vari parametri), la ISO 14001 (riferimento internazionale con linee guida e requisiti che permettono di ottenere la certificazione), oppure la GRS *Global Recycled Standard*, che si rivolge alle istituzioni che trattano materiali riciclati. Strumenti come questi provano l’effettiva aderenza da parte delle aziende ai regimi di tutela ambientale, come anche di risparmio energetico.

### 3.7 Conclusione

Il problema della trasparenza delle informazioni e della valutazione sulla sostenibilità perseguita è un problema di molte aziende. Inoltre molte aziende, come detto sfociano nel fenomeno del “*greenwashing*”.

Per risolvere il problema del *greenwashing*, può essere utilizzato uno strumento che si sta diffondendo negli ultimi anni, la certificazione sopra citata “B Corp”. Nasce come marchio per contrastare il *greenwashing* selvaggio, la quale si basa appunto su una misurazione, chiamata *B Impact Assessment (BIA)*. Questo consiste, in un numero di domande che interessano 5 aree della realtà aziendale:

1. **Governance:** la gestione e amministrazione, il codice etico, la trasparenza delle informazioni, il coinvolgimento degli *stakeholder*, ecc.
2. **Lavoratori:** tipologie di impiego, remunerazioni, benefit, assistenza sanitaria, sviluppo professionale, informazione e coinvolgimento, ecc.
3. **Comunità:** rapporto con la diversità, fornitori e clienti a livello locale, donazioni e altre forme di aiuto alla comunità locale, ecc.
4. **Ambiente:** utilizzo di materie prime, emissioni di CO2, emissioni in aria, nell’acqua, gestione rifiuti, biodiversità, gestione trasporti, ecc.
5. **Clienti:** forme di informazione e coinvolgimento nella gestione aziendale, impatto dei propri prodotti/servizi.

Infine, vi è in questionario che completa la descrizione e caratterizzazione dell’azienda dal punto di vista dell’impatto socio-ambientale, grazie al quale si ottengono informazioni aggiuntive su:

l'impatto attuale della propria azienda e ci si fa un'idea di quali siano i modi per renderla più sostenibile ai fini della certificazione. Grazie a questo si possono avere anche dei riepiloghi delle informazioni utili alla gestione del processo di miglioramento. Per le PMI si presenta anche come un'opportunità di stesura e adozione di documenti che definiscono le prassi già consolidate, dal momento che le domande del questionario vertono su politiche scritte e altri aspetti formalizzati dell'azienda.

Spesso però sono necessari interventi più sostanziali, la cui opportunità va valutata in relazione alle caratteristiche proprie dell'azienda. Queste richiedono interventi maggiori a livello di gestione dell'energia, materie prime, emissioni e rifiuti, oppure gestione dei lavoratori e del rapporto con la comunità locale. Va tenuta in considerazione anche la catena di fornitura, infatti al fine di migliorare la performance socio-ambientale l'azienda deve dedicarsi oltre alle questioni interne, anche a quelle esterne e se vi sono processi che coinvolgono una rilevante quota di forniture di beni e servizi esterni, deve dedicarsi anche all'analisi e al miglioramento della performance socio-ambientale dei fornitori.

Il prossimo capitolo verte ad analizzare proprio la trasparenza e il grado di visibilità all'interno dei siti web e del livello comunicativo che un campione di 100 aziende presenta allo stato attuale. In particolare l'analisi verrà effettuata per mezzo di un sondaggio appositamente strutturato attraverso una tabella Excel, la quale raccoglie i parametri oggetto del sondaggio e assegna sulla base di questi determinati punteggi. I parametri valutati fanno riferimento a: settore (tra i 18 analizzati), dimensione dell'azienda (numero di dipendenti), fatturato, visibilità (numero di clic necessari a raggiungere informazioni sulla sostenibilità), contenuto (tempo di lettura stimato per i contenuti sostenibili), temi (emissioni, persone, risorse, economia locale), gamma di prodotti (se presenta l'offerta di prodotti sostenibili) e rapporto di sostenibilità (se è pubblicato oppure no).

La trasparenza in termini di contenuti sostenibili risulta fondamentale per le aziende se vogliono sopravvivere e mantenere posizioni di vantaggio competitivo, per questo risulta importante valutare a che punto sono le aziende e capire quanto margine di miglioramento ci sia per ciascuna di essa.

## Capitolo 4

---

### **LA COMUNICAZIONE DELLE AZIENDE: UNA VERIFICA SUL CAMPO**

#### **4.1 Introduzione**

Nei capitoli precedenti si è concentrata l'attenzione nello studio del panorama della sostenibilità aziendale, cominciando dalla sua definizione stretta, distinguendola successivamente nei tre pilastri che la caratterizzano: ambientale, sociale e di governance.

Successivamente si è posta l'attenzione in quella che è la crescita verde al centro della politica dell'UE. In particolare, nelle attuali leve di intervento sia in termini legislativi che di incentivazione alla sostenibilità nelle aziende. Tra queste, vi è il decreto legislativo che regola l'informativa non finanziaria, il Piano d'Azione della Commissione Europea per finanziare la crescita sostenibile, i 17 obiettivi fissati dalle Nazioni Unite e previsti nell'Agenda 2030. Inoltre è stato descritto il Green Deal europeo, ovvero un piano d'azione che mira a rendere sostenibile l'economia dell'Unione europea, quali sono i settori che comprende, come le attività che si possono considerare sostenibili possono ottenere fondi dalle banche e dagli investitori per implementare le loro strategie in ottica sostenibile, quali fondi prevede l'Unione europea per finanziarle e raggiungere gli obiettivi che si è posta come ridurre le emissioni dei gas effetto serra entro il 2030 e raggiungere la neutralità climatica nel 2050.

Nel precedente capitolo invece si è trattato l'aspetto relativo alla trasparenza e alle metriche di valutazione della sostenibilità. Definita la tassonomia europea ovvero tutte quelle attività che possono essere implementate dalle aziende per far sì che queste diventino eco sostenibili, si è poi descritto il ruolo del bilancio di sostenibilità, come questo è strutturato e cosa deve comprendere ai fini della rendicontazione delle attività. Successivamente si è parlato del modello "GRI" (*Global Reporting Initiative*), che prevede gli standard della rendicontazione non finanziaria (che include la sostenibilità). Dopodiché si è fatta una panoramica di quelle che sono le principali certificazioni che le aziende possono ottenere in termini dei tre tipi di sostenibilità, e le etichette che possono ottenere i loro prodotti sostenibili. Infine si è discusso l'attuale problema del *greenwashing*, dovuto alla comunicazione non veritiera che le aziende pongono in essere per attrarre i consumatori sensibilizzandoli sulle tematiche *green*.



Lo scopo di questo capitolo è quello di analizzare direttamente un campione qualitativo di 100 aziende italiane per comprendere quello che esse trasmettono in tema di sostenibilità in tutti e tre gli aspetti che la caratterizzano. Dopo averle individuate, sono stati raccolti i relativi dati anagrafici principali, in un foglio Excel, che rappresenta un *form*, progettato appositamente per raccogliere e archiviare dati strutturati. Il *form* è composto da diverse parti che verranno descritte all'interno del capitolo, le quali rappresentano le diverse voci analizzate all'interno dei siti web delle aziende. Ad ognuna di queste si assegna un punteggio che indicherà globalmente a che punto si trova l'azienda nel comunicare la sostenibilità delle proprie attività. Dopo aver descritto nel dettaglio la *web survey* e analizzato le varie parti di cui si compone si faranno considerazioni relative a questo campione di aziende italiane in ambito sostenibile, e si confronteranno i punteggi ottenuti.

#### **4.2 La “Sustainability client web survey”**

Il sondaggio di questo campione di aziende si inserisce all'interno di un più ampio *web benchmark* di aziende europee, tuttora in via di completamento.

Lo scopo del *web benchmark* è comprendere ciò che i clienti delle aziende partecipanti stanno comunicando riguardo alla sostenibilità, e lo stadio di maturità apparente in termini di creazione di un percorso di miglioramento della sostenibilità aziendale.

La *web survey* ha riguardato, per ogni paese partecipante, almeno i seguenti settori:

1. Fornitori di componenti (non automobilistici) (*Components suppliers (non automotive)*);
2. Macchinari industriali (*Industrial machinery*);
3. Macchine/attrezzature per l'agricoltura e la costruzione (*Agricultural & construction machinery/equipment*);
4. Fornitori di autoveicoli (*Automotive suppliers*);
5. Edilizia (*Construction*);
6. Servizi finanziari (*Financial services*);
7. Settore energetico e servizi di pubblica utilità (*Energy sector & utilities*);
8. Industria alimentare (*Food industry*).

Le aziende intervistate sono state soprattutto aziende clienti, quando però non è stato possibile perché non presenti in numero sufficiente nel settore, il criterio da seguire è stato quello di selezionare le principali e leader di mercato, le quali rappresentano un potenziale punto di

riferimento per il settore. Infatti l'obiettivo del sondaggio europeo è qualitativo e non punta necessariamente a trovare la significatività statistica.

Gli obiettivi di questo strumento di indagine sono i seguenti:

- sviluppare un modello semplice e pragmatico per valutare la performance di sostenibilità di un'azienda con un punteggio quantificato;
- mantenere le informazioni il più possibile oggettive e calcolare il punteggio separatamente;
- mantenere il sondaggio di ogni sito web aziendale breve: al massimo di 15 minuti per azienda.

Lo strumento di indagine utilizzato analizza le seguenti parti:

- *settore e dimensioni dell'azienda*;
- *visibilità*: quanto è facile trovare informazioni sulla sostenibilità nel sito web dell'azienda e attraverso una ricerca su Google ?;
- *contenuto*: quanto dettagliato è il contenuto trovato?;
- *temi*: quanti dei principali temi ESG sono citati e con quale livello di dettaglio attuabile?;
- *gamma di prodotti*: esiste un' offerta specifica di prodotti/servizi "sostenibili"?
- *rapporto di sostenibilità*: esiste oppure no?

### **4.3 Il campione di aziende**

Prima di tutto è stato individuato un campione di aziende sulle quali svolgere l'indagine della sostenibilità. Si tratta di un campione qualitativo di aziende che non è stato verificato in termini di una sua rappresentatività per settore, classe dimensionale o distribuzione geografica. Questo è stato stabilito, nel caso dell'Italia, in aziende suddivise oltre che per settori sopra-citati, e in aggiunta per:

9. Beni di consumo (*Consumer goods*)
10. Materiali da costruzione (*Building materials*)
11. Produttori di arredamento (*Furniture manufacturers*)
12. Settore sanitario e le scienze della vita (*Healthcare and life sciences*),
13. IT e telecomunicazione (*IT & Telecom*),
14. Logistica (*Logistics*),
15. Metalmeccanica (*Metalworking*),

16. Vendita al dettaglio (*Retail*)

17. Altro-settore manifatturiero (*Other-manufacturing*),

18. Altro-servizi (*Other-services*).

In appendice è riportato l'elenco delle aziende individuate ai fini della ricerca.

Per ognuna di queste è stata valutata la comunicazione sulla sostenibilità del sito web aziendale, in base a specifici criteri presenti esclusivamente sui loro siti aziendali. A tale scopo è stato assegnato a ciascuna di esse un punteggio, il quale è stato calcolato in automatico sulla base delle risposte in ciascun campo valutato all'interno della *survey*. Nello specifico i campi di valutazione sono stati (alcuni di questi già citati nel paragrafo precedente):

- Numero di azienda.
- Nome dell'azienda.
- Settore di appartenenza (tra i 18 analizzati).
- Dimensione dell'azienda: numero di dipendenti (1 - 100, 101 - 1000, 1000+).
- Sito web aziendale.
- Visibilità: facilità a trovare riferimenti alla politica di sostenibilità dell'azienda sul suo sito web (1, 2 o 3 clicks/ricerca su google). A volte per trovare il contenuto è stato necessario cercare su Google "nome dell'azienda" insieme a "sostenibilità". Nel dettaglio le regole seguite sono state le seguenti:
  - se il contenuto è raggiungibile con un solo clic nella parte superiore della pagina, si è selezionato 1 clic.
  - se è raggiungibile con 2 clic, si è selezionato "2 clic".
  - se per trovare i riferimenti alla sostenibilità è necessario cliccare 3 volte o andare su Google, o se il percorso è molto contorto, si è selezionato "3 clic/ricerca su Google".
- Bonus visibilità: l'azienda ottiene un punto bonus se il mondo "sostenibilità" o simile è evidenziato nella parte superiore della sua home page (ad esempio in un banner o simile). In questo caso, si è selezionato "sostenibilità in cima alla pagina iniziale" all'interno della *survey*, altrimenti "no".
- Contenuto: indica il livello di dettaglio dei contenuti sulla sostenibilità presenti sul sito web dell'azienda. I criteri seguiti sono stati:
  - se può essere letto in meno di 5 minuti, si è selezionato "< 5 min";
  - se può essere letto in 5-10 minuti, si è selezionato "5-10 min";

- se la lettura richiede più di 10 minuti, si è selezionato "> 10 min".
- Temi: i temi della sostenibilità sono stati raggruppati in 4 campi:
  - "emissioni": comprende tutto ciò che riguarda il risparmio energetico e la riduzione delle emissioni, le fonti di energia rinnovabili, ecc.
  - "risorse": comprende qualsiasi misura volta a ridurre il consumo di risorse naturali e la riduzione dei rifiuti, ad esempio meno imballaggi, meno plastica, riciclaggio;
  - "persone": comprende qualsiasi misura volta a migliorare il benessere del personale o degli stakeholders esterni;
  - "economie locali": comprende qualsiasi misura volta a migliorare il benessere delle comunità locali (ad esempio, sviluppo economico locale, sostegno alle comunità di fornitori all'estero, sistemi di commercio equo e solidale, ecc.).

Per ognuno di questi temi si è cercato di valutare il grado di impegno raggiunto:

- "Intento" se c'è solo una dichiarazione di intenti di miglioramento nel campo in questione;
- "Progetti/obiettivi" se sono descritti progetti concreti o sono stati fissati obiettivi quantitativi;
- "Risultati" se sono stati raggiunti risultati concreti e quantitativi (ad esempio, riduzione dell'x% delle emissioni, del consumo di materie prime, stabilizzazione dei prezzi per i fornitori, ecc.);
- "Nessuno" se non c'è una menzione specifica del settore in questione.
- Malus: se non c'è una descrizione di uno dei campi di cui sopra, c'è un punteggio di penalità (sul punteggio totale).
- Bonus prodotti: valuta se l'azienda ha sviluppato una gamma di prodotti/servizi sostenibili. Selezionando "sì" se i prodotti/servizi sostenibili sono descritti sul sito web (come premium o come parte dell'assortimento principale); "no" se non sono presenti informazioni sui prodotti/servizi sostenibili.
- SERP: si valuta se scrivendo il "nome dell'azienda" insieme a "rapporto di sostenibilità" viene fuori materiale rilevante (pagina web sulla politica di sostenibilità, rapporto di sostenibilità). Se viene trovato del materiale, si è selezionato "sì", altrimenti "no".

- Rapporto: se si trova un rapporto di sostenibilità aggiornato, selezionare "sì", altrimenti selezionare "no".
- Fatturato: ricercato nel sito "Report aziende" attraverso l'inserimento della partita iva per ciascuna azienda analizzata.

Per ciascuno di questi campi (escluso il settore, la dimensione aziendale e il fatturato) è stato assegnato un punteggio, e la somma dei punti per ciascun campo analizzato ha generato il punteggio totale per ogni azienda analizzata. Il punteggio per ogni campo è stato assegnato tenendo in considerazione i criteri seguenti:

- **Visibilità:**
  - 1 *click*: contributo di 2 punti al punteggio totale;
  - 2 *clicks*: contributo di 1 punto al punteggio totale;
  - 3 *clicks*/ ricerca su google: contributo di 0 punti al punteggio totale;
  - Fondo pagina: contributo di 1 punto al punteggio totale.
- **Bonus visibilità:**
  - "sostenibilità" all'inizio della pagina iniziale: 2 punti;
  - altrimenti: 0 punti.
- **Contenuto:**
  - < 5 minuti: 0 punti;
  - 5-10 minuti: 2 punti;
  - > 10 minuti: 3 punti.
- **Temì:**
  - "*Intent*": 0,5 punti;
  - "*Goals/projects*": 1 punto;
  - "*Results*": 1,5 punti;
  - "*None*": 0 punti.
- **Malus:**
  - No temì: -0,5 punti;
  - Ok: 0 punti
- **Bonus prodotto:**
  - Yes: 1 punto;
  - No: 0 punti.

- **SERP:**
  - Yes: 1 punto;
  - No: -2 punti.
- **Report sostenibilità:**
  - Yes: 1 punto;
  - No: -1 punto.

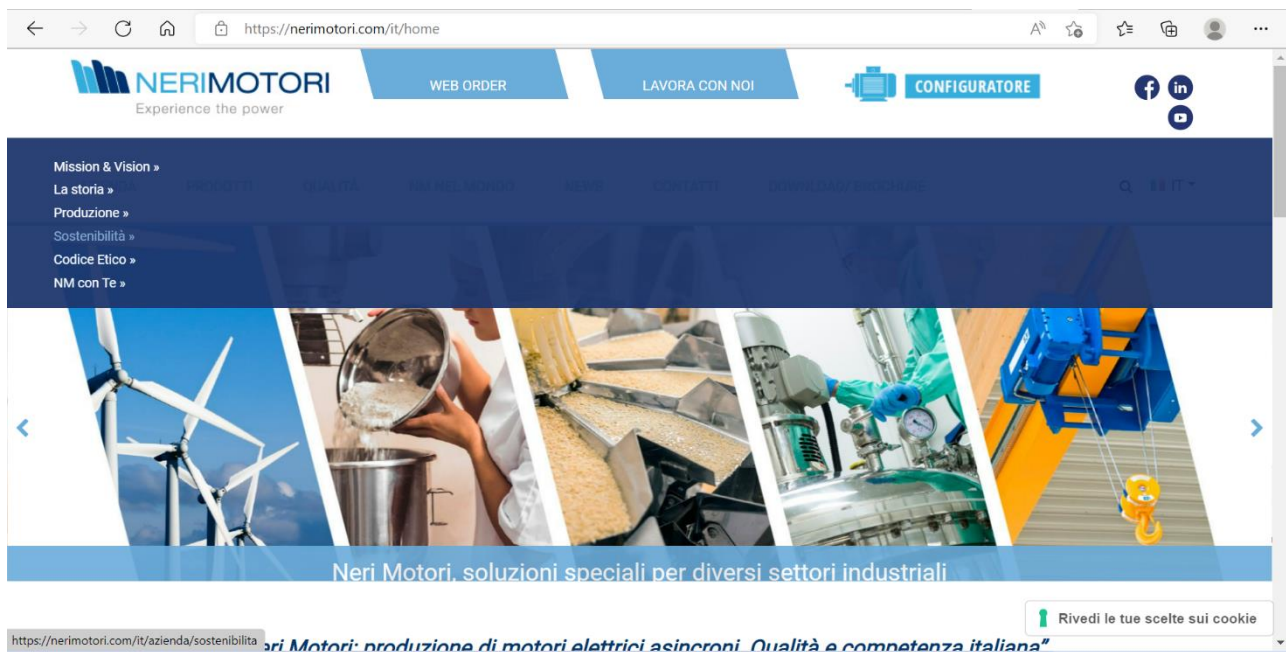
#### 4.4 Le fonti della Web Survey

Le fonti per condurre l'analisi sono stati i siti web delle varie aziende, in particolare quelli riportati nella tabella in appendice, alla fine del corrente capitolo. Inoltre per ciascuna azienda è stato ricercato il dato del fatturato per mezzo del sito web "Report aziende" (reportaziende.it), inserendo per ciascuna di esse la relativa partita iva.

A titolo esemplificativo, viene riportato uno di questi, della Neri Motori S.r.l.: <https://nerimotori.com/>.

Di seguito viene mostrata la pagina iniziale del sito dell'azienda.

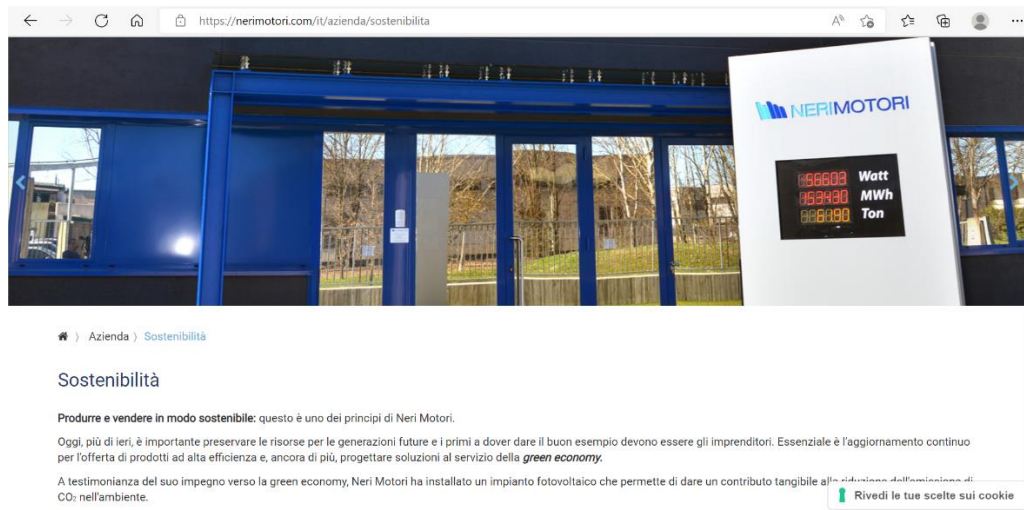
Figura 9: Schermata iniziale del sito web di Neri Motori (fonte: <https://nerimotori.com/it/home>)



Come si può notare dalla figura, nella home page, all'interno della finestra "azienda" compare la voce "sostenibilità", all'interno di questa troviamo una breve descrizione di cosa è per "Neri Motori" la sostenibilità, la quale rappresenta uno dei principi sui quali si basa la loro produzione e vendita.

Infatti si legge che il loro impegno è rivolto ad aggiornare costantemente l'offerta dei prodotti offerti in termini di efficienza e, progettare soluzioni al servizio della green economy. Per far questo, l'azienda ha installato un impianto fotovoltaico che permette di dare un contributo tangibile alla riduzione dell'emissione di CO2 nell'ambiente.

Figura 10: Schermata pagina sostenibilità dell'azienda (Fonte: <https://nerimotori.com/it/azienda/sostenibilita>)



Per NERI MOTORI, la qualità è sempre stata uno standard perseguito, anche prima della nascita delle certificazioni. Hanno quindi lavorato all'ottenimento delle principali certificazioni europee, sia in termini di gestione aziendale che di rispetto della sicurezza del lavoro e dell'ambiente, al fine di conquistare risultati qualitativi idonei a competere con i mercati europei e internazionali. Le principali certificazioni europee ottenute sono:

Figura 11: Schermata delle certificazioni Europee ottenute da NERI MOTORI (<https://nerimotori.com/it/qualita/certificazioni-qualita>)

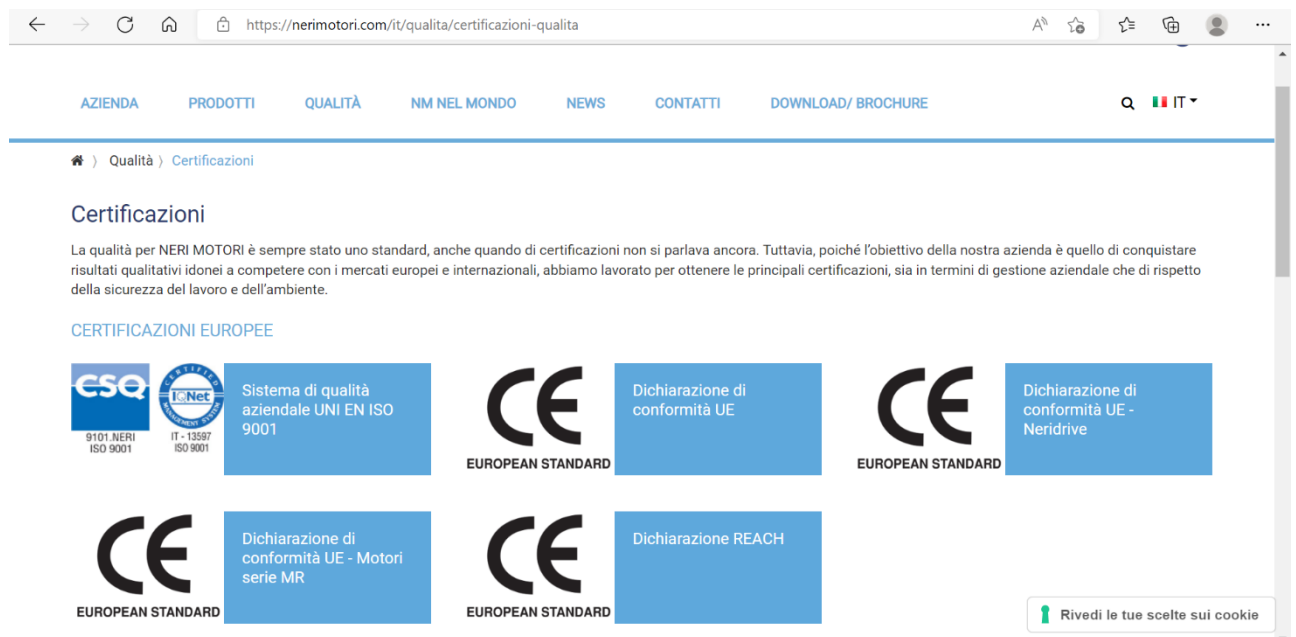


Figura 12: Schermata delle certificazioni internazionali ottenute da NERI MOTORI (<https://nerimotori.com/it/qualita/certificazioni-qualita>)



Per quanto riguarda la Ricerca & Sviluppo, leggiamo dal loro sito che, al fine di mantenere una certa competitività nel mercato, l'azienda ha sempre coltivato un'area di progettazione sperimentale, rappresentata dalla funzione di R&S. L'innovazione tecnologica, organizzativa e di processo, rappresenta uno dei principali fondamenti dell'orientamento aziendale.

Attraverso la cultura del "miglioramento continuo" puntano ad ampliare le conoscenze scientifiche e tecniche per applicare nuove tecnologie e sviluppare prodotti nuovi. Collaborano inoltre con l'Università di Bologna, portando avanti molti progetti in ambito elettronico e di energia rinnovabile. Tra i progetti in corso Neri Motori, ha partecipato ad un bando cofinanziato dal Fondo europeo di



sviluppo regionale, volto alla “Ricerca e Sviluppo di nuove famiglie di motori sincroni ad alta efficienza IE4 e IE5 e di motori asincroni multifase ad elevata affidabilità”.

Il progetto riguardava la realizzazione di motori elettrici industriali ad alta efficienza energetica ed a elevata affidabilità, tramite una innovazione totale nei metodi di progettazione e di produzione. Il mercato attuale infatti è caratterizzato da un ampio divario fra lo stato dell’arte in termini di alta efficienza e l’effettiva applicabilità di queste tecnologie nell’ambito dell’eco-compatibilità e negli attuali contesti industriali esistenti. L’obiettivo finale del progetto è quello di ottenere una consistente innovazione di prodotto tramite la realizzazione di 3 nuove gamme di motori elettrici industriali sia in classi di efficienza IE4 e IE5, azionati da inverter o direttamente da rete “Line start PM”, sia in grado di garantire continuità di servizio in ogni condizione di malfunzionamento. Il risultato di questo progetto è stato lo sviluppo di una nuova gamma di motori a magneti permanenti interni alimentati da inverter. La gamma realizzata copre un range di potenza fino a 5,5 kW. La gamma di motori presenta un’efficienza del solo motore equivalente a quella definita dallo standard IE4, permettendo sia un migliore controllo dell’azionamento sia prestazioni più elevate a parità di materia utile.

Figura 13: Il progetto cofinanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale (<https://nerimotori.com/it/qualita/bando-rs-cofinanziato-dal-fondo-europeo-di-sviluppo-regionale>)

**NERIMOTORI**  
Experience the power

Made in Italy EU

**R&S di nuove famiglie di motori sincroni ad alta efficienza IE4 e IE5 e di motori asincroni multifase ad elevata affidabilità**

**Descrizione del progetto**

Il progetto ha riguardato la realizzazione di motori elettrici industriali ad alta efficienza energetica ed a elevatissima affidabilità, tramite una innovazione totale nelle metodologie di progettazione e produzione. L'attuale mercato infatti mostra un ampio divario fra lo stato dell'arte dell'alta efficienza e l'effettiva applicabilità di tali tecnologie nell'ambito dell'eco-compatibilità e nei contesti industriali esistenti.

**Obiettivi**

L'obiettivo finale è quello di ottenere una consistente innovazione di prodotto tramite la realizzazione di 3 nuove gamme di motori elettrici industriali sia in classi di efficienza IE4 e IE5, azionati da inverter o direttamente da rete "Line start PM", sia in grado di garantire continuità di servizio in ogni condizione di malfunzionamento.

**Risultati**

E' stata sviluppata una nuova gamma di motori a magneti permanenti interni alimentati da inverter. La gamma realizzata copre un range di potenza fino a 5,5kW. Questa gamma di motori presenta un'efficienza del solo motore equivalente a quella definita dallo standard IE4, permettendo sia un migliore controllo dell'azionamento sia prestazioni più elevate a parità di materiale utile.

Progetto cofinanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale

POR FESR EMILIA-ROMAGNA 2014-2020

Regione Emilia-Romagna

L’azienda ha deciso anche di intraprendere un percorso di rispetto della legalità e di contrasto ai reati, per tutelare i suoi dipendenti e la società nel complesso. L’occasione di perseguire questo obiettivo è stata colta attraverso l’adozione del “Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo” ai sensi del Decreto Legislativo 231/01. Adottando questo modello, che comprende anche il Codice

Etico, l'azienda vuole creare quelle condizioni necessarie per il rispetto di procedure, sistema di deleghe, attivazione di controlli, formazione dei suoi dipendenti attraverso l'istituzione di un apposito Organismo di Sorveglianza per evitare la commissione di reati e, in genere, di comportamenti scorretti. In questo senso, l'azienda afferma di voler dare importanza alla trasparenza nel modo di operare, alla correttezza nei rapporti verso i terzi e alla sicurezza dell'ambiente di lavoro. A questo scopo, è stato istituito l'Organismo di Vigilanza che presiede al rispetto del Modello ed è costituito da tre professionisti, esperti in materie economiche, organizzative e di sicurezza del lavoro. Per rispondere all'attività di controllo, l'Organo di Vigilanza ha istituito una mail, come canale di comunicazione diretto ed anonimo, la quale è [whistleblowing.nerimotori.it@gmail.com](mailto:whistleblowing.nerimotori.it@gmail.com). L'utilizzo della mail potrà essere fatto in conformità al D. Lgs 90 del 5 Maggio 2017 in materia del "*Whisteblowing*". La formazione del personale da parte dell'azienda, si è rivelato un aspetto fondamentale nel quale l'azienda intende investire sempre di più.

Figura 14: Pagina iniziale del codice etico dell'azienda Neri Motori ([https://nerimotori.com/img\\_ins/files/codice\\_etico\\_neri\\_motori\\_ITA.pdf](https://nerimotori.com/img_ins/files/codice_etico_neri_motori_ITA.pdf))



Il codice etico include al suo interno: mission e visione etica, ambito di applicazione del codice, principi e norme di riferimento in particolare rispetto della legge, onestà e correttezza – obblighi di tutto il personale, centralità della persona, imparzialità e pari opportunità, trasparenza e completezza dell'informazione, registrazioni contabili, riservatezza delle informazioni, prevenzione dei conflitti di interesse, governance, risorse umane, clienti, fornitori, ambiente, uso di sostanze stupefacenti, alcoliche e prodotti da fumo, collettività, pubblica amministrazione e autorità garanti, comunicazione di riferimento, funzioni di controllo e procedure di attuazione, comunicazione e formazione, organi di riferimento, compiti dell'Organismo di Vigilanza, il sistema disciplinare, le violazioni del modello, le sanzioni, le procedure di accertamento e di irrogazione, le misure nei confronti dei soggetti apicali, dei responsabili di direzione e di funzione, dei collaboratori esterni e dei partner e infine le disposizioni finali.

#### 4.5 Analisi del campione

Come precedentemente detto, il campione di aziende analizzate in termini di comunicazione della sostenibilità nei loro siti web, è di 100. Le 100 aziende del campione appartengono a 18 diversi settori, elencati nella tabella sottostante insieme al numero di aziende appartenenti a ciascuno di essi.

Tabella 2: Numero di aziende per settore

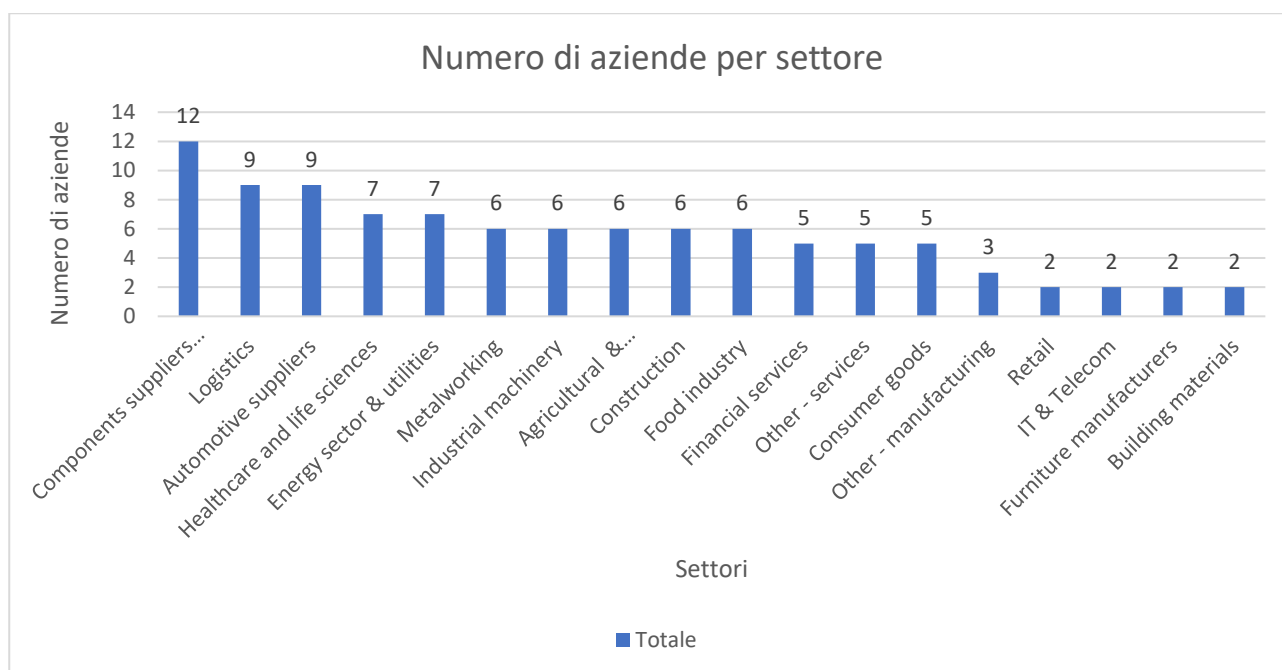
Sector	Numero di aziende
Components suppliers (non automotive)	12
Logistics	9
Automotive suppliers	9
Healthcare and life sciences	7
Energy sector & utilities	7
Metalworking	6
Industrial machinery	6
Agricultural & construction machinery/equipment	6
Construction	6
Food industry	6
Financial services	5
Other - services	5
Consumer goods	5
Other - manufacturing	3
Retail	2
IT & Telecom	2
Furniture manufacturers	2
Building materials	2
<b>Totale complessivo</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: nella prima colonna elenco dei settori, nella seconda totale aziende per ciascun settore in riga

Dalla tabella si nota che gli ultimi settori con meno di 5 aziende per settore, in particolare *Retail*, *IT & Telecom*, *Furniture manufacturers* e *building materials* sono i meno popolati e quindi i meno rappresentativi all'interno del campione.

Di seguito, sono rappresentate i settori in forma grafica, in modo tale che si noti visivamente quali sono i settori più "popolati" nel campione. Inoltre i settori sono ordinati in modo decrescente dal più popolato in termini di aziende (12) al meno popolato (2).

Grafico 1: Numero di aziende per settore



Fonte: elaborazione propria; Note: nell'asse verticale numero di aziende, nell'asse orizzontale i settori.

I settori con il maggior numero di aziende del campione sono quelli di *Components suppliers* (12), seguito da *Logistics* (9) e *Automotive suppliers* (9). Questi saranno quelli più significativi nell'analisi del campione, avendo un numero maggiore di aziende contribuiranno maggiormente al risultato. I settori con il minor numero di aziende sono *Retail* (2), *Building materials* (2), *IT & Telecom* (2), *Furniture manufacturers* (2) che invece contribuiranno in modo ridotto nelle analisi.

Il settore più popolato è quello dei *Components suppliers*, nel quale vi sono 12 aziende, questo perché si è scelto di dare maggiore importanza alle aziende più presenti del territorio, in particolare nel territorio italiano e nella regione Emilia-Romagna dove vi sono molte aziende facenti parte di questo settore. Nella regione Emilia-Romagna, vi sono infatti molte aziende di piccole/ medie dimensioni con maggiore concentrazione nel settore dei Servizi (26% del totale delle imprese attive), del Commercio (23,8%), delle Costruzioni (14,7%), dell' Agricoltura e pesca (12,7%), degli Alberghi e ristoranti (10,5%) e dell' industria manifatturiero (8,7%). (Camera di commercio della Romagna, 2019).

Per alcuni settori sono state scelte poche aziende appartenenti ad essi per svariati motivi, uno tra i quali potrebbe essere il minor numero di aziende nel territorio.

#### 4.5.1 Analisi per settore e per classe dimensionale

Ora, si potrebbe fare una suddivisione per settore e per classe dimensionale, in modo da capire quale siano i settori e le categorie dimensionali più popolati. Sono quindi state suddivise per categorie dimensionali sulla base del numero di impiegati, nello specifico in intervalli riportati nelle colonne della tabella: 1-100, 101-1000, 1000+ *employees*. Ai fini di rendere più significative le analisi, sono state raggruppate le classi dimensionali più piccole, inizialmente distinte in 1-10, 11-50, 51-100 *employees*, in un' unica classe dimensionale 1-100, che le contiene quindi tutte e tre. Anche le successive analisi del campione, relative alle classi dimensionali verranno fatte in questo modo, raggruppando le piccole aziende in un'unica fascia rappresentativa.

Tabella 3: Numero di aziende per settore e classe dimensionale

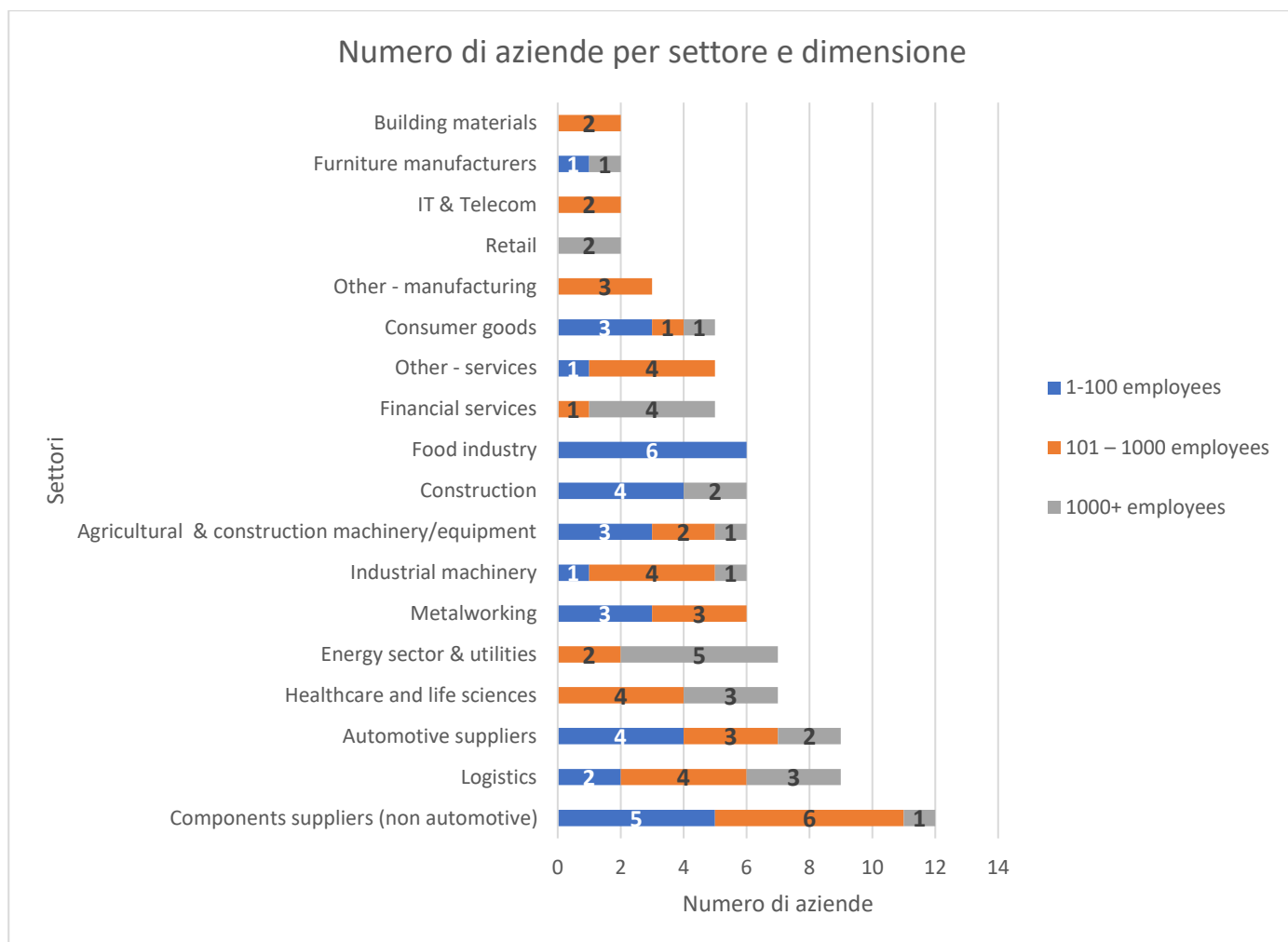
Sector	1-100 employees	101 – 1000 employees	1000+ employees	Totale complessivo
Components suppliers (non automotive)	5	6	1	12
Logistics	2	4	3	9
Automotive suppliers	4	3	2	9
Healthcare and life sciences		4	3	7
Energy sector & utilities		2	5	7
Metalworking	3	3		6
Industrial machinery	1	4	1	6
Agricultural & construction machinery/equipment	3	2	1	6
Construction	4		2	6
Food industry	6			6
Financial services		1	4	5
Other - services	1	4		5
Consumer goods	3	1	1	5
Other - manufacturing		3		3
Retail			2	2
IT & Telecom		2		2
Furniture manufacturers	1		1	2
Building materials		2		2
<b>Totale complessivo</b>	<b>33</b>	<b>41</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: nelle righe i 18 settori della survey, nelle colonne le tre classi dimensionali.

Le categorie più rappresentative, ovvero quelle con il maggior numero di aziende del campione sono quelle con un numero di impiegati compreso tra 101 e 1000 (medie) e quelle con più di 1000 dipendenti (grandi).

I settori più rappresentativi in termini di numero di aziende ad esso appartenenti sono: *components suppliers, logistics, automotive suppliers, healthcare and life sciences, energy & sector utilities*.

Grafico 2: Numero di aziende per settore e dimensione



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa il numero di aziende per ciascuna fascia dimensionale (numero di impiegati), in ordinata i 18 settori della survey

Dal grafico si nota che nella maggior parte dei settori, le classi dimensionali più presenti sono quelle con un numero di impiegati elevato compresa tra 101 - 1000 e 1000+, nello specifico nei settori: *Components suppliers (non automotive), Logistics, Automotive suppliers, Healthcare and life sciences, Energy sector & utilities, Metalworking, Industrial machinery, Agricultural & construction machinery/equipment, Construction, Financial services, Consumer goods, Other - services, Other - manufacturing, Retail, Building materials, IT & Telecom, Furniture manufacturers.*

In alcuni settori sono rilevanti anche le categorie con il minore numero di impiegati 1-100, in particolare in *Components suppliers (non automotive), Logistics, Automotive suppliers, Metalworking, Agricultural & construction machinery/equipment, Construction, Food industry, Consumer goods, Furniture manufacturers.*

L'analisi ora potrebbe essere fatta dal punto di vista del punteggio medio per ogni classe dimensionale, punteggio medio per settore e punteggio medio per entrambe.

Tabella 4: Punteggio medio per classe dimensionale

Classe dimensionale	1-100 employees	101 – 1000 employees	1000+ employees	Totale complessivo
<b>Media del punteggio totale</b>	1,8	5,1	10,7	5,5

Fonte: elaborazione propria; Note: nelle colonne ciascuna delle tre classi dimensionali e il totale complessivo, in riga la media del punteggio per classe dimensionale.

Tabella 5: Punteggio medio per settore

Sector	Media di Total score
Agricultural & construction machinery/equipment	1,6
Automotive suppliers	3,7
Building materials	7,3
Components suppliers (non automotive)	5,1
Construction	4,7
Consumer goods	0,3
Energy sector & utilities	11,5
Financial services	13,9
Food industry	8,3
Furniture manufacturers	3,8
Healthcare and life sciences	6,3
Industrial machinery	7,2
IT & Telecom	-3,0
Logistics	5,8
Metalworking	2,1
Other - manufacturing	5,3
Other - services	2,0
Retail	11,0
<b>Totale complessivo</b>	<b>5,5</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: nelle righe i 18 settori della survey, in colonna il punteggio medio per il settore in riga

Si nota che mediamente le piccole aziende con pochi dipendenti (1-100), sono quelle che comunicano di meno in termini di sostenibilità avendo un punteggio più basso, mentre le più grandi (1000+) sono quelle che comunicano di più. Mediamente si può affermare che al crescere dell'azienda, cresce anche il punteggio ottenuto, le quali risultano essere più attente alla sostenibilità ESG.



Tabella 6: Punteggio medio per classe dimensionale e per settore

Sector	1-100 employees	101 – 1000 employees	1000+ employees	Totale complessivo	N° aziende
Agricultural & construction machinery/equipment	-1,8	4,8	5,5	1,6	6
Automotive suppliers	-0,5	3,5	12,3	3,7	9
Building materials		7,3		7,3	2
Components suppliers (non automotive)	4,2	6,2	3,5	5,1	12
Construction	-0,8		15,5	4,7	6
Consumer goods	1,5	-1,5	-1,5	0,3	5
Energy sector & utilities		10,0	12,1	11,5	7
Financial services		12,0	14,4	13,9	5
Food industry	8,3			8,3	6
Furniture manufacturers	-3,5		11,0	3,8	2
Healthcare and life sciences		5,9	6,8	6,3	7
Industrial machinery	0,0	7,6	12,5	7,2	6
IT & Telecom		-3,0		-3,0	2
Logistics	3,0	3,9	10,2	5,8	9
Metalworking	-2,2	6,3		2,1	6
Other - manufacturing		5,3		5,3	3
Other - services	-0,5	2,6		2,0	5
Retail			11,0	11,0	2
<b>Totale complessivo</b>	<b>1,8</b>	<b>5,1</b>	<b>10,7</b>	<b>5,5</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: nelle righe i 18 settori della survey, nelle colonne le 3 classi dimensionali (numero di dipendenti)

In generale si può dire che all'aumentare delle dimensioni dell'azienda in termini di numero di impiegati, aumenti anche il punteggio medio, questo però non è vero per tutti i settori, poiché vi sono alcune differenze all'interno dei vari segmenti dimensionali. Ad esempio il settore *consumer goods* ha una tendenza negativa al crescere della dimensione dell'azienda. Un altro settore caratterizzato da basso punteggio nell'alta fascia dimensionale è *IT & Telecom*, anche se questo non è molto veritiero avendo solamente due aziende del campione in questo settore.

#### 4.5.2 Analisi per punteggio totale

A questo punto, ci concentriamo nell'analisi per punteggio del campione, andando ad analizzare quante aziende del campione hanno ottenuto un determinato punteggio. Il punteggio che ciascuna azienda del campione ha ottenuto è rappresentativo della comunicazione che queste fanno nei propri siti web. La comunicazione è stata analizzata dal punto di vista della riduzione delle emissioni nelle loro attività produttive, aumento del benessere dei dipendenti e delle parti interessate all'azienda, un miglior utilizzo delle risorse e più sostenibili, come anche un contributo alle economie

locali e alla comunità in senso ampio. Le analisi seguenti sono state fatte considerando l'intero campione delle 100 aziende.

Il valore del punteggio ottenibile sulla comunicazione in termini di sostenibilità è compreso all'interno di un range da un minimo di -3,5 ad un massimo di 16. Nella tabella seguente sono indicati il numero di aziende che hanno ottenuto i vari punteggi.

La media del punteggio ottenuto in termini di comunicazione della sostenibilità è 5,5 che sta solo di un punto sotto al valore della mediana di 6,25. La mediana è data dal numero che occupa la posizione centrale in un insieme di numeri e rispetto al quale metà dei numeri ha valore superiore e l'altra metà ha valore inferiore. Ciò detto si potrebbe dire che vi sono un numero mediamente omogeneo in ogni punteggio, fatta eccezione dell'alto numero di aziende (12) che non comunica affatto, ottenendo un punteggio di -3,5. Anche la deviazione standard conferma questo andamento avendo un discostamento di  $\pm 5,93$  rispetto al valore medio di 5,5, andando quindi a coprire un range di punteggi compreso tra -0,45 e 11,43. Il primo quartile cioè il primo 25% di valori arriva fino a 0,125, perciò un quarto delle aziende ha ancora un punteggio sulla comunicazione molto basso, mentre il 75% dei valori ha un punteggio che arriva fino allo 10,875, perciò solo il 25% ottiene un punteggio  $> 10,875$ . Il 75% delle aziende ha quindi ottenuto un punteggio  $<$  di 10,875 ancora molto lontano dal massimo ottenibile di 16, mostrando un buon margine di miglioramento.

*Tabella 7: valori rappresentativi dei punteggi totali ottenuti dalle aziende del campione*

1) NUMERO TOTALE DI AZIENDE DEL CAMPIONE	100
2) MEDIA	5,485
3) MEDIANA	6,25
4) DEVIAZIONE STANDARD	5,930769
5) MAX	16
6) MIN	-3,5
7) PRIMO QUARTILE	0,125
8) TERZO QUARTILE	10,875

*Fonte: elaborazione propria; Note: prima riga numero di aziende totale del campione, seconda riga media del punteggio totale di tutte le aziende del campione, terza riga valore centrale del punteggio totale ottenuto, quarta riga deviazione standard del punteggio totale, quinta riga punteggio massimo ottenuto, sesta riga punteggio minimo ottenuto, settima riga primo quartile (25% di aziende hanno ottenuto un punteggio  $\leq 0,125$ ), ottava riga terzo quartile (75% di aziende hanno ottenuto un punteggio  $\leq 10,875$ ).*

Tabella 8: Numero di aziende per punteggio (fonte: elaborazione propria)

Total score	Conteggio di Total score
-3,5	12
-2,5	2
-2	1
-1,5	5
-1	1
-0,5	2
0	2
0,5	3
1	3
1,5	2
2,5	2
3	2
3,5	1
4	3
5	1
5,5	5
6	3
6,5	8
7	3
7,5	4
8	2
8,5	2
9	2
9,5	1
10	1
10,5	2
11	4
11,5	2
12	4
12,5	1
13	6
14	2
15	1
15,5	1
16	4
<b>Totale complessivo</b>	<b>100</b>

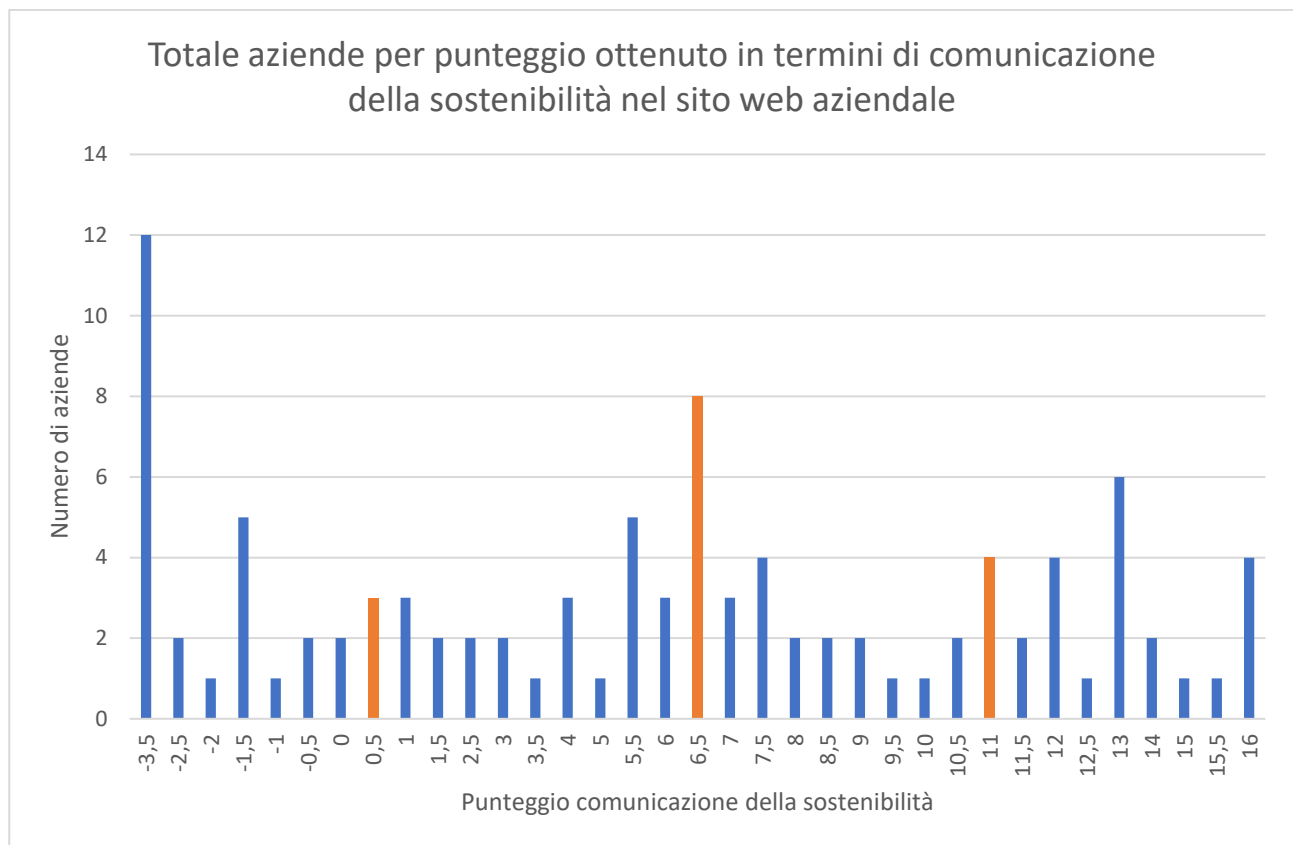
Fonte: elaborazione propria; Note: nella prima colonna in ordine crescente l'elenco di punteggi ottenuti, nella seconda colonna il numero di aziende ad aver ottenuto il relativo punteggio in riga

Si nota che vi sono il 12% di aziende che non comunica affatto o molto poco sulla sostenibilità nei loro siti web. Queste aziende necessitano di una maggiore sensibilizzazione ad attuare misure verso questa direzione, le quali dovrebbero impegnarsi nella riduzione delle emissioni, nel miglioramento del benessere delle persone sia interne che esterne all'azienda, nell'utilizzo di risorse più sostenibili

nelle loro attività produttive, ed infine un contributo verso l'economia locale e la comunità in senso ampio, poiché ancora non lo fanno. D'altra parte vi è anche un consistente numero di aziende che ha ottenuto un buon punteggio: 28 aziende del campione, hanno ottenuto un punteggio sopra il 10, si potrebbe dire che queste siano già ben posizionate ma che comunque possono continuare a migliorare adottando nuove misure in una delle quattro direzioni citate (emissioni, persone, risorse, economie locali).

Vediamo ora graficamente, l'andamento del punteggio ottenuto dal campione di aziende, e quindi il numero di aziende in ogni punteggio del range.

Grafico 3: Totale aziende per punteggio



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa i punteggi ottenuti nel range in ordine crescente (da -3,5 a 16), in ordinata il totale di aziende per punteggio. Le tre colonne evidenziate in arancione rappresentano i tre quartili (rispettivamente 25%, 50% e 75%) relativi ai punteggi.

Dal grafico si evince che, all'interno del campione di 100 aziende si hanno:

- 25 aziende che hanno ottenuto un punteggio compreso tra -3,5 e 0: esse non comunicano quasi nulla sulla sostenibilità perseguita in termini ambientali, economici, sociali e di governance nei loro siti web;

- 33 aziende hanno ottenuto un punteggio compreso tra 0 e 6,5: queste comunicano poco sulla sostenibilità nei loro siti web;
- 22 aziende hanno ottenuto un punteggio compreso tra 6,5 e 12: queste comunicano abbastanza sulla sostenibilità nei loro siti web;
- 15 aziende hanno ottenuto un punteggio compreso tra 12 e 16: queste comunicano molto sulla sostenibilità nei loro siti web.

Da questi dati emerge inoltre che:

- 12 aziende hanno ottenuto il punteggio minimo di -3,5, ciò significa che non comunicano nulla sulla sostenibilità nei loro siti web.
- 4 aziende comunicano pienamente sulla sostenibilità nei loro siti web.

Vediamo ora l'analisi andando ad analizzare punteggi medi, massimi, minimi, mediana e deviazione standard calcolati per ogni settore. Nella seguente tabella sono stati eliminati i settori con un basso numero di aziende (2 e 3) e i relativi punteggi poiché di minor significato ai fini delle analisi.

Tabella 9: Minimo, mediana, massimo, media, deviazione standard del punteggio per ogni settore

Sector	Min	Mediana	Max	Media	Dev.std
Agricultural & construction machinery/equipment	-3,5	1,8	5,5	1,6	3,6
Automotive suppliers	-3,5	4,8	13	4,5	6,5
Components suppliers (non automotive)	-1,5	6,5	9	5,1	3,7
Construction	-3,5	1,3	16	4,7	8
Consumer goods	-3,5	-1,5	5,5	0,3	0,3
Energy sector & utilities	6,5	12	16	11,5	11,5
Financial services	12	13	16	13,9	13,9
Food industry	2,5	9	14	8,3	8,3
Healthcare and life sciences	0,5	6	14	6,3	6,3
Industrial machinery	0,0	6,5	12,5	7,2	7,2
Logistics	-3,5	7	13	5,8	5,8
Metalworking	-3,5	2,8	7,5	2,1	2,1
Other - services	-3,5	1,5	7	2	2

Fonte: elaborazione propria; Note: nelle colonne per ogni settore, sono riportati i valori di: punteggio minimo, mediana, punteggio massimo, media e deviazione standard.

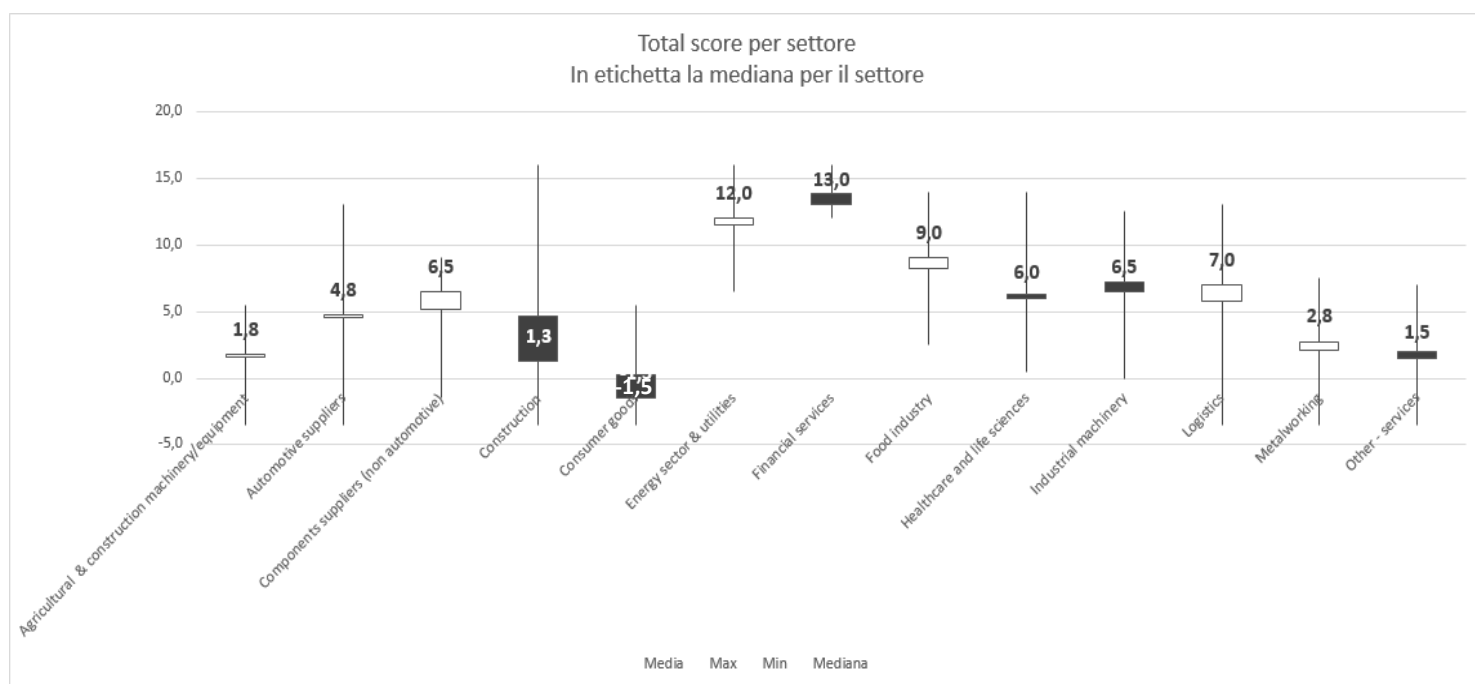
Dalla tabella si nota che nella maggior parte dei settori il punteggio minimo è un valore negativo, il quale potrebbe corrispondere ad una classe dimensionale (numero di impiegati) bassa, anche se questo non è del tutto vero, come emerso dai grafici precedenti. Ad esempio nel settore "Energy

*sector & utilities*” il punteggio minimo è di 6,5, questo perché il settore basa il suo business su tematiche sostenibili offrendo e promuovendo l’utilizzo di energie e risorse più sostenibili rispetto alle tradizionali. Inoltre, il campione di aziende appartenenti a questo settore, è formato solo da aziende di medie e grandi dimensioni, ai quali come affermato precedentemente si associano in genere punteggi maggiori. Un'altra eccezione è quella del settore *“Financial services”*, nel quale il punteggio minimo risulta comunque alto. Questo settore infatti è caratterizzato da aziende di grandi dimensioni (1 con 101-1000 impiegati e 4 con 1000+ impiegati), che promuovono il tema della sostenibilità, come gli investimenti per guidare il cambiamento. Anche il settore *“Food industry”* ha un punteggio minimo comunque positivo, le 6 aziende appartenenti a questo settore all’interno del nostro campione sono tutte di dimensioni piccole (1-100), con punteggi che coprono quasi tutto un range dei positivi andando da 2,5 a 14. Infine per i settori *“Healthcare and life sciences”* il numero preponderante di aziende si trova nella fascia medio-alta; con una sola azienda nel caso dell’*“Industrial machinery”* nella fascia bassa (1-100). I punteggi minimi invece, sono comunque positivi anche se molto bassi all’interno del range del punteggio totale (da -3,5 a 16).

Per quanto riguarda invece i punteggi massimi, generalmente vi è un andamento del punteggio che aumenta in corrispondenza delle maggiori classi dimensionali, con alcune eccezioni e con alcuni punteggi massimi non troppo elevati all’interno del range (da -3,5 a 16). Un esempio, è quello del settore *“Agricultural & construction machinery/ equipment”* con un punteggio massimo di 5,5, non troppo elevato e quindi con un buon margine di miglioramento. Dopodiché vi è il settore *“Consumer goods”* che presenta la stessa caratteristica di un punteggio massimo non troppo alto, in particolare 5,5. Questi settori sono solo in parte impegnati al miglioramento “verde” verso la sostenibilità.

Vediamo ora lo stesso andamento dei punteggi minimi, massimi, medi e mediana ottenuti per settore, in forma grafica. In questo modo si può notare in maniera “diretta” l’andamento per ciascun settore essendo questa più intuibile e visibile a colpo d’occhio.

Grafico 4: Punteggio minimo, massimo, media e mediana per ogni settore



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa i settori, in ordinata i punteggi totali ottenibili. Il numero in etichetta rappresenta la mediana del punteggio relativo al settore.

Il grafico riporta rispettivamente minimo e massimo del punteggio ottenuto per ciascun settore agli estremi delle righe verticali. La candela invece riporta media e mediana, rappresentando in prossimità dell'inizio della candela la media, se questa è maggiore della mediana e infondo alla candela la mediana (candela nera), e viceversa la mediana in cima alla candela e la media in basso se quest'ultima è inferiore alla mediana (candela bianca). I settori in cui la media è maggiore della mediana (candela nera) sono "Construction" (media 4,67 > mediana 1,25), "Consumer goods" (media 0,3 > mediana -1,5), "Financial services" (media 13,9 > mediana 13), "Industrial machinery" (media 7,17 > mediana 6,5), "Other – services" che include servizi quali associazioni formative, fiere, ecc. (media 2 > mediana 1,5). In tutti gli altri casi la media è inferiore alla mediana.

La grandezza della candela dipende dal fatto che vi sia una differenza tra media e mediana più o meno grande, candele grandi raffigurano differenze maggiori, candele piccole differenze minori. Le candele di maggiori dimensioni quindi con maggiore differenza tra media e mediana sono quella del "Components suppliers (non automotive)" (da media 5,13 a mediana 6,5), "Construction" (da mediana 1,25 a media 4,67), "Consumer goods" (da mediana -1,5 a media 0,3), "Logistics" (da media 5,78 a mediana 7).

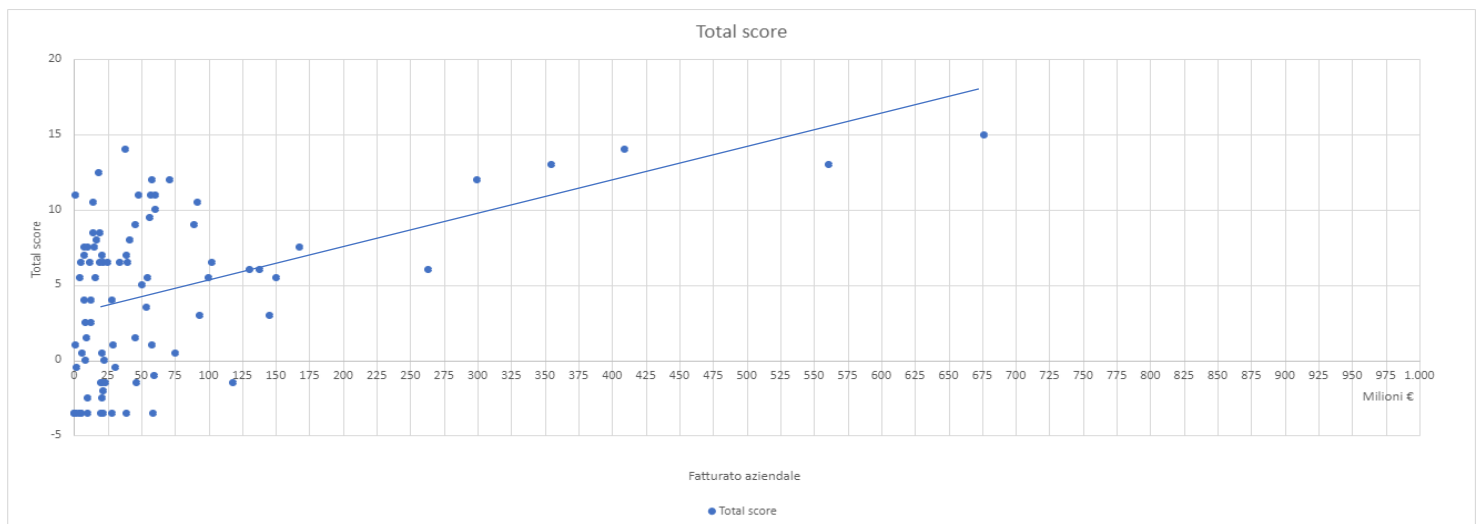
Si può quindi affermare che il valore medio (media aritmetica di tutti i punteggi) e la mediana (valore nel mezzo del range di punteggi) dei punteggi ottenuti per ciascun settore sono generalmente vicini

tra loro tranne in poche eccezioni sopra citate, date appunto da una maggiore grandezza della candela. Questo è dovuto al fatto che mentre la media è influenzata dai valori molto alti o molto bassi presenti nella distribuzione, che spostano il suo valore, per la mediana non accade, non essendo essa influenzata dai cosiddetti “outlier” (che rappresentano appunto valori molto alti o molti bassi del punteggio totale ottenuto dalle aziende).

I punteggi massimi sono in genere positivi e appartenenti a valori alti nel range dei punteggi (da -3,5 a 16), vi sono alcune eccezioni già commentate precedentemente in questo paragrafo.

Un'ulteriore analisi sul punteggio totale, la si può fare in rapporto di questo al fatturato di ciascuna azienda. Nel grafico seguente sono presenti in ascissa il fatturato e in ordinata il punteggio totale di ciascuna di esse. I dati del fatturato di ciascuna azienda sono stati ottenuti attraverso il sito “Report aziende” inserendo il numero di Partita Iva per ciascuna di esse.

Grafico 5: Rapporto tra fatturato e punteggio medio di ogni azienda del campione



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa il fatturato aziendale, in ordinata il punteggio totale. I “puntini” rappresentano le aziende per punteggio totale e per fatturato.

Si nota, anche se non in modo evidente con fatturato inferiore a 75 milioni di €, che anche in questo caso vi è un andamento crescente e un rapporto proporzionale tra il fatturato e il punteggio medio delle aziende. Detto ciò, si potrebbe pensare che in linea generale all’aumentare del fatturato – in particolare, nel superare una determinata soglia dimensionale - aumenti il punteggio totale ottenuto.

Le aziende con maggior fatturato sono aziende di grosse dimensioni che sicuramente si sono già adoperate nell’implementare misure dirette verso la sostenibilità, avendo queste anche maggiori



disponibilità per farlo, oltre ad essere obbligate per legge. Le aziende con maggiori risorse possono investire in iniziative a favore della sostenibilità come energie rinnovabili, utilizzo di risorse eco sostenibili, non per forza più costose, maggiori benefit ai dipendenti, clienti, fornitori e stakeholders, come anche contributi alle economie locali, ad esempio raccolta fondi destinati ad associazioni e a persone. Le aziende, come anche le multinazionali, stanno capendo che i consumatori desiderano prodotti e servizi sempre più eco-compatibili. Di conseguenza, le aziende di questo tipo sono quelle che detengono un maggior potere di mercato. Per queste aziende, i risultati si ripercuotono anche negli indicatori economici che ci danno evidenza dei loro migliori risultati. Un esempio è rappresentato dal ROI<sup>13</sup> (ritorno sull'investimento), il quale per aziende eco-compatibili è quasi sempre positivo, ciò significa che l'attività è sana e proficua e sta proseguendo nella giusta direzione. Un recente studio dell' "Environmental Defense Fund" che ha preso come riferimento aziende con un fatturato superiore ai 500 milioni di dollari dimostra che il bilancio dei profitti con la gestione ambientale rappresenta un ritorno economico considerevole all'impresa. (EDF, 2020)

#### **4.5.3 Analisi della comunicazione dei risultati per tema**

In questa parte dell'analisi si focalizza l'attenzione sul livello di comunicazione per ciascun tema, i quali sono stati analizzati sulla base delle informazioni trovate nei siti web di ciascuna azienda. In particolare, i temi analizzati all'interno della survey sono stati:

- *Emissions*: il quale copre tutti gli aspetti relativi al risparmio energetico, riduzione delle emissioni, fonti di energia rinnovabili, ecc.;
- *Resources*: include le misure finalizzate a ridurre il consumo naturale delle risorse e la generazione di rifiuti, come ad esempio l'utilizzo di materiali bio-degradabili, riciclabili e non inquinanti sia del prodotto che della confezione in cui verrà contenuto, il minore utilizzo di plastica e l'eventuale sostituzione di questa con materiali più verdi, come anche il riciclaggio alla fine della vita del prodotto;
- *People*: include le misure necessarie a migliorare il benessere dei lavoratori e dei soggetti portatori di interesse verso l'azienda;
- *Local economies*: include le misure necessarie a migliorare il benessere della comunità locale in cui l'impresa opera (sviluppo dell'economia locale, supporto ai fornitori esteri, sistemi del commercio equo e solidale, ecc.).

---

<sup>13</sup> ROI è il ritorno sull'investimento, dato dal risultato operativo rapportato al capitale investito, in altre parole quanto un determinato investimento ha generato utili e quindi reddito all'azienda.

Per ciascun di questi temi è stato valutato il livello di comunicazione che ciascuna azienda ha raggiunto. In particolare sono state date le seguenti valutazioni a ciascuna azienda e per ciascuno dei temi sopra descritti, associandole un relativo punteggio (che contribuisce al punteggio totale dell'azienda sulla sostenibilità):

- *Intent*: se nel sito dell'azienda c'è solo la dichiarazione di intenzioni al miglioramento del tema in questione. Il punteggio ottenuto in questo caso, contribuisce di 0,5 al punteggio totale dell'azienda;
- *Project/goals*: se nel sito dell'azienda sono descritti progetti reali o sono fissati obiettivi numerici. Il punteggio ottenuto in questo caso, contribuisce di 1 al punteggio totale dell'azienda;
- *Results*: se nel sito dell'azienda sono stati raggiunti e dichiarati risultati quantitativi (esempio la % di riduzione delle emissioni, dell'utilizzo di materie prime, prezzi stabiliti per i fornitori, ecc.). Il punteggio ottenuto in questo caso, contribuisce di 1,5 al punteggio totale dell'azienda;
- *None*: se nel sito non vi sono menzioni specifiche del tema in analisi. Il punteggio ottenuto in questo caso, non contribuisce al punteggio totale dell'azienda;

La tabella e il grafico seguenti rappresentano il livello di comunicazione dei risultati ottenuto per ciascun tema. Nello specifico riportano per ogni tema la percentuale di aziende ad aver ottenuto il livello "None" (nessuna comunicazione), il livello "Intent" solo l'intenzione verso il miglioramento di quel tema, "Goals/projects" ovvero gli obiettivi e i progetti rivolti ad uno specifico tema, "Results" ovvero i risultati, soprattutto in termini numerici raggiunti per uno specifico tema.

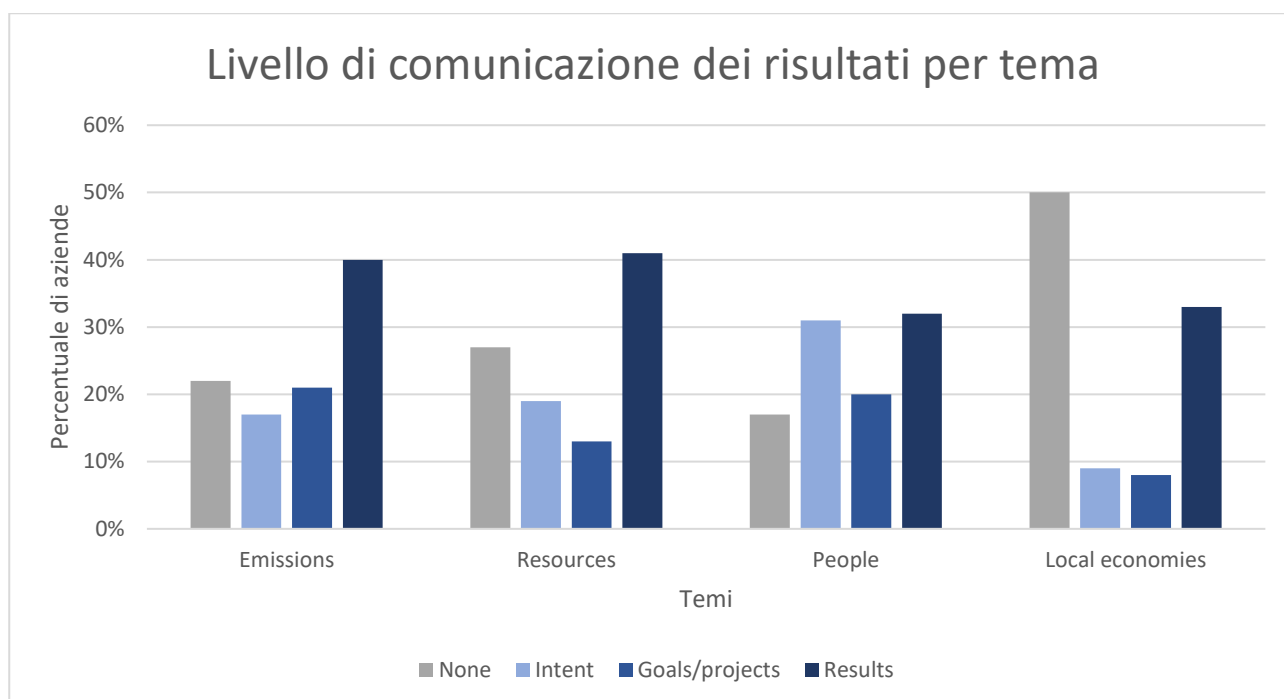
Tabella 10: percentuali di aziende che si trovano su ciascun livello comunicativo in ogni tema analizzato

<b>Temi</b>	<b>Intent</b>	<b>Goals/projects</b>	<b>Results</b>	<b>None</b>
Emissions	17%	21%	40%	22%
Resources	19%	13%	41%	27%
People	31%	20%	32%	17%
Local economies	9%	8%	33%	50%

Fonte: elaborazione propria; Note: per ciascun tema percentuale di aziende che si trovano ad un livello di intenzioni, obiettivi/progetti, risultati e nessuno di questi.

Nel grafico seguente, per rendere maggiormente visibile lo stato in cui si trovano le aziende del campione, sono stati riportati con una gradazione di colore crescente i livelli di comunicazione dal meno forte al più forte, in ordine: *none, intent, goal/projects, results*.

Grafico 6: percentuali di aziende relative al livello di comunicazione dei risultati per tema



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa i 4 temi analizzati, in ordinata la percentuale di aziende per ogni livello comunicativo.

Da questi emerge che i risultati maggiori si hanno soprattutto nelle emissioni e nel minore utilizzo di risorse che generano scarti e rifiuti. Entrambi sfiorano il 40% delle aziende che lo comunicano, dimostrando che quasi la metà del campione ha ottenuto risultati effettivi sui temi trattati.

Subito sotto vi sono i risultati ottenuti nei temi del miglioramento del benessere delle persone interne ed esterne all'azienda e del contributo all'economia locale, essendo poco più del 30% il numero di aziende che hanno raggiunto risultati su questo fronte.

Le aziende ad avere ottenuto risultati effettivi includono sicuramente quelle che hanno sviluppato un bilancio di sostenibilità, riportando questo i risultati stessi raggiunti.

Vi è sicuramente un margine di miglioramento su tutti e quattro i temi, essendo ancora molte aziende ad uno stato di obiettivi/progetti. Queste infatti si sono già poste obiettivi per il prossimo futuro e magari stanno per implementare progetti che ancora non hanno raggiunto risultati effettivi o che ancora non li hanno comunicati. Si potrebbe dire che queste aziende sono già nella buona strada verso il miglioramento e il conseguente ottenimento di risultati.

Tuttavia le percentuali relative ai progetti e obiettivi in atto non sono molto elevate per ogni settore, essendo molte aziende ancora ad un livello solo intenzionale e quindi maggiormente lontane dal risultato ottenibile per ciascun tema analizzato.

Un dato che salta immediatamente all'occhio è quello delle economie locali, in cui vi sono il 50% di aziende che non affronta per niente questo tema. A mio parere, molte aziende non sono ancora completamente aggiornate sul favorire il miglioramento della comunità in cui operano (andando anche a contribuire al raggiungimento dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030), e magari limitano i propri sforzi solamente ai temi che possono essere più conosciuti come quello delle emissioni e delle risorse. Oppure, queste potrebbero non avere ancora i fondi per indirizzare i loro investimenti in questo lato, perché magari piccole e con bassi fatturati, non sufficienti ad andare verso questa direzione.

#### 4.5.4 Analisi per visibilità delle informazioni sulla sostenibilità

La seguente analisi valuta la visibilità nei siti aziendali, ovvero il numero di *clicks* necessari e quindi la facilità ad avere informazioni sulla sostenibilità ESG nei siti aziendali del campione. Analizzando ora la visibilità della sostenibilità nei siti web, emerge che quasi la metà del campione ha una buona visibilità in termini di reperimento delle informazioni riguardo alla sostenibilità aziendale, tuttavia quasi 1/3 di queste ha una bassa visibilità e necessità di 3 *clicks* o addirittura una ricerca su Google mirata per trovare informazioni al riguardo, come emerge dalla tabella seguente.

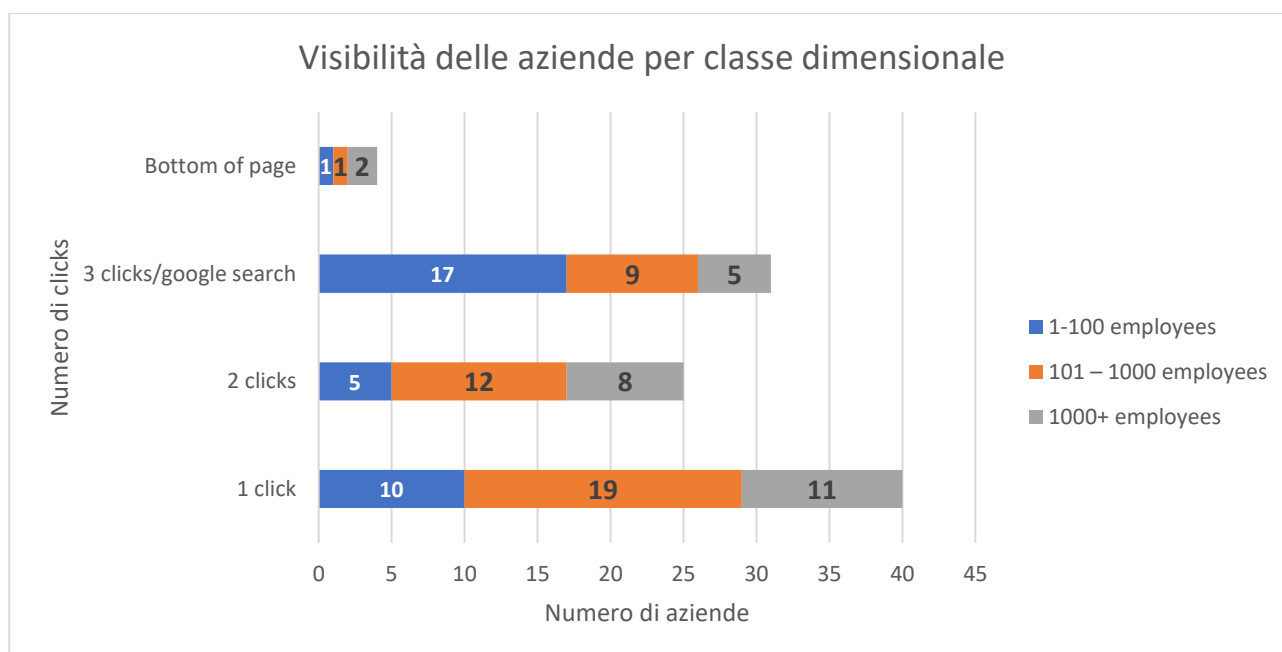
Tabella 11: numero di aziende per visibilità (numero di clicks)

Numero di clicks	Numero aziende
1 click	40
2 clicks	25
3 clicks/google search	31
Bottom of page	4
<b>Totale complessivo</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: nelle colonne rispettivamente il numero di clicks e il numero di aziende per ciascuna categoria.

Andando ora ad analizzare la visibilità per classe dimensionale, si può osservare quella che è la facilità nel reperire informazioni riguardo alla sostenibilità nei siti web suddivisa oltre che per settore, anche per classe dimensionale.

Grafico 7: visibilità delle aziende per classe dimensionale



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa il numero di aziende suddivise per classe dimensionale, in ordinata il numero di clicks.

Si nota che la categoria media (101-1000) e quella alta (1000+) sono quelle in cui vi è una maggiore facilità a reperire informazioni circa la sostenibilità, richiedendo queste nella maggior parte dei casi 1 o 2 clicks. Le aziende piccole (1-10) sono quelle che invece richiedono un maggior numero di clicks per poter reperire informazioni di questo tipo. Un numero molto basso del campione ha invece la sostenibilità al fondo della loro pagina iniziale, vengono quindi considerate informazioni di difficile reperimento poiché non visibili a colpo d'occhio.

Tabella 12: visibilità (numero di clicks) per classe dimensionale

Numero di clicks	1-100 employees	101 – 1000 employees	1000+ employees	Totale complessivo
1 click	10	19	11	40
2 clicks	5	12	8	25
3 clicks/google search	17	9	5	31
Bottom of page	1	1	2	4
<b>Totale complessivo</b>	<b>33</b>	<b>41</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: nelle colonne sono riportati rispettivamente: il numero di clicks, le 3 classi dimensionali (numero di impiegati), totale complessivo.

Le medie e grandi aziende investono sicuramente maggiormente nella comunicazione all'interno dei loro siti web, essendo queste più sensibili a queste tematiche. Il loro impegno è rivolto all'adozione di misure per migliorare la società e rispondere sempre più agli obiettivi dell'agenda

per il 2030, sottolineandolo proprio all'interno dei loro siti. In questo modo le aziende oltre a migliorare il Pianeta e la società in cui viviamo, possono beneficiare di un maggior vantaggio competitivo, di una crescente clientela con conseguente aumento del fatturato e possibili nuovi investimenti su questo fronte. Inoltre, molti consumatori potrebbero essere disposti a pagare un prezzo superiore per prodotti rispettosi dell'ambiente e più duraturi. Essi premiano le scelte virtuose delle aziende attraverso gli acquisti, preferendole rispetto ai competitors che non le fanno. Inoltre, come discusso nei capitoli precedenti, il Pianeta sta presentando cambiamenti ambientali e problemi climatici, e in questo le aziende possono offrire un contributo importante essendo anch'esse responsabili. Molte persone, considerano innovative aziende improntate alla sostenibilità etica e ambientale, ritenendole più proiettate agli scenari di sviluppo futuri, questo si riflette in una loro maggiore sopravvivenza.

#### **4.5.5 Analisi per “Product bonus”, “No themes” e “Report sustainability”**

L'analisi del campione, ora continua andando a valutare la percentuale di aziende che offre prodotti sostenibili e che quindi ha ottenuto un bonus aggiuntivo di 1 punto nel punteggio totale.

I prodotti sostenibili sono in genere prodotti composti da materiali biologici ed *eco-friendly*. Tuttavia, non vi è ancora un'unica definizione di prodotto sostenibile, sinonimi di prodotto sostenibile possono essere biodegradabile, ecologico, riciclabile, ma anche redditizio, responsabile ed equo, che anche se indicano una direzione univoca, non esauriscono la piena definizione del concetto. Il concetto di sostenibilità può essere anche associato alla redazione del rapporto di sostenibilità, le etichette sociali ed ambientali ed il *packaging*, ci parlano di impronta, di impatto e di carico.

Si può pensare che secondo la maggior parte dei consumatori, un buon rapporto qualità-prezzo significhi essere soddisfatti di quanto si è speso. Non è possibile dare una definizione univoca perché spesso il rapporto qualità-prezzo dipende dalle rispettive possibilità economiche. Come già detto molti clienti potrebbero essere disposti a pagare un prezzo maggiore nell'acquisto di prodotti “*eco-friendly*” purché questo non sia troppo elevato.

Tabella 13: Percentuale di aziende che offrono un prodotto sostenibile e che hanno ottenuto il bonus

Dimensione	No	Yes	Totale complessivo
1 – 100 employees	24%	9%	33%
101 – 1000 employees	27%	14%	41%
1000+ employees	6%	20%	26%
<b>Totale complessivo</b>	<b>57%</b>	<b>43%</b>	<b>100%</b>

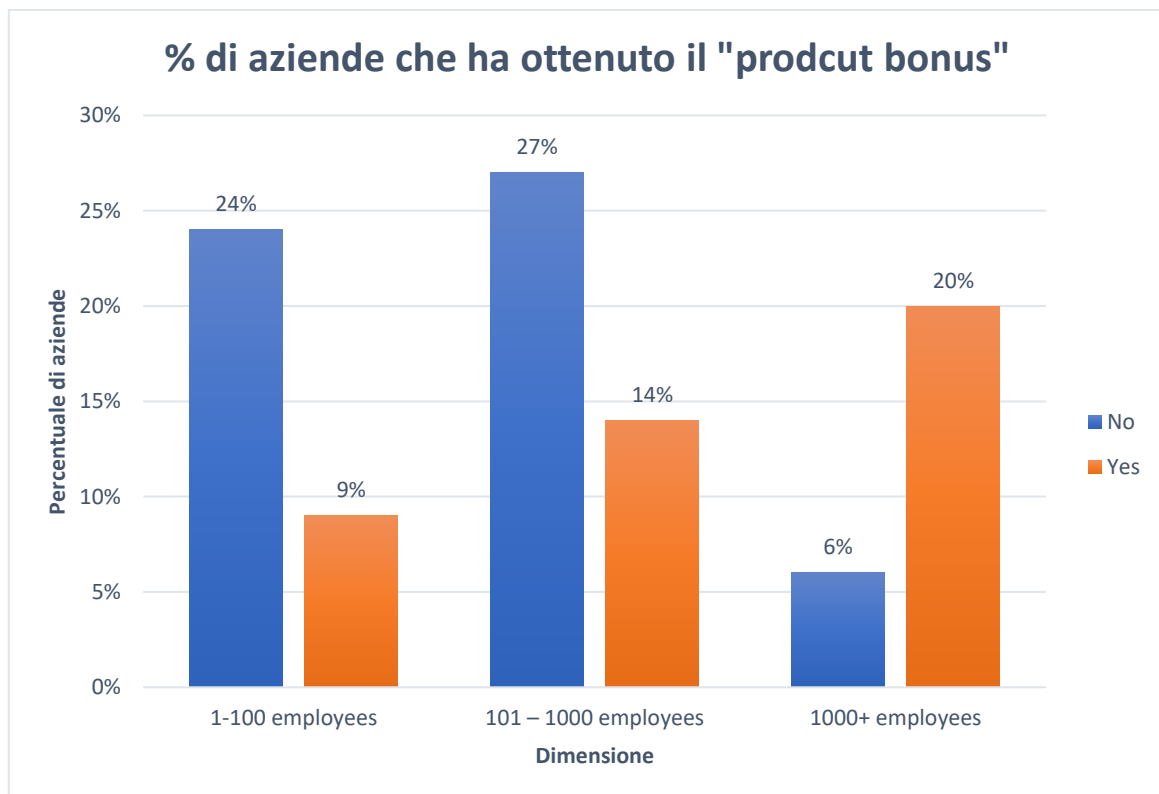
Fonte: elaborazione propria; Note: nelle colonne rispettivamente dimensione, offerta di prodotti sostenibili (Yes o no), totale complessivo.

Dalla tabella si legge la percentuale di aziende ad avere ottenuto il bonus prodotto offrendo prodotti sostenibili, risulta quasi la metà del campione, solo il 43%, il restante 57% ancora non offre prodotti di questo tipo. Si deduce inoltre che la percentuale maggiore di aziende ad avere ottenuto il bonus prodotto sono le aziende di grandi dimensioni (1000+), cioè il 20% del totale del campione di aziende, le quali hanno ottenuto il bonus prodotto in aggiunta al punteggio totale. Le piccole aziende in termini di dimensioni sono invece quelle ad averlo ottenuto in un numero ridotto, solo il 9%. Questo andamento potrebbe essere associato al fatto che in linea di massima, i prodotti “verdi” hanno un costo maggiore rispetto ai rispettivi tradizionali, dovuti ai costi di ricerca dei materiali e dei processi produttivi. Inoltre, vi è ancora una bassa richiesta dal mercato di questi prodotti che genera un aumento nei prezzi. Nonostante ciò, vi sono anche molti prodotti nel mercato che pur essendo sostenibili, presentano prezzi più accessibili a causa della loro alta richiesta, come ad esempio la carta e il cartone (validi sostituti alla plastica). Se si considerano i costi relativi all’intero ciclo di vita dei prodotti/servizi, ovvero il prezzo relativo all’acquisto, uso, manutenzione, e gestione dello smaltimento, in questi casi si riscontrano spesso convenienze economiche, come ad esempio nel caso di lampade ed apparecchiature elettriche ed elettroniche per ufficio a ridotto consumo energetico per i quali il costo dello smaltimento è ridotto.

Quando si acquistano prodotti sostenibili, ci si può rendere conto che hanno un prezzo più alto rispetto a quello di prodotti tradizionali, dobbiamo perciò capire quali siano i fattori che rendono il prezzo del prodotto meno accessibile di altri. Non sempre il prezzo alto è sinonimo di alta qualità, anche se spesso tendiamo ad associare una correlazione tra le due cose. Acquistando un prodotto sostenibile dobbiamo essere ancora più consapevoli, e non rischiare di prendere un prodotto che in realtà non sia sostenibile ma solo più costoso. Dobbiamo perciò, prestare maggiore attenzione alle etichette che lo descrivono e verificare se ciò che è scritto su di essa sia veritiero oppure no, e valutare i processi di produzione e smaltimento.

Di seguito verrà rappresentata, in forma grafica l'andamento dell'ottenimento del bonus prodotto dovuto all'offerta di almeno un prodotto sostenibile. Come nella tabella precedente, sono riportate le percentuali di aziende suddivise per classi dimensionali (numero di impiegati), ad avere ottenuto il bonus prodotto e quindi conteggiate nella categoria "Yes" (colore arancione), e quelle a non averlo ottenuto conteggiate invece nella categoria "No" (colore blu). Anche in questo caso l'analisi è suddivisa per classe dimensionale di piccole dimensioni (1-100), medie dimensioni (101-1000) e grandi dimensioni (1000+).

Grafico 8: percentuale di aziende che hanno ottenuto il "product bonus"



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa dimensione (numero di impiegati), in ordinata percentuale di aziende per ciascuna categoria.

Si vede anche qui come l'andamento del "Yes", quindi delle aziende ad aver ricevuto il bonus segue un andamento crescente all'aumentare della classe dimensionale, mentre l'andamento del "No" e quindi del non ottenimento del bonus prodotto segue un andamento decrescente proporzionale all'aumento della dimensione aziendale da 101-1000 a 1000+, tuttavia non valido anche tra piccole (1-100) e medie dimensioni (101-1000). Quindi aziende di medie dimensioni, nel 22% dei casi non offrono prodotti sostenibili, nonostante siano comunque ben posizionate a livello di comunicazione della sostenibilità avendo ottenuto un buon punteggio in termini di essa, come evidenziato dal punteggio medio ottenuto per classe dimensionale nei dati precedenti.



Passiamo ora all'analisi delle aziende che hanno avuto una "penalizzazione" in termini di punteggio dovuta alla non comunicazione nei loro siti web di nessuno dei 4 temi analizzati dalla survey (emissioni, persone, risorse ed economie locali). Le aziende che non hanno comunicato nulla sono state classificate su questi aspetti con la dicitura "No themes" (no temi), ottenendo quindi il *malus* e la penalizzazione di -1,5 punti.

Tabella 14: Numero di aziende che hanno ottenuto il "malus" per classe dimensionale

Dimensioni	No themes	ok	Totale complessivo
1 – 100 employees	9%	24%	33%
101 – 1000 employees	3%	38%	41%
1000+ employees	1%	25%	26%
<b>Totale complessivo</b>	<b>13%</b>	<b>87%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: percentuale di aziende suddivise per classe dimensionale a non avere comunicazione su nessuno dei temi analizzati (emissioni, persone, risorse, economie locali).

In linea generale la percentuale di aziende ad avere ottenuto il *malus* decresce all'aumentare dell'azienda seguendo un andamento appunto decrescente. Infatti, sono soprattutto le piccole aziende (1-100) quelle che non stanno comunicando nulla sulla sostenibilità nei loro siti web aziendali, invece le grandi aziende (1000+), sono quelle che comunicano maggiormente in tema sostenibilità. Dalla tabella si evince inoltre che:

- Del 33% di aziende di piccole dimensioni (1-100) facenti parte del campione, il 9% di esse non comunica affatto sulla sostenibilità;
- Del 41% di aziende di medie dimensioni (101-1000) del campione, il 3% di esse non comunica nulla sulla sostenibilità;
- Del 26% di aziende di grandi dimensioni (1000+) del campione, l'1% di esse non comunica sulla sostenibilità.

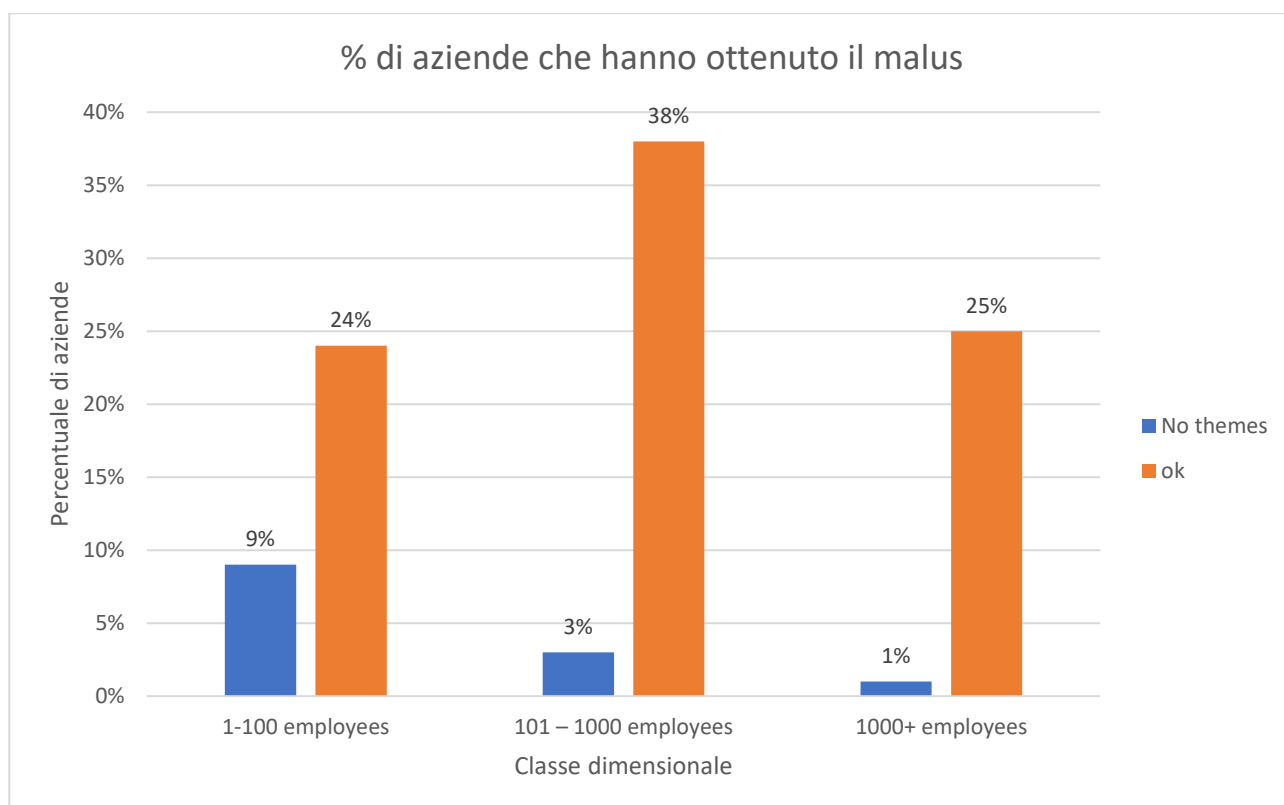
D'altra parte, per ogni classe dimensionale, si ha che la maggioranza di aziende comunica da uno a tutti e quattro i temi (emissioni, persone, risorse, economie locali) analizzati nella *survey*.

Pensare che soltanto le grandi aziende debbano parlare di sostenibilità, prendere decisioni e lanciare messaggi su questo fronte non è pienamente corretto. Non è solo una mera questione di grandezza, ma piuttosto l'importanza che ciascuna azienda dà alla comunicazione di queste tematiche, piccola o grande che sia. Se comunicata correttamente, con contenuti reali e credibili, la sostenibilità contribuisce allo sviluppo di un brand forte e coerente. La questione non è solamente comunicare la sostenibilità, perché tutti lo fanno, ma farlo affinché gli utenti si possano ritrovare nei

valori dell'azienda. Infatti come discusso precedentemente, quello che accade per molte aziende, è di sfociare nel "greenwashing", quando decidono di comunicare il proprio impegno ambientale, sociale ed economico che non si riflette nella realtà, ma con il solo obiettivo di persuadere i consumatori ed attrarli.

Vediamo ora graficamente l'andamento di questi risultati, rappresentando solamente le percentuali per ogni classe dimensionale che non hanno comunicato sulla sostenibilità e ottenuto il "malus" e la conseguente penalizzazione di -1,5 in termini di punteggio.

Grafico 9: Percentuale di aziende caratterizzate da "No themes" e che hanno ottenuto il malus



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa la classe dimensionale (numero di impiegati), in ordinata la percentuale di aziende per ciascuna di esse.

Dal grafico emerge l'andamento decrescente delle classi dimensionale nel non affrontare e comunicare tematiche sulla sostenibilità e che hanno quindi ottenuto il *malus*. Infatti, come sottolineato precedentemente, sono soprattutto le piccole aziende (1-100) a non comunicare e non affrontare nessuno dei 4 temi analizzati, essendo queste il 69% del totale di aziende. All'opposto delle grandi (1000+) che seppur ve ne siano a non farlo, sono comunque in numero ridotto, precisamente l'8% del totale.

A questo punto affrontiamo l'analisi delle aziende che hanno redatto e reso disponibile nei loro siti web aziendali, il bilancio di sostenibilità. Per ogni azienda si è cercato nel loro sito se fosse comunicato il bilancio di sostenibilità, il quale è uno strumento completo, che consente all'azienda di monitorare l'impatto che generano le azioni attuate su ciascuna area: umana, ambientale e sociale. Inoltre analizza e valuta le interazioni tra queste tre. Permette solitamente, di avere informazioni di facile interpretazione sulle informazioni necessarie ai soggetti interessati per valutare complessivamente l'azienda. La rendicontazione può essere suddivisa per categoria di stakeholder, quindi a soggetti terzi interessati, o in alternativa per tipo di impatto che analizzano: ambientale, economico o sociale. Inoltre si può trovare nei siti il "Bilancio Integrato" il quale oltre a rendicontare la sostenibilità, riporta informazioni di natura economico – finanziaria. In poche parole consiste nell'unione del Bilancio economico, sostenibile e ambientale fornendo una visione totale sulle performance dell'azienda.

E' importante sottolineare che per molte aziende, in particolare quelle appartenenti ad un gruppo, spesso è l'azienda principale, cioè la capogruppo a doverlo redigere. In questo caso diventa più difficile il reperimento, perciò non è stato considerato ai fini delle analisi, includendo solo quelle che effettivamente lo rendono disponibile nel proprio sito web.

Tabella 15: percentuale di aziende che hanno il bilancio sulla sostenibilità (Fonte: elaborazione propria)

Classe dimensionale	Yes	No	Totale complessivo
1 -100 employees	3%	97%	33%
101 - 1000 employees	7%	93%	41%
1000+ employees	69%	31%	26%
<b>Totale complessivo</b>	<b>22%</b>	<b>78%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: percentuale di aziende suddivise per classe dimensionale che hanno pubblicato il bilancio sulla sostenibilità.

Anche in questo caso si nota un andamento proporzionale tra aumento della dimensione aziendale e la rispettiva percentuale di aziende che redige il bilancio di sostenibilità.

Attualmente solo determinate categorie aziendali sono obbligate a redigere il bilancio di sostenibilità. Secondo quanto dichiarato dall' articolo della rivista *"wise society, people for a sustainable future"* di Andrea Balocchi il 19 gennaio 2022, "in Italia sono obbligate a redigere l'informativa non-finanziaria (DNF) gli enti di interesse pubblico e i gruppi di grandi dimensioni, secondo i temi indicati dal Dlgs 254/2016." (Balocchi A., 2022)

Nei prossimi anni, secondo la normativa europea, l'obbligo verrà esteso a più aziende: "Dal 2024, il bilancio di sostenibilità sarà obbligatorio per tutte le aziende indipendentemente dal fatto di essere quotate in borsa, quelle con più di 250 dipendenti, un bilancio annuo superiore ai 43 milioni di euro ed un fatturato superiore ai 50 milioni." (Nomisma, 2019)

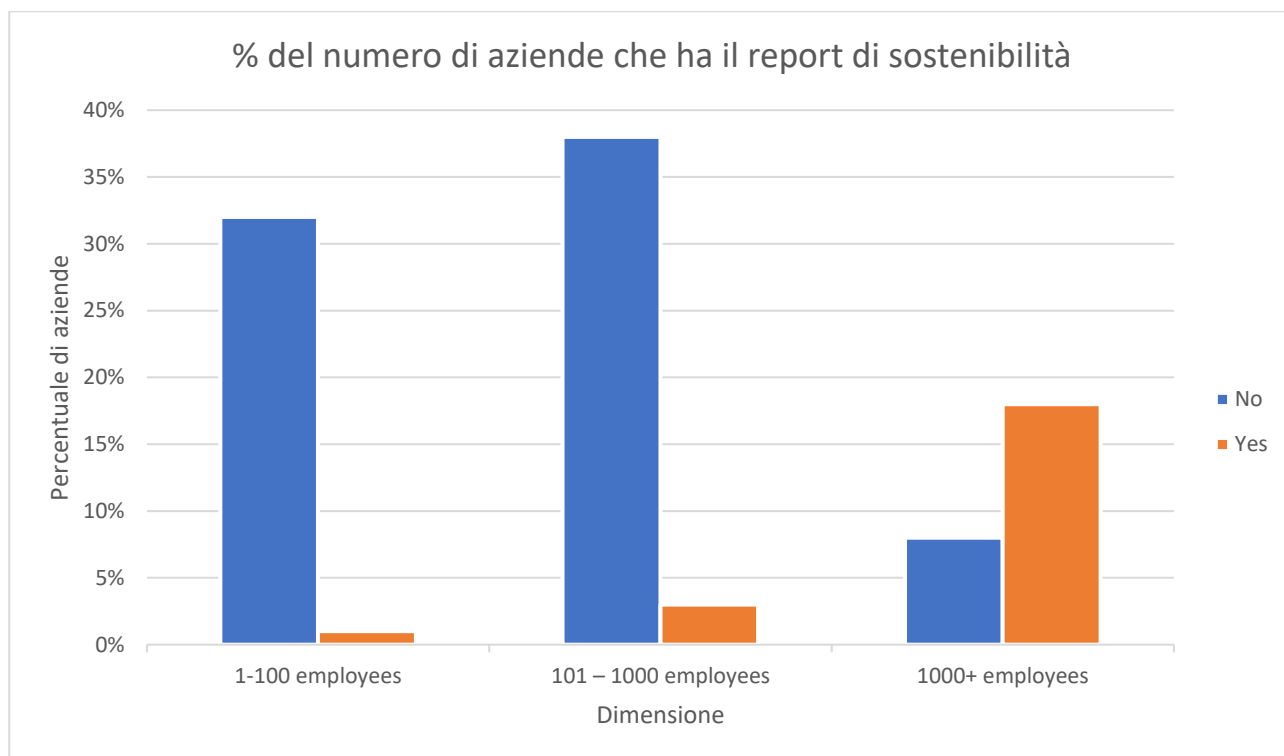
Questo si ripercuote anche nei fornitori di queste grandi aziende, i quali sono soprattutto PMI<sup>14</sup> (Piccole e medie imprese), diventando di conseguenza obbligatori anche per questi, al fine di restare competitive nella propria filiera. Oltre all'obbligo normativo, si aggiungeranno quelle aziende che stileranno il report su base volontaria, che avranno probabilmente capito l'opportunità di comunicazione sulla sostenibilità attraverso questo documento.

Vediamo ora graficamente, la percentuale del totale delle aziende che ha il bilancio di sostenibilità reperibile nel sito web aziendale.

---

<sup>14</sup> PMI: piccola e media impresa. In particolare "Piccola impresa" un'impresa che rispetta i seguenti requisiti: numero di addetti minore di 50, fatturato annuo non superiore a 10 milioni di Euro o totale di bilancio annuo non superiore a 10 milioni di Euro. "Media impresa" sono quelle che hanno un numero di addetti minore di 250, un fatturato annuo non superiore a 50 milioni di Euro o totale di bilancio annuo non superiore a 43 milioni di Euro, e che sono indipendenti. "Microimpresa" un'impresa che rispetta i seguenti requisiti: numero di addetti minore di 10, fatturato annuo non superiore a 2 milioni di Euro o totale di bilancio annuo non superiore a 2 milioni di Euro. (PMI.it, 2022)

Grafico 10: percentuale di aziende che ha il bilancio di sostenibilità



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa la classe dimensionale, in ordinata la percentuale di aziende per ciascuna classe dimensionale

Dal grafico risulta che ad avere un sistema di rendicontazione della sostenibilità nel loro sito web aziendale sono praticamente solo le grandi aziende (1000+ dipendenti) e una piccolissima percentuale di aziende con 101-1000 dipendenti. Come già detto sopra, questo è dovuto soprattutto al fatto che in Italia gli enti di interesse pubblico e i gruppi di grandi dimensioni sono obbligati a redigere il bilancio di sostenibilità, secondo la normativa vigente (Dlgs 254/2016). Come detto nel capitolo 3 in merito all’obbligo di rendicontazione della sostenibilità, il 21 aprile 2021 è stata pubblicata dalla Commissione Europea ha pubblicato la proposta di direttiva sul reporting di sostenibilità (*Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD*). Questa normativa richiede alle imprese europee di pubblicare informazioni relative ai rischi e agli impatti dei temi di sostenibilità delle proprie attività aziendali. La CSRD ha aggiornato la direttiva sul reporting non-finanziario attualmente in vigore, mirando a portare la rendicontazione di sostenibilità al pari di quella finanziaria.

Infine andiamo a confrontare per ogni settore, quante sono le aziende che offrono prodotti sostenibili con quante invece hanno già il bilancio di sostenibilità, ed infine quelle che li hanno entrambi.

Tabella 16: percentuale di azienda per settore ad avere rispettivamente il bonus prodotto, il bilancio di sostenibilità e ad averli entrambi

Sector	con product bonus	con sustainability report	con entrambi
Components suppliers (non automotive)	42%	8%	0%
Industrial machinery	50%	17%	17%
Agricultural & construction machinery/equipment	17%	0%	0%
Automotive suppliers	22%	11%	11%
Construction	33%	33%	17%
Financial services	100%	100%	100%
Metalworking	17%	0%	0%
Energy sector & utilities	86%	71%	71%
IT & Telecom	0%	0%	0%
Logistics	44%	22%	11%
Retail	100%	50%	50%
Food industry	100%	0%	0%
Healthcare and life sciences	14%	29%	14%
Building materials	100%	0%	0%
Consumer goods	20%	20%	0%
Furniture manufacturers	0%	50%	0%
Other - services	0%	0%	0%
Other - manufacturing	67%	0%	0%

Fonte: elaborazione propria; Note: percentuale di aziende ad avere offrire prodotti sostenibili (quindi ad aver ottenuto il bonus), ad avere un bilancio di sostenibilità (quindi ad aver ottenuto il bonus) e ad averli entrambi.

Sono evidenziati in rosso i settori con nessuna azienda che offre rispettivamente prodotti sostenibili, che redige un bilancio di sostenibilità (o dichiarazione non finanziaria) e che non li ha entrambi.

Da questa tabella si nota che in linea di massima sono di più le aziende che offrono prodotti sostenibili rispetto a quelle che hanno un bilancio di sostenibilità. L'offerta di prodotti sostenibili è abbastanza diffuso nei settori, ma non per tutti. Dei 18 settori, 8 di questi hanno più della metà delle aziende che li offrono. Per quattro di questi, *Financial services*, *Retail*, *Food industry*, *Building materials*, il 100% del campione di aziende di quel settore li offre. Invece per 10 settori dei 18 analizzati, ancora vi sono meno del 50% di aziende a non offrire prodotti sostenibili. Vi sono solo tre settori a non offrire ancora prodotti sostenibili, *IT & Telecom*, *Furniture manufacturers*, *Other – services*, questo anche perché il campione di aziende è molto basso (2-3 aziende) per settore perciò non generalizzabile all'intero settore.

Per quanto riguarda invece la presenza o meno di un bilancio di sostenibilità nel sito, vi sono ancora 7 settori ad avere nessuna azienda che pubblica il bilancio sostenibilità. Sicuramente in questi settori

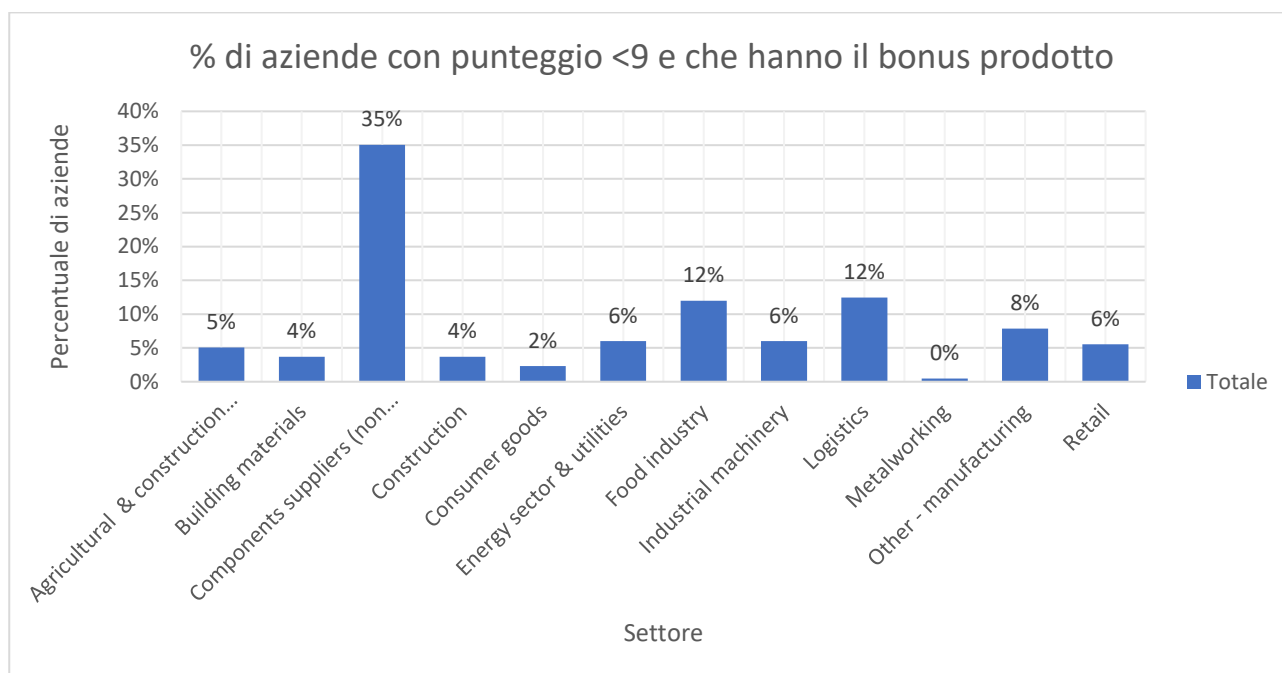
vi sono quelli con poca numerosità del campione e quindi non significativi, oppure aziende di piccole dimensioni, le quali non hanno ancora l'obbligo a redigerlo.

Sono infine solo 8 settori ad avere aziende che offrono sia prodotti sostenibili e allo stesso tempo un bilancio di sostenibilità, dimostrando una maggiore volontà ad adeguarsi al cambiamento e soprattutto ad adempiere agli obblighi normativi. 10 settori non hanno ancora una dei due o nessuno dei due, se investissero su questi aspetti, sforzandosi inizialmente potrebbero sicuramente migliorare anche in termini di aumento della clientela e del fatturato come mostrano i risultati precedenti.

#### 4.6 Da dove partire per migliorare

Per cercare di capire da dove partire per migliorare, andiamo a vedere per ogni settore quante aziende hanno un punteggio medio basso, inferiore a 9 e allo stesso tempo offrono già un prodotto sostenibile, e che possono quindi migliorare nelle altre tematiche e nella comunicazione di queste.

Grafico 11: Numero di aziende con punteggio inferiore a 9 e che hanno ottenuto il bonus prodotto



Fonte: elaborazione propria; Note: in ascissa i settori ad avere punteggi inferiori a 9, in ordinata la percentuale di aziende, le etichette rappresentano la percentuale di aziende per ciascun settore.

Dal grafico emerge che mediamente in ogni settore vi è un range di aziende tra poco meno del 5% e poco più del 10% che presenta buone potenzialità per migliorare sia nel raggiungimento dei risultati, sia nella comunicazione di questi. Inoltre queste offrendo già un prodotto sostenibile possono migliorare la loro comunicazione di come arrivino a produrlo, oppure se hanno dichiarato solo obiettivi e intenti, possono impegnarsi affinché questi diventino risultati.

Vediamo ora per ciascun tema e per ogni settore qual è il livello dei risultati ottenuti e quante invece non comunicano affatto su questi. Partiamo dai risultati e dalla situazione di nessuna comunicazione per le emissioni, andando poi a vedere le stesse informazioni, per le altre tematiche: persone, risorse ed economie locali. Per ciascuna di queste tabelle sono state eliminati i settori con poche aziende (2) all'interno di esso poiché non significativi ai fini delle analisi.



- **Emissioni:** mediamente meno della metà, il 40% dei settori ha raggiunto risultati su questo tema e li comunica nel proprio sito. Queste sono sulla strada giusta per migliorare ma c'è ancora lavoro da fare. Lo scopo principale della riduzione delle emissioni è quello di un minor rilascio in atmosfera dei gas effetto serra. La sentenza è quella della Corte Europea di Giustizia (Sez 1. 19 dicembre 2012) in materia di inquinamento atmosferico per non essersi preoccupati dei limiti relativi al PM10 nell'aria ambiente. In altre parole si intende un inadempimento di Stato: la Corte Europea di Giustizia, condanna la Repubblica Italiana per non aver provveduto, negli anni 2006 e 2007, affinché la concentrazione di PM10 nell'aria ambiente non superasse i limiti di valori fissati nella direttiva 1993/30/CE, articolo 5, paragrafo 1, relativa ai valori limite di qualità dell'aria ambiente per il biossido di zolfo, il biossido di azoto, gli ossidi di azoto, le particelle e il piombo, venendo meno agli obblighi ad essa relativi in forza di tale disposizione, divenuta articolo 13 , paragrafo 1, della direttiva 2008/50/CE relativa alla qualità dell'aria ambiente (norma di attuazione nazionale D.Lgs 13 agosto 2010 e in vigore dal 30 settembre 2010).

Sono diversi i vantaggi di cui può beneficiare un'azienda che segue questo meccanismo, tra i quali: beneficio competitivo, con la redazione dell'idea del progetto è possibile attirare gli interessi di investitori nel progetto, e quindi di potenziali finanziamenti. Altri vantaggi sono il trasferimento di tecnologia, lo stimolo allo sviluppo, il miglioramento nella qualità della vita e dell'ambiente e il venire meno delle sanzioni.

Tabella 17: percentuale di aziende per settore ad avere ottenuto risultati sul tema delle “emissioni” (emissions)

Sector	Results
Agricultural & construction machinery/equipment	0%
Automotive suppliers	11%
Components suppliers (non automotive)	33%
Construction	50%
Consumer goods	20%
Energy sector & utilities	86%
Financial services	100%
Food industry	67%
Healthcare and life sciences	29%
Industrial machinery	50%
Logistics	44%
Metalworking	33%
Other - services	20%
<b>Totale complessivo</b>	<b>40%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: percentuale di aziende per ciascun settore ad aver raggiunto risultati sul tema “emissioni”.

Per quanto riguarda invece i settori che non comunicano affatto sulla riduzione delle emissioni e che quindi non hanno ancora agito verso questa direzione, vi è ancora un numero abbastanza elevato di aziende per ogni settore che non lo fanno. Sono in 9 settori (su 18) le aziende che non comunicano affatto nelle emissioni come si può vedere nella tabella sottostante. Mediamente sono meno del 33% le aziende dei settori che non comunicano nulla, tranne poche eccezioni, come quella relativa al consumer goods in cui vi sono l’80% delle aziende non comunicanti e nel settore other – services, in cui vi sono il 40% delle aziende del settore a non farlo.

Tabella 18: percentuale di aziende per settore a non aver comunicato nulla sul tema delle “emissioni” (emissions)

Sector	None
Agricultural & construction machinery/equipment	33%
Automotive suppliers	33%
Components suppliers (non automotive)	17%
Construction	33%
Consumer goods	80%
Energy sector & utilities	0%
Financial services	0%
Food industry	0%
Healthcare and life sciences	0%
Industrial machinery	0%
Logistics	11%
Metalworking	33%
Other - services	40%
<b>Totale complessivo</b>	<b>22%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: elenco dei soli settori (su 18) con le aziende che non hanno comunicato nulla sul tema “emissioni” (emissions) e a non averli comunicati nei loro siti web.

- **Persone:** la percentuale di risultati in questo caso appare molto bassa in tutti i settori, avendo poche aziende all’interno di ciascuno di esse ad aver raggiunto risultati. Cosa possono fare le aziende per migliorare in questo aspetto? Investire in formazione continua e costante, avere regolamenti e procedure chiare, adottare una comunicazione efficace, sposare una visione olistica dell’organizzazione aziendale, sono solo alcuni esempi. A questi si possono aggiungere: offrire orari flessibili, dando la possibilità di rimodulare la giornata lavorativa standard e consentire se possibile alcuni giorni di telelavoro per favorire la conciliazione con la vita privata; mettere a disposizione strumenti professionali allo scopo di facilitare il lavoro, offrire loro strumenti nuovi, professionali, efficienti, mettendoli nella condizione di lavorare meglio. Riconoscere e premiare l’attività svolta, in modo da motivare i dipendenti, come le ricompense offerte per un lavoro ben svolto. Preparare e comunicare percorsi di carriera, rappresenta un incentivo e un riconoscimento per l’impegno costante. Favorire la mobilità sostenibile, fornendo strumenti per trasferirsi al lavoro che agevolino la mobilità e promuovano soluzioni che mettano in primo piano il rispetto dell’ambiente. Predisporre programmi welfare e assicurazioni integrative, che portano vantaggi in termini

di soddisfazione e di miglioramento delle performance del lavoratore. Questi sono solo alcuni esempi, se ne potrebbero aggiungere anche altri.

Tabella 19: percentuale di aziende per settore ad aver raggiunto risultati sul tema delle “persone” (people)

Sector	Results
Agricultural & construction machinery/equipment	0%
Automotive suppliers	3%
Components suppliers (non automotive)	1%
Construction	2%
Consumer goods	1%
Energy sector & utilities	4%
Financial services	5%
Food industry	2%
Healthcare and life sciences	3%
Industrial machinery	1%
Logistics	4%
Metalworking	0%
Other - services	3%
<b>Totale complessivo</b>	<b>32%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: elenco dei soli settori (sui 18) ad aver raggiunto risultati sul tema “persone” (people) e ad averli comunicati nei loro siti web.

Di seguito sono riportate le percentuali del numero di aziende per ogni settori e che non hanno comunicato nulla in termini di persone nei loro siti. Sono 4 i settori in cui non vi è nessuna azienda appartenente ad esso a non aver comunicato nulla sul miglioramento dei benefit del personale.

Tabella 20: Percentuale di aziende per settore a non aver comunicato nulla sul tema delle “persone” (people)

Sector	None
Agricultural & construction machinery/equipment	1%
Automotive suppliers	2%
Components suppliers (non automotive)	1%
Construction	2%
Consumer goods	2%
Energy sector & utilities	0%
Financial services	0%
Food industry	1%
Healthcare and life sciences	0%
Industrial machinery	0%
Logistics	1%
Metalworking	2%
Other - services	1%
<b>Totale complessivo</b>	<b>17%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: elenco dei soli settori (sui 18) a non aver raggiunto risultati sul tema “persone” (people) e a non averli comunicati nei loro siti web.

- **Risorse:** di seguito sono riportate le percentuali di aziende per ogni settore ad aver raggiunto risultati in termini di risorse impiegate e materiali utilizzati al fine di produrre prodotti eco sostenibili e con un packaging rispettoso dell’ambiente, preferibilmente non di plastica. Le percentuali relative ai risultati per questo tema sembrano buone per alcuni settori nei quali vi sono più del 50% delle aziende all’interno di esso ad avere raggiunto risultati in termini di risorse. Per migliorare questo tema le aziende dovrebbero impegnarsi soprattutto in un uso più efficiente e sostenibile delle risorse naturali, diminuire l’ uso di plastica, carta e altri materiali difficili da smaltire, migliorare la gestione dei rifiuti e il riciclo, ridurre gli sprechi di energia, risorse idriche e materie prime. Un altro aspetto è quello dell’ utilizzo di materiali del packaging sostenibile, ciò significa utilizzo minimalista dei materiali d’imballaggio per ridurre il packaging (peso e volume); riduzione degli strati (semplificando lo smaltimento, senza compromettere la sicurezza del contenuto), uso di materiali innovativi (biodegradabili, riciclabili, compostabili), ma che non rinuncino all’estetica, incremento dell’efficienza energetica nel processo produttivo utilizzando energia pulita e rinnovabile, ingresso nell’economia circolare, ecc. I materiali usati nel rendere il packaging sostenibile, al posto della plastica possono essere: la fibra di legno vergine ottenuta da fonti sostenibili; il cartone

ondulato, il quale assicura la comodità di apertura di una confezione, è riciclabile e biodegradabile; carta, cartoncino e cartone realizzati in fibre riciclate, imballaggi organici, materiali a basso impatto ambientale , il polietilene ad alta densità (HDPE), ecc.

Tabella 21: percentuale di aziende per settore ad aver raggiunto risultati sul tema delle “risorse” (resources)

Sector	Results
Agricultural & construction machinery/equipment	0%
Automotive suppliers	11%
Components suppliers (non automotive)	33%
Construction	50%
Consumer goods	20%
Energy sector & utilities	86%
Financial services	100%
Food industry	67%
Healthcare and life sciences	29%
Industrial machinery	50%
Logistics	44%
Metalworking	33%
Other - services	20%
<b>Totale complessivo</b>	<b>40%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: elenco dei soli settori (sui 18) ad aver raggiunto risultati sul tema “risorse” (resources) e ad averli comunicati nei loro siti web.

Di seguito sono riportate le percentuali di aziende che non stanno comunicando nulla in termini di risorse, non sono solo non hanno raggiunto risultati, ma nemmeno l’intenzione di adoperarsi e impegnarsi a migliorare l’utilizzo delle risorse. Emerge che vi sono 6 settori in cui non vi è nessuna azienda a non comunicare nulla, mentre per gli altri si hanno valori medio bassi, fatta eccezione per il consumer goods in cui l’ 80% delle aziende di questo settore non sta comunicando e non sta facendo nulla per migliorare l’utilizzo delle risorse.

Tabella 22: percentuale di aziende per settore a non aver comunicato nulla sul tema delle “risorse” (resources)

Sector	None
Agricultural & construction machinery/equipment	33%
Automotive suppliers	33%
Components suppliers (non automotive)	17%
Construction	33%
Consumer goods	80%
Energy sector & utilities	0%
Financial services	0%
Food industry	0%
Healthcare and life sciences	0%
Industrial machinery	0%
Logistics	11%
Metalworking	33%
Other - services	40%
Retail	0%
<b>Totale complessivo</b>	<b>22%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: elenco dei soli settori (sui 18) a non aver raggiunto risultati sul tema “risorse” (resources) e a non averli comunicati nei loro siti web.

- **Economie locali:** sono ora riportate la percentuale di aziende per ogni settore che hanno raggiunto risultati relativi alle economie locali. I settori sono caratterizzati da poche aziende che hanno raggiunto risultati in merito al miglioramento delle economie locali, essendo tutti caratterizzati da pochi punti percentuali. Infatti la maggior parte sono minori del 5% fatta eccezione per uno relativo all’ Energy sector & utilities, ed effettivamente questo settore è molto rivolto verso il miglioramento della comunità locale. Misure che le aziende possono compiere per raggiungere risultati relativi a questo tema sono: in linea generale migliorare il benessere della comunità locale, esempio attraverso lo sviluppo dell’economia, anche con finanziamenti, partecipazioni a fondi economici a supporto di progetti destinati a questo, prediligere fornitori che sostengono lo sviluppo sostenibile (ad esempio con produzione attraverso processi di riciclo), sistema del commercio equo e solidale che contribuisce ad un sviluppo sostenibile fornendo migliori condizioni commerciali, attraverso un mercato protetto da prezzi minimi che consentono ai produttori e ai lavoratori di vivere con dignità.

Tabella 23: percentuale di aziende per settore ad aver raggiunto risultati sul tema delle “economie locali” (local economies)

Sector	Results
Agricultural & construction machinery/equipment	1%
Automotive suppliers	2%
Components suppliers (non automotive)	3%
Construction	2%
Consumer goods	0%
Energy sector & utilities	6%
Financial services	5%
Food industry	2%
Healthcare and life sciences	3%
Industrial machinery	2%
Logistics	3%
Metalworking	0%
Other - services	1%
<b>Totale complessivo</b>	<b>33%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: elenco dei soli settori (sui 18) ad aver raggiunto risultati sul tema “economie locali” (local economies) e ad averli comunicati nei loro siti web.

Di seguito sono invece riportati le percentuali di aziende per ogni settore che non stanno comunicando nulla sul loro impegno verso l’economia locale e che quindi oltre a non avere raggiunto risultati non hanno ancora l’intenzione di impegnarsi su questo. Quasi tutti i settori hanno ancora una piccola percentuale di aziende che si trova al livello zero sulla comunicazione di questo, fatta eccezione per due settori *Energy sector & utilities* e *Financial services*, entrambi settori che come già visto, sono mediamente più avanti rispetto agli altri nella sostenibilità aziendale, sotto i vari aspetti e non solo in quello rivolto al miglioramento dell’economia locale.



Tabella 24: percentuale di aziende per settore a non aver comunicato nulla sul tema delle “economie locali” (local economies)

Sector	None
Agricultural & construction machinery/equipment	3%
Automotive suppliers	5%
Components suppliers (non automotive)	7%
Construction	4%
Consumer goods	5%
Energy sector & utilities	0%
Financial services	0%
Food industry	2%
Healthcare and life sciences	3%
Industrial machinery	2%
Logistics	4%
Metalworking	6%
Other - services	2%
Retail	1%
<b>Totale complessivo</b>	<b>50%</b>

Fonte: elaborazione propria; Note: elenco dei soli settori (sui 18) a non aver raggiunto risultati sul tema “economie locali” (local economies) e a non averli comunicati nei loro siti web.

## 4.7 Conclusione

Questa analisi si è proposta di presentare l'attuale panorama aziendale relativamente alla comunicazione sulla sostenibilità di un campione di aziende del territorio italiano, soprattutto in Emilia Romagna. Allo scopo, è stata condotta un'analisi su un campione di 100 aziende, attraverso l'utilizzo dei loro siti ufficiali e di database come "Report aziende".

Grazie alla raccolta dei dati è stato possibile compilare la survey su Excel e delineare un quadro qualitativo e quantitativo, per descrivere i risultati che le aziende hanno ottenuto, a che punto esse si trovano sulla comunicazione della sostenibilità e in che direzione si stanno evolvendo. Si tratta di un campione qualitativo di aziende, che non è stato verificato in termini di una sua rappresentatività per settore, classe dimensionale o distribuzione geografica, ma con il solo scopo di analizzare un campione (disomogeneo) di un buon numero di aziende e verificare il loro attuale livello comunicativo in termini di punteggio. Per ogni parametro valutato (visibilità, bonus visibilità, contenuto in termini di tempo di lettura, temi riguardanti la sostenibilità, presenza o meno di questi, offerta di prodotti sostenibili, presenza di politiche sulla sostenibilità e di bilanci sostenibili anche attraverso la ricerca diretta su google), è stato assegnato un punteggio che ha contribuito alla creazione di un punteggio totale che rappresentasse il livello comunicativo dell'azienda sulla sostenibilità.

Pur essendo in una fase ancora di assestamento e in molti casi lontani dalla piena comunicazione su questi temi, molte aziende si stanno adoperando per migliorare in questa direzione. In particolare, per molte aziende c'è già l'intenzione o l'obiettivo di implementare misure relativi alla sostenibilità. La sostenibilità aziendale indica l'adozione di una serie di strumenti e di scelte gestionali utili a rendere un'impresa sostenibile per l'ecosistema e la società. Si tratta di una strategia aziendale che si rivolge al medio e lungo termine per la sopravvivenza e lo sviluppo dell'impresa, ecco perché i criteri ESG (*Environmental, Social and Governance*) sono sempre più oggetto di valutazione al fine di misurare la gestione aziendale. Applicare una strategia di sostenibilità aziendale significa integrare pratiche sostenibili all'interno di ogni processo.

A livello di sostenibilità ambientale si fa riferimento a:

- impiego di energia da fonti rinnovabili e aumento dell'efficienza energetica;
- creazione di meccanismi di recupero di scarti e prodotti;
- uso di strumenti innovativi per ottimizzare la logistica;
- aumento dell'efficienza nei processi produttivi.

A livello di sostenibilità sociale si adotta per esempio:

- tutela dei diritti dei propri dipendenti;
- formazione del personale, anche su tematiche sociali;
- organizzazione dei servizi di welfare aziendale (es. asili nido);
- introduzione degli strumenti di smart working;
- efficienza dei processi decisionali e organizzativi.

## Conclusione

---

I motivi che inducono le aziende a diventare sostenibili non sono solo l'aderenza ai principi di sviluppo sostenibile (*sustainable development*) e l'adozione dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (SDGS), ma anche il vantaggio competitivo che può portare, come afferma la Commissione europea in un documento del 2011: *“un approccio strategico nei confronti della responsabilità sociale delle imprese è sempre più importante per la competitività. Esso può portare benefici in termini di gestione del rischio, riduzione dei costi, accesso al capitale, relazione con i clienti, gestione delle risorse umane e capacità di innovazione.”* (Commissione europea, 2011)

Un altro motivo per la quale la gestione aziendale ricerca la sostenibilità, è strettamente finanziario, infatti la Banca europea per gli investimenti (BEI) sosterrà investimenti relativi al clima stimati a valori intorno al trilione di euro nei prossimi anni. Molte tra le più grandi società d'investimento del mondo ritengono che gli investimenti sostenibili siano quelli considerati più “sicuri” e “solidi” per i portafogli clienti, e che quindi saranno l'orientamento delle scelte nei prossimi anni.

Da un punto di vista più strategico, la sostenibilità aziendale, nasce come risposta agli attuali problemi e per cogliere nuove opportunità. *“Le aziende devono cogliere le nuove opportunità commerciali che si presentano con l'offerta di prodotti e servizi “green” nell'era dell'economia sostenibile, soprattutto grazie ai benefici dell'economia circolare e devono essere agili per adattare il loro modello di business ai cambiamenti globali da percorrere”*, secondo quanto afferma l'Università di Cambridge.

Adottare processi di sostenibilità aziendale da parte delle aziende, significa fare investimenti che durano nel tempo, anche se nel breve termine non portano a benefici in termini economici o a risvolti positivi immediati all'organizzazione. La spinta al cambiamento può essere generata da stakeholder interni ed esterni, oppure per motivi di *brand reputation*, come anche dalle differenti condizioni di mercato. Adottare politiche di sostenibilità aziendale ha impatti importanti sull'organizzazione aziendale, visto che si richiede un cambiamento culturale dei dipendenti sia come singoli che complessivamente come impresa. Ad esempio, adattando il proprio modello di business tradizionale ai principi dell'economia “circolare”, e lasciando quella lineare.

Una ricerca condotta dalla società di consulenza “Ernst & Young” con l'istituto di ricerca “GFK Eurisko”, evidenzia la profondità del cambio culturale richiesto, per adottare politiche di

sostenibilità. Una trasformazione che richiede investimenti utili a raggiungere target misurabili in *KPI (Key Performance Indicator)*. Ma anche da leader d'impresa motivati a farsi portatori di una visione di cambiamento radicale. Guidare l'azienda ad una trasformazione della cultura aziendale verso un approccio sostenibile può dare benefici. Infatti grazie a questo si hanno spesso solide crescite economiche. Le imprese che integrano la sostenibilità nella propria strategia, sono generalmente anche quelle più innovative, poiché solitamente questi due concetti vanno di pari passo e il loro legame risulta forte.

Per poter ottenere un cambiamento culturale orientato allo sviluppo sostenibile, la strategia aziendale deve concentrarsi sui tre principali attori del mercato:

- 1- **clienti**: utilizzo di un piano di comunicazione dedicato ai prodotti e ai servizi aziendali che descriva la sostenibilità dei propri principi e delle proprie azioni, e che riporti informazioni sul contesto locale e di business in cui opera;
- 2- **dipendenti**: coinvolgimento delle *"business unit"*, del management e dei singoli lavoratori nelle motivazioni dell'innovazione in direzione della sostenibilità e nel piano di sviluppo strategico. Condividendo un sistema di valutazione ESG compreso da tutti;
- 3- **stakeholder esterni**: promozione dei punti chiave della propria agenda di sostenibilità aziendale e dell'engagement verso il territorio e la società attraverso una comunicazione professionale, efficace e sincera;

Si può dire che i clienti italiani sono sempre più coinvolti dalle tematiche dello sviluppo sostenibile, infatti sicuramente più della metà degli italiani conosce il concetto di "sostenibilità". Inoltre, molti consumatori ritengono che le aziende debbano considerare le conseguenze del loro business su società e ambiente. I consumatori sono quindi sempre più attenti ai comportamenti sostenibili delle aziende rispetto al passato, e le aziende dovrebbero sforzarsi per contrastare le emergenze ambientali e sociali a livello globale.

In Italia stanno aumentando le aziende che investono nella sostenibilità. I principali motivi che le spingono ad innovare verso questa direzione sono la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>, i consumi energetici e di conseguenza il proprio impatto ambientale (efficienza energetica). La maggior parte di queste aziende sono guidati da giovani con meno di 35 anni, i quali sono più sensibili a queste tematiche e le sentono più "vicine".

Dal campione analizzato si può notare che i settori con nelle quali vi sono aziende più al passo con il cambiamento e più avanti nella comunicazione della sostenibilità nei propri siti web sono quelli del “*Financial services*” e “*Energy sector & utilities*” e quello del “*Retail*” anche se di quest’ultimo sono state analizzate solo due aziende e perciò non risulta essere rappresentativo. Questi settori risultano particolarmente avanti nella comunicazione della sostenibilità sia per loro natura che per indirizzare i maggiori investimenti verso progetti sostenibili. Talvolta però la loro comunicazione sfocia nel fenomeno del “*greenwashing*”, infatti in alcuni casi quello che accade, soprattutto nel settore energetico è di far trasparire un’immagine dell’azienda che percorre la sostenibilità anche se effettivamente così non è, poiché molte di queste ancora si trovano indietro e utilizzano combustibili fossili, ad esempio il metano promuovendolo come non inquinante anche se realmente lo è, seppur in misura ridotta rispetto agli altri combustibili fossili (carbone e petrolio).

Il mercato globale del *socially responsible investing*, secondo l’ultimo *Global sustainable investment review*, vale circa 30,7 trilioni di dollari. I dati sono relativi al 2018 e sono in crescita. La maggior parte dei Paesi si sono dotati di strategie per contribuire allo sforzo necessario a favorire la transizione del sistema economico mondiale verso la sostenibilità e garantire un futuro al nostro mondo. L’Europa risulta essere al primo posto nel mondo per investimenti improntati alla sostenibilità. L’Italia, nonostante stia cercando di rafforzare l’impegno verso lo sviluppo di politiche improntate alla sostenibilità, mostra un ritmo moderato di crescita, come dimostrano anche i punteggi totali medi dei settori analizzati.

Il settore delle energie e delle utilità/servizi pubblici, è particolarmente sensibile a questi temi perché la riduzione delle emissioni di inquinanti dovute a forme di energia non rinnovabili è uno dei problemi più gravi per il quale stiamo lottando a livello globale. Per rispondere anche agli obiettivi delle Nazioni unite dell’Agenda 2030, le aziende del settore energetico sono quelle che appunto comunicano maggiormente ai consumatori, cercando di sensibilizzarli sempre di più. Infatti, grazie alla tecnologia ed ai numerosi passi in avanti fatti, le fonti di energia rinnovabile non sono più considerate una scelta ma una consuetudine. Inoltre i costi associati non sono più inaccessibili come si è soliti pensare, ma sempre più convenienti rispetto alle forniture non sostenibili. Si ricorda che per energia sostenibile o energia green (verde) si intende un’energia prodotta ed usata in maniera responsabile nei confronti dell’ambiente. L’energia deve essere prima di tutto rinnovabile e perciò derivabile da fonti energetiche che non inquinano e non si esauriscono ma che si riciclano alla fine del ciclo. Spesso succede però, che inseguendo il contrasto al cambiamento climatico, vi sia un

aumento degli sforzi delle compagnie energetiche di mostrare il loro “volto sostenibile”, solo per creare un’immagine positiva di se e attirare così i clienti finali. L’ONG<sup>15</sup> afferma l’urgenza a contrastare il riscaldamento globale, attualmente più forte che mai, ma quello che stanno facendo le compagnie fossili e dei servizi energetici è di concentrare gli sforzi in campagne pubblicitarie per ripulire la propria immagine piuttosto che concentrarsi in azioni concrete. Il problema attuale è che vi è discrepanza tra la realtà dei fatti e come le compagnie energetiche presentano le loro azioni. Nonostante vi siano aziende che stanno cercando di coltivare energia a basse emissioni di carbonio, spesso il marketing non riflette il quadro completo della loro strategia e dei loro investimenti, per questo vi è sempre più “*greenwashing*” da parte di queste aziende, passando dai siti web ai social media. Hanno il solo obiettivo di far trasmettere il messaggio che le aziende di questo settore siano in prima linea nella transizione energetica verso economie low-carbon. Potrebbe sembrare che non ci sia nulla di sbagliato nel fatto che le aziende trasmettano i loro progetti “verdi”. Ma questi annunci sono un problema poiché creano un’impressione fuorviante della loro attività e dei danni ambientali che stanno producendo. Di conseguenza, questo potrebbe ostacolare gli sforzi degli altri settori e della società ad allontanarsi dai combustibili fossili.

Altri settori invece, tra cui macchine agricole, beni di consumo, produttori di mobili, metalmeccanica, IT & telecomunicazioni, altri – servizi sono particolarmente indietro. Sulla base di questi risultati, è importante sensibilizzare queste aziende su come le loro relazioni di filiera saranno influenzate dai requisiti di sostenibilità.

Per quanto riguarda la rendicontazione, in termini di pubblicazione del report della sostenibilità, i requisiti normativi probabilmente determineranno i tempi di adozione. Infatti dal 2024 il bilancio sarà obbligatorio per tutte le aziende, indipendentemente dall’essere quotate in borsa, con più di 250 dipendenti, un bilancio annuo superiore ai 43 milioni di euro e un fatturato superiore ai 50 milioni. La normativa europea, introduce per queste aziende l’obbligo di certificazione. Inoltre, le grandi aziende dovranno includere i fornitori, che saranno di conseguenza chiamati a rispettare i parametri di sostenibilità e questo lascia pensare che anche le PMI (piccole e medie imprese) dovranno adeguarsi per restare competitive all’interno della filiera. Infine, all’obbligo normativo si aggiungeranno tutte le aziende che stileranno il report sulla sostenibilità su base volontaria perché avranno capito l’opportunità nel comunicare grazie a questo documento. Attualmente le aziende

---

<sup>15</sup> ONG: le Organizzazioni Non Governative (ONG) sono ONLUS, più specificamente sono delle ONLUS che concentrano la loro attività nella cooperazione allo sviluppo. Sono organizzazioni indipendenti dagli Stati e non ricevono quindi i fondi. Le ONG perseguono diversi obiettivi di utilità sociale, cause politiche o di cooperazione allo sviluppo.

di piccole e medie dimensione (PMI) che pubblicano il loro bilancio di sostenibilità sono molto poche come emerge dai risultati della survey, che risultano rispettivamente il 3% e il 7%, a fronte delle grandi aziende che attualmente sono il 18%.

Quante aziende sono effettivamente pronte a redigere il bilancio di sostenibilità? Molte delle aziende analizzate si trovano ancora molto indietro nel raggiungimento di obiettivi sostenibili, avendo ricevuto un punteggio basso nella survey effettuata, per ogni settore vi è una percentuale di circa il 10% di aziende ad aver ottenuto un punteggio inferiore a 9, ma che offre già prodotti sostenibili, fatta eccezione del settore dei fornitori di componenti (fuori del settore automobilistico) con il 35% di aziende ad avere un punteggio basso inferiore al 9 e ad avere già prodotti sostenibili. Queste aziende necessitano di comunicare meglio i loro risultati anche in vista dell'obbligo di certificazione alla quale dovranno rispondere nel 2024, il quale come già detto verrà esteso a tutte le aziende, quotate e non, con più di 250 dipendenti, un bilancio annuo superiore ai 43 milioni di euro e un fatturato superiore ai 50 milioni e a partire dal 2026 verrà esteso anche alle PMI.

E' perciò evidente che la maggioranza delle aziende analizzate non raggiunge effettivamente i propri obiettivi di sostenibilità aziendale. Infatti le aziende che raggiungono risultati e che le comunicano sono ancora poche, questo potrebbe essere dovuto, al fatto che molti lavoratori non ritengono la sostenibilità un obiettivo fondamentale per l'azienda. Il raggiungimento degli obiettivi volti a ridurre l'impatto ambientale non è considerato prioritario per i dipendenti se non sostenuti da incentivi economici. La sostenibilità è ancora vista come un ostacolo agli affari, è compito dei responsabili dei programmi di sostenibilità delle aziende cercare di far cambiare gli atteggiamenti e i comportamenti dei dipendenti.

Investire sulla sostenibilità genera vantaggi che fanno valere la pena di investire, e questi vantaggi sono stati determinanti per rinvigorire il core business, avere un vantaggio competitivo sui concorrenti, ridurre i costi operativi e migliorare la soddisfazione dei dipendenti. Per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità e sensibilizzare le aziende a perseguirli si possono seguire misure come:

- prendere un impegno pubblico: assumere impegni pubblici relativi alla sostenibilità porta benefici all'azienda e contribuisce a creare una missione condivisa per l'azienda che l'aiuterà a mantenere la rotta durante i momenti difficili;
- il *CEO* (amministratore delegato) deve dare l'esempio: supporto dei vertici dell'azienda come fattore che contribuisce al successo. Le azioni e i risultati raggiunti sono più concreti e credibili rispetto alle sole parole;



- evidenziare le case history di successo: un alto numero di aziende che, grazie alla riduzione della propria impronta ecologica, ha incrementato il proprio successo. Secondo uno studio, il *“Nielsen Global Corporate Sustainability Report”* negli ultimi anni ci è stata una forte crescita dei marchi maggiormente impegnati alla sostenibilità rispetto a quelle meno etiche;
- Il cambiamento chiama il cambiamento: le compagnie che raggiungono obiettivi ambiziosi di sostenibilità, innescano un processo che impatta positivamente su tutto l’organigramma, stimolando comportamenti virtuosi e processi sostenibili nel resto dell’azienda.

Sono nati anche dei gestionali della sostenibilità che permettono di misurare l’energia, l’emissione di CO2 nell’ambiente in kilogrammi equivalenti, i rifiuti generati, l’acqua consumata e i trasporti effettuati dall’azienda. Misurando questi indicatori attraverso delle dashboard è possibile visualizzare i risultati in tempo reale e creare così un report di dati che permette di capire a che punto è l’azienda, quanto e come migliorarsi. Uno di questi software è quello proposto dal modello VIVACE, finalizzato alla rilevazione dei dati. Una volta rilevati i dati vengono definiti dei *KPI (Key Performance Indicators)* operativi, strategici e tattici che valutano le prestazioni aziendali, al fine di individuare le inefficienze e le aree di miglioramento.

Inoltre è importante che l’azienda si muova con una visione di sostenibilità passando dall’attuale concetto di filiera produttiva ad una nuova idea di partnership che coinvolga anche i fornitori e che vada in 3 direzioni:

- il fornitore rappresenta un partner con il quale definire accordi in termini di sostenibilità di prodotto;
- andare insieme verso la sostenibilità, rivalutando il concetto di competizione;
- la sostenibilità attraverso il legame forte pubblico privato, non si riesce a realizzare.

In conclusione, risulta di fondamentale importanza capire a che punto le aziende sono, grazie anche a strumenti come la survey oggetto di analisi di questa tesi, ed inoltre capire in che direzione si vuole andare: quali obiettivi si vogliono raggiungere e con quali progetti si possono ottenere, ed infine comunicare i risultati ai consumatori e alla filiera produttiva per aumentare sempre di più la sensibilizzazione a queste tematiche. Queste ultime finalizzate al raggiungimento degli obiettivi stabili dalle Nazioni Unite nell’Agenda 2030, al fine ultimo di migliorare le questioni sulla sostenibilità a livello globale. Per quanto riguarda la misurazione e la dimostrazione di risultati tangibili la strada da percorrere è ancora lunga, come dimostra l’alto numero di punteggi bassi ottenuti da molte aziende nella survey. La metà del campione 50 aziende, ha ancora un punteggio

inferiore al valore della mediana 6,25 e c'è tanto lavoro da fare, nonostante le iniziative proposte siano molteplici e stiano andando nella giusta direzione, essendoci comunque una volontà condivisa da parte delle aziende e dei lavoratori. Poiché la misurazione è difficile e costosa, è importante sensibilizzare le aziende a concentrare gli sforzi per massimizzare i risultati anche grazie a figure esperte di questi temi e di società a supporto dell'implementazione.

## Appendice

Tabella 25: Estratto del database del campione di aziende analizzate

N.	Company name	Website	Fatturato
1	Aris Srl	<a href="http://www.arissrl.com">www.arissrl.com</a>	21.109.122 €
2	Neri Motori Srl	<a href="https://nerimotori.com/">https://nerimotori.com/</a>	19.451.259 €
3	Emmegi Spa	<a href="https://emmegi-heat-exchangers.com">https://emmegi-heat-exchangers.com</a>	74.717.847 €
4	Selcom Group Spa	<a href="http://www.selcomgroup.com/it/">http://www.selcomgroup.com/it/</a>	59.767.000 €
5	I.M.M.Hydraulics Spa	<a href="https://www.interpumpgroup.it/">https://www.interpumpgroup.it/</a>	53.292.532
6	AQSEPTENCE Group Srl	<a href="https://www.aqseptence.com/it/">https://www.aqseptence.com/it/</a>	45529762
7	L.P.M. Group Srl	<a href="https://www.lpm.group/">https://www.lpm.group/</a>	40.952.325
8	Assa Abloy Italia Spa	<a href="https://www.assaabloy.com/it/">https://www.assaabloy.com/it/</a>	39.838.102
9	Metal Work Spa	<a href="https://www.metalwork.it/">https://www.metalwork.it/</a>	89.270.718
10	HANSA-TMP S.r.l.	<a href="https://www.hansatmp.com/it">https://www.hansatmp.com/it</a>	7.834.585
11	Cablotech Srl	<a href="https://www.cablotech.com/">https://www.cablotech.com/</a>	5.115.185
12	ASA San Marino Spa	<a href="https://www.gruppoasa.com/it">https://www.gruppoasa.com/it</a>	150.000.000
13	Rekeep Spa	<a href="https://www.rekeep.com/">https://www.rekeep.com/</a>	676.027.000
14	Ducati Motor Holding Spa	<a href="https://www.ducati.com/it/it/home">https://www.ducati.com/it/it/home</a>	560.902.000
15	Salini Impregilo Spa	<a href="https://www.webuildgroup.com/it/">https://www.webuildgroup.com/it/</a>	1.863.671.000
16	Same Deutz-Fahr Italia Spa	<a href="https://www.sdfgroup.com/it/">https://www.sdfgroup.com/it/</a>	100.000.000
17	Fiorani e C. Spa	<a href="https://www.fioraniec.com/">https://www.fioraniec.com/</a>	167.681.065
18	C.O.B.O. Spa	<a href="https://www.cobogroup.net/it/">https://www.cobogroup.net/it/</a>	145.376.254
19	Omnipack Srl	<a href="https://messersi.com/it/">https://messersi.com/it/</a>	11.390.000
20	Italcab Spa	<a href="https://italcab.com/it/">https://italcab.com/it/</a>	38.770.459
21	Casta Srl	<a href="https://castasrl.it/">https://castasrl.it/</a>	30.434.651
22	La Ricambi Srl	<a href="http://www.laricambi.com/#">http://www.laricambi.com/#</a>	20.695.866
23	Meccanica Nova Spa	<a href="https://www.meccanicanova.com/">https://www.meccanicanova.com/</a>	21.385.900
24	Nobili Spa	<a href="https://www.nobili.com/it/s/index.jsp">https://www.nobili.com/it/s/index.jsp</a>	23.264.436
25	Manz Italy Srl	<a href="https://www.manz.com/en/">https://www.manz.com/en/</a>	18.256.069
26	Citra Vini Soc. Coop	<a href="https://www.citra.it/it">https://www.citra.it/it</a>	38.204.869
27	Isotta Fraschini Motori Spa	<a href="https://www.isottafraschini.it/">https://www.isottafraschini.it/</a>	34.142.103
28	BMC Srl	<a href="https://www.bmcairfilters.com/it">https://www.bmcairfilters.com/it</a>	4.146.774
29	Stereoflex Group Srl	<a href="https://www.stereoflex.group/">https://www.stereoflex.group/</a>	14.411.973
30	Nimax Spa	<a href="https://www.nimax.it/">https://www.nimax.it/</a>	19.248.074
31	Consorzio Agribologna Sca	<a href="https://www.agribologna.it/">https://www.agribologna.it/</a>	93.528.109
32	Prezezi Extrusion Spa	<a href="https://www.prezeziextrusiongroup.com/it/">https://www.prezeziextrusiongroup.com/it/</a>	60.020.485
33	Molini Pivetti Spa	<a href="https://www.molinipivetti.it/">https://www.molinipivetti.it/</a>	58.178.986
34	OCMIS Irrigazione Spa	<a href="https://www.ocmis-irrigazione.it/">https://www.ocmis-irrigazione.it/</a>	54.463.816
35	Costruzioni E. Dallacasa Srl	<a href="https://www.costruzionidallacasa.it/">https://www.costruzionidallacasa.it/</a>	12.321.456
36	Gran Deposito Aceto Balsamico Giuseppe Giusti Srl	<a href="https://giusti.it/">https://giusti.it/</a>	8.268.832
37	Musola Metalli Spa	<a href="https://www.musolametalli.it/">https://www.musolametalli.it/</a>	5.486.276
38	Credem Banca	<a href="https://www.credem.it/">https://www.credem.it/</a>	354.430.000

39	Unicredit	<a href="https://www.unicreditgroup.eu/it">https://www.unicreditgroup.eu/it.</a>	28.000.000.000
40	Intesa Sanpaolo	<a href="https://group.intesasanpaolo.com/it/">https://group.intesasanpaolo.com/it/</a>	12.000.000.000
41	Banca Mediolanum	<a href="https://www.bancamediolanum.it/">https://www.bancamediolanum.it/</a>	106.000.000.000
42	Banca Etica	<a href="https://www.bancaetica.it/">https://www.bancaetica.it/</a>	7.443.000.000
43	Gruppo Hera	<a href="https://heracomm.gruppohera.it/">https://heracomm.gruppohera.it/</a>	7.400.000.000
44	A2A	<a href="https://www.a2aenergia.eu/">https://www.a2aenergia.eu/</a>	11.550.000.000
45	Iren	<a href="https://www.gruppoiren.it/">https://www.gruppoiren.it/</a>	3.200.000.000
46	AMA	<a href="https://www.amaroma.it/">https://www.amaroma.it/</a>	102.517.957
47	Alia Spa	<a href="https://www.aliaserviziambientali.it/">https://www.aliaserviziambientali.it/</a>	299.405.000
48	Sa-Fer	<a href="https://www.sa-fer.it/">https://www.sa-fer.it/</a>	46.036.085
49	Giambelli	<a href="https://www.giambelli.it/">https://www.giambelli.it/</a>	21.647.019
50	Ediltecnor Restauri	<a href="https://ediltecnorestauri.it/">https://ediltecnorestauri.it/</a>	58.617.820
51	LCBeauty Spa	<a href="http://lcbeauty.sm/ita/index.php">http://lcbeauty.sm/ita/index.php</a>	10.000.000
52	XPO Supply Chain ITALY Spa	<a href="https://www.xpo.com/">https://www.xpo.com/</a>	11.558.550.000.000
53	Stef Italia Spa	<a href="https://www.stef.it/">https://www.stef.it/</a>	263.247.553
54	DHL Supply Chain Italy Spa	<a href="https://www.dhl.com/it-it/">https://www.dhl.com/it-it/</a>	56.600.000.000
55	Arval Service Lease Italia Spa	<a href="https://www.arval.it/">https://www.arval.it/</a>	1.442.464.486
56	OVS Spa	<a href="https://www.ovscorporate.it/">https://www.ovscorporate.it/</a>	1.013.262.000
57	COIN Spa	<a href="https://www.coin.it/casa/">https://www.coin.it/casa/</a>	137.855.137
58	Cefla	<a href="https://www.cefla.com/it/">https://www.cefla.com/it/</a>	408.931.000
59	Celine Production Srl	<a href="https://www.celine.com/it-it/home">https://www.celine.com/it-it/home</a>	118.327.865
60	Coloplast Spa	<a href="https://www.coloplast.it/">https://www.coloplast.it/</a>	130.490.040
61	Novellini Spa	<a href="https://www.novellini.it/">https://www.novellini.it/</a>	91.934.084
62	Cocif Soc. Coop	<a href="https://www.cocif.com/">https://www.cocif.com/</a>	28.049.871
63	O.M.P Srl a Socio Unico	<a href="http://www.omp-italy.com/it/">http://www.omp-italy.com/it/</a>	10.152.085
64	Gollinucci Srl	<a href="https://www.gollinucci.com/">https://www.gollinucci.com/</a>	15.481.914
65	Mercury Srl	<a href="http://mercuryitaly.com/">http://mercuryitaly.com/</a>	21.620.189
66	GT Line Srl	<a href="http://www.gtline.com/">http://www.gtline.com/</a>	20.092.055
67	Stipa Spa	<a href="https://www.stipa.it/it/">https://www.stipa.it/it/</a>	3.882.627
68	Hettich Italia Srl	<a href="https://web.hettich.com/it-it/">https://web.hettich.com/it-it/</a>	1.039.858
69	Open Group Cooperativa Sociale	<a href="https://opengroup.eu/">https://opengroup.eu/</a>	20.501.561
70	IK Multimedia Production Srl	<a href="https://www.ikmultimedia.com/">https://www.ikmultimedia.com/</a>	20.117.537
71	Coop Accento	<a href="https://www.coopaccento.it/">https://www.coopaccento.it/</a>	9.128.192
72	Franco Cosimo Panini Edizioni Spa	<a href="https://www.fcp.it/">https://www.fcp.it/</a>	28.274.250
73	Gitre Srl	<a href="https://www.gitre.net/">https://www.gitre.net/</a>	369.491
74	CAE Spa	<a href="https://www.cae.it/">https://www.cae.it/</a>	16.455.777
75	Consorzio Logi 83	<a href="https://www.logi83srl.it/it/">https://www.logi83srl.it/it/</a>	21.957.647
76	Swisslog Healthcare Italy Srl	<a href="https://www.swisslog-healthcare.com/">https://www.swisslog-healthcare.com/</a>	20.681.539
77	Demetra Formazione Srl	<a href="https://www.demetraformazione.it/">https://www.demetraformazione.it/</a>	1.882.305
78	Plurima Spa	<a href="https://www.plurima.info/">https://www.plurima.info/</a>	38.592.289
79	Due Torri Spa	<a href="https://www.duetorrispa.com/">https://www.duetorrispa.com/</a>	14.523.180
80	Trenton Spa	<a href="https://trenton.it/">https://trenton.it/</a>	24.892.793
81	LE.MA. Srl	<a href="https://www.lema-parts.it/">https://www.lema-parts.it/</a>	1.030.178
82	Tracmec Srl Uninominale	<a href="https://www.sottocarri.it/">https://www.sottocarri.it/</a>	8.188.551

83	Cometa Spa	<a href="https://cometa.it/">https://cometa.it/</a>	10.125.626
84	Unilog Group Spa	<a href="https://www.uniloggroup.it/">https://www.uniloggroup.it/</a>	57.733.910
85	Comecer Spa	<a href="https://www.comecer.com/">https://www.comecer.com/</a>	60.340.400
86	Gulliver Società Cooperativa Sociale	<a href="https://www.gulliver.mo.it/">https://www.gulliver.mo.it/</a>	47.665.137
87	Almet Italia Srl	<a href="http://www.almetitalia.com/">http://www.almetitalia.com/</a>	50.048.078
88	Alleanza Luce e Gas Spa	<a href="https://www.accendilucegas.it/">https://www.accendilucegas.it/</a>	70.768.660
89	Bologna Fiere Spa	<a href="https://www.bolognafiere.it/">https://www.bolognafiere.it/</a>	13.727.089
90	SVAT Spa	<a href="https://svatgroup.com/">https://svatgroup.com/</a>	56.130.931
91	Selene Spa	<a href="https://www.selene-spa.com/">https://www.selene-spa.com/</a>	57.130.149
92	V.G. Srl	<a href="http://www.vgcilindri.it/">http://www.vgcilindri.it/</a>	223.681
93	Comex Srl	<a href="https://www.comexspa.com/index.php/it/">https://www.comexspa.com/index.php/it/</a>	1.956.470
94	Lamierapiù Soc. Coop.	<a href="https://www.lamierapiu.it/">https://www.lamierapiu.it/</a>	5.151.865
95	C.S.C. Società Cooperativa	<a href="https://www.csc-italy.com/">https://www.csc-italy.com/</a>	12.478.100
96	Intersurgical Spa	<a href="https://it.intersurgical.com/">https://it.intersurgical.com/</a>	29.153.841
97	Dallai Ernesto Srl	<a href="https://www.dallai.it/it/home/">https://www.dallai.it/it/home/</a>	7.863.140
98	Fratelli Ranucci Srl	<a href="https://www.fratelliranucci.it/">https://www.fratelliranucci.it/</a>	5.317.531
99	Lairt Srl	<a href="https://lairt.com/">https://lairt.com/</a>	7.827.065
100	Tema Sinergie Spa	<a href="https://www.temasinergie.it/">https://www.temasinergie.it/</a>	45.286.026

Fonte: elaborazione propria, i dati del fatturato sono stati presi dal sito "Report aziende"

## **Bibliografia**

---

- Adams C., Druckman P., e Picot R.: *"Sustainable Development Goals Disclosure (SDGD) Recommendations"*, p.7, 2020
- Balocchi Andrea, *"Bilancio di sostenibilità, quando la responsabilità d'impresa è trasparente"*, wise society people for a sustainable future, p.1, 2022
- Brown et al., *"Global Sustainability: Toward Definition."*, Environmental Management", pag. 716, 1987
- Commissione delle comunità europee, *"Libro verde"*, Bruxelles, p.7, 2001
- Commissione europea, *"Strategia rinnovata dell'UE per il periodo 2011-14 in materia di responsabilità sociale delle imprese"*, Bruxelles, p.4, 2011
- Confindustria, *"Linee guida per la rendicontazione di sostenibilità per le PMI"*, 2021
- Fusco Girard L., Nijkamp P., *"Le valutazioni per lo sviluppo sostenibile della città e del territorio"*, editore Franco Angeli, 2003
- Giorgino Marco, *"ESG, Finanza sostenibile e Banche in Italia: stato dell'arte e prospettive"*, Politecnico di Milano, 2021
- Meadows D. H. et al., *"I limiti alla crescita"*, LuCe edizioni, 1972
- Nazioni Unite, *"Dichiarazione delle Nazioni Unite sull'ambiente umano"*, Stoccolma, 1972
- Perisco M.G., Rossi F., *"Comunicare la sostenibilità"*, Franco Angeli, 2016
- Sen Amartan, *"Sviluppo sostenibile e responsabilità"*, Il Mulino, Bologna, P.564, 2010

## Sitografia

---

Agenzia europea dell'ambiente, "Ambiente e salute", 23 novembre 2020: [Ambiente e salute — Agenzia europea dell'ambiente \(europa.eu\)](#)

Business People, "Perché bisogna partire dalla sostenibilità economica", 12 dicembre 2017: <http://www.businesspeople.it/Business/Economia/Sostenibilita-economica-il-primo-passo-per-lo-sviluppo-103730>

Camera di commercio della Romagna, "Economia Romagna: i primi dati 2019": [https://www.romagna.camcom.it/informazione-economico-statistica/osservatorio-congiunturale/economia-romagna-i-primi-dati-2019/index.htm?ID\\_D=6604](https://www.romagna.camcom.it/informazione-economico-statistica/osservatorio-congiunturale/economia-romagna-i-primi-dati-2019/index.htm?ID_D=6604)

Commissione europea, Comunicazione della commissione: "Un pianeta pulito per tutti", 28 novembre 2018: [6 IT ACT part1 v2.docx \(europa.eu\)](#)

Commissione europea, "Strategia sulla biodiversità per il 2030: [Biodiversity strategy for 2030 \(europa.eu\)](#)

Commissione europea, Relazione della commissione al parlamento europeo, al consiglio, al comitato economico e sociale europeo e al comitato delle regioni: "Relazione sull'avanzamento dei lavori in materia di energie rinnovabili": [RES progress report \(europa.eu\)](#)

Commissione europea, "Un Green Deal europeo, puntare a essere il primo continente a impatto climatico zero", 23 aprile 2020: [Un Green Deal europeo | Commissione europea \(europa.eu\)](#)

Energievitali, "Etichette: strumenti per un consumo sostenibile?", 2021: [Etichette: strumenti per un consumo sostenibile? | Energie Vitali](#)

EDF, Environmental Defense Fund "I dirigenti sostengono la sostenibilità, ma gli investimenti sono in ritardo", 2020: [I dirigenti sostengono la sostenibilità, ma gli investimenti sono in ritardo | Fondo per la difesa ambientale \(edf.org\)](#)

Exsulting, excellence & sustainability consulting, "Rendiconti di sostenibilità sempre più impegnativi: ecco come farli rendere", 26 Maggio 2021: [Rendiconti di Sostenibilità sempre più impegnativi: ecco come farli rendere \(exsulting.com\)](#)

4sustainability, Beatrice Santini, “Claim etici, etichette, certificazioni di sostenibilità: come orientarsi”: <https://www.4sustainability.it/claim-etici-etichette-certificazioni-di-sostenibilita-come-orientarsi/>

[Sostenibilità e sviluppo sostenibile. Evoluzione del concetto - Munich Personal RePEc Archive \(unimuenchen.de\)](#)

Davide Dainese, “Il concetto di sostenibilità”, Home Green Home, 2 Novembre 2016: [Il concetto di Sostenibilità - Home Green Home Blog](#)

Enel, “Sostenibilità ambientale, lo sviluppo che rispetta il Pianeta, 22 aprile 2020: [Sostenibilità Ambientale: che cos'è ed esempi | corporate.enel.it](#)

European Commission, “Sustainable Europe Investment Plan, European Green Deal Investment Plan”, 14 Gennaio 2020: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0021&from=EN>

ESG-Rating Corporate Finance Network, “Tassonomia UE: identificazione degli obiettivi ambientali e quantificazione di rischi per settori di attività economiche”: [Tassonomia UE: identificazione degli obiettivi ambientali e quantificazione di rischi per settori di attività economiche. - ESG Rating \(esg-rating.it\)](#)

Eticasgr, “Tassonomia verde, l'Europa scrive il vocabolario della finanza sostenibile”, 24 febbraio 2022: [Tassonomia verde, l'Europa scrive il vocabolario della finanza sostenibile - Etica Sgr](#)

Fpsshare, “Sostenibilità aziendale: cosa serve per raggiungerla”, 2022: [Sostenibilità aziendale: cosa serve per raggiungerla - FpS Share](#)

International Resource Panel, “Global Resources Outlook”, 12 Marzo 2019: <https://www.bing.com/search?q=international+resource+panel+2019+global+resources+outlook+&gs=n&form=QBRE&sp=-1&pg=international+resource+panel+2019+global+resources+outlook+da+chi+è+stato+emanato+&sc=0-82&sk=&cvid=51ACDEF50BF94B6BBB464B951BD2FA18>

Il Sole 24 ORE, “La governance della sostenibilità”, 21 aprile 2015: <https://mobile.ilsole24ore.com/dotcomredir/art/commenti-e-idee/2015-04-21/la-governance-sostenibilita-073345.shtml?uuid=ABFAMrSD>



Nazioni Unite, “Obiettivi per lo sviluppo sostenibile” , 2016: [ONU Italia La nuova Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile \(unric.org\)](#)

Nomisma: “Bilancio di sostenibilità: cos’è, come scriverlo e per chi è obbligatorio”: [Bilancio di sostenibilità: cos'è, come scriverlo e per chi è obbligatorio \(nomisma.it\)](#)

Paolo Mauro, headvisor, Business Process Reengineering, “Bilancio di sostenibilità: cos’è e come funziona”: [Bilancio di Sostenibilità: cos'è e come funziona \(headvisor.it\)](#)

Parlamento europeo e consiglio, Decreto legislativo 30 dicembre 2016, n.254: “Attuazione della direttiva 2014/95/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2014, recante modifica alla direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni.”, Gazzetta Ufficiale n.7, 10 gennaio 2017: [2016\\_254.pdf \(tuttocamere.it\)](#)

Parlamento europeo, “ Regolamento (UE) 2019/2088 del Parlamento Europeo e del consiglio”, 27 novembre 2019: [EUR-Lex - 32019R2088 - IT - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)

Parlamento Europeo e Consiglio, “Regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo e del Consiglio”, 18 giugno 2020”: [EUR-Lex - 32020R0852 - IT - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)

Parlamento europeo, “Economia circolare: definizione, importanza e vantaggi”, 16 Febbraio 2021: [Economia circolare: definizione, importanza e vantaggi | Attualità | Parlamento europeo \(europa.eu\)](#)

Proge-software, “Certificazioni dei sistemi di gestione: scopri le più importanti”,22 gennaio 2020: <https://blog.progesoftware.it/certificazioni-dei-sistemi-di-gestione-scopri-le-piu-importanti>

Qui Finanza Green, “Cos’è il greenwashing, l’ecologismo di facciata”, 5 Aprile 2022: [Greenwashing: cos'è e definizione \(quifinanza.it\)](#)

Senato della Repubblica, “La costituzione”, Parte I, Titolo III, Articolo 41 [La Costituzione - Articolo 41 | Senato della Repubblica](#)

Sustainable Development Solutions Network, a global initiative for the united nations, 28 Marzo 2022: [Sustainable Development Solutions Network \(unsdsn.org\)https://www.unsdsn.org/](#)

The economist, “Triple bottom line”, 17 Novembre 2009: [Triple bottom line | The Economist](#)

Treccani, “governance”, 2022: [governance in Vocabolario - Treccani](#)

Treccani, “welfare state”, 2022: [Welfare State nell'Enciclopedia Treccani](#)

Unione europea, “Trattato sull’Unione europea”, art.3, 26 ottobre 2012: [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:2bf140bf-a3f8-4ab2-b506-fd71826e6da6.0017.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:2bf140bf-a3f8-4ab2-b506-fd71826e6da6.0017.02/DOC_1&format=PDF)

Varotto Mauro, “Green Deal europeo: la strategia “inquinamento zero” per la salute delle persone e del pianeta”, 9 luglio 2021: [Green Deal europeo: la strategia “inquinamento zero” per la salute delle persone e del pianeta | Fare l'Europa \(maurovarottoblog.com\)](#)

Veracura, “Il concetto di sostenibilità”, 4 Giugno 2020: [Sostenibilità: significato, finalità, esempi \(veracura.network\)](#)

Wikipedia, “Governance”, 2022: [Politiche di governance - Wikipedia](#)

Wikipedia, “Greenwashing”, 11 marzo 2022: [Greenwashing - Wikipedia](#)

Wikipedia, “Risorsa naturale”, 2022: [Risorsa naturale - Wikipedia](#)

## ***Ringraziamenti***

---

Desidero ringraziare innanzitutto la società “OPTA s.r.l.” che mi ha permesso di svolgere il tirocinio e raccogliere informazioni e dati utili (anche dal loro portale di clienti) al fine di elaborare questa tesi. Ho incontrato in questo contesto lavorativo professionalità, disponibilità, tempestività di risposta e supporto in tutte le attività che ho svolto.

In particolare il Professore Marini Mauro, per avermi dato la possibilità di svolgere questo tirocinio e per avermi fatto da relatore della tesi, la Tutor aziendale Ainoa Doughty, per avermi seguita nelle attività svolte ed essere sempre stata disponibile e di supporto, dandomi anche consigli e suggerimenti utili nel lavoro e che porterò sempre con me, ed infine il personale dell’ufficio amministrazione Francesco Caponegro per aver seguito la parte burocratica al fine dello svolgimento del tirocinio.

Il tirocinio in questa società mi ha permesso di migliorare le competenze acquisite durante il corso di studi e di acquisire soft skills, oggi importanti nel contesto lavorativo. In particolare conoscenze legate alla ricerca, alla raccolta e analisi dei dati, grazie anche al supporto della tutor aziendale con la quale ho collaborato e che mi ha seguita durante il percorso. Mi ha dato anche la possibilità di migliorare la conoscenza e l’utilizzo di strumenti informatici come Excel, Power Point e Word di fondamentale importanza nel ruolo che andrò a ricoprire nel mondo lavorativo. Ho avuto anche l’occasione di partecipare a riunioni con esperti di consulenza provenienti da diversi paesi europei e di assistere ad un incontro offerto dall’Università di Bologna sulla sostenibilità e su come questa viene monitorata nelle aziende del territorio.

Ringrazio inoltre l’Ufficio tirocini dell’Università di Bologna e il personale che mi hanno supportata e sono sempre stati disponibili e rapidi nella risoluzione di eventuali problemi.

Ringrazio i Professori dell’ Università di Bologna e del corso di Laurea Magistrale di Ingegneria Gestionale per avermi fatta arrivare a questo punto, formandomi e insegnandomi competenze fondamentali al lavoro degli Ingegneri.

Ringrazio anche i Professori dell’Universidad de Las Palmas de Gran Canaria e tutti i compagni per avermi accolto in scambio nella loro Università e avermi fatto conoscere le discipline del mio corso di studi sotto una prospettiva differente, in lingua spagnola e in un contesto multiculturale.

Grazie alla mia famiglia per essermi sempre stata accanto e avermi sopportata in ogni fase del percorso di studi, senza farmi mancare nulla.

Grazie ai miei colleghi di università, che mi sono stati affianco e che hanno collaborato con me nello svolgimento di questo percorso, nella preparazione degli esami, nei lavori di gruppo, nelle lezioni, in particolare Federica per essere stata un'ottima amica e compagna di studio e Michele per aver condiviso con me l'esperienza di studio all'estero.

Grazie ai miei amici per essere stati un supporto e un punto di riferimento, per essermi stati vicini durante questo percorso ed essere stati sempre pronti ad accogliermi in qualsiasi momento.

A te, nonno dedico questa tesi che mi hai insegnato a credere in me stessa e da lassù continui a starmi vicino dandomi forza e coraggio, grazie infinite.