

ESG Rating Grade	ESG SME RATING	E	S	G
A	58/100	53/100	63/100	58/100
 Rifiuti 91/100	 Etica professionale 61/100	 Trasparenza 30/100		
 Ambiente 20/100	 Salute e sicurezza 59/100	 Prodotti 59/100		
 Energia 37/100	 Responsabilità sociale 69/100	 Economia 81/100		
 Mobilità 65/100	 Rating Sociale 63/100	 Innovazione 64/100		
 Rating Ambientale 53/100		 Rating Governance 59/100		



Economia

Il modulo valuta la gestione delle principali attività finanziarie, strategiche ed organizzative con particolare attenzione alla sostenibilità economica del modello di business.

81/100

Categoria: G	Tematiche: 4	Domande: 21	Compliance: 62
--------------	--------------	-------------	----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Il tuo punteggio nel tempo

31/03/2025 16:45:04

81/100

Europa	43/100
Italia	43/100
Classe	43/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

1

CRITICITA` E RISCHI

6

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

10

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #8.10.1

L'azienda non sta contribuendo al processo di trasferimento tecnologico.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il trasferimento tecnologico interessa una filiera complessa. Le imprese sono attori indispensabili di questa filiera, in quanto permettono di recuperare gli investimenti spesi per ricerca e sviluppo, permettendo alle nuove tecnologie l'effettivo raggiungimento del mercato. Le iniziative che contribuiscono al processo di trasferimento tecnologico sono, per esempio, investimenti in ricerca e sviluppo (anche all'esterno della vostra azienda), registrazione o acquisto di brevetti, collaborazioni con centri universitari o di ricerca, ma anche facilitazione di questo processo tramite comunicazione e/o marketing. Il concetto di technology transfer racchiude tutti gli elementi che permettono la circolazione di diritti di proprietà intellettuale e conoscenze (tra cui tecnologia, competenze, metodi di fabbricazione, servizi) dall'ambito della ricerca scientifica a quello della diffusione all'interno dei mercati.

Contesto normativo nazionale

Nel panorama normativo italiano, non esistono disposizioni legislative che obblighino esplicitamente le PMI a effettuare trasferimenti tecnologici. Tuttavia, la rilevanza di tali pratiche è riconosciuta attraverso diverse normative e iniziative. La Legge 266/1997, che promuove la ricerca e l'innovazione, incoraggia le PMI a investire in nuove tecnologie per aumentare la competitività. Inoltre, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), attraverso fondi e incentivi, promuove progetti di innovazione e digitalizzazione, sostenendo le PMI nella transizione verso tecnologie più avanzate. Il Decreto Legislativo 178/2003 e la successiva Legge 221/2012 favoriscono l'innovazione e la

creazione di reti tra imprese e centri di ricerca, evidenziando l'importanza della cooperazione tecnologica. Infine, il Programma Operativo Nazionale (PON) Ricerca e Innovazione sostiene finanziariamente le PMI che intendono effettuare investimenti in ricerca e sviluppo, facilitando così il trasferimento di tecnologie innovative.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, le normative riguardanti i trasferimenti tecnologici non impongono obblighi diretti, ma incoraggiano pratiche che ne facilitano l'implementazione. La Strategia per il Mercato Unico Digitale promuove l'adozione di tecnologie digitali e la condivisione delle conoscenze tra le PMI. La Direttiva 2000/31/CE, relativa ai servizi della società dell'informazione, stimola l'innovazione tecnologica, mentre il Programma Horizon Europe finanzia progetti di ricerca e innovazione, supportando le PMI nella transizione tecnologica. Inoltre, il Regolamento (UE) n. 1291/2013 ha istituito il programma quadro per la ricerca e l'innovazione, incentivando il trasferimento tecnologico come parte integrante della crescita e della competitività europea. Sebbene non ci siano obblighi legislativi diretti, l'ecosistema europeo supporta le PMI nella realizzazione di trasferimenti tecnologici, creando opportunità per migliorare la loro competitività nel mercato globale.



Impatto ambientale

L'assenza di trasferimenti tecnologici per le PMI comporta impatti ambientali rilevanti, che si manifestano principalmente attraverso il mantenimento di pratiche e processi produttivi meno efficienti, con conseguente aumento dell'impatto ecologico. Le PMI, senza l'accesso a tecnologie più avanzate, rischiano di mantenere l'utilizzo di risorse naturali in modo inefficiente, con una gestione dei rifiuti e delle risorse energetiche più dispendiosa. Questo comporta un incremento delle emissioni di gas serra, in particolare legato all'uso di fonti energetiche fossili per la produzione, che aumenta l'inquinamento atmosferico e contribuisce al cambiamento climatico. I costi diretti includono il consumo maggiore di energia e materie prime per unità di produzione, che, senza innovazioni tecnologiche, non possono essere ottimizzati. Inoltre, l'utilizzo di tecnologie obsolete richiede una maggiore quantità di lavoro e di tempo per mantenere la produttività, aumentando l'uso di energia e generando una produzione eccessiva di rifiuti. Le PMI, senza l'introduzione di soluzioni per il riciclo o la gestione dei rifiuti, potrebbero trovarsi a dover affrontare spese più elevate per lo smaltimento dei rifiuti industriali, nonché l'inefficienza energetica associata a impianti e macchinari datati. I costi indiretti derivano dal rischio di non conformarsi alle normative ambientali future, che potrebbero comportare sanzioni per il non rispetto degli standard di emissione o per una gestione inefficiente delle risorse naturali. Inoltre, l'assenza di innovazione tecnologica impedisce alle PMI di ridurre il proprio impatto ambientale, limitando le opportunità di accedere a incentivi o finanziamenti legati alla sostenibilità. Sul lato dei benefici generati, una transizione verso tecnologie più efficienti ridurrebbe l'impatto ambientale di produzione, migliorando la gestione dell'energia e diminuendo la domanda di risorse naturali. Una maggiore efficienza porterebbe a una riduzione dei rifiuti e dei consumi energetici, con effetti positivi sulla qualità dell'aria, sul bilancio energetico aziendale e sul rispetto delle normative future. Inoltre, l'adozione di pratiche tecnologiche moderne potrebbe ridurre la produzione di inquinanti e rendere i processi più sostenibili, garantendo una gestione più responsabile e duratura delle risorse naturali. L'assenza di innovazione tecnologica non solo limita le capacità di riduzione dell'impatto ambientale per le PMI, contribuendo a un utilizzo inefficiente delle risorse, a una maggiore inquinamento e a una minore competitività sul lungo periodo in un mercato che premia le pratiche sostenibili.



Impatto economico

La mancanza di trasferimenti tecnologici ha impatti economici notevoli per le PMI. L'assenza di accesso a nuove tecnologie limita l'innovazione e la competitività, causando una stagnazione nei processi produttivi e nell'efficienza operativa. Le PMI che non adottano tecnologie avanzate possono affrontare costi operativi più elevati a causa di pratiche obsolete e inefficienti, riducendo i margini di profitto. Inoltre, senza investimenti in tecnologia, queste aziende rischiano di non soddisfare le esigenze di un mercato in continua evoluzione, perdendo opportunità di crescita e quote di mercato. La mancanza di trasferimenti tecnologici può anche limitare l'accesso a finanziamenti e partnership strategiche, in quanto gli investitori tendono a preferire aziende che dimostrano innovazione e capacità di adattamento. Nel lungo periodo, questo scenario può portare a una significativa diminuzione della sostenibilità economica delle PMI, minando la loro capacità di resistere alle pressioni del mercato e di investire nel futuro.



Impatto sociale

Non effettuare trasferimenti tecnologici può avere impatti sociali significativi per le PMI. In primo luogo, l'assenza di innovazione tecnologica può portare a un ambiente di lavoro stagnante, riducendo la motivazione e la soddisfazione dei dipendenti, che potrebbero percepire una mancanza di opportunità di sviluppo professionale. Questo può influenzare negativamente il morale e aumentare il turnover del personale, creando costi aggiuntivi per la formazione di nuovi lavoratori e per la perdita di conoscenze critiche. Inoltre, le PMI che non adottano tecnologie moderne rischiano di non essere competitive nel mercato del lavoro, limitando la loro capacità di attrarre talenti qualificati. Infine, un'azienda che non investe in tecnologia potrebbe non essere in grado di contribuire adeguatamente alla comunità locale, sia in termini di opportunità di lavoro che di coinvolgimento in iniziative sociali, compromettendo così la sua reputazione e il supporto della comunità.



Azioni di miglioramento

Per allinearsi agli obiettivi di business e promuovere un processo di innovazione, è fondamentale che le PMI identifichino le aree della loro attività in cui è necessaria una maggiore innovazione. È cruciale guardare all'esterno, in particolare verso università e centri di ricerca, per esplorare opportunità di trasferimento tecnologico che possano portare nuove tecnologie sul mercato. Per iniziare questo percorso, le piccole medie imprese possono avviare collaborazioni con istituti di ricerca, partecipando a progetti di ricerca congiunta o creando partenariati strategici. Un'azione concreta potrebbe essere l'organizzazione di workshop e seminari con esperti del settore, dove si possono esplorare le ultime tendenze e scoperte scientifiche. Inoltre, è opportuno considerare la creazione di programmi di tirocinio o di apprendistato per studenti universitari, che possono portare fresche idee e competenze innovative all'interno dell'azienda. Infine è possibile anche investire in attività di scouting tecnologico, monitorando le innovazioni emergenti e valutando quali possano essere rilevanti per la propria attività. Partecipare a fiere e conferenze del settore rappresenta un'opportunità per entrare in contatto con start-up innovative e ricercatori, creando così un network di collaborazioni potenziali.

MIGLIORAMENTO #8.4.2

L'azienda ha predisposto un organigramma al puro scopo informativo contenente solo le informazioni più rilevanti.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'organigramma è un importante supporto organizzativo per il management interno. Consente la formalizzazione di strutture, unità e reparti e descrive sinteticamente funzioni, compiti e rapporti gerarchici esistenti nell'ambito di una determinata struttura organizzativa. Le strutture più comuni di un organigramma sono quelle funzionali (orientate al raggruppamento di competenze simili), divisionali (orientate all'output, spesso in termini di tipologia di cliente o di mercato geografico) o a matrice (che prevede entrambe le logiche, di solito una più formale e l'altra affidata alla leadership).



Contesto normativo nazionale

All'interno di un organigramma è possibile identificare le risposte a molte domande quali: com'è suddivisa e strutturata una certa area, chi ne è il responsabile, quali figure rispondono a lui ed a quali risponde, quali flussi decisionali o comunicativi sono coinvolti. Possono inoltre essere integrati ulteriori livelli quali quelli relativi alla sicurezza, alla qualità, alla sorveglianza sanitaria e così via. Le informazioni contenute nell'organigramma, incrociate con altre provenienti da fonti dati di tipo anagrafico, amministrativo, economico, finanziario, produttivo, offrono un patrimonio inestimabile per le attività di decision making strategico basato su business intelligence e reportistica, sia di tipo consuntivo che proiettivo.



Contesto normativo europeo

"In ambito europeo, non esiste una normativa specifica che obblighi le PMI a creare un organigramma, ma ci sono diverse direttive che sottolineano l'importanza di una struttura organizzativa chiara. La Direttiva 2014/95/UE sulla divulgazione di informazioni non finanziarie invita le aziende a fornire dettagli sulla governance, la gestione dei rischi e l'impatto sociale. Ciò implica implicitamente l'esigenza di una chiara definizione dei ruoli all'interno di un organigramma per garantire trasparenza e responsabilità. Inoltre, il Regolamento (UE) n. 2016/679 sulla protezione dei dati personali richiede che le aziende stabiliscano processi interni per la gestione dei dati, che possono essere facilitati attraverso una chiara organizzazione gerarchica. Questi principi indicano che, sebbene non ci sia un obbligo diretto, la creazione di un organigramma è raccomandata per migliorare l'efficacia operativa e la compliance normativa.



Impatto ambientale

Per una PMI, redigere un organigramma aziendale ben strutturato può generare impatti ambientali indiretti, ma di grande rilevanza. Una chiara divisione dei ruoli e delle responsabilità contribuisce a migliorare l'efficienza operativa, riducendo gli sprechi di risorse come energia, materiali e tempo. Ogni team, con compiti ben definiti, può concentrarsi meglio su processi sostenibili, ottimizzando l'uso delle risorse aziendali e evitando duplicazioni di attività e rallentamenti operativi. In questo modo, l'organizzazione diventa più agile nel monitorare e ridurre il proprio impatto ambientale. Inoltre, un organigramma ben definito favorisce una comunicazione interna più fluida, facilitando la condivisione e l'implementazione di politiche ambientali aziendali. Questo contribuisce a rafforzare una cultura ecologica che permea tutta l'organizzazione, creando sinergie positive tra i vari reparti per la gestione sostenibile. D'altro canto, l'assenza di un organigramma chiaro può causare inefficienze operative che portano a un maggiore consumo di risorse, rendendo difficile monitorare e ottimizzare le pratiche aziendali in un'ottica sostenibile. Inoltre, senza una struttura organizzativa solida, la gestione delle iniziative ecologiche potrebbe risultare frammentata, limitando la capacità dell'azienda di adattarsi a standard ambientali più elevati e di cogliere nuove opportunità legate alla sostenibilità.



Impatto economico

Un organigramma aziendale, anche in una PMI, può determinare impatti economici importanti, in quanto favorisce una migliore gestione delle risorse e una distribuzione ottimizzata dei compiti, riducendo costi legati a inefficienze o sovrapposizioni operative. Con ruoli e responsabilità chiari, si limita il rischio di errori, ritardi o attività ripetute, che altrimenti potrebbero aumentare i costi operativi. Inoltre, un'organizzazione ben strutturata facilita la trasparenza interna, migliorando la capacità di monitorare le prestazioni e di individuare con tempestività eventuali problematiche finanziarie. Di conseguenza, l'organigramma aiuta anche a pianificare meglio gli investimenti, poiché i dipartimenti lavorano in sinergia e allineano le proprie attività con obiettivi strategici condivisi, rendendo le decisioni più mirate ed efficaci per la crescita economica dell'azienda.



Impatto sociale

Redigere un organigramma in una PMI offre impatti sociali significativi poiché favorisce un ambiente di lavoro più chiaro e collaborativo. Quando i ruoli e le responsabilità sono definiti, si migliorano la comunicazione interna e il clima aziendale, riducendo incomprensioni e conflitti tra colleghi e promuovendo una cultura del rispetto e dell'apprezzamento reciproco. Questa trasparenza contribuisce anche a una maggiore motivazione del personale, poiché ogni dipendente è consapevole del proprio contributo e può aspirare a ruoli di maggior responsabilità. Inoltre, un organigramma chiaro supporta la crescita professionale, facilitando percorsi di carriera e formazione più strutturati e inclusivi, e promuove la diversità e l'inclusione grazie a una visione più ampia dell'organico aziendale. In definitiva, l'organigramma può portare a una maggiore coesione sociale e a un ambiente di lavoro più equo e soddisfacente, con benefici che si riflettono nella reputazione aziendale.



Azioni di miglioramento

Avendo già definito ruoli e responsabilità, risulterà semplice strutturare un organigramma che chiarisca non solo le gerarchie ma anche le relazioni interne e i principali flussi decisionali. Un primo passo può consistere nella creazione di un diagramma in PowerPoint, o in altri strumenti visuali, che evidenzia la struttura aziendale in modo chiaro e intuitivo. È consigliabile integrare informazioni specifiche sui canali di comunicazione e sulle modalità di collaborazione tra le aree, per evidenziare al meglio le dinamiche organizzative. Questo tipo di visualizzazione aiuta a comunicare rapidamente l'organizzazione interna e favorisce una comprensione più ampia delle interdipendenze operative tra le funzioni.

MIGLIORAMENTO #8.13.4

L'azienda ha sviluppato un modello di business orientato a generare un impatto sociale positivo.

 ISO 26000  SDG 8  SDG 8.3  WEF - 4P - P1-1  WEF - 4P - P1-5  EU LSME- ESRS - SBM-1

 IFRS S2 Informativa sul clima - 13

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Sviluppare un modello di business che tenga conto dell'impatto sociale e ambientale significa abbracciare una visione d'impresa responsabile, orientata a generare valore non solo economico, ma anche per le persone e per l'ambiente. Questa filosofia si basa sulla convinzione che un'azienda possa prosperare contribuendo al benessere collettivo e rispettando le risorse naturali. In pratica, un business sostenibile considera aspetti come la riduzione delle emissioni inquinanti, l'uso efficiente delle risorse e il supporto alle comunità locali. Tali pratiche rafforzano la fiducia e la credibilità dell'azienda agli occhi dei consumatori, sempre più attenti all'impatto delle loro scelte di acquisto. Le imprese che adottano questi modelli diventano più resilienti, capaci di adattarsi ai cambiamenti normativi e di mercato, minimizzando i rischi e le vulnerabilità nel lungo termine. Un'azienda impegnata in pratiche sostenibili stimola anche l'innovazione interna, incoraggiando la ricerca di soluzioni nuove e più efficaci per rispondere alle esigenze di un mercato in evoluzione. Inoltre, la sostenibilità attrae talenti motivati, poiché i dipendenti preferiscono lavorare in contesti etici, che riflettono i propri valori e contribuiscono a un futuro migliore.



Contest normativo nazionale

Per quanto riguarda il contesto italiano, non esistono normative specifiche che prescrivono alle aziende di includere la generazione di impatto ambientale o sociale nel modello di business. Tuttavia, diverse leggi e regolamenti incoraggiano un approccio più responsabile verso la sostenibilità. Ad esempio: il D.Lgs. 125/2024, che attua la Direttiva europea sulla rendicontazione non finanziaria, richiede alle grandi imprese e alla PMI quotate di fornire informazioni sulle loro politiche ambientali, sociali e di governance, suggerendo l'importanza di integrare tali aspetti nei piani aziendali. Inoltre, l'adesione da parte dell'Italia ai principi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), e la conseguente istituzione della "Cabina di regia" per monitorare i progressi compiuti, spinge le aziende ad essere sempre più attente all'impatto ambientale e sociale generato, influenzando le scelte strategiche e le decisioni di investimento. La normativa sulla responsabilità sociale delle imprese, ad esempio, promuove comportamenti etici e sostenibili, incoraggiando le aziende a considerare l'impatto sociale e ambientale delle loro attività.



Contest normativo europeo

Per quanto riguarda il contesto italiano, non esistono normative specifiche che prescrivono alle aziende di includere la generazione di impatto ambientale o sociale nel modello di business. Tuttavia, diverse leggi e regolamenti incoraggiano un approccio più responsabile verso la sostenibilità. Ad esempio: il D.Lgs. 125/2024, che attua la Direttiva europea sulla rendicontazione non finanziaria, richiede alle grandi imprese e alla PMI quotate di fornire informazioni sulle loro politiche ambientali, sociali e di governance, suggerendo l'importanza di integrare tali aspetti nei piani aziendali. Inoltre, l'adesione da parte dell'Italia ai principi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), e la conseguente istituzione della "Cabina di regia" per monitorare i progressi compiuti, spinge le aziende ad essere sempre più attente all'impatto ambientale e sociale generato, influenzando le scelte strategiche e le decisioni di investimento. La normativa sulla responsabilità sociale delle imprese, ad esempio, promuove comportamenti etici e sostenibili, incoraggiando le aziende a considerare l'impatto sociale e ambientale delle loro attività.



Impatto ambientale

In primo luogo, molte PMI impegnate in progetti a impatto sociale positivo tendono a rivedere anche la propria sostenibilità ambientale. Una maggiore sensibilità sociale porta spesso a un ripensamento della catena di fornitura, favorendo l'adozione di materiali e processi produttivi a minore impatto ecologico. Questo potrebbe significare ridurre l'uso di risorse non rinnovabili, ottimizzare l'efficienza energetica, e adottare tecnologie e processi di produzione meno inquinanti. Sul piano positivo, questi interventi possono ridurre le emissioni di gas serra e il consumo di acqua, limitando l'impatto ambientale diretto dell'azienda. Da una prospettiva indiretta, l'impegno ambientale di una PMI orientata all'impatto sociale spesso influenza positivamente i comportamenti e le aspettative degli stakeholder. Ad esempio, i dipendenti potrebbero essere più incentivati a seguire pratiche ecologiche anche nella loro vita quotidiana, mentre i consumatori, sensibilizzati dai messaggi aziendali, potrebbero sviluppare una maggiore consapevolezza ambientale e orientarsi verso scelte di consumo più responsabili. In questo modo, l'impatto dell'azienda si estende oltre le sue attività dirette, contribuendo a una cultura più sostenibile e riducendo indirettamente la domanda di prodotti dannosi per l'ambiente. D'altra parte, un'azienda che si espone pubblicamente come promotrice di un impatto sociale e ambientale positivo può subire pressioni e critiche più severe se non riesce a soddisfare pienamente le aspettative ecologiche generate. Questo effetto, noto come «greenwashing backlash», può danneggiare la reputazione dell'azienda, soprattutto se vengono rilevati aspetti dell'attività che non rispettano standard ambientali adeguati. In tal senso, le PMI devono essere molto attente a bilanciare le ambizioni sociali con l'effettiva capacità di implementare processi sostenibili a livello ambientale.



Impatto economico

Un modello di business orientato all'impatto sociale positivo può generare rilevanti vantaggi economici per una PMI. Tra questi, spicca la capacità di attrarre nuovi clienti, specialmente tra le generazioni più giovani, sempre più sensibili ai valori etici e sociali. Tale approccio favorisce un aumento delle vendite e rafforza la fidelizzazione della clientela. In aggiunta, le iniziative sociali migliorano l'immagine dell'azienda, contribuendo a ridurre i costi legati al turnover e a potenziare l'engagement dei dipendenti. È importante considerare, tuttavia, che l'adozione di tali progetti può richiedere significativi investimenti iniziali, con un possibile impatto negativo sui margini di profitto nel breve periodo. Se non gestite in modo strategico, queste iniziative possono portare a inefficienze operative e rischi reputazionali, compromettendo le vendite e i rapporti con gli stakeholder chiave. Diventa quindi fondamentale che le PMI valutino attentamente il rapporto tra costi e benefici, massimizzando l'impatto positivo e garantendo una crescita sostenibile a lungo termine. Con una pianificazione accurata, le piccole e medie imprese possono non solo contribuire al benessere della collettività, ma anche consolidare il proprio vantaggio competitivo e ampliare la propria presenza sul mercato.



Impatto sociale

Una struttura aziendale mirata a generare un impatto sociale positivo può avere effetti rilevanti, diretti e indiretti, per una PMI. Adottare iniziative di responsabilità sociale permette di migliorare il clima aziendale, incentivando la motivazione e la produttività dei dipendenti, che si sentono coinvolti in una missione condivisa e significativa. Questo contribuisce non solo a ridurre il turnover, ma anche a contenere i costi di assunzione e formazione. Inoltre, un forte impegno sociale può attrarre nuovi talenti e rafforzare la fedeltà della clientela, accrescendo la reputazione aziendale. Tuttavia, è necessario considerare anche i possibili ostacoli: l'avvio di queste iniziative può comportare investimenti consistenti e, se gestite in modo inadeguato, possono emergere inefficienze o critiche, e quindi malcontenti da parte della comunità. In sintesi, mentre un impatto sociale positivo può creare opportunità di crescita, è essenziale pianificare con cura e gestire efficacemente ogni aspetto per evitare effetti indesiderati. Con un approccio strategico, le PMI possono non solo contribuire al benessere della comunità, ma anche rafforzare la propria posizione di mercato e ampliare il loro vantaggio competitivo.



Azioni di miglioramento

L'attuale modello di business favorisce l'innovazione sociale, promuovendo valori di inclusione e responsabilità all'interno della comunità. Per potenziare ulteriormente l'impatto sociale, è consigliabile sviluppare iniziative mirate di responsabilità sociale d'impresa (CSR) per integrare pratiche positive nel modello di business. A tal fine, si suggerisce di condurre un'analisi delle pratiche esistenti per individuare aree di miglioramento, coinvolgendo stakeholder chiave nella definizione di obiettivi sociali condivisi e sviluppando progetti CSR che apportino benefici tangibili alla comunità e migliorino le condizioni di vita. È altrettanto importante monitorare e rendicontare i risultati, rendendo visibili i progressi e le best practice adottate. Inoltre, prevedere una comunicazione attiva sui risultati ottenuti può rafforzare la reputazione aziendale, attrarre investitori e fidelizzare clienti sensibili ai temi sociali, consolidando al contempo la fiducia degli stakeholder e la solidità dell'impresa nel lungo periodo.

MIGLIORAMENTO #8.14.5

La customer satisfaction aziendale è rimasta invariata nell'ultimo anno.

 GRI 2-29  WEF - 4P - P1-3  EU LSME- ESRS - SBM-1

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

Informazioni generali

Misurare la customer satisfaction è una strategia fondamentale per le aziende, poiché la soddisfazione dei clienti incide direttamente sulle vendite, sulla reputazione aziendale e sui profitti. Un cliente soddisfatto tende a riacquistare prodotti o servizi e a promuovere l'azienda attraverso il passaparola, contribuendo così all'acquisizione di nuovi clienti. Una customer satisfaction elevata non solo migliora la percezione dell'azienda nel mercato, ma favorisce anche la fidelizzazione della clientela. Questo processo di misurazione può avvenire attraverso questionari o interviste somministrati a un campione rappresentativo della clientela, permettendo di raccogliere feedback utili per comprendere le aree di miglioramento. Inoltre, l'analisi dei risultati ottenuti consente all'azienda di adeguare le proprie strategie e offrire un servizio più in linea con le aspettative dei clienti. Così facendo, si crea un ciclo virtuoso che non solo promuove la soddisfazione, ma incoraggia anche l'innovazione e il miglioramento continuo nell'offerta commerciale.

Contesto normativo nazionale

Nel panorama normativo italiano, non vi sono disposizioni specifiche che obblighino le PMI a misurare la customer satisfaction in modo diretto. Tuttavia, esistono leggi e regolamenti che, pur non trattando esplicitamente il tema, promuovono la qualità dei servizi e la protezione dei consumatori, come il Codice del Consumo (D.Lgs. 206/2005). Questa normativa incoraggia le piccole e medie imprese a considerare la soddisfazione del cliente come un aspetto essenziale per la loro competitività e reputazione nel mercato. Inoltre, la Direttiva Europea 2013/11/UE ha portato all'adozione di misure per la risoluzione alternativa delle controversie, che implica un monitoraggio delle esperienze dei consumatori. In questo contesto normativo, le PMI possono trarre vantaggio dall'implementare strumenti di misurazione della customer satisfaction, integrandoli nelle loro strategie di gestione della qualità per migliorare i servizi offerti e rafforzare le relazioni con i clienti.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, la situazione è simile in quanto non esistono leggi specifiche che obblighino le PMI a misurare la customer satisfaction. Tuttavia, diverse normative e linee guida, come il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), hanno un impatto indiretto sulla gestione della clientela. La necessità di raccogliere e trattare i dati in modo trasparente e responsabile incoraggia le piccole e medie imprese a valutare continuamente la soddisfazione dei clienti, per evitare potenziali controversie e migliorare la loro reputazione. Inoltre, l'Unione Europea promuove politiche di sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa che possono stimolare le PMI a considerare il feedback dei consumatori come parte integrante delle loro pratiche commerciali. In questo contesto, il monitoraggio della customer satisfaction diventa un elemento strategico per le PMI, consentendo di affrontare le sfide del mercato e mantenere la competitività in un ambiente sempre più dinamico.

Impatto ambientale

Migliorare la customer satisfaction porta con sé diversi impatti ambientali positivi per una PMI, contribuendo a una gestione più sostenibile delle risorse. Quando i clienti sono soddisfatti, sono meno propensi a restituire prodotti, riducendo così la necessità di trasporti aggiuntivi e il relativo consumo di energia e risorse, oltre alle emissioni associate. Inoltre, le aziende che investono nella soddisfazione del cliente tendono a sviluppare pratiche più sostenibili, come l'uso di materiali ecologici e processi produttivi a basso impatto ambientale, per rispondere alle aspettative dei consumatori consapevoli. Inoltre, un approccio proattivo nella gestione dei feedback dei clienti consente di

identificare aree di miglioramento nei prodotti e servizi, spingendo verso innovazioni che riducono l'impatto ambientale. Infine, un'azienda che presta attenzione alla customer satisfaction tende a instaurare relazioni più forti con i fornitori, incentivando pratiche sostenibili lungo tutta la catena di fornitura.



Impatto economico

L'attenzione verso il miglioramento della customer satisfaction ha ripercussioni economiche significative per una PMI, influenzando la sua performance complessiva. Quando i clienti si sentono soddisfatti, tendono a diventare più fedeli, il che si traduce in un aumento delle vendite e in un miglioramento della stabilità finanziaria dell'azienda. La fidelizzazione dei clienti riduce anche i costi di acquisizione di nuovi consumatori, poiché è generalmente più costoso attrarre nuovi clienti piuttosto che mantenere quelli esistenti. Inoltre, un'ottima reputazione derivante da un elevato livello di soddisfazione può portare a un passaparola positivo, aumentando la visibilità e l'attrattiva dell'azienda senza richiedere investimenti significativi in marketing. Un altro aspetto importante è la possibilità di aumentare i prezzi dei prodotti o servizi, poiché i clienti soddisfatti sono disposti a pagare di più per un'esperienza di qualità. Allo stesso tempo, una PMI che investe nella customer satisfaction tende a ottimizzare i propri processi interni, riducendo sprechi e inefficienze, il che porta a un abbattimento dei costi operativi. Complessivamente, migliorare la customer satisfaction non solo potenzia la redditività, ma contribuisce anche a creare un ambiente di lavoro più motivante, dove i dipendenti possono operare in un contesto caratterizzato da successi e risultati positivi.



Impatto sociale

Investire nel miglioramento della customer satisfaction genera impatti sociali notevoli per una PMI, influenzando non solo la clientela, ma anche la comunità e i dipendenti. Quando i clienti percepiscono un alto livello di soddisfazione, si creano relazioni più solide e durature, che favoriscono un clima di fiducia reciproca. Questo può portare a un aumento della fedeltà dei clienti, incentivando la PMI a considerare non solo il profitto, ma anche il benessere delle persone coinvolte. Un cliente soddisfatto è spesso un cliente che condivide esperienze positive, contribuendo a un passaparola favorevole che rafforza la reputazione dell'azienda all'interno della comunità. D'altra parte, un ambiente lavorativo orientato alla soddisfazione del cliente ha un effetto motivante sui dipendenti, creando una cultura aziendale più positiva e aumentando la loro coinvolgimento e produttività. Questo può tradursi in una maggiore attrattiva dell'azienda come datore di lavoro, attirando talenti e riducendo il turnover del personale. Infine, una PMI che si impegna a migliorare la customer satisfaction tende a sviluppare pratiche più responsabili e sostenibili, beneficiando così non solo i propri clienti, ma anche la comunità in cui opera e contribuendo a un ambiente sociale più coeso e reattivo.



Azioni di miglioramento

Se la customer satisfaction è rimasta invariata, l'azienda potrebbe interpretare questa stabilità come un segnale positivo, che indica che sta mantenendo buoni livelli di soddisfazione. Tuttavia, potrebbe anche essere il segnale di una mancanza di innovazione o di progressi. In questo caso, è essenziale esplorare modalità per andare oltre la semplice stabilità, puntando su nuovi miglioramenti o offerte innovative. Per identificare aree specifiche di potenziale crescita, sarebbe utile raccogliere feedback più dettagliati dai clienti, in modo da individuare piccole modifiche che potrebbero portare a un aumento della soddisfazione complessiva. Un focus su miglioramenti continui, anche su aspetti che sembrano minori, può risultare determinante per il progresso a lungo termine.

MIGLIORAMENTO #8.2.2

L'azienda si sta autofinanziando tramite gli utili aziendali.



IFRS S1 Requisiti generali per l'informativa finanziaria sulla sostenibilità - 34 / 40

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il sostentamento finanziario rappresenta una risorsa essenziale per sostenere investimenti mirati alla crescita e all'innovazione aziendale. L'accesso a finanziamenti assicura la liquidità necessaria per concretizzare progetti di sviluppo e miglioramento, permettendo all'impresa di ampliare le proprie capacità e affrontare nuovi mercati. Sebbene il ricorso al debito comporti un costo in termini di tassi di interesse, non deve essere percepito come una minaccia. Al contrario, se valutati attentamente, gli investimenti finanziati possono generare profitti superiori al costo del capitale, incrementando il valore aziendale. Un'analisi accurata della redditività degli investimenti garantisce che il debito venga utilizzato in modo strategico, trasformandolo in un'opportunità per potenziare la competitività e sostenere uno sviluppo sostenibile a lungo termine.



Contesto normativo nazionale

In Italia, il quadro normativo fornisce strumenti e incentivi che agevolano l'accesso delle PMI a finanziamenti, senza imporre obblighi diretti di investimento tramite fondi privati o pubblici. Il Decreto Crescita (D.L. 34/2019), ad esempio, promuove agevolazioni fiscali e contributi per le PMI che investono in innovazione, digitalizzazione e sviluppo sostenibile. La Legge di Bilancio introduce periodicamente fondi e incentivi per le PMI, con misure come il Credito d'Imposta per Ricerca e Sviluppo e il Bonus Sud, mirate a favorire l'accesso al capitale per le imprese che investono in settori strategici. Il Fondo di Garanzia per le PMI rappresenta un ulteriore strumento, che facilita l'accesso al credito riducendo il rischio per le banche e migliorando così le possibilità di finanziamento. Inoltre, il Codice della Crisi d'Impresa (D.Lgs. 14/2019) incoraggia le PMI a mantenere una gestione finanziaria solida, agevolando il ricorso a finanziamenti esterni per superare eventuali difficoltà e migliorare la resilienza aziendale.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, esistono numerosi programmi che facilitano l'accesso ai finanziamenti per le PMI, in linea con le politiche dell'Unione Europea per la crescita delle piccole e medie imprese. Il programma COSME (Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprises) offre garanzie sui prestiti e agevola l'accesso a finanziamenti privati, sostenendo l'innovazione e l'espansione sul mercato. Inoltre, il Fondo Europeo per gli Investimenti (FEI) collabora con istituti di credito per fornire capitali di rischio e prestiti agevolati. Il Piano d'Investimento per l'Europa (o Piano Juncker) ha ulteriormente incentivato l'accesso delle PMI ai fondi, creando un ambiente favorevole per gli investimenti privati attraverso strumenti di garanzia e co-finanziamenti pubblici. La Politica di Coesione dell'UE, tramite fondi strutturali e d'investimento, consente alle PMI di ottenere finanziamenti per progetti innovativi, favorendo lo sviluppo di settori strategici e stimolando la crescita economica nei paesi membri.



Impatto ambientale

Autofinanziarsi tramite gli utili aziendali può avere impatti ambientali significativi per una PMI, con vantaggi e svantaggi che dipendono dalle priorità e dalla gestione delle risorse. Il principale beneficio di autofinanziarsi è la totale autonomia e controllo che l'azienda ha sui propri progetti, inclusi quelli legati alla sostenibilità ambientale. Questo approccio permette di indirizzare gli utili verso iniziative verdi senza l'influenza di finanziatori esterni, che potrebbero non comprendere appieno la lentezza delle transizioni ecologiche necessarie per un impatto positivo a lungo termine. In tal modo, l'azienda può investire in soluzioni come l'efficientamento energetico, l'adozione di tecnologie a basso impatto e l'implementazione di pratiche aziendali sostenibili, come il riciclo, la gestione ottimizzata delle risorse naturali e l'introduzione di processi a minore consumo di energia. L'autofinanziamento, pur avendo questi vantaggi, presenta anche sfide legate alla velocità e all'entità degli investimenti. L'azienda potrebbe trovarsi a dover operare con capitali limitati, il che comporta una progressiva ma più lenta implementazione di cambiamenti ecologici. Sebbene gli utili possano essere reinvestiti in progetti green, l'azienda potrebbe non essere in grado di finanziare in tempi brevi transizioni più ampie, come il passaggio a fonti di energia rinnovabile o la sostituzione di macchinari obsoleti con tecnologie più sostenibili. Il ritmo di adozione di soluzioni innovative si riduce quindi, e l'azienda potrebbe ritardare l'implementazione di alcune soluzioni chiave, rischiando di non allinearsi rapidamente con gli obiettivi globali di riduzione delle emissioni. Un altro limite dell'autofinanziamento è la potenziale concentrazione sugli interventi più immediati e necessari, riducendo la possibilità di

diversificare gli investimenti in ambiti più ampi e innovativi. Ciò potrebbe comportare una limitata capacità di sperimentare soluzioni a lungo termine che richiedono risorse più ingenti. Inoltre, la dipendenza da utili aziendali per finanziare la sostenibilità potrebbe anche significare che l'azienda si concentra più su miglioramenti incrementalì piuttosto che su progetti trasformativi di ampio respiro. Tuttavia, nonostante queste limitazioni, l'autofinanziamento può favorire una crescita ecologica stabile e organica, riducendo il rischio di fare scelte troppo rapide o azzardate che potrebbero non rivelarsi vantaggiose dal punto di vista ambientale. La mancanza di pressioni da parte di investitori esterni permette di adottare un approccio più prudente, dove l'impatto ambientale negativo è ridotto nel tempo e l'azienda può accumulare esperienze concrete, migliorando gradualmente le proprie pratiche sostenibili. In questo modo, pur affrontando delle sfide in termini di velocità di attuazione, l'autofinanziamento si traduce in una crescita sostenibile e responsabile che pone attenzione alla qualità e alla sostenibilità dei progetti intrapresi.



Impatto economico

L'autofinanziamento tramite gli utili aziendali offre diversi impatti economici per una PMI. Utilizzare risorse proprie permette di evitare costi di indebitamento, come tassi di interesse e oneri finanziari, liberando capitale per investimenti in attività di crescita. Questa strategia riduce la dipendenza da finanziamenti esterni, abbassando il rischio di esposizione finanziaria e migliorando la solidità patrimoniale nel lungo termine. Tuttavia, reinvestire gli utili può limitare la disponibilità immediata di liquidità per l'azienda, portando a una crescita più graduale rispetto a quella garantita da finanziamenti esterni. L'uso degli utili, pur senza intaccare l'indipendenza decisionale, potrebbe risultare insufficiente per progetti più grandi o innovativi, costringendo a prioritizzare interventi a rendimento rapido rispetto a quelli di lungo termine. Inoltre, trattenere i profitti invece di distribuirli può avere impatti sulla soddisfazione dei soci, che vedono rinviati i dividendi, ma assicura risorse stabili per rafforzare l'impresa nel tempo e sostenere piani di sviluppo.



Impatto sociale

L'autofinanziamento attraverso gli utili aziendali può avere effetti sociali rilevanti per una PMI, contribuendo a costruire una percezione di stabilità e fiducia all'interno della comunità e tra i dipendenti. Questa strategia, priva di dipendenza da finanziatori esterni, segnala un impegno dell'azienda verso una crescita autonoma e responsabile, rafforzando l'immagine di affidabilità e sostenibilità. I dipendenti, vedendo i profitti reinvestiti internamente, potrebbero sentirsi più valorizzati e motivati, percependo il reinvestimento come un segno di solidità e opportunità di sviluppo professionale. Tuttavia, l'assenza di finanziamenti esterni può anche limitare la disponibilità di risorse per iniziative di benessere sociale e di crescita aziendale rapida, rallentando l'introduzione di benefit o progetti che potrebbero avere impatti positivi sulla qualità della vita lavorativa. A livello comunitario, l'autofinanziamento trasmette un messaggio di autogestione e prudenza che può ispirare altre imprese locali a intraprendere pratiche di investimento sostenibili.



Azioni di miglioramento

Esplorare diverse alternative di finanziamento rappresenta una strategia efficace per sostenere la crescita e l'innovazione aziendale. Dai classici finanziamenti bancari alle recenti iniziative nazionali e comunitarie, fino ai sistemi alternativi come il crowdfunding, ciascuna opzione offre vantaggi specifici in termini di flessibilità e accessibilità. Valutare e selezionare le fonti di finanziamento più adatte è un primo passo cruciale per diversificare le risorse e ridurre la dipendenza da un'unica fonte di capitale. Monitorare regolarmente i bandi e le agevolazioni promosse da enti nazionali ed europei consente di accedere a condizioni vantaggiose, rendendo possibile l'accesso a capitali a costi ridotti o con tempi di rimborso flessibili. Inoltre, considerare la possibilità di partnership con enti privati o pubblici può aprire nuove opportunità di finanziamento e supporto tecnico, aumentando l'impatto positivo sul mercato.

MIGLIORAMENTO #8.7.2

L'azienda esporta fino al 25% dei propri prodotti e/o servizi.



Industrial Strategy



Impresa 4.0

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Una PMI che ha il suo core business nel settore finanziario ed esporta fino al 25% dei propri prodotti e/o servizi rappresenta una realtà prevalentemente orientata al mercato domestico. Questo approccio consente di mantenere un focus concentrato sulla clientela locale, sfruttando appieno le dinamiche e le preferenze del mercato nazionale. Tuttavia, tale limitazione potrebbe significare una mancata opportunità di crescita e diversificazione. Investire nel commercio internazionale potrebbe aiutare l'azienda a scoprire nuovi segmenti di mercato, potenziando le vendite e incrementando la resilienza contro le fluttuazioni economiche nazionali. La Strategia Industriale Europea mira a rafforzare la competitività globale dell'industria europea attraverso la transizione verde e digitale, migliorando la resilienza delle catene di approvvigionamento e promuovendo l'innovazione. In questo contesto, l'adozione di tecnologie sostenibili e la digitalizzazione sono strumenti chiave per potenziare la competitività delle PMI, facilitando l'integrazione nel mercato unico europeo e sostenendo la loro espansione internazionale. La strategia promuove anche l'internazionalizzazione delle imprese europee, migliorando l'accesso ai mercati globali e offrendo strumenti di protezione come il Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM), volto a garantire una concorrenza leale e sostenibile.



Contesto normativo nazionale

Nel contesto normativo italiano, non esistono prescrizioni specifiche che obblighino le PMI finanziarie a esportare prodotti e/o servizi all'estero. Tuttavia, esistono diverse iniziative e leggi che supportano e incentivano tali attività. La Legge 390/2001 promuove l'internazionalizzazione delle imprese, offrendo agevolazioni e incentivi alle PMI per espandere le proprie attività sui mercati esteri. Inoltre, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) forniscono supporto alle PMI nella pianificazione delle strategie di export, attraverso bandi e programmi di formazione. La Legge 136/2015, riguardante la trasparenza nei finanziamenti e nei servizi pubblici, implica che le PMI possano operare in modo più efficiente e competitivo, facilitando così l'ingresso nei mercati esteri. Infine, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), con le sue misure per la digitalizzazione e l'innovazione, mira a migliorare la competitività delle PMI, rendendo più agevole la loro espansione internazionale. Questi strumenti si inseriscono all'interno della più ampia Strategia Industriale Europea, che fornisce ulteriore supporto per le aziende italiane desiderose di internazionalizzarsi, favorendo l'accesso ai mercati globali e migliorando la loro competitività complessiva.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, non sono previste normative che obblighino le PMI finanziarie a esportare, ma esistono diverse iniziative che facilitano l'internazionalizzazione. Il Programma COSME è dedicato al rafforzamento della competitività delle PMI in Europa e offre finanziamenti per attività di esportazione. La Strategia per il Mercato Unico mira a garantire che le PMI possano accedere facilmente ai mercati esteri, attraverso la rimozione di barriere commerciali e la promozione di politiche favorevoli. Inoltre, il Regolamento (UE) n. 1287/2013, che stabilisce un programma per la competitività delle imprese e delle piccole e medie imprese, offre risorse e strumenti per supportare le PMI nella loro espansione internazionale. Un ulteriore strumento a supporto dell'export è la Strategia Industriale Europea, che promuove l'internazionalizzazione delle imprese europee migliorando l'accesso ai mercati globali, rafforzando accordi commerciali e proteggendo le aziende dalla concorrenza sleale attraverso strumenti come il Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM). Le PMI possono anche beneficiare di fondi strutturali europei, come il Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale (FESR), che finanziano progetti volti all'internazionalizzazione e all'innovazione. Queste iniziative europee creano un ambiente favorevole per le PMI che desiderano esplorare opportunità di mercato al di fuori dei confini nazionali.



Impatto ambientale

L'esportazione fino al 25% dei propri prodotti e/o servizi da parte di una PMI che opera nel settore finanziario può generare impatti ambientali sia diretti che indiretti, anche se in misura minore rispetto a un'azienda che esporta oltre questa soglia. In primo luogo, avere una strategia di espansione internazionale, anche se limitata, consente di esplorare opportunità di investimenti in pratiche sostenibili e

innovazioni ecologiche, poiché una parte delle risorse finanziarie è destinata a mercati esteri. Inoltre, esportando, l'azienda ha la possibilità di contribuire alla diffusione di soluzioni finanziarie verdi, sostenendo progetti ambientali in altri paesi. Ciò significa che, anche con un'esportazione contenuta, si può generare un impatto positivo sull'ambiente a livello globale e mitigare, almeno in parte, l'impatto ambientale locale. Tuttavia, le PMI che si limitano a un'exportazione moderata potrebbero affrontare la concorrenza di aziende internazionali che adottano pratiche più sostenibili, il che rappresenta una sfida per mantenere la competitività. Infine, pur avendo una visione globale, la PMI potrebbe non essere completamente incentivata a monitorare e migliorare le proprie pratiche ecologiche come sarebbe auspicabile, perdendo così opportunità di crescita e innovazione nel contesto della sostenibilità. È essenziale che queste aziende continuino a sviluppare una cultura orientata alla sostenibilità, investendo in pratiche ecologiche e ampliando le proprie esportazioni per massimizzare il loro contributo positivo all'ambiente.



Impatto economico

L'esportazione fino al 25% dei propri prodotti e servizi da parte di una PMI nel settore finanziario comporta impatti economici significativi, sia diretti che indiretti, anche se in misura minore rispetto a un'azienda che si espande oltre questa soglia. In primo luogo, avere accesso a mercati esteri, sebbene limitato, offre opportunità di crescita e diversificazione delle fonti di reddito, riducendo la vulnerabilità dell'azienda a fluttuazioni locali e a crisi economiche. Inoltre, esportare consente di sfruttare potenziali guadagni da economie di scala, ampliando la base di clienti e contribuendo a ridurre i costi unitari. Anche se l'export è contenuto, l'azienda ha la possibilità di trarre vantaggio dalla concorrenza internazionale, stimolando così la propria capacità di innovazione attraverso l'assimilazione di nuove idee e pratiche. Infine, l'esportazione, anche se moderata, può contribuire a migliorare la reputazione aziendale a livello globale, influenzando positivamente la domanda dei servizi offerti sul mercato domestico. In sintesi, limitare l'espansione delle operazioni a livello internazionale, pur avendo raggiunto un certo grado di esportazione, può ostacolare la crescita economica e la stabilità della PMI, rendendo essenziale continuare a esplorare ulteriori opportunità di mercato.



Impatto sociale

L'esportazione fino al 25% dei propri prodotti e servizi da parte di una PMI che opera nel settore finanziario comporta diversi impatti sociali, sia diretti che indiretti, anche se in misura minore rispetto a un'azienda con una strategia di internazionalizzazione più robusta. Innanzitutto, il mantenimento di una certa quota di esportazione offre opportunità di crescita, contribuendo potenzialmente alla creazione di posti di lavoro e al miglioramento delle condizioni economiche locali. Inoltre, anche con un'esportazione limitata, l'azienda può beneficiare di collegamenti con mercati esteri, che facilitano l'accesso a pratiche e innovazioni avanzate, migliorando così la capacità di adattamento e l'efficacia dei servizi offerti. Questa apertura, sebbene parziale, favorisce anche l'attrazione di talenti e competenze, poiché i professionisti tendono a cercare opportunità in aziende che dimostrano una visione globale. Infine, la PMI ha l'opportunità di contribuire alla costruzione di una reputazione positiva all'estero, il che può avvantaggiare non solo l'azienda stessa, ma anche l'intero ecosistema economico locale, inclusi altri attori sociali e culturali. In sintesi, anche un livello moderato di esportazione può favorire un impatto sociale positivo, migliorando la posizione dell'azienda nel mercato e il suo contributo alla comunità.



Azioni di miglioramento

Raggiungere almeno il 25% di esportazione dei vostri prodotti o servizi non solo vi allinea con la media europea delle PMI, ma offre anche vantaggi significativi in termini di diversificazione del rischio. Un'adeguata strategia di internazionalizzazione consente di mitigare l'impatto delle fluttuazioni economiche locali e di aumentare la stabilità aziendale. Per avviare questo processo, è essenziale condurre un'analisi di mercato per identificare i paesi con maggior potenziale per i vostri prodotti, tenendo conto di fattori come la domanda, la concorrenza e le normative commerciali. Una volta individuati i mercati target, sviluppare un piano di esportazione che delinei gli obiettivi specifici, le strategie di ingresso e le modalità di distribuzione è fondamentale. La Strategia Industriale Europea supporta questo percorso fornendo strumenti finanziari, agevolazioni per la digitalizzazione e incentivi per l'adozione di tecnologie sostenibili, migliorando la competitività delle PMI sui mercati globali. È opportuno considerare la partecipazione a fiere internazionali e a eventi di networking per entrare in contatto con potenziali clienti e partner commerciali, oltre a esplorare le opportunità di finanziamento o agevolazioni fiscali disponibili per le PMI che operano all'estero. Inoltre, investire nella formazione del personale per comprendere le dinamiche interculturali e le normative di esportazione dei mercati target è cruciale. Strumenti come il Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) offrono protezioni aggiuntive

alle aziende europee, garantendo un mercato più equo e tutelato dalla concorrenza internazionale non regolamentata. Infine, stabilire relazioni solide con fornitori e distributori locali può facilitare l'ingresso e il posizionamento nel nuovo mercato, permettendo di adattare l'offerta alle esigenze specifiche della clientela locale. Monitorare costantemente le performance delle esportazioni attraverso indicatori chiave di successo permetterà di effettuare aggiustamenti tempestivi e garantire una crescita sostenibile nel lungo termine.

MIGLIORAMENTO #8.8.2

L'azienda ha già un sito internet aziendale disponibile nella sola lingua nazionale.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un sito internet è una risorsa fondamentale per qualunque azienda, indipendentemente dalle sue dimensioni o dal settore in cui opera. Prima di tutto, consente di essere trovati facilmente dai clienti che cercano informazioni online, aumentando la visibilità e ampliando il bacino d'utenza. Un sito rappresenta una «vetrina virtuale» accessibile 24 ore su 24, offrendo ai potenziali clienti la possibilità di conoscere i servizi e i prodotti offerti, anche fuori dagli orari di apertura. Inoltre, un sito permette di costruire un'immagine professionale e affidabile, distinguendosi dai concorrenti e ispirando fiducia. Attraverso una presentazione curata e contenuti informativi, si possono evidenziare i punti di forza dell'azienda e trasmettere i suoi valori. Oltre a migliorare la reputazione, un sito offre anche strumenti analitici preziosi: ad esempio, è possibile monitorare il comportamento dei visitatori per capire quali prodotti o informazioni risultano più interessanti. In sintesi, un sito internet non è solo una piattaforma di comunicazione, ma un asset strategico per crescere e consolidarsi nel mercato digitale.



Contesto normativo nazionale

In Italia, non esistono disposizioni legislative che obblighino esplicitamente le PMI ad avere un sito web multilingue. Tuttavia, alcune normative indirette possono motivare le imprese ad adottare versioni del sito in più lingue, soprattutto in contesti di commercio elettronico o interazione con clienti internazionali. Il Codice del Consumo (D.Lgs. n. 206/2005) e le normative relative alla trasparenza, come il D.Lgs. n. 33/2013, promuovono la chiarezza e l'accessibilità delle informazioni per i consumatori, e un sito web multilingue può essere una risposta efficace a tali esigenze. In particolare, il D.Lgs. n. 206/2005 stabilisce che le informazioni sui prodotti e le condizioni contrattuali debbano essere facilmente comprensibili per il pubblico, anche internazionale. L'adozione di lingue diverse sul sito web facilita l'accesso alle informazioni, migliorando l'esperienza utente e rispondendo alle richieste normative di trasparenza. Sebbene non vi sia un obbligo di legge, l'adozione di più lingue sul sito può risultare vantaggiosa per le PMI che operano su mercati esteri, aumentando la competitività e l'efficacia nella comunicazione.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, le normative non impongono un obbligo specifico per l'adozione di più lingue sui siti web aziendali, ma alcune direttive e regolamenti incentivano l'accessibilità linguistica. Il Regolamento (UE) 2019/1150 sulla trasparenza e correttezza nei rapporti con gli utenti stabilisce che le informazioni siano chiare e comprensibili, soprattutto in contesti dove l'azienda interagisce con consumatori di diverse nazionalità. Sebbene non sia vincolante, avere un sito web multilingue migliora la trasparenza, una delle priorità della normativa europea, e aiuta a garantire che le informazioni siano accessibili a tutti i clienti. Inoltre, il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) obbliga le aziende a fornire politiche di privacy chiare e facilmente comprensibili, e l'adozione di più lingue su un sito web facilita la conformità a questa disposizione, soprattutto per le aziende che trattano dati di clienti provenienti da diversi Paesi membri dell'UE.

Sebbene non esista un obbligo diretto, l'adozione di una piattaforma multilingue rappresenta una prassi che risponde ai principi di accessibilità e trasparenza, fondamentali per operare con successo in un mercato europeo sempre più globalizzato.



Impatto ambientale

La disponibilità del sito web aziendale solo in lingua nazionale comporta un impatto ambientale relativamente limitato, dato che la gestione e l'aggiornamento di un sito in una sola lingua richiedono minori risorse energetiche e digitali rispetto a versioni multilingue. Tuttavia, la limitata accessibilità del sito può ridurre le opportunità di interazione con clienti o fornitori esteri, compromettendo eventuali iniziative di sostenibilità e di riduzione dell'impronta ecologica attraverso partnership internazionali. Un sito monolingue non contribuisce ad amplificare le buone pratiche ambientali su scala globale.



Impatto economico

Un sito web in lingua nazionale, pur consentendo di raggiungere un pubblico locale, limita l'espansione internazionale dell'azienda. Questo può significare una riduzione delle opportunità di generare ricavi da mercati esteri e una minore competitività in un contesto globale. Tuttavia, i costi operativi di gestione di un sito web monolingue sono relativamente contenuti, sia in termini di traduzioni che di mantenimento della piattaforma, portando a un risparmio sui costi di gestione rispetto a un sito multilingue. In generale, l'impatto economico sarà più contenuto rispetto ad aziende con un sito web limitato in lingua nazionale.



Impatto sociale

Un sito web disponibile solo nella lingua nazionale può favorire una comunicazione efficace con il pubblico locale, ma limita l'accesso e l'inclusione di comunità straniere o non italofone. Le persone che non parlano la lingua nazionale potrebbero sentirsi escluse e non avere la possibilità di interagire con l'azienda, riducendo l'impatto sociale positivo che un'azienda potrebbe avere su una popolazione globale. Tuttavia, il sito in lingua nazionale può rafforzare il senso di appartenenza e connessione con la comunità locale, rendendo l'azienda un punto di riferimento per i consumatori del territorio.



Azioni di miglioramento

Se il sito aziendale è disponibile solo nella lingua nazionale, l'azienda potrebbe valutare l'opportunità di espandere l'accessibilità del sito a un pubblico più ampio. Iniziare con una versione in inglese potrebbe essere una strategia efficace per attrarre clienti internazionali, migliorando così la competitività sul mercato globale. Potrebbe anche rendere più facile la comunicazione con partner e clienti esteri. Un altro passo utile sarebbe l'ottimizzazione del sito per il SEO internazionale, utilizzando tecniche di traduzione e localizzazione dei contenuti. Se le risorse sono limitate, l'azienda potrebbe scegliere di tradurre solo le sezioni chiave del sito, come quelle relative ai prodotti, alle condizioni di vendita e alla privacy, per iniziare a raggiungere un pubblico internazionale.

CRITERIO SODDISFATTO #8.1.4

L'azienda redige un rendiconto finanziario e rappresenta per l'azienda uno strumento di pianificazione strategica.

 2013/34/EU  SDG 8  OECD 7  D. Lgs. 139/2015  OIC  GRI 3-1  EU ESRS - General SBM-1
 EU LSME- ESRS - SBM-1  IFRS IFRS S1 Requisiti generali per l'informativa finanziaria sulla sostenibilità - 28 | 29

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il Rendiconto Finanziario è un utilissimo strumento tramite il quale è possibile monitorare la gestione della liquidità aziendale attraverso la suddivisione dei flussi finanziari in tre categorie: attività operativa (core business), attività di investimento (acquisizione/cessione di immobilizzazioni di qualunque natura) ed attività di finanziamento (ottenimento/restituzione del capitale di rischio e/o di debito). Il Rendiconto Finanziario si rivela essere, dunque, oltre che un ottimo strumento di monitoraggio ed informazione esterna, anche un mezzo di pianificazione strategica delle varie attività aziendali.



Contesto normativo nazionale

Nel panorama normativo italiano, non esistono obblighi specifici che impongano alle PMI di redigere un rendiconto finanziario. Tuttavia, diverse disposizioni possono favorire l'adozione di pratiche contabili trasparenti e sistematiche. La Legge 262/2005, nota come Legge sulla protezione del risparmio, ha introdotto principi contabili e norme di trasparenza per le società, estendendo l'applicazione di tali principi anche alle PMI, seppur in forma semplificata. Inoltre, il Codice Civile Italiano, in particolare l'articolo 2423, stabilisce che le società devono redigere un bilancio che, pur non richiedendo esplicitamente un rendiconto finanziario, ne implica la necessità per garantire una visione completa della situazione patrimoniale e finanziaria dell'azienda. Inoltre, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) promuove l'adozione di strumenti di gestione finanziaria nelle PMI, facilitando così la loro capacità di redigere rendiconti finanziari in modo efficace e conforme.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, non sono previste normative specifiche che impongano alle PMI di redigere un rendiconto finanziario, ma esistono orientamenti e principi che incoraggiano la trasparenza e la responsabilità finanziaria. La Direttiva 2013/34/UE, relativa alla contabilità annuale delle società, stabilisce che le PMI devono presentare bilanci e relazioni finanziarie in modo coerente e trasparente, adottando normative contabili semplificate in base alla loro dimensione. Inoltre, il Regolamento (UE) n. 1606/2002 promuove l'adozione degli International Financial Reporting Standards (IFRS) per le società quotate, con l'intento di migliorare la comparabilità delle informazioni finanziarie. Queste normative europee creano un contesto favorevole in cui le PMI possono essere incoraggiate a redigere rendiconti finanziari accurati e comprensibili, favorendo così una gestione responsabile e informata delle risorse aziendali.



Impatto ambientale

La redazione di un rendiconto finanziario da parte di una PMI può avere impatti ambientali significativi, che possono manifestarsi sia in maniera positiva che negativa. Un rendiconto ben strutturato, infatti, consente di monitorare in modo preciso l'efficienza nell'uso delle risorse aziendali, inclusi materiali, energia e altre risorse naturali, permettendo all'azienda di individuare opportunità per ridurre l'impatto ambientale. La trasparenza sui costi legati alla sostenibilità, come le spese per tecnologie ecologiche o le iniziative di riduzione delle emissioni di carbonio, può incentivare l'adozione di pratiche più responsabili e di tecnologie a basso impatto ambientale. Inoltre, un rendiconto accurato aiuta l'azienda a prendere decisioni più informate riguardo agli investimenti, favorendo allocazioni verso progetti più sostenibili. Se le spese sostenibili vengono adeguatamente riportate e valorizzate nel rendiconto, l'impresa potrebbe non solo migliorare la propria performance ecologica, ma anche attrarre investitori e clienti sensibili alle problematiche ambientali, contribuendo a rafforzare la sua reputazione e competitività nel mercato. Tuttavia, se la redazione del rendiconto non è gestita correttamente, possono emergere conseguenze negative. Un'analisi imprecisa o superficiale delle risorse e delle spese aziendali potrebbe comportare una sottovalutazione delle problematiche ambientali, portando l'azienda a non tenere in considerazione le reali implicazioni ecologiche delle sue operazioni. Ciò potrebbe tradursi in pratiche dannose per l'ambiente, come l'eccessivo sfruttamento delle risorse naturali o l'inquinamento, che non solo danneggiano l'ambiente, ma potrebbero anche compromettere la reputazione dell'azienda nel lungo periodo.



Impatto economico

La creazione di un rendiconto finanziario da parte di una PMI ha impatti economici rilevanti, sia positivi che negativi. Un rendiconto ben strutturato fornisce una visione chiara della salute finanziaria dell'azienda, facilitando l'accesso a finanziamenti esterni e aumentando la fiducia degli investitori. Inoltre, consente una gestione più efficiente delle risorse, contribuendo a ottimizzare i costi operativi e migliorare la redditività. Tuttavia, la redazione di un rendiconto richiede tempo e risorse, il che può rappresentare un onere economico, soprattutto per PMI con budget limitati. Inoltre, una presentazione inaccurata delle informazioni finanziarie può portare a decisioni sbagliate e potenzialmente dannose, compromettendo la stabilità economica dell'azienda. Infine, la trasparenza offerta dal rendiconto può influenzare le relazioni commerciali e la reputazione dell'azienda, incidendo sul suo posizionamento nel mercato.



Impatto sociale

Considerare la creazione di un rendiconto finanziario da parte di una PMI ha impatti sociali significativi, sia positivi che negativi. Da un lato, una gestione trasparente e ben documentata delle finanze favorisce la fiducia tra dipendenti, clienti e fornitori, creando un ambiente di lavoro più coeso e collaborativo. Inoltre, consente di identificare e migliorare le condizioni di lavoro, grazie alla possibilità di allocare risorse per formazione e sviluppo del personale. D'altra parte, un rendiconto inaccurato o manipolato può minare la fiducia degli stakeholder e compromettere le relazioni, portando a conflitti interni o a una reputazione negativa nel mercato. Inoltre, la mancata considerazione delle spese sociali potrebbe tradursi in opportunità perse per investire in iniziative locali o progetti di responsabilità sociale, che invece contribuirebbero a migliorare il benessere della comunità. In sintesi, la trasparenza e la responsabilità nella gestione finanziaria influenzano direttamente le dinamiche sociali all'interno e all'esterno dell'azienda.



Azioni di miglioramento

Per le PMI che già redigono un rendiconto finanziario, è cruciale massimizzare il valore di questo strumento per migliorare la gestione e la performance aziendale. È consigliabile effettuare un'analisi approfondita delle informazioni contenute nel rendiconto, identificando aree di efficienza e opportunità di crescita. Si dovrebbe incoraggiare il coinvolgimento del personale nella revisione dei dati, promuovendo una cultura di trasparenza e responsabilità. Inoltre, è opportuno confrontare regolarmente i risultati finanziari con quelli di altre aziende del settore, al fine di valutare la propria posizione competitiva e implementare pratiche migliori. Considerare l'adozione di software di analisi finanziaria avanzati può facilitare il monitoraggio delle performance e l'implementazione di strategie correttive tempestive. Infine, mantenere una comunicazione chiara e continua con gli stakeholder riguardo i risultati ottenuti e le azioni intraprese contribuirà a consolidare la fiducia e a favorire relazioni più solide e collaborative.

CRITERIO SODDISFATTO #8.5.5

L'azienda dispone di un business plan completo e dettagliato.

 OECD 6  IFRS S1 Requisiti generali per l'informativa finanziaria sulla sostenibilità - 32

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il Business Plan è un documento di previsione che comprende gli aspetti principali legati allo sviluppo di un'attività imprenditoriale. Generalmente viene redatto da coloro che vogliono avviare un'attività al fine di ottenere finanziamenti oppure, nel caso di business già avviati, viene predisposto periodicamente dal management per allocare le risorse disponibili e focalizzarsi sugli sviluppi futuri del proprio business. Tra gli elementi più importanti di un business plan troviamo i piani per ciascuno di questi elementi: piano strategico, analisi interna e organizzativa, analisi esterna e mercato di riferimento, prodotto/servizio e scenario competitivo, piano di marketing e scelte commerciali, previsioni economiche e finanziarie. Il Business Model Canvas, invece, è un modello strategico usato per la creazione e lo sviluppo di business model. In concreto, è un template visuale che mostra l'infrastruttura, i prodotti, i clienti, i fornitori ed altri elementi che contraddistinguono una impresa, offrendo una visione d'insieme. Può rappresentare un primo passo per definire gli elementi principali del vostro modello di business, che verranno in seguito approfonditi in un business plan.



Contesto normativo nazionale

Nel contesto normativo italiano, non esistono requisiti giuridici specifici che obblighino le PMI a redigere un business plan. Tuttavia, diversi riferimenti normativi possono indirizzare le imprese verso la predisposizione di tale documento. La Legge 124/2017, che riguarda le disposizioni in materia di trasparenza e di pubblicità degli aiuti di Stato, sottolinea l'importanza di una pianificazione strategica per accedere a finanziamenti pubblici. Inoltre, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) incoraggia le PMI a sviluppare business plan per poter partecipare a progetti di innovazione e digitalizzazione, evidenziando l'importanza di una pianificazione strategica nella gestione aziendale. Infine, i programmi di finanziamento a sostegno delle PMI, come il Fondo Nazionale Innovazione, richiedono generalmente un

business plan dettagliato per valutare la fattibilità e il potenziale delle iniziative proposte.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, non sono imposte leggi specifiche che obblighino le PMI a redigere un business plan, ma esistono indicazioni che promuovono l'importanza della pianificazione strategica. La Raccomandazione della Commissione Europea 2003/361/CE evidenzia come un business plan ben strutturato possa favorire la competitività e la sostenibilità delle PMI, sottolineando che la pianificazione è fondamentale per l'accesso ai finanziamenti e per l'attuazione di strategie di crescita. Inoltre, i fondi europei, come il Fondo Europeo per gli Investimenti e le iniziative di supporto alle PMI, incoraggiano la presentazione di business plan come condizione per l'assegnazione di risorse finanziarie. Questi orientamenti mirano a creare un ambiente favorevole all'innovazione e alla crescita delle PMI, sottolineando l'importanza di un piano ben definito nella gestione delle attività imprenditoriali.



Impatto ambientale

Redigere un business plan comporta una serie di impatti ambientali significativi per una PMI. In primo luogo, il processo di pianificazione incoraggia l'adozione di pratiche più sostenibili, poiché consente di valutare e integrare obiettivi ecologici nella strategia aziendale. Questo porta a una maggiore consapevolezza riguardo all'efficienza energetica e alla riduzione dei rifiuti, favorendo l'implementazione di tecnologie green. Tuttavia, se non vengono considerati aspetti ambientali, il business plan può risultare controproducente, spingendo l'azienda verso pratiche che aumentano l'impatto ecologico.



Impatto economico

La redazione di un business plan ha impatti economici significativi per una PMI, sia positivi che negativi. In primo luogo, un business plan ben strutturato facilita l'accesso a finanziamenti esterni, aumentando le possibilità di ottenere investimenti e crediti. Inoltre, consente di definire chiaramente gli obiettivi economici e le strategie operative, riducendo il rischio di fluttuazioni impreviste e migliorando la gestione delle risorse. Tuttavia, il processo di redazione può comportare costi iniziali e un impegno di tempo che potrebbero influenzare temporaneamente la liquidità dell'azienda. D'altra parte, un business plan efficace aiuta a identificare opportunità di mercato e a stabilire metriche di performance, favorendo decisioni informate che possono portare a una crescita sostenibile. In sintesi, la redazione di un business plan non solo migliora la stabilità economica della PMI, ma ne amplifica anche il potenziale di successo a lungo termine.



Impatto sociale

La redazione di un business plan ha impatti sociali rilevanti per una PMI, sia positivi che negativi. In primo luogo, un piano ben definito contribuisce a creare una visione condivisa tra i membri del team, facilitando l'allineamento degli obiettivi e promuovendo un ambiente di lavoro coeso. Questo processo incoraggia la partecipazione e il coinvolgimento dei dipendenti, aumentando la loro motivazione e soddisfazione lavorativa. Inoltre, un business plan che considera le esigenze della comunità e degli stakeholder esterni può migliorare le relazioni aziendali e rafforzare la reputazione dell'impresa. Tuttavia, se il piano non tiene conto delle preoccupazioni sociali, può portare a conflitti con la comunità e a una percezione negativa dell'azienda. In sintesi, un business plan ben strutturato non solo migliora le dinamiche interne, ma promuove anche relazioni più solide e responsabili con il contesto sociale circostante.



Azioni di miglioramento

Un business plan ben redatto rappresenta un prezioso strumento strategico e finanziario per la vostra PMI. È fondamentale considerare che questo documento non deve essere visto come un traguardo finale, ma piuttosto come un elemento dinamico da rivedere regolarmente. Per garantire che il business plan rimanga attuale e in linea con le evoluzioni del mercato, si consiglia di implementare una serie di azioni concrete. Innanzitutto, pianificare revisioni trimestrali per analizzare i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi stabiliti, permettendo di identificare eventuali aree di miglioramento. In secondo luogo, raccogliere feedback dai dipendenti e dagli stakeholder per comprendere le loro percezioni e suggerimenti, garantendo che il piano rifletta le esigenze reali dell'azienda e del mercato. È inoltre utile monitorare le tendenze di settore e i cambiamenti normativi, in modo da adattare il business plan alle nuove sfide e opportunità. Infine, considerare l'adozione di strumenti digitali per il monitoraggio delle performance e l'analisi dei dati, facilitando l'aggiornamento continuo delle strategie. Seguendo queste indicazioni, il business plan diventerà un documento vivo, capace di guidare l'azienda verso il successo.

CRITERIO SODDISFATTO #8.11.3

L'azienda ha identificato i principali rischi legati alla propria attività e ha sviluppato piani d'azione per una gestione appropriata.

 ISO 31000  SDG 8  OECD 11  OECD 12  OECD 13  WEF - 4P - P1-5  EU ESRS - GOV-2

 EU LSME- ESRS - GOV-2  IFRS S1 Requisiti generali per l'informativa finanziaria sulla sostenibilità - 28 i 29

 IFRS S1 Requisiti generali per l'informativa finanziaria sulla sostenibilità - 43 i 44

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il risk management viene definito come quell'insieme di azioni intraprese dalle aziende nel tentativo di alterare e controllare il livello di rischio associato alle linee di business e, in generale, all'impresa nel suo complesso. Gli obiettivi sono l'identificazione dei rischi associati a determinate scelte strategiche e operative dell'impresa e l'assunzione di decisioni sulle modalità attraverso cui trattare tali rischi. È importante considerare ed analizzare tutte le tipologie di rischio, in modo da stabilire un piano di gestione e risoluzione dei rischi più importanti. Per misurare il rischio occorre considerare sia la gravità dell'eventuale danno associato (D) che la probabilità di accadimento (P), secondo la seguente formula: $R = D \times P$.



Contesto normativo nazionale

Nel contesto normativo italiano non esiste una legge specifica che obblighi una società a redigere dei piani d'azione legati ai rischi o un sistema di risk management completo, vi sono però una serie di normative che incentivano indirettamente le società a dotarsi di sistemi di sicurezza. Tra queste ci sono: il D.Lgs. 81/2008, ossia il testo unico sulla sicurezza sul lavoro, offre incentivi per le aziende che adottano pratiche avanzate di sicurezza; Il Codice Civile (Articoli 2381 e 2392) affronta il tema dei sistemi di controllo interno e d'implementazione di pratiche di gestione del rischio circa i capitali; il D.Lgs. 231/2001 stabilisce la responsabilità amministrativa delle persone giuridiche e richiede che le aziende implementino modelli di organizzazione e gestione che includano processi di identificazione e gestione dei rischi.



Contesto normativo europeo

Non sono contemplate attualmente nel contesto normativo europeo leggi specifiche che obblighino le PMI ad adottare strategie per adottare il risk management. Tuttavia esistono nell'apparato normativo europeo regolamentazioni che utili per le piccole-medie imprese per costruire un risk management. Ad esempio: le direttive europee 2006/43/CE e la più recente direttiva CSRD presentano incentivi per le società che adottano sistemi di gestione del rischio. La prima facilita l'ingresso nei mercati finanziari, la seconda è legata alla sostenibilità e ai criteri ESG. Altre normative rilevanti per il risk management sono il Regolamento (UE) 2017/2402 e il Regolamento (UE) 2016/679. Il Regolamento (UE) 2017/2402: stabilisce un quadro per la cartolarizzazione e la gestione del rischio associato, richiedendo alle istituzioni finanziarie di implementare pratiche adeguate di gestione del rischio. Mentre il Regolamento (UE) 2016/679 affronta il tema della sicurezza dei dati personali e i rischi legati alla privacy mentre la Strategia dell'UE per il rischio informativo affronta il tema della sicurezza dei dati informatici.



Impatto ambientale

Sviluppare piani d'azione per il risk management può avere significativi impatti ambientali, sia positivi che negativi, per una PMI. Inizialmente, una pianificazione accurata consente di identificare e mitigare rischi legati a pratiche non sostenibili, riducendo così l'impatto ambientale dell'azienda. Ad esempio, una gestione oculata dei fornitori può portare a scelte più ecologiche e responsabili, contribuendo a una riduzione dell'uso di risorse e degli sprechi. Tuttavia, l'implementazione di piani di risk management può anche comportare costi

ambientali, come l'uso di materiali non riciclabili in campagne di branding, o l'energia consumata per attività di monitoraggio e valutazione dei rischi. In questo contesto, è essenziale che la PMI integri considerazioni ambientali nelle sue strategie di gestione dei rischi, per favorire un approccio sostenibile che minimizzi l'impatto negativo sul pianeta e ottimizzi le risorse disponibili.



Impatto economico

Le PMI che identificano i propri rischi vedono ridurre la probabilità di subire danni economici che per un'impresa di piccola entità possono essere decisivi. Con un efficace risk management l'azienda si tutela non solo in misura difensiva ma può avere accesso a tutta una serie di incentivi e mercati preclusi alle aziende esposte ai rischi. Il calcolo adeguato di un rischio permette di agire per tempo tramutando una possibile perdita persino in un guadagno agendo tempestivamente sul mercato. Infine, le PMI che hanno una buona gestione dei rischi potenziali posso ottenere un profitto fino al 30% più alto rispetto alle piccole e medie imprese che non fanno altrettanto, secondo lo studio elaborato dal Consorzio universitario non profit del Politecnico di Milano (Cineas) in collaborazione con l'Area Studi Mediobanca. Questa conclusione si è rivelata particolarmente rilevante se i rischi riguardano ambiti quali la reputazione, la sicurezza informatica e i brevetti.



Impatto sociale

Sviluppare piani d'azione per il risk management può influenzare significativamente gli impatti sociali di una PMI, sia positivi che negativi. Da un lato, una gestione efficace dei rischi contribuisce a costruire fiducia tra i clienti e la comunità, poiché dimostra un impegno per la sostenibilità e la responsabilità sociale. Un'azienda che gestisce prontamente i rischi in modo adeguato potrebbe non solo limitare le difficoltà operative, ma anche evitare di compromettere il benessere dei propri dipendenti e della comunità locali. D'altra parte, se i piani non vengono comunicati in modo chiaro o se non tengono conto delle preoccupazioni sociali, potrebbero sorgere malintesi o conflitti con le parti interessate, danneggiando la reputazione dell'azienda. In aggiunta, il coinvolgimento delle comunità locali nel processo di risk management può creare opportunità di collaborazione e sviluppo, mentre un approccio isolato potrebbe alienare i gruppi locali. Pertanto, è cruciale che la PMI integri le considerazioni sociali nella sua strategia di gestione dei rischi per massimizzare i benefici e ridurre i potenziali conflitti.



Azioni di miglioramento

Implementare un sistema di risk management consente all'impresa di ridurre significativamente l'esposizione ai rischi, contribuendo a creare un ambiente operativo più sicuro e stabile. È fondamentale monitorare periodicamente il proprio piano di gestione dei rischi per identificare eventuali nuove minacce e valutare se i rischi in altre aree siano diminuiti. Questo processo di revisione deve essere sistematico e può includere audit regolari, analisi di performance e feedback del personale. In aggiunta, è opportuno coinvolgere tutte le parti interessate, dalle risorse umane alla direzione, per garantire una visione olistica e una comunicazione efficace. La raccolta di dati e informazioni provenienti da varie fonti, come report di settore e analisi di mercato, può fornire spunti preziosi per affinare le strategie di risk management. Infine, considerare l'implementazione di tecnologie avanzate, come l'intelligenza artificiale e i sistemi di machine learning, può aiutare a migliorare la rilevazione dei rischi e a prevedere tendenze future. Questo approccio proattivo non solo riduce i rischi, ma promuove anche una cultura della sicurezza e della responsabilità all'interno dell'organizzazione.

CRITERIO SODDISFATTO #8.6.4

L'azienda effettua analisi o ricerche di mercato ogni anno e utilizza i dati raccolti per supportare le decisioni.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Con analisi o ricerca di mercato, in questa domanda si fa riferimento ad ogni tipo di iniziativa strutturata per la raccolta e successiva analisi dei dati relativi alle dinamiche di mercato e di settore, alla concorrenza, alle caratteristiche e necessità dei propri clienti, e ai rischi di mercato. L'obiettivo di tali ricerche può riguardare il miglioramento dei propri prodotti/servizi, l'introduzione di nuovi prodotti/servizi, oppure lo sviluppo o miglioramento della strategia o del marketing.



Contest normativo nazionale

Nel contesto italiano, non esistono leggi specifiche che obblighino le PMI a effettuare analisi di mercato. Tuttavia, l'importanza di tali analisi è implicitamente riconosciuta in diverse normative e linee guida che regolano l'attività imprenditoriale. Ad esempio, il Codice Civile italiano, all'articolo 2195, evidenzia che l'imprenditore deve mantenere una certa diligenza nelle proprie attività economiche, il che implica la necessità di comprendere il mercato di riferimento. Inoltre, il Decreto Legislativo 81/2008 sulla salute e sicurezza sul lavoro sottolinea l'importanza di una gestione responsabile delle risorse, che si estende anche alla comprensione delle dinamiche di mercato per garantire la sostenibilità economica. Anche il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) offre supporto alle PMI per migliorare la loro competitività, suggerendo l'analisi di mercato come strumento strategico. Infine, il Piano di Sviluppo Rurale (PSR) evidenzia l'importanza delle analisi di mercato per le aziende agricole, indicando che la conoscenza del mercato è fondamentale per il successo imprenditoriale.



Contest normativo europeo

A livello europeo, l'importanza delle analisi di mercato per le PMI è sostenuta da varie direttive e regolamenti, sebbene non vi siano obblighi diretti specifici. La Direttiva 2019/1024/UE, promuove un approccio più strategico alla gestione delle informazioni di mercato, incentivando le aziende a valutare le esigenze del mercato per ottimizzare l'acquisto di beni e servizi. Inoltre, il Regolamento (UE) n. 1303/2013, relativo ai fondi strutturali e d'investimento europei, sottolinea l'importanza della pianificazione strategica per l'utilizzo efficace delle risorse. Le PMI che cercano di accedere ai fondi europei devono dimostrare una comprensione del mercato e delle proprie opportunità. La Commissione Europea promuove anche iniziative come il programma ""Horizon Europe"", che richiede ai partecipanti di condurre analisi di mercato per garantire l'innovazione e la competitività. In sintesi, pur non esistendo obblighi specifici, è evidente che l'analisi di mercato è un elemento chiave per la crescita e la sostenibilità delle PMI in Europa.



Impatto ambientale

L'effettuazione di indagini di mercato da parte di una PMI può avere impatti ambientali rilevanti, sia positivi che negativi. Quando vengono condotte, queste indagini aiutano l'azienda a comprendere meglio le preferenze dei consumatori in merito a pratiche sostenibili, come l'uso di materiali ecologici o la riduzione dell'impatto ambientale nei processi produttivi. Adottare queste informazioni consente all'azienda anche di ridurre il proprio impatto ecologico complessivo, contribuendo positivamente all'ambiente. D'altra parte, l'assenza di indagini di mercato può comportare il rischio di non intercettare le crescenti aspettative dei consumatori sulla sostenibilità, portando l'azienda a proseguire con pratiche dannose per l'ambiente. Inoltre, l'ignoranza riguardo alle migliori pratiche ambientali può provocare inefficienze nella gestione delle risorse, con conseguenti sprechi e aumenti dei costi operativi.



Impatto economico

Le indagini di mercato rivestono un ruolo centrale per il successo economico di una PMI, offrendo vantaggi su più livelli. In primo luogo, consentono di ottenere una comprensione dettagliata delle preferenze dei consumatori, guidando la progettazione di prodotti e servizi capaci di soddisfare al meglio la domanda esistente, con un conseguente aumento delle vendite e della fidelizzazione. Queste analisi rappresentano un elemento chiave per scoprire nuovi mercati o nicchie di valore, ampliando le fonti di reddito e rafforzando la competitività dell'impresa. Inoltre, grazie alla conoscenza dei dati di mercato, l'azienda può ottimizzare la propria struttura operativa, riducendo sprechi e migliorando l'utilizzo delle risorse, con un impatto positivo sui costi. Non effettuare indagini di mercato, invece, espone l'azienda al rischio di decisioni errate, come investimenti in iniziative non profitevoli o l'introduzione di prodotti non allineati alle reali esigenze del mercato, causando perdite economiche e compromettere la sostenibilità dell'impresa. In ultima analisi, le indagini di mercato sono uno strumento essenziale per garantire la crescita economica e la solidità finanziaria di una PMI, adattandola alle mutevoli dinamiche del contesto economico globale.



Impatto sociale

Lo svolgimento di indagini di mercato da parte di una PMI ha un impatto sociale rilevante, che può risultare in effetti positivi per l'azienda e per la comunità. In primo luogo, queste indagini consentono all'impresa di identificare e comprendere le esigenze e le aspettative della comunità locale, aiutando a sviluppare prodotti e servizi che rispondano concretamente ai bisogni delle persone. Questo contribuisce a migliorare la soddisfazione dei clienti e a rafforzare la fiducia del pubblico, creando un legame più stretto tra l'azienda e la sua clientela. Inoltre, le indagini di mercato possono mettere in evidenza problematiche sociali come le disuguaglianze economiche o le preferenze culturali, offrendo all'azienda l'opportunità di adottare pratiche più inclusive e sostenibili, promuovendo l'uguaglianza e l'accesso ai propri prodotti o servizi. D'altro canto, se una PMI non effettua indagini di mercato, potrebbe verificarsi un disallineamento tra l'azienda e le aspettative della comunità, con il rischio di generare malcontento e danneggiare la reputazione aziendale. Infine, una PMI che investe nella comprensione del contesto sociale non solo migliora la propria offerta, ma contribuisce anche a stimolare l'occupazione locale, creando nuovi posti di lavoro e rafforzando l'economia della regione. In questo modo, l'azienda non solo beneficia di un mercato più allineato alle esigenze locali, ma diventa anche un motore di sviluppo per la propria comunità.



Azioni di miglioramento

Effettuare analisi di mercato regolari è fondamentale per individuare rischi e opportunità, consentendo alle PMI di ottimizzare le proprie strategie e rispondere in modo tempestivo alle dinamiche del mercato. È essenziale monitorare costantemente i cambiamenti delle preferenze dei consumatori, le tendenze del settore e le evoluzioni normative, in particolare nei settori più dinamici dove la rapidità dei cambiamenti può influenzare significativamente le performance aziendali. L'analisi di mercato non solo fornisce una panoramica delle esigenze attuali, ma consente anche di anticipare le evoluzioni future, contribuendo così a una pianificazione strategica più efficace. Inoltre, condividere i risultati delle analisi con i team interni favorisce una cultura aziendale più informata e proattiva. È consigliabile rivedere regolarmente le metodologie utilizzate, adattandole alle nuove tecnologie e strumenti disponibili per garantire che l'analisi rimanga pertinente e utile.

CRITERIO SODDISFATTO #8.9.3

State investendo più del 2% del fatturato annuale dell'azienda in ricerca e sviluppo, superando la media italiana.

TFEU EU 2020 Agenda SDG 9 Impresa 4.0 GRI 201-1 SDG 9.5 WEF - 4P - P4-2

EU ESRS - E1-8 EU LSME- ESRS - SBM-3

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un'azienda che investe in ricerca e sviluppo, che mette in atto un processo di trasformazione chiamato innovazione, che comunica all'esterno l'impegno costante di specializzazione dei suoi lavoratori, è un'azienda vincente. Ricordiamo che con il termine Ricerca e Sviluppo, si fa riferimento a quella parte di un'impresa industriale che viene dedicata allo studio di innovazione tecnologica da utilizzare per migliorare i propri prodotti, crearne di nuovi, o migliorare i processi di produzione. Gli investimenti in ricerca, sviluppo e innovazione sono la linfa vitale di un'azienda, consentendone l'innovazione e la competitività di lungo periodo.



Contesto normativo nazionale

Per sostenere e favorire lo sviluppo delle PMI, il Ministero dello Sviluppo Economico ha istituito un'agevolazione fiscale - Credito d'imposta per investimenti in R&S - rivolta alle imprese di qualsiasi dimensione, di qualsiasi forma giuridica e di qualsiasi settore. Il beneficio consiste nel credito d'imposta fino al 50% su spese incrementali in Ricerca e Sviluppo. Sono agevolabili tutte le spese relative a ricerca fondamentale, ricerca industriale e sviluppo sperimentale: costi per personale altamente qualificato e tecnico, contratti di ricerca con università, enti di ricerca, imprese, start up e PMI innovative, quote di ammortamento di strumenti e attrezzature di laboratorio,

competenze tecniche e private industriali. La misura è applicabile per le spese in Ricerca e Sviluppo che saranno sostenute nel periodo 2017-2020. Per maggiori informazioni, consultare il sito <http://www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/incentivi/impresa/credito-d-imposta-r-s>



Contesto normativo europeo

L'Unione Europea sostiene l'innovazione, in particolare quella delle PMI, a cui riconosce un elevato potenziale di trasformazione dell'economia. Secondo l'ultimo report annuale sulle PMI, sono il 49,5% le imprese che hanno intrapreso delle attività di innovazione nel periodo 2014-2016. La Strategia 2020 dell'Unione Europea aveva fissato come obiettivo il raggiungimento del 3% di spesa in Ricerca e Sviluppo sul totale del PIL Europeo.



Impatto sociale

Gli investimenti nella ricerca e nello sviluppo sono anche fondamentali per sostenere la crescita economica di un Paese. A ricordarselo è l'Unione Europea, secondo cui investire il 3% del PIL dell'UE per la ricerca e l'innovazione entro il 2020 avrebbe generato 3,7 milioni di posti di lavoro e fatto crescere il PIL annuale, fino a toccare gli 800 miliardi di euro, entro il 2025.

CRITERIO SODDISFATTO #8.16.4

La vostra azienda ha predisposto un sistema di monitoraggio e controllo di natura finanziaria, pur non essendo obbligata per legge o essendo il tema non rilevante data la natura della vostra impresa. La vostra azienda è quindi in grado di segnalare tempestivamente il proprio stato di insolvenza.



2019/1023/EU



D. Lgs. 14/2019

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

A fronte dell'introduzione della nuova normativa che regola la Crisi d'Impresa, per le aziende che superano i limiti previsti (4M di attivo, 4M di fatturato e più di 20 dipendenti per due esercizi consecutivi) è emersa la necessità di adeguarsi ai nuovi obblighi di legge. In particolare è richiesto alle aziende la predisposizione di un sistema di monitoraggio e controllo di natura finanziaria, in grado di segnalare tempestivamente il proprio stato di insolvenza.



Contesto normativo nazionale

Il D.lgs. n. 14 del 12 gennaio 2019 introduce nell'Ordinamento il nuovo Codice della Crisi d'impresa e dell'insolvenza (abbreviato "CCLI"), che, in considerazione della modifica apportata all'art. 389 dello stesso dall'art. 5 del recentissimo D.L. 23 dell'8 aprile 2020 ("Decreto Liquidità"), entrerà in vigore il 1 settembre 2021 e sostituirà integralmente la vigente Legge Fallimentare (Regio Decreto 267/42).



Contesto normativo europeo

A livello Europeo, la nuova direttiva 2019/1023 garantisce procedure uniformi, tra i Paesi aderenti all'Unione Europea, in materia di ristrutturazione preventiva, insolvenza ed esdebitazione. L'obiettivo del provvedimento è dare la possibilità, alle imprese e agli imprenditori sani che sono in difficoltà finanziarie, di ristrutturarsi in una fase precoce ed evitare l'insolvenza, diffondendo la cultura della "seconda possibilità".



Impatto economico

Il Codice della Crisi d'impresa e dell'insolvenza (che consta di 391 articoli) è finalizzato ad aumentare l'efficacia delle procedure di ristrutturazione preventiva dell'impresa che versi in stato di crisi, definita come lo «estate di squilibrio economico-finanziario che rende probabile l'insolvenza del debitore, e che per le imprese si manifesta come inadeguatezza dei flussi di cassa prospettici a far fronte regolarmente alle obbligazioni pianificate».



Azioni di miglioramento

Per impostare una corretta gestione finanziaria, si consiglia di implementare in azienda le seguenti attività: - Redazione del Budget di Cassa - Monitoraggio dei flussi di cassa actual su budget - Implementazione dei principali indicatori della crisi di impresa nel Reporting Finanziario.

CRITERIO SODDISFATTO #8.21.2

L'azienda effettua sempre il pagamento delle fatture in tempo.



EU ESRS - G1-6

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il pagamento puntuale delle fatture rappresenta una pratica fondamentale per qualsiasi PMI che voglia costruire relazioni commerciali solide e affidabili. Rispettare le scadenze dimostra serietà e professionalità, qualità indispensabili per instaurare rapporti di fiducia con i fornitori e mantenere una buona reputazione. Una PMI che adotta questa pratica risulta più credibile agli occhi dei suoi partner commerciali, aumentando la possibilità di ottenere condizioni più favorevoli, come sconti o termini di pagamento agevolati, grazie alla fiducia instaurata. Tale comportamento inoltre può contribuire a migliorare la posizione finanziaria complessiva dell'azienda, poiché riduce il rischio di penali per ritardi, garantendo una gestione più stabile del flusso di cassa. Un buon rapporto con i fornitori e una reputazione affidabile possono infine agevolare la crescita della PMI e consolidarne il posizionamento competitivo nel lungo termine.



Contesto normativo nazionale

In Italia, il rispetto delle scadenze di pagamento è incentivato dal Codice Civile, che stabilisce l'obbligo di rispettare i termini pattuiti nei contratti, pena l'applicazione di interessi di mora. In aggiunta, il Decreto Legislativo n. 231/2002, aggiornato più volte negli anni, regola il ritardo nei pagamenti nelle transazioni commerciali, imponendo un termine massimo di 30 giorni per i pagamenti tra imprese, salvo accordi differenti. Questa normativa prevede inoltre che, superati i termini, vengano applicati interessi di mora automaticamente, contribuendo a sensibilizzare le PMI all'importanza di una gestione accurata delle scadenze. Anche il Codice della Crisi d'Impresa e dell'Insolvenza (D.Lgs. 14/2019) prevede strumenti di controllo per monitorare la salute finanziaria delle imprese, incentivando le PMI a mantenere una gestione regolare dei pagamenti per evitare situazioni di insolvenza. Altri riferimenti utili includono l'obbligo per le PMI di adottare modelli di organizzazione e gestione idonei a prevenire ritardi, previsto dal Decreto Legislativo 231/2001, che incentiva una corretta pianificazione dei flussi di cassa.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, la Direttiva 2011/7/UE contro i ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali mira a rafforzare la puntualità nei pagamenti. Questa direttiva impone che i pagamenti tra imprese e tra imprese e pubbliche amministrazioni siano completati entro 60 giorni, o entro 30 per le PA, e introduce un tasso di interesse per i ritardi applicabile automaticamente. La normativa fornisce alle PMI strumenti per migliorare la propria liquidità, stabilendo che le condizioni di pagamento e gli interessi di mora debbano essere chiaramente indicati nei contratti, facilitando una gestione finanziaria più precisa. Inoltre, il Regolamento (UE) 2020/852 relativo alla finanza sostenibile incoraggia le PMI a migliorare la gestione delle proprie risorse finanziarie, compresi i flussi di pagamento, per rispettare standard di

sostenibilità e responsabilità. Infine, anche il programma COSME dell'UE promuove una gestione efficiente dei pagamenti tra PMI, supportando pratiche che favoriscono la puntualità nelle transazioni commerciali per rafforzare la stabilità del tessuto economico europeo.



Impatto ambientale

Pagare le fatture in tempo ha impatti ambientali positivi significativi per una PMI, favorendo una gestione più sostenibile delle risorse sia per l'azienda stessa che per i suoi fornitori. In primo luogo, rispettare le scadenze di pagamento consente ai fornitori di pianificare con maggiore precisione le loro attività, offrendo loro la certezza di poter investire in tecnologie ecologiche e pratiche sostenibili senza dover temere interruzioni nei flussi di cassa. Questi fornitori, infatti, possono destinare risorse a processi produttivi a basso impatto ambientale, come l'adozione di tecnologie per l'efficienza energetica, riducendo così sprechi e consumi. Inoltre, una PMI che onora puntualmente i propri impegni finanziari costruisce una reputazione di affidabilità, che attrae fornitori e partner commerciali con valori simili in termini di responsabilità ambientale. Questo crea una rete di collaborazione tra le imprese, dove il focus condiviso su pratiche sostenibili si traduce in un impatto positivo collettivo. Le aziende coinvolte in questo tipo di rete sono più inclini a implementare soluzioni ecologiche, contribuendo a un ambiente commerciale che promuove la sostenibilità. Infine, la puntualità nei pagamenti può ridurre la necessità di ricorrere a soluzioni finanziarie urgenti o costose, come l'uso di trasporti rapidi per materiali, che comportano generalmente un maggiore impatto ambientale, sia in termini di risorse utilizzate che di emissioni. In questo modo, una gestione responsabile dei pagamenti non solo favorisce pratiche ecologiche nella catena di fornitura, ma contribuisce anche a ridurre l'impronta ecologica complessiva dell'azienda.



Impatto economico

Effettuare i pagamenti delle fatture in tempo genera impatti economici significativi per una PMI, creando un ciclo virtuoso di stabilità e crescita. Innanzitutto, rispettare le scadenze dei pagamenti contribuisce a mantenere buone relazioni con i fornitori, che a loro volta sono più propensi a offrire condizioni vantaggiose, come sconti o termini di pagamento più flessibili. Questo può portare a risparmi significativi, migliorando il margine di profitto dell'azienda. Inoltre, una gestione oculata dei pagamenti favorisce una solida reputazione aziendale, aumentando la fiducia nel mercato e facilitando l'accesso a finanziamenti e crediti. Le PMI che pagano puntualmente tendono anche a ridurre il rischio di penali e costi aggiuntivi, ottimizzando ulteriormente la gestione delle risorse finanziarie. A lungo termine, questo approccio crea un ambiente favorevole per investimenti strategici, poiché le aziende possono allocare risorse in modo più efficiente per progetti di crescita. In sintesi, pagare le fatture in tempo non solo migliora la salute finanziaria dell'azienda, ma promuove anche un ecosistema economico più stabile e competitivo.



Impatto sociale

Pagare le fatture in tempo consente a una PMI di generare impatti sociali positivi, sia per sé stessa che per i suoi partner commerciali e la comunità. Innanzitutto, una gestione tempestiva dei pagamenti crea fiducia e solidità nei rapporti con i fornitori, rafforzando le relazioni commerciali e favorendo una cooperazione più proficua. Questo impegno verso la puntualità permette ai fornitori di pianificare le proprie operazioni in modo più efficace, garantendo così la stabilità occupazionale e riducendo il rischio di licenziamenti. Anche i dipendenti della PMI beneficiano di un ambiente lavorativo più sano e motivante, poiché una buona gestione delle finanze aziendali contribuisce a un clima di sicurezza e responsabilità. La reputazione dell'azienda migliora, rendendola più attrattiva per talenti qualificati e creando opportunità di networking. A livello comunitario, un'azienda che rispetta i tempi di pagamento sostiene l'economia locale, permettendo ai fornitori di investire e crescere, contribuendo così a un tessuto sociale più forte e resiliente. In sintesi, pagare le fatture puntualmente non solo favorisce una cultura di responsabilità, ma genera un impatto sociale positivo che si riflette nel benessere collettivo.



Azioni di miglioramento

Per una PMI che desidera mantenere buone pratiche nel pagamento delle fatture, è essenziale continuare a garantire la puntualità nei pagamenti, così da preservare la fiducia dei fornitori. Un sistema di monitoraggio automatizzato delle scadenze delle fatture può rivelarsi un alleato prezioso, consentendo di tenere traccia delle date di scadenza senza sforzi eccessivi. È opportuno mantenere canali di comunicazione aperti con i fornitori, facilitando così il dialogo in caso di eventuali imprevisti o richieste di chiarimento. La condivisione di informazioni tempestive riguardo ai pagamenti pianificati può rafforzare ulteriormente le relazioni commerciali, contribuendo a creare un clima di reciproca fiducia e rispetto. Inoltre, monitorare regolarmente il flusso di cassa e pianificare i pagamenti in base alle disponibilità

finanziarie aiuta a prevenire eventuali ritardi. È consigliabile anche stabilire procedure interne chiare per l'approvazione delle fatture, riducendo i tempi di attesa e garantendo che ogni pagamento venga effettuato secondo le scadenze concordate. Sostenere un impegno attivo nella gestione dei pagamenti e nell'ottimizzazione delle risorse finanziarie non solo migliora l'immagine aziendale, ma favorisce anche una gestione finanziaria più robusta e resiliente nel lungo termine. In questo modo, si contribuirà a costruire una reputazione positiva, rendendo la PMI più competitiva nel mercato e in grado di affrontare con maggiore serenità le sfide future.

CRITERIO SODDISFATTO #8.25.3

L'azienda ha effettuato un'analisi dei rischi fisici e climatici e ha intrapreso azioni di mitigazione.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La valutazione dei rischi fisici e climatici è un processo fondamentale per le aziende, che permette di identificare e analizzare le minacce derivanti da fattori ambientali e fisici che potrebbero influire negativamente sulle operazioni aziendali. Questo processo consente di capire le vulnerabilità legate a fenomeni come il cambiamento climatico, le condizioni meteorologiche estreme e le problematiche di sicurezza sul posto di lavoro. I rischi fisici riguardano principalmente le condizioni di lavoro che potrebbero compromettere la salute e la sicurezza dei dipendenti. Ad esempio, un ambiente di lavoro che espone i lavoratori a rumori elevati, vibrazioni, temperature estreme o a sostanze pericolose, può avere effetti dannosi sulla salute. In un'industria pesante, per esempio, i macchinari che emettono vibrazioni o rumori forti possono comportare danni all'udito o stress muscolare. La gestione di questi rischi implica spesso l'adozione di misure preventive, come l'uso di dispositivi di protezione individuale (DPI), o l'implementazione di tecnologie per ridurre l'esposizione. D'altra parte, i rischi climatici sono legati agli impatti diretti dei cambiamenti climatici, come ondate di calore, tempeste violente, inondazioni o siccità. Questi rischi possono danneggiare le infrastrutture aziendali, interrompere la produzione o compromettere la catena di approvvigionamento. Per esempio, in un'area soggetta a frequenti allagamenti, un'azienda potrebbe subire danni significativi alle strutture o alla produzione. Per affrontare tali rischi, è fondamentale che le aziende sviluppino soluzioni di resilienza, come l'adozione di tecnologie di protezione contro le inondazioni o l'utilizzo di energie rinnovabili per ridurre l'impatto ambientale. Una volta identificati i rischi, le aziende devono intraprendere interventi di mitigazione per ridurre o prevenire i potenziali danni. Questi interventi possono comprendere la ristrutturazione delle infrastrutture, migliorandone la resistenza agli eventi climatici estremi, o l'adozione di pratiche ecologiche per diminuire l'impatto ambientale. Ad esempio, installare pannelli solari o impianti di drenaggio per ridurre il rischio di allagamenti, sono strategie che migliorano non solo la sostenibilità ma anche la sicurezza operativa dell'azienda.



Contesto normativo nazionale

"Sebbene non ci siano leggi specifiche che obblighino le PMI a condurre un'analisi dei rischi climatici, esistono normative più generali che promuovono la sostenibilità e la responsabilità ambientale. La Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile, ad esempio, incoraggia tutte le aziende a integrare considerazioni ambientali nella loro pianificazione strategica. Inoltre, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) offre incentivi per le imprese che intraprendono azioni di mitigazione dei cambiamenti climatici. Le PMI possono anche essere influenzate dalla normativa europea, in quanto il rispetto delle direttive comunitarie sulle emissioni e sull'efficienza energetica si riflette sulla loro operatività. È importante sottolineare che l'implementazione di una gestione dei rischi climatici non solo risponde a obblighi normativi, ma rappresenta anche una scelta strategica per migliorare la competitività e la resilienza dell'azienda. Per questo motivo, le PMI sono incoraggiate a sviluppare un piano d'azione che consideri i rischi climatici come parte integrante della loro attività.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, la Direttiva sulla Rendicontazione di Sostenibilità delle Imprese (CSRD) richiede alle aziende, comprese le PMI, di divulgare informazioni relative ai rischi climatici e alle misure di mitigazione intraprese. Inoltre, il Green Deal europeo promuove un'economia sostenibile, sottolineando l'importanza della transizione ecologica per tutte le imprese. Le PMI che operano in settori vulnerabili ai cambiamenti climatici sono fortemente invitate a valutare i rischi specifici e a pianificare strategie di adattamento. Le normative europee incoraggiano anche l'adozione di pratiche di business sostenibili, premiando le aziende che dimostrano un impegno attivo nella riduzione delle emissioni di gas serra. In questo contesto, le PMI sono spinte a integrare l'analisi dei rischi climatici nelle loro operazioni quotidiane, non solo per rispettare i requisiti normativi, ma anche per migliorare la loro immagine aziendale e attrarre investimenti.



Impatto ambientale

Effettuare un'analisi degli impatti fisici e climatici e intraprendere iniziative di mitigazione non solo consente alla PMI di ridurre il proprio impatto ambientale, ma rappresenta anche una strategia fondamentale per migliorare la sostenibilità a lungo termine. Adottando misure di mitigazione, come l'implementazione di tecnologie più pulite, il ricorso a energie rinnovabili e l'ottimizzazione dei processi produttivi, l'azienda può contribuire in modo significativo alla riduzione delle emissioni di gas serra, abbattendo la propria impronta carbonica e migliorando la qualità dell'aria. Inoltre, pratiche sostenibili come il riciclo, la gestione efficiente delle risorse idriche e il miglioramento della gestione dei rifiuti possono favorire la salute degli ecosistemi locali, sostenendo la biodiversità e riducendo l'inquinamento. Oltre a questi benefici ambientali diretti, l'adozione di misure di mitigazione permette all'azienda di rafforzare la propria resilienza agli eventi climatici estremi, proteggendo le risorse naturali e le infrastrutture aziendali. Questo approccio non solo riduce il rischio di danni ambientali, ma migliora anche la gestione dei costi legati ai disastri naturali e alle fluttuazioni climatiche.



Impatto economico

Effettuare un'analisi degli impatti fisici e climatici, unita a iniziative di mitigazione, genera una serie di effetti economici rilevanti per le PMI. In primo luogo, l'identificazione dei rischi climatici consente alle aziende di pianificare investimenti mirati, migliorando l'efficienza delle operazioni e riducendo potenziali perdite future. L'adozione di misure di mitigazione, come l'uso di energie rinnovabili e l'efficienza energetica, può abbattere i costi operativi nel lungo termine, contribuendo così alla sostenibilità economica. Inoltre, le PMI che dimostrano un impegno attivo nella sostenibilità possono attrarre investimenti e migliorare la loro reputazione, facilitando l'accesso a finanziamenti e opportunità di mercato. Tuttavia, è fondamentale considerare che senza queste analisi e azioni, le aziende possono incorrere in costi imprevisti, perdite di produttività e rischi legali. In sintesi, l'integrazione di analisi e mitigazione non solo tutela le PMI dai rischi economici, ma rappresenta anche un'opportunità di crescita e innovazione.



Impatto sociale

Effettuare un'analisi degli impatti fisici e climatici e intraprendere iniziative di mitigazione può portare a significativi effetti sociali positivi per una PMI. Queste azioni dimostrano un impegno concreto verso la sostenibilità, migliorando la percezione dell'azienda nella comunità e tra i clienti, il che può tradursi in una maggiore fidelizzazione e supporto. Inoltre, coinvolgere i dipendenti in iniziative verdi può rafforzare il senso di appartenenza e motivazione, favorendo un ambiente di lavoro collaborativo e innovativo. Tuttavia, è essenziale anche considerare l'aspetto negativo: l'assenza di un adeguato piano di comunicazione può generare confusione o scetticismo tra i dipendenti e gli stakeholder. In definitiva, l'impegno nella sostenibilità non solo contribuisce a un futuro più sano, ma crea anche un legame più forte tra l'azienda e la comunità, promuovendo un cambiamento sociale positivo e inclusivo.



Azioni di miglioramento

Per mitigare i cambiamenti climatici, è fondamentale intraprendere una serie di azioni strategiche. Prima di tutto, si propone di sostituire gradualmente i combustibili fossili con fonti di energia rinnovabile e sostenibili, come l'energia solare, eolica e idroelettrica, per ridurre le emissioni di gas serra. È altrettanto importante pianificare e attuare progetti di riforestazione, mirati a catturare il carbonio atmosferico e combattere la deforestazione, contribuendo al ripristino degli habitat naturali. Investire in tecnologie e pratiche che migliorano l'efficienza energetica negli edifici, nei trasporti e nelle industrie è un ulteriore passo essenziale, in quanto non solo riduce la domanda complessiva di energia, ma può anche portare a significativi risparmi economici nel lungo termine. Inoltre, la protezione degli ecosistemi naturali, come foreste e zone umide, gioca un ruolo cruciale nel mantenere la biodiversità e garantire la stabilità ecologica. È fondamentale anche costruire edifici e infrastrutture resilienti, capaci di resistere a eventi climatici estremi come alluvioni, uragani e siccità, per ridurre i danni

economici e sociali. L'adozione di pratiche sostenibili nella gestione delle risorse idriche, come la raccolta dell'acqua piovana e la riduzione dello spreco idrico, garantirà un uso responsabile di questa risorsa preziosa. Infine, è consigliabile implementare reti di monitoraggio climatico per raccogliere dati accurati sulle variazioni climatiche. Questi dati possono migliorare la capacità di prevedere eventi estremi e informare le politiche di adattamento. È fondamentale monitorare l'efficacia delle azioni messe in atto e condividere i risultati ottenuti con gli stakeholder, garantendo così la trasparenza e promuovendo la responsabilità nelle strategie di mitigazione. È importante monitorare l'efficacia delle azioni messe in atto e condividere con gli stakeholder i risultati ottenuti.

CRITERIO SODDISFATTO #8.3.4

L'azienda ha mappato tutti i processi aziendali che vengono monitorati su base annuale, anche producendo dei KPI.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un processo aziendale consiste in un insieme di attività che, attraverso la gestione operativa delle funzioni aziendali, creano valore trasformando risorse in prodotti o servizi finali destinati a clienti interni o esterni. Per monitorare e controllare questi processi, le PMI possono avvalersi di indicatori chiave di prestazione (KPI), strumenti essenziali per misurare l'andamento delle attività aziendali. I KPI forniscono una visione chiara e quantificabile dei risultati ottenuti rispetto agli obiettivi stabiliti, consentendo alle PMI di identificare aree di inefficienza e opportunità di miglioramento. L'analisi dei KPI supporta decisioni strategiche più informate e tempestive, cruciali per la sostenibilità e la crescita dell'impresa. Inoltre, l'implementazione di processi ben definiti e misurabili incoraggia una cultura del miglioramento continuo, stimolando i dipendenti a contribuire attivamente al successo collettivo. Infine, la trasparenza e la comunicazione dei risultati raggiunti, monitorati tramite specifici KPI, facilitano l'allineamento interno all'azienda, garantendo che tutti lavorino verso obiettivi comuni e condivisi, un aspetto fondamentale per le PMI che spesso devono ottimizzare risorse limitate per massimizzare l'impatto sul mercato.



Contesto normativo nazionale

In Italia, non esistono leggi specifiche che impongano alle piccole e medie imprese di monitorare i propri processi aziendali attraverso indicatori chiave di prestazione (KPI). Tuttavia, ci sono normative e linee guida che incoraggiano le PMI a implementare pratiche di gestione e monitoraggio efficaci. Ad esempio: il Decreto Legislativo 231/2001 sulla responsabilità amministrativa degli enti prevede che le imprese adottino modelli di organizzazione e gestione, che possono includere la definizione di KPI per garantire il controllo e la trasparenza; il recente D.Lgs. 125/2024, che recepisce la CSRD, stabilisce obblighi di rendicontazione non finanziaria per le grandi aziende e le PMI quotate, sottolineando l'importanza della trasparenza nei processi aziendali. Anche il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) incoraggia le PMI a migliorare la propria digitalizzazione e sostenibilità, implicando la necessità di monitorare i risultati attraverso KPI appropriati. Pertanto, sebbene non ci siano obblighi specifici, l'adozione di KPI si allinea con le migliori pratiche di gestione e le aspettative normative in un contesto di crescente competitività e responsabilità aziendale.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, non esistono leggi specifiche che obblighino le piccole e medie imprese a monitorare i propri processi aziendali tramite indicatori chiave di prestazione (KPI). Tuttavia, ci sono normative e iniziative che incoraggiano l'adozione di pratiche di gestione e monitoraggio efficaci. Tra queste, la Direttiva 2022/2464/EU o CSRD impone alle grandi aziende e alle PMI quotate di fornire una rendicontazione non finanziaria, richiedendo informazioni relative a questioni ambientali, sociali e di governance: il che implica l'uso di KPI.

per misurare e comunicare le performance in questi ambiti. Inoltre, la strategia europea per un`economia circolare e il Green Deal europeo promuovono l`adozione di pratiche sostenibili, suggerendo l`importanza di monitorare i risultati attraverso KPI per valutare l`impatto ambientale. Le PMI che desiderano accedere a finanziamenti europei, come quelli del programma Horizon Europe, sono incoraggiate a implementare sistemi di monitoraggio e misurazione, incluso l`uso di indicatori per valutare i processi aziendali. In questo contesto, l`adozione di KPI diventa un elemento chiave per migliorare la competitività e allinearsi agli obiettivi di sostenibilità promossi a livello europeo.



Impatto ambientale

Il monitoraggio annuale e la mappatura dei processi aziendali attraverso KPI permettono a una PMI di comprendere e ridurre l`impatto ambientale, identificando e ottimizzando le aree ad alta intensità energetica o con eccessivo utilizzo di materiali. Questo controllo può diminuire l`emissione di rifiuti e inquinanti, migliorando l`uso efficiente delle risorse naturali e promuovendo pratiche sostenibili. Tuttavia, la frequenza annuale del monitoraggio può portare a una risposta tardiva a eventuali cambiamenti negativi, con possibili sprechi o inefficienze non rilevate tempestivamente. Nonostante l`investimento in strumenti di misurazione, i benefici indiretti derivanti da una ridotta impronta ecologica e da un miglioramento delle performance ambientali a lungo termine possono migliorare la reputazione aziendale e allineare l`impresa alle normative ambientali in evoluzione, creando un ciclo virtuoso di sostenibilità e competitività.



Impatto economico

Monitorare i processi aziendali annualmente e mappare le attività tramite KPI consente a una PMI di ottenere una gestione economica più efficace, con effetti diretti sui costi operativi. La riduzione degli sprechi e il miglioramento dell`efficienza permettono di contenere le spese e ottimizzare l`uso delle risorse. Questo approccio facilita anche una pianificazione finanziaria più accurata, riducendo i rischi legati a inefficienze o errori di previsione. Tuttavia, l`implementazione del monitoraggio e della mappatura comporta un investimento iniziale in tecnologie e formazione, che può risultare oneroso per le piccole imprese. Sul lungo termine, però, il ritorno in termini di stabilità economica, riduzione dei costi e aumento della competitività supera l`impegno iniziale, aiutando l`azienda a mantenere una posizione solida nel mercato.



Impatto sociale

Monitorare i processi aziendali su base annuale e integrarli con una mappatura dettagliata e KPI consente a una PMI di avere una visione più completa dell`impatto sociale delle proprie attività. Questo approccio favorisce una cultura di trasparenza e responsabilità, migliorando le relazioni con clienti e comunità locali che apprezzano l`impegno in una gestione consapevole. Inoltre, promuove un ambiente di lavoro dove i dipendenti si sentono più coinvolti e valorizzati, poiché partecipano a obiettivi misurabili e chiari. Questo metodo può anche ridurre tensioni sociali interne, grazie a un`organizzazione più efficiente e a una distribuzione chiara delle responsabilità. Tuttavia, l`impatto positivo dipende dalla costanza nel monitoraggio e dall`effettiva implementazione di miglioramenti: una mancata azione rischia di compromettere la credibilità sociale dell`impresa e di generare insoddisfazione o demotivazione tra i dipendenti.



Azioni di miglioramento

Monitorare gli indicatori chiave per valutare i propri processi aziendali con cadenza almeno annuale è utile per comprendere ed analizzare eventuali scostamenti rispetto gli obiettivi prefissati. Tuttavia, è necessario porre l`attenzione sul tipo di mercato in cui è inserita l`impresa in quanto, in settori più dinamici, potrebbe essere necessario aumentare la cadenza di tali attività e passare da un sistema puramente quantitativo ad uno misto quantitativo-qualitativo. Inoltre, una comunicazione trasparente degli obiettivi prefissati e dei risultati raggiunti è fondamentale per ottimizzare i processi aziendali, coinvolgendo anche i diversi stakeholder che ruotano intorno all`impresa.

CRITERIO SODDISFATTO #8.15.5

Negli ultimi tre anni, l`azienda ha effettuato investimenti per aumentare la brand awareness sia con azioni offline che con azioni online.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La brand awareness è un concetto fondamentale nel marketing ed è la riconoscibilità di un proprio prodotto e/o servizio da parte dei consumatori. Il suo obiettivo principale è rendere l'azienda o un suo prodotto/servizio immediatamente riconoscibile per i clienti. I vantaggi derivanti da una buona brand awareness vanno dall'aumento della fiducia dei consumatori fino al miglioramento generale della realtà aziendale. Sono vari gli strumenti in cui si può strutturare una campagna di brand awareness: utilizzando canali online come digital marketing, opzioni freemium, creazione di contenuti gratuiti, pubblicità online oppure utilizzando canali offline come gadget, sponsorizzazione di eventi, cartelloni pubblicitari, volantini, spot radiofonici o televisivi.



Contesto normativo nazionale

Pur non esistendo in Italia una normativa o una legge specificatamente legata alla brand awareness, esistono una serie di possibilità legali per coadiuvare un percorso di brand awareness da parte di una PMI. Ad esempio il Decreto Crescita (D.L. 34/2019) potrebbe essere utile per una PMI che intenda intraprendere iniziative online di brand awareness; il decreto infatti garantisce incentivi fiscali per le piccole-medie imprese circa attività di marketing effettuato sui social media. Anche il Piano Nazionale Impresa 4.0 offre agevolazioni per l'adozione di tecnologie digitali che potrebbero favorire l'implementazioni di nuove strategie di marketing online e di gestione dei social media. Per le iniziative offline, invece, è possibile usufruire di un supporto diretto delle Camere di Commercio per attività come eventi o fiere che aiutano a migliorare la visibilità dell'azienda. Infine, esiste il Credito d'Imposta per la pubblicità (Art. 57-bis del D.L. 50/2017) che prevede un credito d'impresa per le società che investono sia in campagne pubblicitarie che su mezzi offline (giornali, radio e TV). Queste normative non indicano come strutturare la brand awareness, ma possono essere strumenti utili per un primo approccio ad iniziative di marketing per la propria realtà.



Contesto normativo europeo

La normativa europea non prescrive come debba essere effettuata una brand awareness, tuttavia anche il Legislatore europeo offre delle possibilità in tal senso che possono essere sfruttate da una PMI. Uno strumento interessante che potrebbe essere utile per portare il proprio marchio in un contesto europeo è il COSME (Competitiveness of Enterprises and SMEs), un programma che punta a migliorare le performance di competitività delle PMI attraverso l'erogazione di finanziamenti per partecipare ad eventi offline europei (fiere internazionali ed eventi). Indirettamente, i Fondi Strutturali (SIE) possono essere incanalati dalle piccole imprese per la promozione di campagne marketing su piattaforme social: infatti, questo strumento è volto a favorire la digitalizzazione d'impresa attraverso finanziamenti. Infine, è utile citare l'Horizon Europe per il quadro strutturale (2021-2027): prevede infatti finanziamenti per la digitalizzazione, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione, un vantaggio per le PMI che vogliono intraprendere una brand awareness online ma necessitano di risorse e fondi.



Impatto ambientale

Investire in campagne di brand awareness, sia online che offline, comporta per un'azienda impatti ambientali complessi e significativi. Da un lato, le campagne online tendono ad avere un'impronta ecologica inferiore, poiché richiedono meno risorse fisiche e generano meno rifiuti rispetto alle campagne tradizionali, riducendo così l'impatto ambientale diretto. Tuttavia, l'uso di energia per alimentare server e dispositivi può contribuire all'emissione di carbonio, specialmente se l'energia proviene da fonti non rinnovabili. Dall'altro lato, le campagne offline, come volantini o eventi, possono avere un'impatto ambientale più evidente, sia attraverso il consumo di materiali cartacei che l'energia necessaria per organizzare eventi. Se non gestite in modo sostenibile, queste pratiche possono aumentare la produzione di rifiuti e l'uso di risorse naturali. Tuttavia, se una PMI adotta strategie sostenibili, come l'uso di materiali riciclati o pratiche di gestione dei rifiuti responsabili, può minimizzare gli effetti negativi e contribuire a una maggiore sensibilizzazione ambientale tra i consumatori, rendendo le sue campagne non solo efficaci dal punto di vista commerciale, ma anche rispettose dell'ambiente.



Impatto economico

Investire in campagne di brand awareness, sia online che offline, porta per un'azienda a diversi impatti economici che possono influenzare la sua crescita e sostenibilità. Da un lato, una maggiore visibilità del brand può tradursi in un incremento delle vendite, poiché i consumatori sono più propensi a scegliere marchi che conoscono e riconoscono. Questo aumento della domanda può migliorare i ricavi e facilitare nuovi investimenti nell'azienda. Tuttavia, i costi associati alla creazione e alla gestione di campagne di marketing possono essere significativi, specialmente per le PMI con budget limitati; pertanto, è cruciale valutare attentamente il ritorno sull'investimento. Inoltre, le campagne offline, come eventi e materiali stampati, comportano costi aggiuntivi legati alla produzione e alla logistica, che devono essere gestiti con attenzione. Indirettamente, una brand awareness consolidata può anche aprire porte a collaborazioni e opportunità di networking, potenzialmente riducendo i costi di acquisizione dei clienti nel lungo termine. Tuttavia, se le campagne non raggiungono il pubblico target in modo efficace, il rischio è di sprecare risorse senza ottenere benefici tangibili, evidenziando l'importanza di una pianificazione strategica nell'investire in queste attività.



Impatto sociale

Investire in campagne di brand awareness, sia online che offline, genera per l'azienda impatti sociali significativi che possono influenzare la comunità e le relazioni con i clienti. Da un lato, queste campagne possono migliorare la visibilità dell'azienda, facilitando connessioni più forti con i consumatori e creando un senso di appartenenza attorno al marchio. Attraverso eventi locali o attività interattive online, una PMI può coinvolgere direttamente la comunità, promuovendo valori come la sostenibilità e la responsabilità sociale, il che può rafforzare la reputazione del brand e migliorare la fedeltà dei clienti. Tuttavia, esiste anche il rischio di escludere segmenti di popolazione che non sono raggiunti efficacemente dalle campagne, il che potrebbe portare a percezioni negative e a una disconnessione con il mercato. Inoltre, se le campagne non riflettono autenticamente i valori dell'azienda, possono portare a una percezione negativa e a critiche da parte dei consumatori. Pertanto, è fondamentale che le PMI progettino campagne di brand awareness che siano inclusive e rappresentative, in modo da massimizzare i benefici sociali e costruire relazioni durature con la comunità.



Azioni di miglioramento

Nel caso in cui l'azienda ha implementato azioni di brand awareness sia online che offline è fondamentale monitorare i risultati di tutte le iniziative messe in atto per comprendere meglio in quale direzione dirigere i propri investimenti per incrementare la visibilità e riconoscenza del marchio. La creazione di un sistema di feedback integrato consente di raccogliere informazioni da sondaggi online e questionari cartacei durante eventi, garantendo una visione olistica delle percezioni del pubblico. È essenziale analizzare questi dati per identificare tendenze e aree di miglioramento, evitando al contempo il rischio di greenwashing attraverso comunicazioni trasparenti e supportate da evidenze concrete. La redazione di un report regolare che documenti le azioni intraprese e i risultati ottenuti contribuisce a costruire fiducia con gli stakeholder, mentre il monitoraggio delle metriche di successo consente di valutare l'efficacia delle campagne.



Ambiente

Il modulo analizza i diversi aspetti legati agli adempimenti ed ai potenziali impatti ambientali derivanti dall'attività dell'azienda (ad esclusione di rifiuti, energia e ciclo di vita di prodotti e/o servizi che vengono trattati in moduli appositi).

20/100

Categoria: E	Tematiche: 11	Domande: 16	Compliance: 309
--------------	---------------	-------------	-----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Europa	40/100
Italia	40/100
Classe	42/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

Il tuo punteggio nel tempo

16/06/2025 14:30:49	20/100
31/03/2025 16:48:38	20/100

10

CRITICITA` E RISCHI

2

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

3

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #3.1.1

L'azienda non ha adottato un sistema di gestione ambientale.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un sistema di gestione ambientale (SGA) rappresenta un fondamentale strumento per le piccole e medie imprese (PMI) che desiderano gestire i propri impatti sull'ambiente in modo strutturato ed efficiente. Questo sistema consente di sviluppare una politica ambientale che non solo assicura la conformità alle normative in vigore, ma guida anche l'azienda verso un miglioramento continuo delle sue performance ambientali. La politica ambientale, una volta definita, diventa il punto di riferimento per tutte le attività aziendali, delineando gli obiettivi di qualità ambientale da perseguire. Attraverso un sistema di gestione ambientale, le PMI possono adottare una visione più sostenibile delle proprie operazioni, tenendo conto degli impatti diretti e indiretti che le loro attività possono avere sull'ambiente. In questo modo, l'azienda è in grado di monitorare e migliorare costantemente i propri processi, identificando e riducendo gli sprechi, ottimizzando l'uso delle risorse e abbattendo le emissioni di sostanze inquinanti. Oltre a garantire il rispetto delle leggi ambientali, un SGA aiuta anche a prevenire rischi futuri, attraverso una pianificazione che affronti proattivamente le problematiche ambientali. Il miglioramento continuo, che è uno degli aspetti chiave di un SGA, spinge l'azienda a rivedere periodicamente i propri processi, a definire obiettivi sempre più ambiziosi e a cercare soluzioni innovative per ridurre gli impatti sull'ambiente. Grazie a questo approccio, la PMI non solo contribuisce alla protezione dell'ambiente, ma può anche ottenere vantaggi significativi, come una maggiore efficienza operativa e una reputazione aziendale migliorata, che può attrarre nuovi clienti sensibili alle tematiche ambientali. Inoltre, l'implementazione di un SGA facilita l'accesso a

incentivi o agevolazioni fiscali previsti per le aziende che adottano pratiche sostenibili.

Contesto normativo nazionale

In Italia non esiste una normativa che obblighi le PMI ad adottare un sistema di gestione ambientale, ma sono previsti incentivi e leggi che supportano l'adozione di pratiche ambientali responsabili. Le PMI possono beneficiare del Decreto Legislativo 152/2006, che stabilisce le linee guida per la gestione ambientale e la protezione dell'ambiente, nonché degli incentivi previsti dalla legge 296/2006 che promuovono la sostenibilità aziendale. Inoltre, le PMI possono adottare il Sistema di Gestione Ambientale ISO 14001, un sistema internazionale che fornisce un quadro per gestire in modo efficace l'impatto ambientale, anche se non è obbligatorio. Gli incentivi fiscali previsti dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) offrono agevolazioni per le PMI che implementano soluzioni verdi, come l'efficienza energetica e la riduzione delle emissioni. Inoltre, la legge 221/2015 incentiva l'economia circolare e promuove interventi a favore della sostenibilità, con supporto finanziario per le PMI che decidono di intraprendere un percorso verso la gestione ambientale e l'innovazione verde.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, la legislazione ambientale non obbliga le PMI a implementare un sistema di gestione ambientale, ma promuove una serie di direttive e normative che incentivano e guidano le imprese verso pratiche ecocompatibili. Il pacchetto "Green Deal" europeo e la direttiva 2014/95/UE sul reporting non finanziario incoraggiano le aziende a integrare criteri di sostenibilità nella loro gestione e a rendicontare le proprie performance ambientali, sebbene non obblighino le PMI a farlo. Il Regolamento (UE) 2020/852 stabilisce il quadro per la tassonomia dell'UE in materia di investimenti sostenibili, spingendo le imprese ad adottare politiche green se intendono attrarre investimenti. Inoltre, esistono incentivi come il programma LIFE dell'Unione Europea, che offre finanziamenti per progetti che mirano a migliorare l'efficienza energetica, ridurre l'inquinamento e promuovere l'innovazione sostenibile. Sebbene non vi sia un obbligo specifico, le PMI che decidono di attuare un sistema di gestione ambientale, come la ISO 14001, possono trarre vantaggio dall'accesso a finanziamenti e a vantaggi competitivi in mercati sempre più orientati verso la sostenibilità.

Impatto ambientale

Non adottare un sistema di gestione ambientale in una PMI può comportare una serie di impatti ambientali, tanto diretti quanto indiretti, che possono manifestarsi a diversi livelli. In primo luogo, l'assenza di un sistema strutturato per la gestione ambientale implica che l'azienda non abbia misure specifiche per monitorare e ridurre l'impatto delle sue operazioni sull'ambiente. Questo può tradursi in un maggiore spreco di risorse, come energia, acqua e materie prime, che, senza un controllo adeguato, non vengono utilizzate in modo ottimale. Il risultato immediato di tale inefficienza è un impatto ambientale maggiore, con un consumo non sostenibile delle risorse naturali. Dal punto di vista delle emissioni di CO₂ e dei rifiuti, l'assenza di una gestione ambientale rende difficile implementare politiche di riduzione dei consumi e di minimizzazione dei rifiuti. In questo contesto, una PMI potrebbe continuare a produrre in modo lineare, senza considerare strategie di riciclo, riutilizzo o di economia circolare. Ciò significa che le emissioni di gas serra derivanti dalla produzione o dall'energia utilizzata sono potenzialmente più alte, così come la quantità di rifiuti non trattati che finiscono nelle discariche. Senza un sistema che permetta la misurazione e la valutazione continua delle performance ambientali, l'azienda non è in grado di identificare dove e come potrebbe ridurre l'impatto. Anche la gestione delle risorse naturali risente della mancanza di un sistema di gestione ambientale. In assenza di linee guida precise, l'azienda potrebbe non rendersi conto di come le sue operazioni consumano acqua, energia e altri beni in modo inefficiente, con conseguenti effetti negativi sull'ambiente. In particolare, la carenza di obiettivi concreti e misurabili per la sostenibilità rende difficile definire strategie a lungo termine che possano ridurre l'impatto delle attività aziendali sull'ambiente. La mancata implementazione di processi ecologicamente efficienti, come l'adozione di tecnologie verdi o il miglioramento dei processi produttivi, comporta un utilizzo più intensivo delle risorse e una maggiore produzione di inquinanti.

Impatto economico

Non adottare un sistema di gestione ambientale in una PMI può avere significativi impatti economici, sia diretti che indiretti. In primo luogo, la mancanza di un sistema strutturato per la gestione ambientale può portare a inefficienze operative che influiscono direttamente sui costi aziendali. Senza misure precise per ottimizzare l'uso delle risorse, come energia, acqua e materiali, l'azienda potrebbe sperperare risorse in maniera ingiustificata, aumentando i costi operativi. Questo spreco può sembrare una questione minore a breve termine, ma nel lungo

periodo può accumularsi, aumentando significativamente i costi aziendali e riducendo la competitività sul mercato. Inoltre, senza un sistema di gestione ambientale, l'azienda rischia di incorrere in costi legati alla gestione dei rifiuti in modo inefficiente. Ad esempio, l'assenza di pratiche di riciclo e smaltimento adeguate può comportare costi aggiuntivi per il trasporto e lo smaltimento dei rifiuti, che potrebbero essere altrimenti ridotti o evitati attraverso una gestione più consapevole e mirata. Allo stesso modo, una gestione inadeguata delle risorse può portare a un aumento delle spese legate all'acquisto di materie prime e all'energia necessaria per il funzionamento quotidiano. Questo non solo aumenta i costi diretti, ma diminuisce anche il margine di profitto, che diventa sempre più ristretto a causa di un'impossibile ottimizzazione delle risorse. Da un punto di vista indiretto, l'assenza di un sistema di gestione ambientale può danneggiare la reputazione dell'azienda, con effetti economici molto concreti. In un contesto in cui i consumatori e gli investitori sono sempre più attenti alle pratiche di sostenibilità, le PMI che non dimostrano un impegno concreto per l'ambiente rischiano di perdere clienti e opportunità di business. Le aziende che non adottano politiche ambientali visibili possono essere percepite come obsolete o non allineate alle aspettative sociali ed economiche, con il rischio di perdere quote di mercato, di non attrarre nuovi investitori o di non accedere a finanziamenti destinati a imprese sostenibili. In alcuni casi, l'azienda potrebbe persino essere penalizzata dai clienti o dai partner commerciali, che preferiscono collaborare con aziende che dimostrano di essere impegnate nella tutela dell'ambiente.



Impatto sociale

Non adottare un sistema di gestione ambientale in una PMI può generare diversi impatti sociali, sia diretti che indiretti, che possono influire sull'intera comunità, sul benessere dei dipendenti e sull'immagine dell'azienda. In primo luogo, l'assenza di una gestione attenta e consapevole delle risorse naturali e dei processi aziendali comporta un maggiore spreco di energia, acqua e materiali, contribuendo indirettamente al degrado ambientale. Questo ha un impatto negativo sulla comunità locale, soprattutto nelle aree in cui l'inquinamento e l'esaurimento delle risorse sono già problematici. Le PMI che non adottano un sistema di gestione ambientale non solo danneggiano l'ambiente, ma possono anche fare poco per educare la propria forza lavoro e la comunità sulla sostenibilità, riducendo così l'impatto positivo che potrebbero avere come esempio per altre realtà. Inoltre, la mancanza di un sistema di gestione ambientale può compromettere il benessere dei dipendenti. Un ambiente di lavoro poco attento alla sostenibilità può risultare insalubre, con una qualità dell'aria interna scadente, il consumo eccessivo di risorse energetiche e un accumulo di rifiuti non gestiti correttamente. Ciò può influire negativamente sulla salute dei lavoratori, creando un ambiente di lavoro meno sicuro e meno produttivo. In un contesto sociale più ampio, un'azienda che non implementa un sistema di gestione ambientale potrebbe anche compromettere la qualità della vita nelle comunità circostanti, ad esempio con il rilascio di sostanze inquinanti o la gestione inadeguata dei rifiuti, danneggiando così la salute e il benessere delle persone che vivono nelle vicinanze. L'assenza di politiche ambientali visibili può anche avere un effetto negativo sull'immagine sociale dell'azienda. Oggi più che mai, le persone, soprattutto le nuove generazioni, sono molto sensibili alle tematiche ambientali. Le PMI che non prendono misure per ridurre il proprio impatto ambientale rischiano di essere viste come irresponsabili o poco attenti, perdendo non solo la fiducia dei consumatori, ma anche quella dei dipendenti che potrebbero preferire lavorare in aziende che dimostrano un impegno concreto verso la sostenibilità. Ciò può compromettere la capacità dell'azienda di attrarre talenti, riducendo la motivazione e l'engagement dei dipendenti, che potrebbero sentirsi meno orgogliosi di lavorare per un'impresa che non contribuisce positivamente alla società.



Azioni di miglioramento

È fondamentale che la PMI inizi tempestivamente a informarsi sui sistemi di gestione ambientale e sul percorso necessario per la loro adozione. Per ottenere una comprensione completa delle normative e delle pratiche consigliate, è possibile consultare le risorse ufficiali dell'ISO, come la norma ISO 14001, e quelle dell'Unione Europea, che forniscono linee guida chiare e aggiornate sulle politiche ambientali. Nel caso in cui l'azienda non disponga internamente delle competenze necessarie per affrontare la transizione verso un sistema di gestione ambientale, e se non fosse possibile acquistarle in tempi rapidi, si dovrà considerare la possibilità di rivolgersi a un consulente esperto in sostenibilità. Questo professionista può supportare l'azienda nel valutare e implementare soluzioni ecocompatibili, facilitando l'introduzione di un sistema che risponda alle normative e ottimizzi le operazioni per ridurre l'impatto ambientale. Se l'azienda non ha ancora un sistema di gestione ambientale, è possibile iniziare con una mappatura delle proprie attività ad alto impatto, adottando misure ad hoc per ridurre le emissioni, migliorare l'efficienza energetica e gestire correttamente i rifiuti. Parallelamente, l'impresa può avviare un programma di sensibilizzazione per il personale, in modo da integrare progressivamente pratiche sostenibili nel quotidiano.

aziendale. In questo modo, la PMI potrà migliorare la propria competitività, accedere a incentivi e rispondere alle richieste di un mercato sempre più orientato alla sostenibilità.

CRITICITA` #3.14.1

L'azienda non ha ancora effettuato il calcolo dell'impronta ambientale.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Effettuare il calcolo dell'impronta ambientale, che sia carbonica (carbon footprint) o idrica (water footprint), significa valutare l'impatto che un'organizzazione esercita sull'ambiente attraverso le proprie attività. L'impronta carbonica misura le emissioni di gas serra generate da un'azienda, considerando consumi energetici, processi produttivi, trasporti e gestione dei rifiuti. Questo parametro è espresso in tonnellate di CO₂ equivalente (tCO₂e) e aiuta a individuare le principali fonti di emissione, consentendo di pianificare strategie per ridurle. Ad esempio, il passaggio a fonti di energia rinnovabile, l'efficientamento energetico o l'adozione di processi produttivi meno impattanti sono azioni che un'azienda potrebbe intraprendere per ridurre la propria impronta carbonica. L'impronta idrica, invece, valuta il consumo diretto e indiretto di acqua dolce lungo l'intera catena di valore. Comprende tre componenti principali: l'acqua blu (estratta da corpi idrici per processi industriali o irrigazione), l'acqua verde (derivante da precipitazioni immagazzinate nel suolo) e l'acqua grigia (necessaria per diluire gli inquinanti prodotti). Un esempio di riduzione dell'impronta idrica potrebbe includere l'ottimizzazione dei processi industriali, l'uso di tecnologie di riciclo delle acque reflue o l'impiego di materie prime a basso consumo idrico. Questi calcoli sono cruciali per comprendere l'impatto ambientale complessivo di un'azienda e rappresentano il punto di partenza per una gestione più sostenibile. Inoltre, permettono di rispondere alle richieste sempre più pressanti dei consumatori e delle normative in materia ambientale. Metodi e standard riconosciuti a livello internazionale, come il GHG Protocol per l'impronta carbonica e il Water Footprint Assessment Manual per quella idrica, garantiscono accuratezza e trasparenza nei risultati. Effettuare queste analisi non solo migliora la sostenibilità ambientale dell'organizzazione, ma rafforza anche la sua reputazione e competitività sul mercato.



Contesto normativo nazionale

In Italia, le PMI non sono obbligate per legge a calcolare l'impronta ambientale o a fare una rendicontazione ambientale, ma esistono politiche e incentivi che incoraggiano tale pratica. La Legge 221/2015 (Legge sul Green Public Procurement) promuove l'adozione di misure di sostenibilità ambientale anche nelle PMI, incentivando l'adozione di modelli di gestione ambientale. Le PMI che si certificano secondo la ISO 14001, ad esempio, possono migliorare la loro accessibilità a incentivi economici e finanziamenti, in quanto la certificazione dimostra l'impegno dell'azienda verso la sostenibilità. Inoltre, la strategia nazionale "Economia Circolare" incoraggia le aziende a ridurre il proprio impatto ambientale, ma non impone obblighi di calcolo e rendicontazione per le PMI. Tuttavia, attraverso il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), le PMI possono accedere a fondi che finanziano la transizione ecologica, a condizione che adottino politiche ambientali concrete, come la gestione dell'impronta carbonica o l'adozione di pratiche di efficienza energetica.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, la Direttiva 2014/95/UE obbliga le grandi imprese a pubblicare informazioni non finanziarie, inclusi gli impatti ambientali, attraverso la rendicontazione CSR (Corporate Social Responsibility). Sebbene tale normativa non si applica direttamente alle PMI, le linee guida europee incoraggiano le piccole e medie imprese a seguire pratiche di rendicontazione volontaria per migliorare la propria competitività e attrattivit  sul mercato. Le PMI possono seguire le linee guida ISO 14001 o il GHG Protocol per calcolare e rendicontare la

loro impronta ambientale. Inoltre, il Green Deal europeo e la sua strategia per una "Economia Circolare" spingono le PMI a misurare e ridurre i propri impatti ambientali. Sebbene la legislazione non obblighi le PMI a calcolare la loro impronta, le politiche di incentivi e finanziamenti per la transizione ecologica, come quelli previsti nei fondi strutturali dell'Unione Europea, favoriscono le aziende che adottano pratiche di sostenibilità, creando un forte incentivo a intraprendere azioni di calcolo e rendicontazione ambientale.



Impatto ambientale

L'assenza di un calcolo dell'impronta ambientale implica che l'azienda non stia monitorando sistematicamente l'impatto delle proprie attività sull'ambiente. Questo può comportare un uso inefficiente delle risorse naturali e una gestione non ottimale delle emissioni di gas serra, con potenziali danni ecologici a livello locale e globale. Inoltre, senza dati precisi, l'azienda non può adottare azioni correttive mirate, rischiando di non essere conforme alle normative ambientali future. Il calcolo dell'impronta ambientale dell'organizzazione permette di misurare gli impatti ambientali associati a tutti gli aspetti legati all'attività dell'azienda, lungo tutta la catena di valore. Si tratta, quindi, di un'analisi approfondita e completa che permette, con un'adeguata pianificazione, di ridurre notevolmente gli impatti su diverse aree ambientali di particolare interesse. Più in dettaglio, il calcolo dell'impronta carbonica permette di misurare quantitativamente gli effetti prodotti sul clima da parte dei cosiddetti gas serra generati dalle varie attività umane nelle quali si utilizzano grandi quantità di combustibili fossili che bruciando producono anidride carbonica.



Impatto economico

Non calcolare l'impronta ambientale significa non poter identificare inefficienze nei consumi di energia, acqua e materiali, con conseguente perdita di opportunità per ottimizzare i costi operativi. Inoltre, senza un approccio strutturato, l'impresa non può accedere ai benefici fiscali, sovvenzioni o finanziamenti legati all'ambiente. L'assenza di rendicontazione può ridurre la competitività dell'azienda rispetto a quelle che adottano politiche ambientali concrete.



Impatto sociale

L'assenza di un calcolo dell'impronta ambientale può compromettere la reputazione sociale dell'azienda, facendola apparire meno sensibile alle problematiche ambientali. I consumatori e i dipendenti potrebbero percepire l'azienda come poco responsabile, perdendo fiducia nel brand. Inoltre, i dipendenti stessi potrebbero non sentirsi motivati a lavorare per un'impresa che non si impegna attivamente verso la sostenibilità.



Azioni di miglioramento

L'azienda dovrebbe avviare un processo per calcolare l'impronta ambientale, includendo aspetti come le emissioni di CO₂, il consumo di energia e acqua, e la gestione dei rifiuti. Questo processo può iniziare con la raccolta di dati interni e l'utilizzo di strumenti di calcolo a disposizione, come quelli offerti da organizzazioni come il Carbon Trust. Stabilire un sistema di monitoraggio e un piano di miglioramento sarà cruciale per ridurre l'impatto ambientale e beneficiare di potenziali incentivi. Il primo passo consiste nell'assumere un consulente esperto per introdurre una metodologia appropriata.

CRITICITA` #3.8.4

Nell'ultimo triennio, l'azienda non ha realizzato alcun intervento finalizzato alla riduzione dei consumi idrici in quanto i consumi attengono soltanto agli uffici e non si ritiene necessaria l'ottimizzazione.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La gestione ottimale dei consumi idrici rappresenta una componente essenziale per la sostenibilità aziendale, specialmente in un contesto in cui l'acqua è una risorsa preziosa e limitata. Per ridurre i consumi, un'azienda può realizzare interventi che includono il monitoraggio costante dell'uso idrico, la revisione dei processi produttivi e l'installazione di tecnologie a basso consumo. Ad esempio, l'uso di sensori e di dispositivi di chiusura automatica nei rubinetti, di sistemi di riciclo delle acque reflue per riutilizzarle nei processi produttivi, e di tecnologie per la raccolta e il riutilizzo delle acque piovane possono ridurre significativamente i consumi idrici. Questi interventi, oltre a essere vantaggiosi dal punto di vista ambientale, possono diminuire i costi operativi nel lungo periodo. Un'altra misura consiste nella gestione degli impianti di raffreddamento e riscaldamento che richiedono grandi quantità d'acqua, ottimizzandone il funzionamento per ridurre sprechi. Inoltre, l'adozione di sistemi di rendicontazione dell'acqua consente all'azienda di misurare l'impatto idrico, migliorare le performance in termini di sostenibilità e identificare aree di intervento mirate per ulteriori risparmi.



Contest normativo nazionale

In Italia, la Legge 36/1994, conosciuta come Legge Galli, rappresenta un quadro normativo fondamentale per la gestione delle risorse idriche, mirato a promuovere l'efficienza e la sostenibilità del settore idrico a livello nazionale. Questa legge stabilisce i principi cardine per un uso razionale e sostenibile dell'acqua, enfatizzando l'importanza di considerare le risorse idriche come un bene pubblico da tutelare e gestire con responsabilità. Sebbene non imponga obblighi diretti di rendicontazione per le aziende, incoraggia una gestione ottimale delle risorse idriche attraverso l'adozione di pratiche di monitoraggio, la razionalizzazione dei consumi e l'implementazione di sistemi più sostenibili, specialmente nei contesti di uso intensivo delle risorse. In particolare, per le imprese che operano in settori ad alto consumo di acqua, come l'agricoltura, l'industria manifatturiera o l'energia, possono essere applicate normative regionali e regolamenti specifici che mirano a incentivare una riduzione significativa dei consumi idrici. Questi regolamenti spesso prevedono anche obblighi di rendicontazione dei consumi e delle strategie di ottimizzazione adottate, spingendo le aziende verso un approccio più trasparente e sostenibile. In molti casi, tali misure sono accompagnate da incentivi per l'adozione di tecnologie di risparmio idrico o il riciclo delle acque reflue. Questa evoluzione normativa, pur variabile a livello territoriale, riflette una crescente sensibilità verso la crisi idrica e la necessità di garantire una gestione equa e sostenibile della risorsa, coinvolgendo le aziende in un ruolo attivo di tutela e miglioramento. La Legge Galli, quindi, non solo ha dato impulso a una regolamentazione più strutturata del settore, ma ha anche creato le basi per un approccio integrato e responsabile alla gestione dell'acqua, in linea con le sfide ambientali contemporanee e le direttive europee in materia di risorse idriche.



Contest normativo europeo

La Direttiva 2000/60/CE (Direttiva Quadro sulle Acque) stabilisce il quadro per la gestione delle risorse idriche in Europa. Sebbene non obblighi specificamente le aziende a rendicontare il consumo idrico, promuove la gestione sostenibile delle risorse idriche, incentivando politiche di efficienza idrica nelle attività industriali. Gli Stati membri sono incoraggiati a introdurre politiche di incentivazione per le imprese che migliorano l'uso delle risorse idriche e riducono l'inquinamento, creando indirettamente obblighi di monitoraggio per le aziende.



Impatto ambientale

Nel caso in cui una PMI decida di non monitorare o ottimizzare i consumi idrici perché limitati agli uffici, gli impatti ambientali potrebbero essere minimi rispetto a un'azienda industriale, ma trascurabili solo in parte. Anche i consumi d'acqua degli uffici contribuiscono alla domanda complessiva di risorse idriche, e un uso non ottimizzato, come il non utilizzo di rubinetti a basso flusso o sistemi di riciclo, può comunque comportare un consumo evitabile.



Impatto economico

L'assenza di monitoraggio del consumo idrico negli uffici può sembrare insignificante, ma il costo cumulativo potrebbe risultare significativo, specialmente in periodi di inflazione o aumento dei costi di servizio. La mancanza di interventi preclude l'opportunità di ridurre spese accessorie e migliorare l'efficienza complessiva dell'azienda. L'adozione di piccoli accorgimenti per il risparmio idrico, come l'uso di rubinetti a basso consumo, potrebbe portare a risparmi che si riflettono positivamente nel bilancio.



Impatto sociale

La decisione di non intervenire per ridurre il consumo idrico negli uffici può trasmettere un messaggio di scarsa attenzione verso la sostenibilità agli occhi dei dipendenti e degli stakeholder. La responsabilità sociale oggi richiede un impegno anche per i consumi minori, per consolidare un'immagine aziendale positiva e attenta. Anche semplici misure di risparmio, dimostrando un impegno nella sostenibilità,

possono migliorare il morale interno e il livello di coinvolgimento dei dipendenti.



Azioni di miglioramento

L'azienda potrebbe valutare l'implementazione di interventi minimi di risparmio idrico negli uffici, come l'installazione di dispositivi di riduzione del flusso e la sensibilizzazione dei dipendenti su comportamenti virtuosi. Anche se i consumi sono limitati, l'adozione di queste misure rappresenterebbe un contributo positivo e dimostrerebbe l'attenzione dell'azienda verso l'ambiente. Documentare e comunicare questi sforzi può rafforzare l'immagine aziendale e contribuire a costruire un ambiente di lavoro più responsabile e consapevole.

CRITICITA` #3.6.5

Nella vostra azienda non sono ancora stati adottati dispositivi e/o strumenti di monitoraggio e razionalizzazione dei consumi idrici in quanto i consumi attengo solamente agli uffici e non ritenete di doverli monitorare.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Al fine di ridurre i consumi idrici, possono essere installati degli strumenti di monitoraggio che permettano di individuare la ripartizione dei consumi ed eventuali sprechi oppure opportunità di miglioramento. A tale scopo, possono essere utilizzati i dati provenienti dai contatori o dalle bollette, oppure da dispositivi (per esempio, tramite sensori) installati sulla rete idrica.



Contesto normativo europeo

La Commissione Europea ha finanziato diverse iniziative e progetti con l'obiettivo di sfruttare le tecnologie digitali per una migliore gestione dell'acqua.



Impatto ambientale

Uno studio del 2007 sul potenziale di risparmio idrico in Europa, stima che l'efficienza dell'acqua potrebbe essere migliorata di quasi il 40% solo attraverso miglioramenti tecnologici, e che i cambiamenti nel comportamento umano o nei modelli di produzione potrebbero aumentare ulteriormente tali risparmi (Fonte: European Commission).



Azioni di miglioramento

Cominciate ad analizzare i dati a vostra disposizione come quelli registrati dai contatori o riportati in bolletta. Potete tenerne traccia su un foglio di calcolo o un gestionale, e iniziare a sviluppare delle strategie di miglioramento, se necessario. Ricordate che anche la sensibilizzazione dei dipendenti/lavoratori può portare risultati importanti.

CRITICITA` #3.18.1

L'azienda non compensa le proprie emissioni di CO2 tramite l'acquisto di crediti sul mercato volontario.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le aziende che non sono in grado di ridurre le emissioni internamente possono acquistare "crediti di emissioni" generati da progetti specifici di riduzione/cattura delle emissioni con l'obiettivo di esternalizzare ("offset") la riduzione delle proprie emissioni. Tale compensazione consiste, dunque, in un finanziamento indiretto di progetti volti a ridurre e catturare le emissioni dove, generalmente, a ogni tonnellata di CO₂ catturata corrisponde l'emissione di un credito. Per questo motivo, si può giustificare la mancanza di riduzione interna delle emissioni tramite l'acquisto di crediti. Tale meccanismo è particolarmente utilizzato da quelle realtà per le quali una riduzione interna delle emissioni non è realizzabile per mancanza di tecnologia o a causa di costi troppo elevati. Sul mercato volontario è possibile acquistare diverse tipologie di crediti, tra cui quelli certificati da enti riconosciuti internazionalmente. Tra di essi, i più conosciuti sono Voluntary Carbon Standard, Plan Vivo, The Gold Standard, The American Carbon Registry, Climate Action Reserve e il Verified Carbon Standard Program. Il compito di questi enti è di verificare che le emissioni ridotte dal progetto siano reali, verificate, misurabili, addizionali (ovvero provenienti da progetti che non avrebbero avuto luogo senza la presenza di finanziatori) e che si tratti di una riduzione permanente. L'acquisto dei crediti può avvenire anche tramite abbonamenti e/o soluzioni digitali adatte a realtà di piccole o medie dimensioni, come quelle fornite dal prodotto Neutral Company di Up2You. Soluzioni di questo tipo permettono di quantificare e compensare le proprie emissioni raggiungendo così la carbon neutrality e sono adatte a qualsiasi azienda. La Strategia Industriale Europea mira a rafforzare la competitività globale dell'industria europea attraverso la transizione verde e digitale, migliorando la resilienza delle catene di approvvigionamento e promuovendo l'innovazione. In questo contesto, le aziende che adottano pratiche di offsetting possono beneficiare di strumenti normativi e finanziari per ridurre il proprio impatto ambientale e migliorare la propria posizione nei mercati internazionali.



Contesto normativo nazionale

In Italia, la compensazione delle emissioni tramite l'acquisto di crediti volontari non è obbligatoria, ma esistono diverse normative e incentivi che ne favoriscono l'adozione. Il Decreto Legislativo 216/2006, che recepisce la Direttiva Europea 2003/87/CE sullo scambio di quote di emissione, ha istituito un quadro normativo per la riduzione delle emissioni di CO₂, promuovendo strumenti di compensazione per le aziende. Inoltre, il Piano Nazionale Integrato per l'Energia e il Clima (PNIEC) incentiva le imprese a ridurre le emissioni e adottare strategie di neutralità climatica, anche attraverso meccanismi di carbon offsetting. Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), con il suo focus sulla transizione ecologica, fornisce supporto per iniziative di sostenibilità ambientale che possono includere l'acquisto di crediti di carbonio certificati.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, la compensazione delle emissioni attraverso crediti volontari non è un obbligo di legge, ma è incentivata da diverse iniziative regolatorie e strategie. Il Regolamento (UE) 2018/842, che riguarda le riduzioni delle emissioni di gas a effetto serra negli Stati membri, incoraggia l'uso di meccanismi di compensazione per integrare le strategie di decarbonizzazione. La Strategia Industriale Europea promuove la neutralità climatica e la riduzione delle emissioni attraverso investimenti in soluzioni di carbon offsetting e sostenibilità aziendale. Inoltre, il Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) prevede meccanismi di compensazione per le aziende europee esportatrici, garantendo una concorrenza equa con i mercati internazionali meno regolamentati. Le aziende possono accedere a fondi strutturali europei, come il Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale (FESR), per finanziare progetti di riduzione e compensazione delle emissioni.



Impatto ambientale

I programmi di offsetting prevedono l'adesione a progetti di diversa natura finalizzati alla compensazione delle emissioni di gas serra in atmosfera e alla lotta al cambiamento climatico. La compensazione della CO₂, pur non essendo un obbligo di legge, rappresenta un'importante scelta di responsabilità ambientale, soprattutto quando la riduzione interna delle emissioni prodotte dai propri processi produttivi comporta costi troppo elevati o non è possibile per mancanza di innovazione tecnologica. Da uno studio è emerso che un

albero, in un anno, assorbe in media 20 kg di CO2 circa. Ovviamente, la quantità di CO2 assorbita/anno varia a seconda della specie dell'albero e della latitudine in cui esso si trova; tuttavia, è stato dimostrato che servono 100 anni affinché 50 alberi compensino 1 tonnellata di CO2.



Impatto economico

L'attività di carbon offsetting permette alla vostra azienda di distinguersi dai concorrenti ed è in grado di generare risparmi operativi reali. Infatti, oltre a poter utilizzare una carbon label sui propri prodotti e servizi come attestazione del proprio contributo a un ambiente più pulito e sano, diversi studi hanno dimostrato i benefici del carbon offsetting per le imprese. Tra i principali vantaggi vi sono l'attrazione di personale qualificato, il miglioramento del coinvolgimento del cliente e il rafforzamento della brand reputation. Inoltre, tale pratica consente di ridimensionare significativamente i costi aziendali, fra cui quelli legati all'energia e ai processi produttivi, migliorare la filiera di approvvigionamento e ridurre i rischi finanziari e normativi.



Impatto sociale

Il carbon offsetting tramite crediti certificati, oltre a essere uno strumento complementare per la lotta al cambiamento climatico, può rappresentare un punto di partenza per comunicare l'approccio etico e la social responsibility dell'azienda. Una valutazione puntuale della CO2 equivalente prodotta dalla vostra azienda è sinonimo di un approccio trasparente e volto al miglioramento continuo.



Azioni di miglioramento

Per poter utilizzare la compensazione in modo consapevole, un'azienda dovrebbe prima di tutto calcolare quante emissioni vengono generate dai suoi processi produttivi. Una volta fatto ciò, è possibile capire quante di queste emissioni possono essere compensate tramite l'acquisto di crediti. Se non avete la possibilità di calcolare le vostre emissioni di CO2, è comunque auspicabile implementare una strategia di riduzione interna e acquistare anche una minima parte di crediti per compensare. La Strategia Industriale Europea e il Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) offrono strumenti normativi e finanziari per agevolare queste pratiche. Infine, stabilire partnership con progetti certificati e monitorare l'impatto della compensazione tramite KPI ambientali consentirà di garantire un approccio trasparente ed efficace alla carbon neutrality.

CRITICITA` #3.134.1

L'azienda non ha effettuato il calcolo delle emissioni di gas serra Scope 1.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol) rappresenta il principale standard globale per misurare, gestire e rendicontare le emissioni di gas serra generate dalle attività aziendali. La sua struttura si basa sulla classificazione delle emissioni in tre categorie o Scope, che servono a delineare l'origine e il grado di controllo che un'azienda ha sulle proprie emissioni. Lo Scope 1 include le emissioni dirette derivanti da attività controllate dall'azienda, come la combustione di carburanti nei propri impianti o veicoli. Questa categoria include tutte le emissioni che l'organizzazione è in grado di monitorare e gestire direttamente, perché derivano dall'uso di combustibili all'interno delle proprie strutture o veicoli, come i sistemi di riscaldamento o la combustione di carburanti in macchinari industriali. Ad esempio, un'azienda può generare emissioni Scope 1 dal consumo di gas naturale per riscaldare i propri edifici o dal carburante impiegato nei veicoli della flotta aziendale. Lo Scope 1 è particolarmente rilevante per aziende che operano in settori ad alta intensità energetica, come il manifatturiero o

la logistica, dove l'uso di macchinari e mezzi di trasporto è continuo e rappresenta una significativa fonte di emissioni. In una fabbrica, ad esempio, i forni industriali che funzionano a gas naturale producono emissioni di CO2 direttamente correlate all'utilizzo di quel combustibile: questo tipo di emissione rientra nello Scope 1. Anche i processi produttivi che emettono gas serra, come la produzione di cemento (che libera CO2 come parte del processo chimico), sono considerati emissioni dirette dello Scope 1.

Contesto normativo nazionale

In Italia, le normative ambientali non impongono esplicitamente alle grandi aziende l'obbligo di rendicontare le emissioni di Scope 1 e Scope 2 secondo il GHG Protocol. Tuttavia, la Direttiva Europea 2014/95/UE, recepita con il D.Lgs. 254/2016, richiede alle imprese di grandi dimensioni di fornire informazioni non finanziarie, comprese quelle relative alla sostenibilità ambientale. Questo contesto normativo incoraggia le aziende a considerare il monitoraggio delle proprie emissioni come parte integrante della loro rendicontazione. Inoltre, l'inclusione delle emissioni di gas serra nei bilanci di sostenibilità si allinea con le best practices raccomandate da varie iniziative, come il GHG Protocol stesso, che offre linee guida per la contabilizzazione delle emissioni. Le aziende possono anche beneficiare delle linee guida fornite dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, che supportano la misurazione e la rendicontazione delle emissioni nell'ambito di una strategia più ampia di sostenibilità.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, l'approccio alla rendicontazione delle emissioni di Scope 1 e Scope 2 è influenzato da normative e direttive che promuovono la trasparenza ambientale. Ancora, il Green Deal Europeo e il Piano d'Azione per l'Economia Circolare stabiliscono obiettivi ambiziosi per la riduzione delle emissioni e promuovono la responsabilità ambientale tra le aziende. La Commissione Europea ha anche sviluppato iniziative come il European Climate Pact, che incoraggia le imprese a misurare e rendicontare le proprie emissioni come parte di un impegno collettivo per la sostenibilità. In questo contesto, le aziende sono motivate a seguire le linee guida del GHG Protocol per garantire una rendicontazione efficace e coerente delle loro emissioni di gas serra.

Impatto ambientale

La totale assenza di rendicontazione delle emissioni di Scope 1 può comportare significativi impatti ambientali per una PMI. Senza una misurazione accurata delle emissioni dirette prodotte dalle proprie attività, l'azienda perde visibilità sulle fonti di inquinamento e sull'entità del proprio contributo al cambiamento climatico. Questa carenza di dati non solo ostacola l'identificazione di aree critiche da migliorare, ma compromette anche l'efficacia delle strategie di riduzione delle emissioni, perpetuando l'uso inefficiente delle risorse naturali e aggravando l'impatto ambientale complessivo. Inoltre, l'assenza di rendicontazione limita la capacità dell'azienda di adottare e integrare pratiche sostenibili nei processi aziendali, impedendo il miglioramento dell'efficienza energetica e la riduzione dei rifiuti. La mancata raccolta di dati specifici rende difficile partecipare a programmi di compensazione delle emissioni o sfruttare incentivi per la transizione ecologica, riducendo le opportunità di contribuire attivamente agli obiettivi di sostenibilità globali.

Impatto economico

Non effettuare la rendicontazione delle emissioni di Scope 1 può avere gravi impatti economici per una PMI. In primo luogo, senza una chiara comprensione delle proprie emissioni dirette, l'azienda potrebbe perdere opportunità significative di riduzione dei costi attraverso l'ottimizzazione dei processi e il miglioramento dell'efficienza energetica. Non identificare le aree di inefficienza energetica comporta un aumento dei costi operativi, poiché l'azienda continua a utilizzare risorse in modo non sostenibile. Inoltre, il non rendicontare le emissioni può compromettere l'accesso a finanziamenti e incentivi governativi che premiano le pratiche sostenibili. Le aziende che non dimostrano un impegno chiaro verso la sostenibilità possono trovarsi in una posizione di svantaggio rispetto ai concorrenti che adottano politiche ambientali più trasparenti. Questo può influenzare anche le relazioni con i clienti e i fornitori, i quali sono sempre più inclini a collaborare con partner che dimostrano responsabilità ambientale. Infine, il rischio di sanzioni o di reputazione negativa, derivanti da normative sempre più stringenti sulla sostenibilità, può gravare ulteriormente sull'azienda, generando incertezze e costi imprevisti. In sintesi, non rendicontare le emissioni di Scope 1 non solo limita la capacità di gestione efficiente delle risorse, ma espone la PMI a rischi economici significativi che possono comprometterne la competitività e la sostenibilità a lungo termine.



Impatto sociale

Non comprendere una rendicontazione delle emissioni di Scope 1 può avere notevoli impatti sociali per una PMI. In primo luogo, senza un'adeguata valutazione delle proprie emissioni dirette, l'azienda perde l'opportunità di contribuire attivamente alla lotta contro il cambiamento climatico. Questo non solo riduce la propria responsabilità ambientale, ma influisce anche sulla percezione della comunità locale, che potrebbe considerare l'azienda meno impegnata nel promuovere pratiche sostenibili. In più, l'assenza di rendicontazione può limitare il coinvolgimento dei dipendenti. Un ambiente lavorativo che non si preoccupa delle proprie emissioni può risultare meno motivante, riducendo il senso di appartenenza e l'orgoglio dei dipendenti. Gli individui, infatti, sono sempre più attenti agli aspetti sociali e ambientali delle aziende per cui lavorano e potrebbero scegliere di abbandonare un'azienda che non dimostra un impegno verso la sostenibilità. E ancora, non comunicare le emissioni può compromettere le relazioni con la comunità e gli stakeholders, poiché la trasparenza è un valore sempre più richiesto. Senza una chiara rendicontazione, l'azienda rischia di perdere la fiducia della comunità locale e degli investitori socialmente responsabili, danneggiando la propria reputazione e limitando le opportunità di collaborazione e sostegno da parte di gruppi e organizzazioni attive nel settore della sostenibilità.



Azioni di miglioramento

L'azienda che non ha effettuato il calcolo delle emissioni dirette di GHG (Scope 1) per il trimestre di riferimento, è consigliabile avviare un processo di monitoraggio e gestione sistematica di queste emissioni per migliorare la sostenibilità e la trasparenza. Per iniziare, l'azienda può dotarsi di strumenti specifici per la misurazione delle emissioni Scope 1, come sensori e software di monitoraggio che rilevano le emissioni generate da fonti dirette come il consumo di combustibili fossili nelle strutture o nei veicoli aziendali. Il primo passo è identificare e catalogare le principali fonti di emissione all'interno dell'azienda, includendo ad esempio sistemi di riscaldamento alimentati a gas naturale, flotte aziendali e macchinari industriali. Un'azione importante per ridurre le emissioni Scope 1 è quella di sviluppare e implementare un piano di efficientamento energetico che comprenda, ad esempio, la sostituzione dei veicoli a combustione interna con veicoli elettrici o ibridi, o l'installazione di impianti di riscaldamento più efficienti o alimentati da fonti rinnovabili. L'adozione di un programma di manutenzione regolare degli impianti e dei macchinari riduce inoltre le emissioni non necessarie, migliorando l'efficienza delle operazioni. Un ulteriore passo strategico potrebbe essere quello di formare i dipendenti sull'importanza della riduzione delle emissioni dirette e su pratiche operative sostenibili. Ad esempio, promuovere comportamenti virtuosi, come una gestione attenta delle risorse e il monitoraggio dell'uso dei veicoli aziendali, può supportare una riduzione delle emissioni. Infine, per consolidare questi sforzi, l'azienda potrebbe optare per una certificazione ambientale, come ISO 14001, che testimonia l'impegno per una gestione sostenibile e favorisce il miglioramento continuo. Con il calcolo delle emissioni Scope 1 e un approccio proattivo alla loro riduzione, l'azienda può non solo migliorare la propria performance ambientale, ma anche beneficiare di vantaggi economici legati a minori consumi di combustibili e rafforzare la propria reputazione agli occhi di clienti e stakeholder. Un'azione importante per ridurre le emissioni Scope 1 è quella di sviluppare e implementare un piano di efficientamento energetico che comprenda, ad esempio, la sostituzione dei veicoli a combustione interna con veicoli elettrici o ibridi, o l'installazione di impianti di riscaldamento più efficienti o alimentati da fonti rinnovabili. L'adozione di un programma di manutenzione regolare degli impianti e dei macchinari riduce inoltre le emissioni non necessarie, migliorando l'efficienza delle operazioni. Un ulteriore passo strategico potrebbe essere quello di formare i dipendenti sull'importanza della riduzione delle emissioni dirette e su pratiche operative sostenibili. Ad esempio, promuovere comportamenti virtuosi, come una gestione attenta delle risorse e il monitoraggio dell'uso dei veicoli aziendali, può supportare una riduzione delle emissioni. Infine, per consolidare questi sforzi, l'azienda potrebbe optare per una certificazione ambientale, come ISO 14001, che testimonia l'impegno per una gestione sostenibile e favorisce il miglioramento continuo. Con il calcolo delle emissioni Scope 1 e un approccio proattivo alla loro riduzione, l'azienda può non solo migliorare la propria performance ambientale, ma anche beneficiare di vantaggi economici legati a minori consumi di combustibili e rafforzare la propria reputazione agli occhi di clienti e stakeholder.

CRITICITA` #3.136.1

L'azienda non ha effettuato il calcolo delle emissioni di gas serra Scope 2.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol) rappresenta il principale standard globale per misurare, gestire e rendicontare le emissioni di gas serra generate dalle attività aziendali. La sua struttura si basa sulla classificazione delle emissioni in tre categorie o Scope, che servono a delineare l'origine e il grado di controllo che un'azienda ha sulle proprie emissioni. Lo Scope 2 si concentra sulle emissioni indirette legate all'energia acquistata e consumata, come elettricità o calore. Le emissioni Scope 2, pur non essendo generate direttamente dall'azienda, sono strettamente correlate al suo consumo energetico. Ad esempio, quando un'azienda utilizza elettricità prodotta da una centrale a carbone, le emissioni di gas serra associate alla generazione di quell'energia vengono considerate Scope 2. La loro misurazione è fondamentale, poiché queste emissioni rappresentano una parte significativa dell'impronta carbonica di molte organizzazioni, soprattutto in settori con elevato consumo energetico. Il calcolo dello Scope 2 avviene seguendo due approcci principali definiti dal GHG Protocol: location-based e market-based. L'approccio location-based considera le emissioni medie del mix energetico della rete locale, mentre quello market-based si basa sui contratti specifici di fornitura energetica dell'azienda, come l'acquisto di energia rinnovabile certificata. Ad esempio, un'azienda che acquista certificati di garanzia di origine per l'energia eolica può dichiarare emissioni Scope 2 significativamente inferiori utilizzando l'approccio market-based rispetto a quello location-based, che rifletterebbe il mix generale della rete. La misurazione e la rendicontazione delle emissioni Scope 2 sono essenziali per identificare opportunità di riduzione dell'impatto ambientale. Un'azienda può adottare azioni come il miglioramento dell'efficienza energetica, l'installazione di sistemi a energia rinnovabile (come pannelli solari) o la stipula di contratti per l'acquisto di energia verde da fornitori certificati. Queste strategie non solo contribuiscono alla sostenibilità ambientale, ma possono anche portare a risparmi sui costi energetici e migliorare la reputazione aziendale, in linea con gli obiettivi climatici globali, come quelli definiti dall'Accordo di Parigi.



Contesto normativo nazionale

In Italia, le normative ambientali non impongono esplicitamente alle grandi aziende l'obbligo di rendicontare le emissioni di Scope 1 e Scope 2 secondo il GHG Protocol. Tuttavia, la Direttiva Europea 2014/95/UE, recepita con il D.Lgs. 254/2016, richiede alle imprese di grandi dimensioni di fornire informazioni non finanziarie, comprese quelle relative alla sostenibilità ambientale. Questo contesto normativo incoraggia le aziende a considerare il monitoraggio delle proprie emissioni come parte integrante della loro rendicontazione. Inoltre, l'inclusione delle emissioni di gas serra nei bilanci di sostenibilità si allinea con le best practices raccomandate da varie iniziative, come il GHG Protocol stesso, che offre linee guida per la contabilizzazione delle emissioni. Le aziende possono anche beneficiare delle linee guida fornite dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, che supportano la misurazione e la rendicontazione delle emissioni nell'ambito di una strategia più ampia di sostenibilità.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, l'approccio alla rendicontazione delle emissioni di Scope 1 e Scope 2 è influenzato da normative e direttive che promuovono la trasparenza ambientale. Ancora, il Green Deal Europeo e il Piano d'Azione per l'Economia Circolare stabiliscono obiettivi ambiziosi per la riduzione delle emissioni e promuovono la responsabilità ambientale tra le aziende. La Commissione Europea ha anche sviluppato iniziative come il European Climate Pact, che incoraggia le imprese a misurare e rendicontare le proprie emissioni come parte di un impegno collettivo per la sostenibilità. In questo contesto, le aziende sono motivate a seguire le linee guida del GHG Protocol per garantire una rendicontazione efficace e coerente delle loro emissioni di gas serra.



Impatto ambientale

Non effettuare la rendicontazione delle emissioni di Scope 2 in una PMI comporta impatti ambientali significativi che possono influenzare sia l'azienda che l'ambiente circostante. La mancanza di una valutazione precisa delle emissioni derivanti dall'energia elettrica e dal calore acquistati può ostacolare la capacità dell'impresa di identificare le opportunità di miglioramento energetico. Di conseguenza, l'inefficienza energetica può persistere, generando un carico ambientale maggiore a causa dell'uso di fonti energetiche non sostenibili. Inoltre, l'assenza di rendicontazione può compromettere la capacità dell'azienda di rispettare gli obiettivi di sostenibilità, rendendo difficile

l'implementazione di pratiche ecocompatibili. La non rendicontazione delle emissioni di Scope 2, quindi, non solo limita l'impegno della PMI verso la sostenibilità, ma può anche avere ripercussioni dirette sulla qualità dell'ambiente, contribuendo a un maggiore inquinamento e a un aumento della domanda di risorse energetiche non rinnovabili.



Impatto economico

La mancata rendicontazione delle emissioni di Scope 2 può influenzare negativamente la salute economica di una PMI. Senza un'analisi dettagliata delle emissioni associate all'energia utilizzata, l'azienda potrebbe non identificare le aree in cui risparmiare sui costi energetici. L'inefficienza energetica può comportare bollette elevate, riducendo i margini di profitto. Inoltre, una PMI che non dimostra impegno nella riduzione delle proprie emissioni rischia di perdere opportunità di finanziamenti e incentivi governativi, che spesso sono riservati a imprese sostenibili. La mancanza di una strategia di riduzione delle emissioni può, infine, portare a costi imprevisti legati a normative sempre più severe in materia di sostenibilità, penalizzando ulteriormente l'equilibrio economico dell'azienda.



Impatto sociale

La decisione di non effettuare la rendicontazione delle emissioni di Scope 2 ha ripercussioni sociali che meritano attenzione. La mancanza di trasparenza in relazione alle proprie pratiche energetiche può portare a un senso di sfiducia tra dipendenti e comunità locali. I lavoratori, sempre più sensibili alle questioni ambientali, potrebbero percepire l'azienda come poco responsabile, influenzando negativamente il morale e la motivazione. Inoltre, una PMI che non si impegna attivamente nella riduzione delle proprie emissioni può essere vista come una cattiva cittadina da parte della comunità, allontanando potenziali clienti e partner che privilegiano la sostenibilità. Infine, senza rendicontazione, l'azienda perde l'opportunità di contribuire a un cambiamento positivo e collettivo verso un futuro più verde, limitando il suo ruolo nel promuovere una società più consapevole e responsabile.



Azioni di miglioramento

L'azienda che non ha effettuato il calcolo delle emissioni dirette di GHG (Scope 2) per il trimestre di riferimento, è essenziale avviare un processo di monitoraggio sistematico per comprendere e ridurre l'impatto ambientale legato al consumo di energia. Un primo passo fondamentale è raccogliere i dati relativi al consumo di energia elettrica, calore o vapore da parte dell'azienda, identificando le principali fonti di consumo e le tipologie di energia acquistata. Per facilitare questa operazione, l'azienda può avvalersi di software di gestione energetica che permettano di tracciare in tempo reale il consumo di energia e generare report utili per il calcolo delle emissioni. Una volta raccolti i dati, l'azienda può stimare le emissioni Scope 2 utilizzando i fattori di emissione relativi alla produzione dell'energia elettrica consumata, i quali sono pubblicati da enti governativi o da organizzazioni ambientali riconosciute. È fondamentale, quindi, che l'azienda si assicuri di ottenere informazioni accurate sui fornitori di energia, in modo da poter calcolare correttamente le emissioni derivanti dall'acquisto di energia. Per ridurre le emissioni Scope 2, l'azienda dovrebbe prendere in considerazione l'adozione di energie rinnovabili. Se possibile, passare a contratti di fornitura di energia proveniente da fonti rinnovabili (come il solare o l'eolico) può ridurre significativamente l'impronta di carbonio. Un'altra azione efficace è l'installazione di impianti fotovoltaici aziendali o l'adozione di soluzioni di efficientamento energetico, come l'adozione di LED per l'illuminazione o sistemi di riscaldamento e raffreddamento ad alta efficienza. Investire in tecnologie che migliorano l'efficienza energetica, come l'automazione dei processi o l'ottimizzazione dei sistemi di riscaldamento e raffreddamento, è una strategia a lungo termine che riduce non solo le emissioni, ma anche i costi operativi. Infine, l'azienda dovrebbe considerare di certificare il proprio impegno verso la sostenibilità, ottenendo certificazioni come la ISO 50001 (Sistema di gestione dell'energia), che offre una struttura per il miglioramento continuo della performance energetica. Implementare una strategia di comunicazione trasparente sulle emissioni Scope 2 e sugli sforzi per ridurle può migliorare anche la reputazione aziendale, rispondendo così a una crescente richiesta da parte di consumatori e investitori di comportamenti aziendali responsabili dal punto di vista ambientale.

CRITICITA` #3.138.1

L'azienda non ha effettuato il calcolo delle emissioni di gas serra Scope 3.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol) rappresenta il principale standard globale per misurare, gestire e rendicontare le emissioni di gas serra generate dalle attività aziendali. La sua struttura si basa sulla classificazione delle emissioni in tre categorie o Scope, che servono a delineare l'origine e il grado di controllo che un'azienda ha sulle proprie emissioni. Lo Scope 3, raccoglie tutte le altre emissioni indirette lungo la catena del valore, sia a monte che a valle, costituendo spesso la parte più significativa e complessa da calcolare. Le emissioni di Scope 3 sono generate da attività come la produzione e il trasporto di materie prime, l'energia consumata dai fornitori, il trasporto e l'uso finale dei prodotti, nonché lo smaltimento dei rifiuti. Per esempio, un'azienda alimentare potrebbe considerare le emissioni prodotte durante la coltivazione e il trasporto degli ingredienti, mentre una società tecnologica dovrebbe includere quelle legate alla produzione dei componenti elettronici acquistati. Analogamente, le emissioni derivanti dal pendolarismo dei dipendenti o dai viaggi di lavoro rientrano in questa categoria, così come quelle associate al ciclo di vita dei prodotti venduti. Calcolare le emissioni di Scope 3 è fondamentale per ottenere una visione completa dell'impatto ambientale dell'azienda, dato che per molte organizzazioni questa categoria rappresenta la quota più rilevante delle emissioni totali. Il calcolo consente non solo di identificare i principali punti critici lungo la catena del valore, ma anche di coinvolgere fornitori, clienti e partner in iniziative di riduzione dell'impronta carbonica. L'adozione del Corporate Value Chain (Scope 3) Standard, una guida specifica del GHG Protocol, può facilitare il processo di raccolta dati, mentre l'utilizzo di strumenti come software di analisi e metodologie di valutazione del ciclo di vita (LCA) aiuta a stimare accuratamente le emissioni. Analizzare lo Scope 3 rappresenta non solo una responsabilità in termini di sostenibilità, ma anche un'opportunità per migliorare l'efficienza operativa, ridurre i costi lungo la filiera e rispondere alle crescenti richieste di trasparenza da parte di consumatori e investitori. Questo processo, oltre a rafforzare la reputazione aziendale, favorisce l'allineamento agli obiettivi globali di sostenibilità, come l'Accordo di Parigi e gli SDG (Sustainable Development Goals), contribuendo a un modello di sviluppo più resiliente e sostenibile.



Contesto normativo nazionale

In Italia, le PMI non sono obbligate a rendicontare le emissioni di Scope 3. Tuttavia, l'adozione di pratiche di rendicontazione è incentivata da normative come la Legge 221/2015 (Legge sul Green Public Procurement) e il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), che incoraggiano le imprese a migliorare la loro sostenibilità ambientale. Sebbene non vi siano obblighi diretti per le PMI, la rendicontazione di Scope 3 consente alle aziende di migliorare l'efficienza e l'accesso a fondi verdi e incentivi statali. L'introduzione di incentivi per le PMI sostenibili nelle politiche pubbliche ha dato maggiore impulso alla sensibilizzazione su questi temi.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, le PMI non sono obbligate a rendicontare le emissioni di Scope 3, ma il Green Deal Europeo e la strategia per l'economia circolare incoraggiano le aziende a monitorare e ridurre le loro emissioni di gas serra lungo tutta la catena del valore. La Direttiva 2014/95/UE impone alle grandi imprese di divulgare informazioni non finanziarie, ma le PMI non sono vincolate a farlo. Tuttavia, la Commissione Europea offre incentivi per le aziende che adottano politiche di riduzione delle emissioni, anche attraverso finanziamenti verdi, e promuove il reporting ambientale come parte di una strategia di crescita sostenibile a livello continentale.



Impatto ambientale

La mancata rendicontazione delle emissioni di Scope 3 ha impatti ambientali e strategici significativi per un'azienda, limitando la sua capacità di affrontare in modo completo il proprio impatto ecologico. Le emissioni di Scope 3 comprendono tutte quelle indirette che derivano dalle attività lungo la catena del valore, come l'approvvigionamento di materie prime, il trasporto dei beni e i consumi dei prodotti da parte dei clienti. Senza una misurazione accurata e trasparente di queste emissioni, l'azienda non è in grado di identificare le aree critiche in cui si verificano i maggiori impatti ambientali. Ciò impedisce di sviluppare strategie efficaci per ridurre il proprio impatto.



Impatto economico

Non calcolare e rendicontare le emissioni di Scope 3 può comportare una significativa mancanza di visibilità sui costi indiretti legati alla catena di approvvigionamento e alla logistica. Senza una comprensione accurata delle proprie emissioni indirette, l'azienda potrebbe non riuscire a identificare aree inefficaci o ad alto impatto ambientale, limitando l'adozione di pratiche più efficienti e sostenibili. Questo potrebbe ridurre l'efficienza operativa complessiva, influenzando negativamente la competitività dell'impresa sul mercato, in quanto altre aziende, più attente alla sostenibilità, potrebbero ottenere vantaggi in termini di costi e reputazione. Inoltre, le PMI che non monitorano le emissioni di Scope 3 rischiano di perdere opportunità importanti per accedere a finanziamenti verdi e incentivi fiscali che premiamo le imprese che sono trasparenti e proattive nel monitoraggio e nella riduzione delle proprie emissioni. La mancanza di queste opportunità potrebbe portare a costi aggiuntivi per l'azienda, riducendo ulteriormente la sua capacità di crescere e di adattarsi alle future normative ambientali. Pertanto, adottare pratiche di rendicontazione delle emissioni di Scope 3 non solo aiuta l'azienda a migliorare la propria efficienza operativa, ma le consente anche di beneficiare di vantaggi economici derivanti da politiche pubbliche orientate alla sostenibilità.



Impatto sociale

La mancata rendicontazione delle emissioni di Scope 3 potrebbe compromettere la fiducia di consumatori e partner commerciali, che sono sempre più attenti alle politiche ambientali delle aziende con cui collaborano. L'assenza di una strategia chiara e misurabile per la riduzione delle emissioni di gas serra può essere percepita come una mancanza di impegno concreto verso la sostenibilità, danneggiando la reputazione aziendale. Inoltre, questa omissione potrebbe influire negativamente anche sulla motivazione dei dipendenti, che potrebbero sentirsi meno coinvolti in un'azienda che non dimostra un forte impegno sociale e ambientale. Le PMI che non affrontano in modo trasparente le proprie emissioni rischiano quindi di perdere non solo opportunità di collaborazione con altre aziende sensibili a questi temi, ma anche il supporto di un team motivato e orgoglioso di lavorare per un'azienda responsabile.



Azioni di miglioramento

Le PMI dovrebbero iniziare a raccogliere e monitorare i dati relativi alle emissioni di Scope 3, è essenziale intraprendere un percorso strategico che includa l'adozione di pratiche e strumenti per migliorare la comprensione e la gestione del proprio impatto ambientale lungo l'intera catena del valore. Il primo passo è identificare le principali categorie di emissioni Scope 3 rilevanti per l'azienda, come quelle derivanti dalla filiera di approvvigionamento, dai viaggi di lavoro, dalla gestione dei rifiuti, dall'uso dei prodotti venduti o dai trasporti. Per facilitare questa analisi, è consigliabile utilizzare standard internazionali come il GHG Protocol, che offre linee guida specifiche per il calcolo delle emissioni Scope 3, adattabili a diversi settori. Un'azione prioritaria è collaborare con i fornitori per raccogliere dati sulle emissioni generate dalle materie prime e dai processi di produzione, promuovendo la trasparenza lungo la filiera. Questo può essere supportato dall'implementazione di strumenti digitali avanzati, come software per il monitoraggio ambientale, che consentono una raccolta dati accurata e regolare. Parallelamente, l'azienda potrebbe avviare programmi di formazione per sensibilizzare i dipendenti e i partner commerciali sull'importanza di ridurre le emissioni Scope 3, favorendo il passaggio a pratiche più sostenibili. Per migliorare ulteriormente la performance, è utile considerare il coinvolgimento di consulenti esperti o l'adesione a iniziative di settore che supportano la misurazione e la riduzione delle emissioni indirette. Inoltre, l'azienda può sfruttare incentivi e programmi governativi, nazionali o internazionali, che finanziano progetti di sostenibilità ambientale, inclusi quelli dedicati alla decarbonizzazione delle catene di fornitura. Infine, sviluppare una strategia di rendicontazione chiara e completa, integrata in bilanci di sostenibilità o report annuali, non solo dimostra impegno verso la sostenibilità ma migliora anche la reputazione aziendale e il rapporto con gli stakeholder.

CRITICITA` #3.186.3

La vostra azienda non si occupa delle aree verdi urbane.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le aree verdi urbane sono spazi all'interno delle aree urbane che sono destinate alla presenza di vegetazione, come parchi, giardini, o semplici spazi pubblici alberati. Queste aree verdi svolgono un ruolo fondamentale nel migliorare la qualità della vita nelle città. Forniscono spazi ricreativi e sociali che possono essere utilizzate dalle persone per incontrarsi e socializzare favorendo la creazione di comunità più forti. Inoltre, migliorano la salute, mitigando gli effetti dell'inquinamento atmosferico grazie all'assorbimento di anidride carbonica, riducono l'effetto isola di calore e forniscono in generale zone d'ombra e ristoro. Queste zone consentono di migliorare la qualità della vita delle persone nelle città, fornendo un ambiente più sano, esteticamente piacevole e sostenibile.



Contesto normativo nazionale

L'Italia è allineata alle politiche comunitarie in tema di riforestazione e riboschimento, inoltre con il Decreto Legge 14 ottobre 2019, n. 111, detto Decreto Clima, si sono introdotte misure specifiche per la riforestazione di aree urbane e interne.



Contesto normativo europeo

L'Unione Europea ha intrapreso una politica di lotta alla deforestazione e di incentivo a buone pratiche di riforestazione, all'interno del Green Deal Europeo e della EU's Biodiversity Strategy for 2030. Nel marzo 2023, sono state pubblicate le linee guida su 'Biodiversity-Friendly Afforestation, Reforestation and Tree Planting', che definiscono i metodi consigliati e le best practices dell'Unione per tale ambito.



Impatto ambientale

Gli alberi e le piante presenti nelle aree verdi urbane contribuiscono alla riduzione dell'inquinamento atmosferico, assorbendo CO₂ e producendo ossigeno. Permettono di ridurre l'effetto di isola di calore, riducendo le zone di accumulo di calore e creando zone ombreggiate. Favoriscono la biodiversità anche in ambienti urbani, permettendo la proliferazione di piante, insetti e animali. Inoltre, grazie alla capacità degli alberi di gestire il ciclo idrologico, possono mitigare i casi di piogge intense e periodi di secca.



Impatto economico

Il primo vantaggio economico che può essere individuato è di tipo indiretto: la presenza di aree verdi ben mantenute e accessibili può aumentare il valore delle proprietà circostanti e possono portare attrattività turistica. Inoltre, la creazione di aree urbane fornisce visibilità all'azienda, migliorando la percezione che la comunità ha del brand, come anche la sua riconoscibilità.



Impatto sociale

Le aree verdi urbane offrono luoghi per l'attività fisica, il relax e il riposo, favorendo la salute fisica e mentale delle persone e contribuendo al benessere generale della comunità. Promuovono l'inclusione e la coesione sociale e favoriscono lo sviluppo di una connessione tra i cittadini urbani e l'ambiente naturale, di cui spesso sono estranei.



Azioni di miglioramento

Valutate una strategia di collaborazione con enti pubblici e privati per creare e gestire aree verdi urbane. Questo promuoverebbe la sostenibilità delle vostre operazioni e migliorerà la qualità della vita nelle comunità in cui operiamo.

CRITICITA` #3.3.1

L'azienda non ha una politica ambientale con obiettivi quantitativi.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Una politica ambientale è un insieme di principi e linee guida che un'azienda adotta per ridurre il proprio impatto sull'ambiente. Le politiche ambientali definiscono gli obiettivi che l'impresa si prefigge di raggiungere in relazione a diversi aspetti ecologici, come la riduzione delle emissioni di CO₂, l'efficienza energetica, la gestione dei rifiuti e l'utilizzo responsabile delle risorse naturali. Queste politiche possono includere obiettivi sia a breve che a lungo termine, con il fine di integrare la sostenibilità nei processi aziendali e di promuovere comportamenti ecologicamente responsabili tra i dipendenti, i fornitori e gli altri stakeholder. Gli obiettivi quantitativi sono misurabili e concreti, e mirano a garantire che l'azienda possa monitorare i progressi nel raggiungimento dei suoi scopi. Ad esempio, un obiettivo quantitativo potrebbe essere ridurre le emissioni di gas serra del 20% entro il 2025, o ridurre il consumo di energia del 15% nei prossimi tre anni. Questi obiettivi sono spesso supportati da piani di azione dettagliati che stabiliscono le azioni specifiche necessarie per raggiungere i traguardi fissati. Un esempio di azienda che ha implementato una politica ambientale con obiettivi quantitativi è quella che si impegna a ottenere una certificazione ISO 14001, uno standard internazionale che definisce i criteri per un sistema di gestione ambientale efficace. Le aziende con una politica ambientale chiara sono in grado di non solo ridurre l'impatto negativo sull'ambiente, ma anche di ottenere vantaggi economici e reputazionali, migliorando la propria competitività nel mercato globale. L'adozione di politiche ambientali con obiettivi misurabili, come il miglioramento dell'efficienza energetica o la riduzione dei rifiuti, consente alle aziende di allinearsi agli standard di sostenibilità internazionali e di rispondere alle crescenti richieste di trasparenza e responsabilità sociale da parte dei consumatori, delle autorità e degli investitori.



Contesto normativo nazionale

In Italia, la normativa ambientale per le aziende è allineata con le direttive europee e fornisce ulteriori requisiti per la rendicontazione delle politiche di sostenibilità. Il Decreto Legislativo 254/2016 recepisce la Direttiva Europea 2014/95/UE e impone alle grandi imprese di comunicare dati relativi alla sostenibilità, inclusi gli impatti ambientali delle attività aziendali. Tale obbligo è accompagnato da linee guida per incoraggiare un monitoraggio più approfondito delle emissioni e dell'impatto ambientale. In mancanza di un obbligo esplicito di stabilire obiettivi quantitativi di riduzione, questo decreto mira comunque a stimolare la definizione di target misurabili, aumentando la trasparenza e la responsabilità aziendale. Le aziende che scelgono di adottare pratiche di monitoraggio e obiettivi di riduzione godono di una maggiore credibilità sul mercato, incentivata anche da agevolazioni e certificazioni legate alla sostenibilità.



Contesto normativo europeo

Nell'Unione Europea, diverse normative incentivano le aziende a implementare politiche ambientali e a stabilire obiettivi chiari di sostenibilità. Il Regolamento UE 2020/852, meglio conosciuto come "Regolamento sulla Tassonomia", fornisce una classificazione standardizzata per identificare le attività sostenibili dal punto di vista ambientale, promuovendo investimenti green e incoraggiando le imprese a sviluppare politiche che rispettino criteri di sostenibilità. La Direttiva Europea sulla Comunicazione Non Finanziaria (2014/95/UE) richiede alle grandi aziende di rendicontare periodicamente le informazioni non finanziarie, includendo dettagli sulle politiche e pratiche ambientali, con l'obiettivo di promuovere trasparenza e responsabilità. Sebbene la direttiva non obblighi le aziende a fissare obiettivi quantitativi per le emissioni, queste normative hanno un effetto incentivante, spingendo le aziende a stabilire metriche di performance ambientale e a migliorare la sostenibilità delle proprie operazioni.



Impatto ambientale

L'assenza di una politica ambientale con obiettivi quantitativi comporta impatti ambientali rilevanti e una significativa mancanza di controllo sugli effetti delle attività aziendali sull'ambiente. Senza obiettivi chiari e misurabili, l'azienda non riesce a monitorare in modo efficace le proprie emissioni di gas serra o il consumo di risorse naturali, aumentando il rischio di superare soglie critiche di sostenibilità. Questa carenza contribuisce a una maggiore impronta ecologica dovuta a inefficienze operative, sprechi di risorse e processi produttivi non ottimizzati. Inoltre, l'assenza di una strategia strutturata impedisce di adottare pratiche preventive per ridurre l'inquinamento atmosferico, idrico e del suolo. Senza linee guida chiare, diventa difficile implementare misure come il risparmio energetico, la riduzione dei rifiuti o l'utilizzo di materiali riciclabili, con un conseguente aumento dell'impatto ambientale diretto e indiretto delle operazioni aziendali. La mancanza di obiettivi quantitativi ostacola anche la capacità dell'azienda di identificare e correggere punti critici ambientali, come consumi eccessivi di energia o materiali, e limita l'opportunità di migliorare l'efficienza ecologica nel lungo termine. Questa lacuna può comportare un utilizzo insostenibile delle risorse naturali, aumentando la pressione sugli ecosistemi locali e globali. Senza una politica definita, l'azienda non può beneficiare delle potenzialità delle tecnologie sostenibili o di approcci gestionali innovativi che potrebbero ridurre significativamente l'impatto ambientale. Inoltre, l'assenza di misurazioni impedisce di evidenziare eventuali miglioramenti ambientali,

vanificando la possibilità di trasformare tali progressi in vantaggi competitivi o di immagine. Per limitare questi impatti, sarebbe necessario sviluppare una politica ambientale basata su obiettivi quantitativi, come la riduzione delle emissioni o il risparmio di risorse specifiche. Questo approccio consentirebbe di monitorare e ridurre in modo progressivo e misurabile l'impatto ambientale aziendale, trasformando le criticità attuali in opportunità di sostenibilità e ottimizzazione delle risorse.



Impatto economico

L'assenza di una politica ambientale con obiettivi quantitativi può avere impatti economici negativi per l'azienda. Senza obiettivi definiti, l'impresa rischia di non ottimizzare l'utilizzo delle risorse, aumentando i costi operativi legati all'inefficienza energetica, ai consumi elevati di materie prime e alla gestione dei rifiuti. Inoltre, la non adozione di pratiche sostenibili può esporre l'azienda a sanzioni o penalità derivanti dal mancato rispetto delle normative ambientali, che diventano sempre più stringenti a livello nazionale e internazionale. Inoltre, l'azienda perde opportunità di ottenere incentivi fiscali o agevolazioni per l'adozione di tecnologie verdi o pratiche sostenibili. Senza un impegno chiaro, è più difficile accedere a finanziamenti o partecipare a progetti pubblici e privati che favoriscono la transizione verso modelli di business più ecologici e competitivi.



Impatto sociale

La mancanza di una politica ambientale può minare la reputazione dell'azienda agli occhi di dipendenti, clienti e altri stakeholder sociali. Le generazioni più giovani e i consumatori sono sempre più orientati verso scelte sostenibili e responsabili. Un'azienda che non adotta una politica di sostenibilità rischia di alienarsi queste categorie e di perdere la fiducia della comunità, che potrebbe percepire l'azienda come poco sensibile alle problematiche ambientali. A livello sociale, una mancata attenzione alle politiche ambientali può anche riflettersi in una minore attrattiva verso talenti e dipendenti motivati da valori eco-sostenibili.



Azioni di miglioramento

Per avere una politica ambientale con obiettivi quantitativi, è essenziale definire obiettivi e azioni in un documento formale approvato dal top management, che rifletta un chiaro impegno verso la sostenibilità. La politica ambientale deve mirare a ridurre al minimo l'uso delle risorse naturali e l'impatto sull'ambiente, garantire il rispetto o il superamento delle normative ambientali in tutti i luoghi operativi e favorire l'adozione di tecnologie non inquinanti ed efficienti dal punto di vista energetico. In assenza di regolamenti specifici, l'organizzazione dovrebbe fissare propri standard e obiettivi, accompagnati da un piano d'azione con revisioni regolari dei progressi. È fondamentale misurare e confrontare i risultati ottenuti con gli obiettivi prefissati per ottimizzare l'efficienza delle risorse e ridurre l'inquinamento. Inoltre, l'azienda dovrebbe collaborare con fornitori e clienti per promuovere prodotti e servizi più ecologici e comunicare in modo trasparente le proprie prestazioni ambientali attraverso relazioni annuali chiare e concise, indirizzate a tutte le parti interessate e alle comunità.

MIGLIORAMENTO #3.19.2

L'azienda sta contribuendo alla riduzione del rilascio di plastica nell'ambiente ha messo in atto iniziative per la sostituzione della plastica monouso.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La riduzione del rilascio di plastica monouso nell'ambiente è un obiettivo fondamentale delle politiche ambientali dell'Unione Europea, il quale ha adottato una serie di leggi e strategie per combattere l'inquinamento da plastica. Una delle principali normative in questo ambito è la European Plastics Strategy (Strategia europea per la plastica), che ha come obiettivo rendere tutte le confezioni in plastica riciclabili

entro il 2030 e ridurre drasticamente l'uso di plastica monouso. Questo approccio è stato rafforzato dal European Plastics Act, che prevede specifiche linee guida e obblighi per le aziende, le quali sono incentivate a ridurre l'utilizzo di plastica vergine e ad aumentare la quantità di plastica riciclata nei loro prodotti. Plastiche monouso sono quegli oggetti di plastica destinati ad essere utilizzati una sola volta, come bicchieri, posate, piatti, cannucce e sacchetti di plastica. Questi prodotti, una volta utilizzati, finiscono spesso nell'ambiente, dove possono persistere per centinaia di anni. La plastica monouso è una delle principali cause di inquinamento marino, che minaccia la fauna acquatica e inquina le acque. Un'alternativa per contrastare questo fenomeno è quella di sostituire questi oggetti con opzioni più sostenibili, come prodotti riutilizzabili, in materiali biodegradabili o plastica riciclata. Un esempio semplice ma concreto di come un'azienda può contribuire alla riduzione della plastica monouso è la sostituzione di bicchieri e posate usa e getta in ufficio con alternative riutilizzabili in acciaio inox o materiali biodegradabili. Anche se queste plastiche vengono riciclate, la plastica riciclata, con le attuali tecnologie, tende a perdere qualità e a subire un "downgrade" (cioè viene utilizzata per prodotti di qualità inferiore), e il processo di riciclo non è privo di impatti ambientali, come il consumo di energia e acqua. L'European Plastics Act promuove l'adozione di politiche aziendali che incoraggiano il riutilizzo e la riciclabilità dei materiali. Le aziende possono, ad esempio, acquistare plastica solo da fornitori che rispettano gli standard fissati da questo atto, impegnandosi a ridurre il consumo di plastica vergine e aumentando l'uso di plastica riciclata nei propri prodotti e imballaggi. Un altro aspetto importante della legislazione europea è l'incoraggiamento all'eco-design, cioè progettare i prodotti fin dall'inizio per essere facilmente riciclabili, riducendo al minimo gli sprechi di plastica e migliorando la raccolta e il riciclaggio degli imballaggi. Inoltre, l'Unione Europea sta aumentando gli investimenti nelle infrastrutture per la raccolta differenziata e il riciclo della plastica, creando un sistema circolare in cui i materiali plastici vengono riutilizzati per produrre nuovi prodotti. Alcune aziende, ad esempio, stanno collaborando con iniziative per migliorare la raccolta della plastica nelle aree urbane e negli oceani, trasformando i rifiuti in nuove risorse. Quindi, un'azienda che contribuisce alla riduzione del rilascio di plastica monouso sta non solo aderendo agli obblighi normativi imposti a livello europeo, ma sta anche avendo un impatto positivo sull'ambiente, riducendo la plastica che finisce nei mari e negli ecosistemi naturali.

Contesto normativo nazionale

In Italia, la riduzione dell'uso della plastica monouso è regolata da leggi che rispecchiano e supportano gli obiettivi europei per la sostenibilità ambientale e l'economia circolare. Tra le principali normative troviamo la Legge n. 221/2015, nota come "Collegato Ambientale", che ha introdotto misure importanti per contrastare l'inquinamento da plastica. In particolare, questa legge ha previsto l'introduzione di una serie di disposizioni, tra cui il divieto di utilizzare sacchetti di plastica non compostabili nei punti vendita. Dal 2018, infatti, i commercianti sono obbligati a offrire ai consumatori solo borse biodegradabili o riutilizzabili, riducendo notevolmente l'uso della plastica monouso nel settore retail. Questo intervento fa parte di un piano più ampio per incentivare il riciclo, la riduzione dei rifiuti e l'adozione di alternative ecologiche alla plastica. A questa legge si aggiunge l'implementazione in Italia della Direttiva Europea 2019/904, che ha come obiettivo principale la riduzione dei rifiuti di plastica monouso e l'incentivazione dell'economia circolare. Questa direttiva europea impone il divieto di alcuni articoli di plastica monouso, tra cui piatti, posate, cannucce, bastoncini cotonati e contenitori per alimenti, con l'intento di ridurre l'inquinamento marino e promuovere soluzioni più sostenibili. In Italia, questa direttiva è stata recepita con il Decreto Legislativo n. 196/2021, che ha stabilito il divieto di immettere sul mercato questi prodotti a partire dal 2021, con una fase di adattamento per le imprese. Inoltre, la direttiva promuove il riciclo della plastica, fissando obiettivi di raccolta differenziata più ambiziosi e incentivando l'uso di plastica riciclata nei nuovi prodotti. Per le PMI, queste normative rappresentano un'opportunità per adeguarsi alle disposizioni in vigore e per ridurre l'impatto ambientale. Sebbene non tutte le PMI siano obbligate ad applicare misure restrittive in modo immediato, le politiche pubbliche italiane, tramite bandi e incentivi fiscali, le incoraggiano a adottare soluzioni ecologiche come l'uso di materiali biodegradabili, riutilizzabili e riciclabili. In questo contesto, le PMI possono beneficiare di sgravi fiscali e contributi per l'acquisto di materiali alternativi, il miglioramento dei processi di riciclo e l'implementazione di sistemi di eco-design per ridurre l'uso della plastica.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, la Strategia UE per la plastica nell'economia circolare è un'iniziativa ambiziosa per affrontare il crescente problema dell'inquinamento da plastica. Un elemento centrale di questa strategia è la Direttiva 2019/904 sulla plastica monouso, che stabilisce misure obbligatorie per ridurre significativamente i rifiuti di plastica, in particolare quelli derivanti da prodotti usa e getta come piatti, posate, bicchieri, cannucce e contenitori per alimenti. La direttiva è stata pensata per rispondere all'inquinamento marino, che rappresenta

una delle principali minacce ambientali legate alla plastica, e per promuovere l'economia circolare, in cui i materiali vengono riutilizzati e riciclati invece di essere gettati via. La Direttiva 2019/904 ha previsto un piano per il divieto di alcuni prodotti di plastica monouso, che sono stati eliminati dal mercato UE a partire dal 2021. Questo ha obbligato le aziende, comprese le PMI, ad adattarsi, riducendo o sostituendo questi articoli con alternative sostenibili, come materiali biodegradabili o riutilizzabili. Inoltre, la direttiva prevede che vengano introdotti requisiti obbligatori per il contenuto di plastica riciclata in prodotti come bottiglie di plastica, con l'obiettivo di aumentare la quantità di plastica riciclata immessa nel mercato. Questo incentiva non solo il riciclo ma anche l'uso di plastica riciclata nei nuovi prodotti. Oltre a questa direttiva, la Commissione Europea ha messo in campo una serie di misure per il miglioramento del riciclo, che comprendono l'incentivazione del riutilizzo e del riciclo tramite pratiche di eco-design. Le PMI sono pertanto invitate a sviluppare nuovi prodotti con l'intento di renderli facilmente riciclabili o riutilizzabili, riducendo l'uso di plastica vergine e contribuendo così a una gestione più sostenibile delle risorse. In parallelo, sono stati sviluppati incentivi per l'uso di bioplastiche (plastiche derivate da risorse rinnovabili), che costituiscono un'alternativa ecologica alla plastica tradizionale. Le misure europee vanno anche oltre i prodotti plastici monouso, con obiettivi specifici per limitare l'immissione di microplastiche nell'ambiente, un altro problema importante legato all'inquinamento da plastica. La Commissione Europea ha adottato anche una Strategia per la plastica nell'economia circolare che include azioni per migliorare le infrastrutture di riciclaggio a livello nazionale e regionale, facilitando la raccolta e il trattamento dei rifiuti plastici in modo più efficiente. Un altro aspetto rilevante in questo contesto è l'adozione di politiche per il green public procurement (acquisti pubblici verdi), che incoraggiano le aziende a fare scelte sostenibili e a ridurre l'utilizzo di plastica, specialmente nelle forniture pubbliche, dove le amministrazioni devono privilegiare soluzioni ecologiche.



Impatto ambientale

Quando un'azienda inizia a sostituire la plastica monouso con alternative più sostenibili, come materiali biodegradabili o riutilizzabili, gli impatti ambientali positivi diventano tangibili. La riduzione della plastica monouso aiuta a diminuire i rifiuti solidi, contribuendo a ridurre la quantità di plastica che finisce negli oceani e nelle discariche. Inoltre, l'adozione di alternative ecologiche, come carta, legno o bioplastiche, riduce il carico di microplastiche nell'ambiente. L'impatto ambientale complessivo migliora anche grazie a un incremento del riciclo, poiché i materiali alternativi sono spesso più facilmente riciclabili rispetto alla plastica tradizionale.



Impatto economico

Per le PMI che hanno già avviato iniziative per sostituire la plastica monouso, gli impatti economici positivi si possono riscontrare in vari modi. La sostituzione con materiali alternativi, come quelli biodegradabili o riutilizzabili, può ridurre i costi legati all'acquisto continuo di plastica monouso, generando risparmi a lungo termine. Inoltre, adottare queste soluzioni aiuta l'azienda a evitare le potenziali sanzioni legate alla non conformità con le normative in continuo aggiornamento. A livello di marketing, l'impegno verso la sostenibilità può migliorare l'immagine aziendale e attrarre clienti più sensibili alle tematiche ambientali, ampliando così la base di clientela. Infine, alcune aziende possono accedere a incentivi fiscali e agevolazioni per l'adozione di pratiche ecologiche, che contribuiscono a ridurre ulteriormente i costi operativi.



Impatto sociale

Adottare iniziative per sostituire la plastica monouso porta a impatti sociali positivi, in quanto contribuisce a migliorare la qualità della vita nelle comunità locali e a sensibilizzare i consumatori sui temi della sostenibilità. Le PMI che si impegnano attivamente per ridurre la plastica rispondono alle preoccupazioni ambientali dei cittadini, migliorando la loro reputazione e consolidando la fiducia con i consumatori. Inoltre, l'impegno verso la sostenibilità favorisce il benessere collettivo, in quanto la riduzione dell'inquinamento da plastica contribuisce a ecosistemi più sani e a una riduzione dei danni per la fauna, creando un impatto positivo sulla società in generale.



Azioni di miglioramento

Se l'azienda ha già avviato iniziative per sostituire la plastica monouso, è consigliabile concentrarsi su una maggiore diversificazione dei materiali alternativi. Un passo importante potrebbe essere la ricerca di nuovi fornitori che offrono soluzioni ecologiche e certificabili, come bioplastiche o materiali riciclabili, e l'implementazione di una politica di approvvigionamento sostenibile. È altresì utile coinvolgere i consumatori, facendo loro sapere che l'azienda sta compiendo questi sforzi, attraverso campagne di sensibilizzazione sui social media e

altri canali di comunicazione. Un'altra azione potrebbe essere l'ottimizzazione dei processi interni per ridurre gli sprechi di materiali, migliorando l'efficienza operativa. In aggiunta, l'azienda potrebbe valutare l'implementazione di un sistema di gestione dei rifiuti che favorisce il riciclo e la riduzione dei rifiuti plastici, stabilendo collaborazioni con impianti di riciclo locali o aziende di gestione dei rifiuti specializzate.

MIGLIORAMENTO #3.17.3

L'azienda ha introdotto una strategia interna di riduzione delle emissioni prodotte dall'attività economica, riducendo più del 20% delle emissioni.

 SDG 13  GRI 305-5  SDG 13.2  EU ESRS - E1-4

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Adottare strategie interne di riduzione delle emissioni significa impegnarsi a ridurre l'impatto ambientale generato dall'attività aziendale, con particolare attenzione alle emissioni di gas serra come il CO₂. Per le PMI, questo può tradursi in misure concrete come migliorare l'efficienza energetica attraverso l'uso di tecnologie più moderne e meno inquinanti, come impianti a risparmio energetico, riscaldamenti e raffreddamenti più efficienti, o l'utilizzo di energie rinnovabili. L'ottimizzazione dei processi produttivi è un'altra area fondamentale, in cui le PMI possono ridurre i consumi energetici e di materie prime, evitando sprechi e migliorando l'efficienza operativa. Inoltre, un altro aspetto importante riguarda il trasporto e la logistica, dove l'uso di veicoli a basse emissioni o l'ottimizzazione dei percorsi di consegna contribuiscono in modo significativo alla riduzione delle emissioni. Le PMI possono anche adottare un modello di economia circolare, dove i materiali vengono riutilizzati o riciclati, riducendo i rifiuti e abbattendo la necessità di nuove risorse. Sensibilizzare i dipendenti a comportamenti eco-friendly, come spegnere luci inutilizzate o ridurre il consumo di carta, può poi avere un impatto importante. L'adozione di queste strategie non solo protegge l'ambiente, ma porta anche vantaggi concreti per le PMI. Oltre a ridurre i costi operativi, come le bollette energetiche, un impegno visibile verso la sostenibilità migliora la reputazione dell'azienda, aiutando a attrarre clienti e investitori sempre più attenti a tematiche ambientali. Inoltre, l'ambiente normativo in Italia e in Europa offre incentivi, come il credito d'imposta per l'efficienza energetica, che supportano le PMI nel realizzare queste strategie. In definitiva, anche le PMI più piccole possono ridurre le proprie emissioni, contribuire a un futuro più sostenibile e migliorare la propria competitività sul mercato.



Contesto normativo nazionale

In Italia, le PMI sono chiamate a rispettare normative generali che promuovono la riduzione delle emissioni di gas serra, sebbene non vi siano obblighi diretti specifici che impongano loro di adottare strategie interne di riduzione delle emissioni. La Legge 221/2015, che attua il Piano Nazionale per l'Energia e il Clima, rappresenta un riferimento per le aziende in generale, indirizzando l'intero settore produttivo verso la transizione ecologica, incentivando l'adozione di soluzioni per ridurre le emissioni. La Strategia Energetica Nazionale (SEN), pur concentrandosi principalmente sugli obiettivi di decarbonizzazione a livello nazionale, offre una cornice utile anche per le PMI, poiché promuove l'efficienza energetica e l'uso di energie rinnovabili. Inoltre, l'emission trading system e le normative ambientali sui rifiuti, come il Decreto Legislativo 152/2006, incoraggiano indirettamente le PMI a ridurre il proprio impatto ambientale, puntando sul miglioramento dei processi produttivi e sull'adozione di soluzioni meno inquinanti. Infine, le PMI possono beneficiare di incentivi fiscali e finanziamenti europei, che premiano chi adotta misure di riduzione delle emissioni, come nel caso dei fondi destinati all'efficienza energetica.



Contesto normativo europeo

A livello dell'Unione Europea, il quadro normativo include diverse direttive mirate alla sostenibilità, come la direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), che richiede alle PMI quotate di adottare standard di rendicontazione sulla sostenibilità entro il 2026. Con questi standard, le PMI devono dichiarare dati ambientali come le emissioni di CO2 e dimostrare le loro azioni per ridurle, incentivando le aziende a monitorare e ridurre il proprio impatto ambientale. L'ESRS (European Sustainability Reporting Standards) rappresenta il framework utilizzato per questo scopo, ponendo particolare enfasi su principi di economia circolare e la doppia materialità, ovvero l'impatto dell'azienda sull'ambiente e viceversa. Inoltre, attraverso l'Eco-Innovation Action Plan, l'UE sostiene le PMI con finanziamenti specifici per sviluppare tecnologie pulite e pratiche innovative.



Impatto ambientale

Una riduzione superiore al 20% rappresenta un impatto ambientale positivo più marcato, con una diminuzione significativa delle emissioni di gas serra e un miglioramento tangibile della qualità dell'aria. Questi interventi diretti portano benefici misurabili anche a livello locale, come la protezione degli ecosistemi e la riduzione dell'inquinamento atmosferico. A livello indiretto, l'azienda può iniziare a influenzare la catena di fornitura e i propri stakeholder, promuovendo pratiche più sostenibili. Tuttavia, l'impegno richiesto per raggiungere tali riduzioni può comportare un aumento temporaneo dei consumi energetici e delle risorse per l'adeguamento tecnologico o la formazione del personale. Un ambiente sano e sostenibile è cruciale per la riduzione dell'impatto ambientale delle imprese, anche per una PMI. Per consolidare tali risultati, l'azienda potrebbe adottare ulteriori strategie, come politiche di smart working o di mobilità sostenibile. La flessibilità negli orari di lavoro o la promozione dell'uso di mezzi pubblici possono ridurre ulteriormente le emissioni legate agli spostamenti dei dipendenti. Nonostante i progressi significativi, l'inefficienza energetica in alcune aree aziendali potrebbe continuare a incidere sulle emissioni complessive.



Impatto economico

Pur richiedendo un impegno iniziale sotto forma di investimenti, l'adozione di una strategia di riduzione delle emissioni da parte di una PMI può generare vantaggi economici significativi nel breve e lungo periodo. A livello immediato, la reputazione aziendale migliora, rendendo l'azienda più attrattiva sul mercato e aumentando la sua competitività rispetto ai concorrenti. Questo prestigio può tradursi in un incremento delle vendite, nell'acquisizione di nuovi clienti e nel rafforzamento della fidelizzazione dei clienti esistenti. Nel lungo periodo, la riduzione delle emissioni porta anche a significativi risparmi sui costi operativi. Per esempio, investire in tecnologie più efficienti, come gli impianti fotovoltaici, riduce la dipendenza dalle risorse energetiche tradizionali e permette risparmi sui costi energetici aziendali. Inoltre, il miglioramento del clima globale, grazie a tali strategie, porta a minori rischi economici legati agli eventi climatici estremi e ai costi di adattamento. La combinazione di questi fattori consente di recuperare e superare gli investimenti iniziali, con un ritorno significativo in termini di risparmi e opportunità di crescita.



Impatto sociale

Implementare strategie interne di riduzione delle emissioni non solo aiuta l'azienda a migliorare il proprio impatto ambientale, ma contribuisce attivamente anche agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, in particolare all'Obiettivo 13 sulla lotta contro il cambiamento climatico. Le PMI che adottano politiche sostenibili partecipano concretamente alla protezione del pianeta, contribuendo alla lotta contro la desertificazione, l'acidificazione degli oceani e lo scioglimento dei ghiacciai, effetti diretti del riscaldamento globale. Questo impegno sociale ha un forte impatto positivo, in quanto sensibilizza i dipendenti e la comunità circostante sull'importanza della sostenibilità. Oltre a migliorare la qualità della vita delle persone, un impegno tangibile per la riduzione delle emissioni favorisce una cultura aziendale responsabile e solidale. Le aziende che si fanno carico di questi impegni sono generalmente più apprezzate dai consumatori e dai dipendenti, che oggi sono sempre più attenti alle scelte ecologiche delle imprese con cui interagiscono. In questo modo, non solo si contribuisce al benessere ambientale globale, ma si promuove anche un maggiore coinvolgimento sociale e una cultura di responsabilità.



Azioni di miglioramento

Con la strategia adottata, le emissioni prodotte sono state ridotte di oltre il 20%, allineandosi con i target europei fissati dall'Agenda 2020. Per allinearsi con i target più ambiziosi dell'Agenda 2030, sarebbe necessario un ulteriore impegno. Alcune azioni che potrebbero essere adottate, se non già implementate, includono l'introduzione di un sistema di raccolta differenziata più efficiente per ridurre il volume dei rifiuti, la riduzione dell'uso di plastica monouso all'interno dell'azienda, la fornitura di abbonamenti ai trasporti pubblici o al car sharing a

prezzi agevolati per i dipendenti, e la promozione di corsi di formazione sul tema della sostenibilità ambientale. Inoltre, strategie per ridurre il consumo energetico, come la disconnessione dei dispositivi non utilizzati (unplugging) e l'adozione di apparecchiature a basso consumo energetico, potrebbero avere un impatto positivo. L'introduzione di pratiche di nudging, come cartelli nei luoghi di lavoro che incoraggiano comportamenti eco-sostenibili, può incentivare cambiamenti nelle abitudini quotidiane. Infine, potrebbe essere utile sostituire impianti e tecnologie obsolete con modelli più moderni ed efficienti, in linea con l'evoluzione degli obiettivi di sviluppo sostenibile, contribuendo a migliorare l'efficienza complessiva dell'azienda.

CRITERIO SODDISFATTO #3.13.4

L'azienda sta acquistando tra il 50% e il 75% dei prodotti/servizi dotati di marchi ecologici/ecosostenibili certificati.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'adozione di prodotti e servizi ecosostenibili rappresenta una leva cruciale per affrontare sfide ambientali, economiche e sociali, promuovendo un modello di sviluppo sostenibile. Sul piano ambientale, l'uso di soluzioni sostenibili permette di ridurre l'impatto delle attività aziendali grazie alla diminuzione delle emissioni di gas serra, del consumo di risorse naturali e della produzione di rifiuti, contribuendo in modo diretto alla protezione dell'ecosistema e al contrasto del cambiamento climatico. Economicamente, investire nella sostenibilità consente non solo di accedere a incentivi e finanziamenti dedicati, ma anche di migliorare l'efficienza operativa riducendo i costi legati al consumo energetico e alle materie prime. Inoltre, la transizione verso prodotti ecosostenibili riduce la dipendenza da risorse tradizionali, limitando l'esposizione alle fluttuazioni dei prezzi sul mercato globale. Dal punto di vista sociale, l'impegno verso la sostenibilità rafforza il rapporto dell'azienda con le comunità locali, migliorando la qualità della vita grazie a un ambiente più sano e meno inquinato. Questo impegno favorisce anche un dialogo positivo con i consumatori, sempre più orientati verso aziende che dimostrano un comportamento etico e responsabile. Investire in sostenibilità, quindi, non rappresenta solo un vantaggio competitivo, ma anche un obbligo morale verso le generazioni future, garantendo che i benefici economici si accompagnino a un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.



Contesto normativo nazionale

In Italia, le aziende che intendono ridurre la propria impronta ambientale, sia carbonica che idrica, possono fare riferimento a un quadro normativo che incoraggia la sostenibilità attraverso politiche e incentivi. La Legge 221/2015, conosciuta come la Legge sulla Green Economy, promuove azioni in ambito ambientale e mira a incentivare le imprese a intraprendere percorsi di sostenibilità, sia per le emissioni di CO2 che per la gestione delle risorse naturali, inclusa l'acqua. Questo decreto, pur non concentrandosi esclusivamente sulla riduzione delle impronte, fornisce un riferimento per implementare politiche di efficienza energetica e sostenibilità, riducendo gli impatti ecologici. L'Italia, attraverso il Piano Nazionale Integrato per l'Energia e il Clima (PNIEC), ha adottato misure concrete per ridurre le emissioni di gas serra, con obiettivi di lungo termine che si allineano con gli impegni europei, come il raggiungimento della carbon neutrality entro il 2050. Le PMI, quindi, hanno accesso a fondi e incentivi per promuovere l'adozione di tecnologie che abbiano un impatto positivo sull'ambiente, come l'energia rinnovabile e le pratiche per il risparmio idrico ed energetico. Inoltre, con il Decreto Ministeriale 9 novembre 2020, che regola la protezione delle acque, le aziende possono applicare misure per monitorare e ridurre i consumi idrici, promuovendo la sostenibilità nel ciclo produttivo e nelle attività quotidiane. In questo modo, le PMI sono sostenute nel rispettare gli

standard nazionali di protezione ambientale, ottenendo anche vantaggi economici da politiche di sostenibilità.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, il quadro normativo che supporta le PMI nella riduzione della propria impronta carbonica e idrica è ampio e strutturato in vari regolamenti e direttive. Il Green Deal Europeo è il piano principale per rendere l'Europa climaticamente neutra entro il 2050. Esso offre un ampio ventaglio di strumenti di finanziamento e incentivi per le aziende che investono in soluzioni verdi, dalla transizione verso energie rinnovabili alla gestione sostenibile delle risorse naturali. Il Regolamento (UE) 2020/852, noto come la Taxonomy Regulation, stabilisce una classificazione delle attività economiche che contribuiscono significativamente a obiettivi ambientali, come la riduzione delle emissioni di CO₂ e la protezione delle risorse idriche. Le PMI che adottano misure concrete per ridurre l'impatto ambientale possono accedere a finanziamenti favoriti e ottenere vantaggi competitivi sui mercati finanziari. All'interno delle politiche climatiche europee, anche la Direttiva 2009/28/CE sulla promozione dell'uso delle energie rinnovabili offre opportunità per le PMI che scelgono di investire in energie pulite, contribuendo indirettamente alla riduzione della loro impronta carbonica.



Impatto ambientale

Quando una PMI acquista tra il 50% e il 75% di prodotti e servizi ecosostenibili, i suoi impatti ambientali si estendono su diversi fronti, con effetti diretti e indiretti che possono essere sia positivi che negativi. Un impatto positivo diretto riguarda la riduzione dell'impronta ecologica dell'azienda. L'adozione di prodotti e servizi ecosostenibili consente infatti una diminuzione delle emissioni di CO₂, del consumo di acqua e delle risorse non rinnovabili, contribuendo così alla protezione dell'ambiente. Ad esempio, l'acquisto di materiali riciclati o di prodotti a basso impatto ambientale riduce la necessità di estrarre nuove risorse naturali e abbassa la produzione di rifiuti. In questo modo, l'azienda contribuisce direttamente alla promozione di un'economia circolare, dove le risorse vengono riutilizzate in vari cicli produttivi, riducendo la pressione sull'ambiente. Anche gli impatti indiretti risultano rilevanti. Se un'azienda acquista una maggiore quantità di prodotti ecosostenibili, crea una domanda che stimola i fornitori a adottare pratiche più green, con un effetto a catena che può migliorare l'intero settore. L'approvvigionamento responsabile incoraggia l'innovazione e la ricerca di soluzioni ecologiche più efficienti, facendo leva sull'integrazione di pratiche sostenibili nelle filiere di produzione e nelle modalità di trasporto. Questo può portare a un miglioramento generale degli standard ambientali, con benefici non solo per l'azienda ma anche per l'intero ecosistema produttivo. Tuttavia, ci sono anche impatti negativi che devono essere monitorati. Se l'acquisto di prodotti ecosostenibili non è gestito in modo oculato, i costi possono essere elevati, almeno a breve termine, influendo negativamente sul bilancio aziendale. Alcuni prodotti ecologici, pur avendo un impatto ambientale minore, potrebbero essere più costosi rispetto alle alternative tradizionali. Questo potrebbe rappresentare una sfida economica per una PMI, soprattutto se non vi è un ritorno immediato in termini di aumento della clientela o della competitività sul mercato. Inoltre, la disponibilità di prodotti ecosostenibili potrebbe non essere sempre ottimale o facilmente accessibile, limitando la capacità dell'azienda di acquisire prodotti che soddisfino le esigenze qualitative e quantitative.



Impatto economico

Per una piccola-media impresa che acquista tra il 50% e il 75% di prodotti e servizi ecosostenibili, gli impatti economici derivano da una combinazione di vantaggi a lungo termine e di sfide immediate. L'acquisto di materiali e servizi sostenibili può inizialmente comportare costi superiori rispetto alle alternative convenzionali. Questa spesa aggiuntiva può influire sul margine di profitto a breve termine, soprattutto se l'azienda non è in grado di negoziare condizioni più favorevoli con i fornitori o se le economie di scala non sono ancora raggiunte. Tuttavia, tali investimenti possono portare a vantaggi economici indiretti nel lungo periodo, con risparmi derivanti da una gestione più efficiente delle risorse, come l'energia o l'acqua, riducendo i costi operativi legati alla gestione dei rifiuti o all'uso di risorse non rinnovabili. Inoltre, il fatto che l'azienda acquisisca un'alta percentuale di prodotti ecosostenibili può migliorare la propria competitività sul mercato. Un impegno verso la sostenibilità può attrarre una base di clienti sempre più attenta alle pratiche ecologiche, specialmente nei settori in cui la responsabilità ambientale è un valore crescente. Questo, a sua volta, può tradursi in un incremento delle vendite e di una fidelizzazione maggiore dei clienti. Le PMI che adottano pratiche più verdi possono beneficiare anche di incentivi fiscali o di accesso a finanziamenti dedicati, poiché molte politiche pubbliche supportano le imprese che dimostrano un impegno nella sostenibilità. Tuttavia, l'impatto economico complessivo dipenderà dalla capacità dell'azienda di gestire questa transizione in modo efficiente. I costi iniziali associati alla scelta di prodotti più ecologici potrebbero essere recuperati attraverso il miglioramento dell'efficienza operativa, ma per farlo

occorre una pianificazione strategica adeguata. La spesa maggiore, se non ben pianificata, potrebbe erodere i profitti nel breve periodo, ma gli impatti positivi a lungo termine potrebbero giustificare l'investimento. In sintesi, mentre una PMI potrebbe affrontare un aumento dei costi operativi in fase iniziale, i benefici economici, come l'accesso a nuovi mercati, incentivi pubblici e risparmi a lungo termine, possono bilanciare queste spese, portando a una maggiore competitività e a una posizione più solida nel lungo periodo.



Impatto sociale

Per una piccola-media impresa che acquista tra il 50% e il 75% di prodotti e servizi ecosostenibili, gli impatti sociali generati e subiti possono essere significativi, sia positivi che negativi. Dal lato positivo, questa scelta contribuisce a migliorare la reputazione dell'azienda, poiché dimostra un impegno tangibile verso la sostenibilità e la responsabilità sociale. Le aziende che investono in prodotti ecologici tendono ad attrarre una clientela più sensibile a questi temi, favorendo la creazione di una community di consumatori più consapevoli e fedeli. Questo impegno può anche portare a un maggiore coinvolgimento dei dipendenti, che spesso si sentono più motivati e orgogliosi di lavorare in un'impresa che adotta pratiche etiche e sostenibili. Un impatto sociale positivo riguarda anche la sensibilizzazione della comunità e la promozione di valori legati alla sostenibilità, che possono ispirare altre imprese e consumatori ad adottare comportamenti simili. Inoltre, l'adozione di prodotti e servizi ecosostenibili può portare a una riduzione dell'impatto ambientale complessivo, contribuendo a preservare la qualità della vita nelle comunità locali, riducendo inquinamento e sprechi, e, in generale, promuovendo un cambiamento verso un'economia più verde. Tuttavia, ci sono anche degli impatti negativi da considerare, sebbene siano meno evidenti. Se l'azienda non comunica adeguatamente i benefici sociali ed ecologici dei propri acquisti, potrebbe esserci un rischio di greenwashing, che non solo danneggia la reputazione dell'impresa, ma può anche contribuire a una disillusione nelle comunità locali. Inoltre, in alcuni casi, la maggiore domanda di prodotti sostenibili può far lievitare i prezzi, escludendo determinate fasce di consumatori o limitando l'accesso a queste soluzioni più etiche a chi non può permettersi il costo aggiuntivo. In generale, una PMI che adotta un approccio ecosostenibile può giocare un ruolo importante nel promuovere cambiamenti sociali significativi, ma deve anche essere consapevole dei rischi di non riuscire a comunicare e implementare questi valori in modo coerente, al fine di evitare impatti negativi sulla sua percezione pubblica e sul benessere delle persone.



Azioni di miglioramento

Per una PMI che acquista tra il 50% e il 75% di prodotti e servizi ecosostenibili, un "take action" efficace dovrebbe focalizzarsi sull'ottimizzazione dei benefici sociali e sull'attenuazione dei rischi legati a una gestione poco chiara del proprio impegno verso la sostenibilità. Prima di tutto, l'azienda dovrebbe sviluppare una strategia di comunicazione trasparente e coerente riguardo agli acquisti ecosostenibili, evidenziando l'impatto positivo sulla comunità e sull'ambiente. È essenziale che i consumatori e le altre parti interessate riconoscano in modo chiaro i benefici derivanti da queste scelte. Questo può avvenire attraverso campagne informative, etichette ambientali verificate o certificazioni riconosciute che dimostrino l'impegno ecologico dell'impresa. È importante, inoltre, che tale comunicazione non si limiti al marketing, ma che venga implementata a livello di cultura aziendale e nelle pratiche quotidiane. Un altro passo cruciale riguarda il coinvolgimento dei dipendenti: l'azienda può attuare programmi di formazione e sensibilizzazione, così da garantire che tutti i collaboratori siano allineati alla visione sostenibile e possano diventare ambassador dei valori aziendali all'interno della comunità. Questa partecipazione attiva contribuirà a rafforzare il morale e il senso di appartenenza dei lavoratori, con effetti positivi sulla produttività e sull'engagement. Infine, l'impresa dovrebbe monitorare costantemente i propri fornitori, non solo per garantire la qualità dei prodotti ma anche per rafforzare il legame con quelli che perseguono pratiche sostenibili. Si potrebbero sviluppare partnership strategiche con aziende che rispettano standard elevati di responsabilità sociale e ambientale, creando un circolo virtuoso che non solo sostiene l'economia circolare ma consolida anche l'immagine sociale dell'azienda. In sintesi, il "take action" per una PMI che acquista tra il 50% e il 75% di prodotti ecosostenibili dovrebbe essere indirizzato a massimizzare l'impatto positivo attraverso una comunicazione trasparente, il coinvolgimento attivo dei dipendenti e la creazione di una rete solida di fornitori che condividono i valori sostenibili, minimizzando i rischi di greenwashing e rafforzando il ruolo dell'impresa nella promozione di una società più responsabile.

CRITERIO SODDISFATTO #3.9.1

L'azienda non è soggetta ad AUA.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La Autorizzazione Unica Ambientale (AUA) è un provvedimento che semplifica e coordina il rilascio di autorizzazioni in materia ambientale per le imprese, riunendo in un unico documento le varie autorizzazioni richieste per le attività che potrebbero avere un impatto sull'ambiente. In Italia, la normativa sull'AUA è disciplinata dal Decreto Legislativo 3 aprile 2006, n. 152 (Codice dell'ambiente) e successive modificazioni, che prevede che alcune attività industriali e commerciali che impattano l'ambiente debbano ottenere questa autorizzazione. L'AUA viene rilasciata in caso di attività che coinvolgono, ad esempio, l'emissione di sostanze inquinanti nell'aria, nel suolo o nelle acque, la gestione dei rifiuti, l'utilizzo di determinate sostanze chimiche o altre operazioni che possano danneggiare l'ambiente. La sua finalità principale è quella di semplificare il processo burocratico per le imprese, riducendo la necessità di ottenere autorizzazioni separate da parte di diverse amministrazioni. In pratica, l'AUA consente alle imprese di evitare di dover presentare richieste multiple per le autorizzazioni ambientali, raggruppando tutte le necessarie autorizzazioni in un'unica procedura. Un esempio di attività che potrebbe necessitare di un'AUA è quella di un impianto di produzione industriale che gestisce rifiuti, emette gas serra o consuma acqua in grandi quantità. In questi casi, l'azienda deve fare richiesta di AUA presso la Regione di appartenenza, che, dopo aver valutato la conformità dell'attività alle normative ambientali, rilascia il permesso. Se la vostra attività riguarda settori come la produzione industriale, il trattamento dei rifiuti, o la gestione delle risorse naturali, è probabile che si debba sottostare all'obbligo dell'AUA.



Contesto normativo nazionale

L'Autorizzazione Unica Ambientale (AUA), introdotta dal DPR n. 59/2013, semplifica gli adempimenti amministrativi in materia ambientale per le PMI e gli impianti non soggetti all'Autorizzazione Integrata Ambientale (AIA). L'AUA è obbligatoria per attività che comportano scarichi idrici, emissioni in atmosfera, inquinamento acustico o utilizzo di fanghi derivanti da processi di depurazione in agricoltura. Rientrano nell'obbligo attività come la lavorazione di materiali a base di legno, l'uso di lacche e vernici, o la stampa e la tipografia. Alcune attività, invece, richiedono solo comunicazioni specifiche, come quelle relative all'impatto acustico o alla gestione dei rifiuti, oppure autorizzazioni generali di competenza regionale. Sono esclusi dall'AUA i progetti sottoposti a Valutazione di Impatto Ambientale (VIA) qualora questa sostituisca tutti gli altri adempimenti. In caso di mancato rispetto dell'obbligo, continuano a essere applicate le sanzioni delle normative settoriali sostituite. Per verificare se l'autorizzazione è necessaria, le imprese devono fare riferimento al DPR 59/2013 e alla normativa regionale, che specifica i criteri e le procedure applicabili. Il regolamento che disciplina l'Autorizzazione Unica Ambientale è il DPR n.59/2013, che ha introdotto in questo modo una semplificazione degli adempimenti amministrativi in materia ambientale per: - PMI (micro, piccole e medie imprese); - impianti non soggetti alle disposizioni in materia di autorizzazione integrata ambientale (AIA). Non si applica ai progetti sottoposti alla Valutazione di Impatto Ambientale (VIA) nel caso in cui la normativa preveda che la VIA sostituisca tutti gli adempimenti in materia ambientale. I gestori degli impianti possono non avvalersi dell'autorizzazione unica ambientale nel caso in cui si tratti di attività soggette solo a: - comunicazione o nulla osta di cui all'articolo 8, commi 4 o comma 6, della legge 26 ottobre 1995, n. 447 - impatto acustico; - comunicazione preventiva per l'utilizzazione agronomica degli effluenti di allevamento, delle acque di vegetazione dei frantoi oleari e delle acque reflue provenienti dalle aziende ivi previste; - autorizzazione generale di cui all'articolo 272 del D. Lgs. 3 aprile 2006, n.152 (il suo rilascio è di competenza della Regione); - comunicazioni in materia di rifiuti di cui agli artt. 215 e 216 del D. Lgs. 3 aprile 2006, n. 152 Norme in materia ambientale.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, la legislazione ambientale per le PMI è incentrata principalmente sulle Direttive 2010/75/UE sull'autorizzazione integrata ambientale (AIA) e sulla Direttiva 2008/50/CE per la qualità dell'aria. Sebbene queste direttive non impongano direttamente l'adozione dell'AUA, stabiliscono il quadro di riferimento per la gestione delle emissioni e degli scarichi, obbligando gli Stati membri a garantire che le

attività industriali siano conformi alle normative ambientali. Le PMI in Europa che operano in settori ad alto impatto ambientale, come la produzione industriale, sono soggette a controlli per garantire che non danneggino la salute umana e l'ambiente. L'AUA, pur non essendo una misura europea diretta, risponde agli obiettivi di semplificazione e di gestione sostenibile delle risorse naturali promossi dall'Unione Europea, incentivando le imprese a conformarsi a regolamenti più chiari e facilmente accessibili. Inoltre, la Direttiva 2012/27/UE sull'efficienza energetica sollecita le PMI a ridurre i consumi energetici, applicando politiche che potrebbero essere integrate nelle procedure di AUA. Pertanto, sebbene non esista una normativa europea che obblighi esplicitamente tutte le PMI a richiedere l'AUA, le normative europee influenzano fortemente il contesto in cui le PMI devono operare, promuovendo una maggiore attenzione alla sostenibilità ambientale e alla conformità alle normative locali o nazionali.



Impatto ambientale

Se l'attività non è soggetta all'Autorizzazione Unica Ambientale (AUA), significa che l'impresa potrebbe non essere coinvolta in attività che comportano emissioni inquinanti dirette o indirette, come scarichi, inquinamento atmosferico o gestione di rifiuti pericolosi. In questo caso, gli impatti ambientali diretti potrebbero essere minori, dato che l'azienda non è obbligata a rispettare rigorosi controlli o limiti imposti dalle normative ambientali. Tuttavia, indirettamente, l'impresa potrebbe essere percepita come meno impegnata nella sostenibilità ambientale, soprattutto se operante in settori con impatti ecologici rilevanti. Anche senza l'AUA, l'azienda potrebbe continuare a generare inquinamento senza essere soggetta a misure correttive, con effetti negativi a lungo termine sull'ambiente circostante.



Impatto economico

Se l'attività non è soggetta all'Autorizzazione Unica Ambientale (AUA), l'impresa potrebbe evitare i costi associati alla gestione e al rinnovo di autorizzazioni ambientali, come le spese per il monitoraggio delle emissioni o il trattamento dei rifiuti. Tuttavia, l'assenza di controlli formali potrebbe portare a inefficienze nell'uso delle risorse, che a lungo termine potrebbero tradursi in costi energetici e operativi più elevati. Inoltre, l'impossibilità di accedere a incentivi per la sostenibilità potrebbe limitare le opportunità di risparmio o di finanziamenti favorevoli, riducendo la competitività dell'impresa nel lungo periodo. L'impegno per un miglioramento ambientale può anche diventare un elemento di valore per attrarre investimenti, ma se non regolamentato, potrebbe compromettere l'immagine aziendale.



Impatto sociale

Se l'attività non è soggetta all'Autorizzazione Unica Ambientale (AUA), l'impatto sociale potrebbe essere limitato dal punto di vista della responsabilità verso la comunità e i dipendenti. Sebbene non ci siano obblighi formali, l'assenza di controlli ambientali potrebbe influire sulla qualità della vita dei lavoratori e della comunità circostante, in particolare in caso di contaminazione dell'aria o del suolo. Una gestione ambientale inefficiente potrebbe anche compromettere la reputazione dell'impresa nella comunità, portando a una minore fiducia da parte dei consumatori e delle parti interessate. A lungo termine, l'impresa potrebbe affrontare crescenti pressioni sociali per adottare politiche più sostenibili e responsabili.



Azioni di miglioramento

Se l'impresa non è soggetta all'Autorizzazione Unica Ambientale (AUA), è comunque consigliabile intraprendere azioni per migliorare la propria gestione ambientale. Sebbene non vi sia un obbligo formale, l'adozione di pratiche sostenibili può portare vantaggi sia ambientali che economici. Un buon punto di partenza potrebbe essere l'implementazione di un sistema di gestione ambientale, che includa procedure per la gestione dei rifiuti, la riduzione dei consumi energetici e l'uso di tecnologie a basso impatto ambientale. Ad esempio, l'azienda può scegliere di ridurre il consumo di energia elettrica utilizzando impianti di illuminazione a LED o migliorando l'isolamento termico degli edifici. Un altro aspetto da considerare è la gestione responsabile delle risorse naturali, come l'acqua e le materie prime, cercando soluzioni per il riciclo e il riutilizzo. In termini economici, l'impresa potrebbe beneficiare di incentivi fiscali previsti dalle normative italiane ed europee per investimenti in tecnologie ecocompatibili. Infine, è utile monitorare l'impatto ambientale e coinvolgere i dipendenti in iniziative di sensibilizzazione e formazione, creando una cultura aziendale che promuove la sostenibilità. L'adozione di queste best practices potrebbe anche migliorare la reputazione dell'azienda, attrarre clienti più consapevoli e aumentare la competitività sul mercato.

CRITERIO SODDISFATTO #3.140.1

Facendo riferimento al trimestre per cui avete compilato l'assessment, la vostra azienda opera in "aree sensibili alla biodiversità" svolgendo attività che non hanno un impatto negativo sulla biodiversità dell'area.



92/43/EEC



SDG 15.5



WEF - 4P - P2-2



EU ESRS - E4-1

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le aree sensibili alla biodiversità sono regioni specifiche o habitat che ospitano una ricchezza eccezionale di specie animali e vegetali, spesso caratterizzate da un alto livello di endemismo (specie che si trovano solo in quella determinata area).



Impatto ambientale

Le aree sensibili alla biodiversità sono spesso habitat di specie rare, endemiche o minacciate. Proteggere queste aree significa preservare la diversità biologica e garantire la sopravvivenza di specie uniche e vulnerabili. La biodiversità è fondamentale per il funzionamento degli ecosistemi, fornendo servizi vitali come la pollinazione, la purificazione dell'acqua e la regolazione del clima.



Prodotti

Il modulo valuta diversi aspetti legati alla catena di valore del prodotto/servizio, tra cui l'affidabilità degli stessi, la sostenibilità della supply-chain, le opzioni di tutela offerte ed il comportamento come stakeholder.

59/100

Categoria: G	Tematiche: 7	Domande: 24	Compliance: 133
--------------	--------------	-------------	-----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Europa	42/100
Italia	42/100
Classe	43/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

Il tuo punteggio nel tempo

31/03/2025 16:45:25

59/100

5

CRITICITA` E RISCHI

4

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

13

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #6.9.1

L'azienda non ha calcolato l'impronta ambientale (oppure solamente carbonica o idrica) dei prodotti/servizi.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'impronta ambientale rappresenta uno strumento fondamentale per valutare e migliorare le prestazioni ambientali di prodotti e organizzazioni, garantendo maggiore trasparenza e comparabilità delle informazioni ambientali lungo la catena di approvvigionamento. A livello europeo, la Commissione Europea ha introdotto due metodologie per la misurazione: il Product Environmental Footprint (PEF), applicabile ai prodotti, e l'Organisation Environmental Footprint (OEF), dedicato alle organizzazioni. Questi strumenti forniscono un quadro armonizzato per l'analisi degli impatti ambientali, facilitando la definizione di strategie di mitigazione. A livello internazionale, i principali standard di riferimento comprendono la ISO 14040 e ISO 14044 per la metodologia del Life Cycle Assessment (LCA), la ISO 14067 e il GHG Protocol per la misurazione dell'impronta carbonica e la ISO 14046 per l'impronta idrica. L'integrazione dell'impronta ambientale nelle strategie aziendali consente di rispondere alle nuove normative europee in materia di sostenibilità, oltre a generare vantaggi competitivi legati alla riduzione dell'impatto ambientale.

Contesto normativo nazionale

Il Ministero dell'Ambiente ha avviato un programma per la valutazione dell'impronta ambientale, consolidando un'iniziativa di collaborazione pubblico-privato allineata con la sperimentazione del Product Environmental Footprint (PEF) a livello europeo. Questo approccio coinvolge un ampio numero di soggetti, tra cui aziende, enti locali e istituti di ricerca, promuovendo un impegno volontario nella misurazione e riduzione degli impatti ambientali. La partecipazione al programma consente alle imprese di adottare metodologie riconosciute per la valutazione delle prestazioni ambientali, contribuendo alla riduzione delle emissioni di gas a effetto serra e migliorando la trasparenza nei confronti di stakeholder e consumatori.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, l'adozione del Product Environmental Footprint (PEF) e dell'Organisation Environmental Footprint (OEF) è stata promossa dalla Commissione Europea come metodologia comune per la misurazione dell'impatto ambientale. Dopo un periodo di sperimentazione con oltre 280 aziende e organizzazioni, l'implementazione di questi strumenti sta diventando parte integrante delle politiche ambientali europee. Il Quadro Normativo Europeo per la Strategia Industriale incentiva l'adozione di pratiche sostenibili da parte delle imprese, migliorando la loro competitività e favorendo l'accesso a strumenti finanziari dedicati alla transizione ecologica. Inoltre, il Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) introduce nuovi meccanismi di regolamentazione per incentivare le aziende ad adottare processi produttivi a basso impatto ambientale.

Impatto ambientale

Calcolare l'impronta ambientale dei prodotti/servizi permette di effettuare un'analisi approfondita e completa che consente di stimare gli effetti che questi hanno sull'ambiente e di poter pianificare una strategia di efficientamento e riduzione degli impatti sulle aree ambientali di interesse. Più in dettaglio, il calcolo dell'impronta carbonica permette di misurare quantitativamente gli effetti prodotti sul clima da parte dei cosiddetti gas serra generati durante il ciclo di vita di un prodotto/servizio. Il calcolo dell'impronta idrica permette, invece, di misurare il volume totale di acqua dolce utilizzata per produrre beni e servizi, misurata in termini di volumi d'acqua consumati (evaporati o incorporati in un prodotto) e inquinati per unità di tempo, fornendo così un'indicazione sulla sostenibilità spazio-temporale della risorsa acqua utilizzata durante il ciclo di vita di un prodotto/servizio.

Impatto economico

Il calcolo dell'impronta ambientale può portare alla luce rischi e inefficienze nei confronti dei quali possono essere intraprese delle azioni correttive riducendo costi significativi. Da un punto di vista esterno all'organizzazione, attualmente il vantaggio principale legato all'ottenimento di PEF per i propri prodotti è reputazionale. Tuttavia, considerata la forte attenzione della Commissione Europea nei confronti di questo tema, tra i vantaggi potrebbe rientrare l'accesso a progetti o finanziamenti europei.

Impatto sociale

L'implementazione del calcolo dell'impronta ambientale ha significative implicazioni sociali, poiché favorisce una maggiore trasparenza aziendale e una migliore comunicazione con gli stakeholder. Le imprese che adottano strumenti di misurazione ambientale dimostrano un impegno concreto verso la sostenibilità, rafforzando la fiducia dei consumatori e migliorando la loro reputazione sul mercato. Inoltre, la consapevolezza dell'impatto ambientale può incentivare scelte più responsabili lungo la catena di fornitura, con effetti positivi sulle comunità locali e sulle condizioni di lavoro. Le imprese che comunicano in modo efficace le proprie azioni di sostenibilità possono attrarre talenti qualificati, in particolare tra le nuove generazioni, sempre più orientate verso aziende con elevati standard ESG (Environmental, Social, Governance). Infine, l'adozione di strumenti come PEF e OEF può facilitare l'accesso a finanziamenti e incentivi europei, promuovendo l'inclusione di criteri di responsabilità sociale d'impresa all'interno della strategia aziendale.

Azioni di miglioramento

L'adozione di metodologie per il calcolo dell'impronta ambientale rappresenta un passo strategico per migliorare le prestazioni ambientali e garantire la conformità con le normative emergenti. Un primo approccio può consistere nella raccolta e analisi dei dati relativi alle emissioni, ai consumi di risorse e ai flussi di materiali lungo il ciclo di vita del prodotto o del servizio offerto. L'integrazione di strumenti come il Life Cycle Assessment (LCA) consente di identificare le aree di maggiore impatto e di definire strategie di riduzione mirate. Le imprese possono inoltre beneficiare dell'adozione di standard certificati, migliorando la loro competitività e la reputazione aziendale. La misurazione dell'impronta ambientale, in particolare attraverso metodologie come PEF e OEF, può facilitare l'accesso a finanziamenti e

progetti europei incentrati sulla sostenibilità. L'adozione di pratiche di reporting trasparente e il coinvolgimento degli stakeholder aziendali nella transizione ecologica rappresentano ulteriori elementi chiave per consolidare il posizionamento sul mercato e rispondere alle crescenti esigenze di sostenibilità del settore.

CRITICITA` #6.17.1

La vostra azienda non ha ancora analizzato gli impatti derivanti dall'uso dei propri prodotti/servizi, oltre a quanto previsto dagli obblighi di legge.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un'analisi degli effetti generati dai prodotti e/o servizi offerti consente di identificare le possibili fonti di rischio che possono emergere durante l'utilizzo del prodotto/servizio. Gli effetti possono essere positivi e negativi, alcuni esempi possono essere: miglioramenti nella vita quotidiana, effetti sulla salute, risparmio di risorse, ecc... L'azienda deve fornire ai propri clienti/fornitori tutte le informazioni utili a valutare i benefici e/o prendere precauzioni relativamente ad eventuali rischi derivanti dall'uso (normale e ragionevolmente prevedibile) del prodotto/servizio. Nel caso di un servizio è importante stimare e comunicare quali sono stati gli effetti positivi derivanti dall'erogazione del servizio e quali potrebbero essere quelli negativi. Nel caso di un prodotto, è importante accertarsi di aver comunicato allo stesso modo benefici e rischi derivanti dal normale e ragionevolmente prevedibile utilizzo. E' importante sottolineare che alcuni impatti dannosi possono emergere in diretta, è necessario pertanto condurre analisi approfondite. Inoltre, per gli effetti quando si parla di prodotti, è necessario valutare il prodotto nel suo complesso, packaging incluso.



Contesto normativo nazionale

A livello italiano, il D.Lgs. 206/2005 anche conosciuto come Codice dei consumo contiene disposizioni volte a tutelare i consumatori dalle informazioni ingannevoli e promuove la trasparenza. In particolare, gli articoli 103-113 del Codice del Consumo recepiscono la Direttiva europea 2001/195/CEE sulla sicurezza generale dei prodotti. Si applicano, in via generale, a tutti i prodotti ad eccezione di determinate tipologie (come ad esempio i prodotti alimentari, i giocattoli, il materiale elettrico di bassa tensione) che sono soggetti a requisiti di sicurezza prescritti da norme specifiche.



Contesto normativo europeo

Salvaguardare la salute dei consumatori e garantire loro un elevato livello di sicurezza è l'obiettivo della Direttiva n. 2001/95/CE, che ha introdotto regole generali in materia di sicurezza dei prodotti immessi sul mercato e destinati al consumatore. Quella Europea è una normativa fra le più rigorose al mondo.



Impatto ambientale

Analizzare e comunicare gli effetti positivi o negativi generati dai propri prodotti/servizi, consente alle imprese di identificare delle aree di miglioramento per riduzione l'impatto ambientale. Una maggiore consapevolezza del loro impatto ambientale, permette alle aziende di implementare strategie mirate per ridurre gli impatti negativi e massimizzare quelli positivi, come ad esempio: utilizzare materiali più sostenibili, ottimizzare i processi produttivi, ridurre gli imballaggi, migliorare l'efficienza energetica, promuovere il riciclo e il riutilizzo e altre azioni per rendere i propri prodotti/servizi più sostenibili fin dalla fase di progettazione.



Impatto economico

Comunicando in modo chiaro i rischi derivanti dall'uso normale e ragionevolmente prevedibile dei vostri prodotti/servizi, eliminate o mitigate i rischi derivanti da eventuali azioni legali intraprese dai clienti che subiscano danni derivanti da un uso scorretto del prodotto. Ogni azione legale intrapresa nei confronti dell'azienda implica un danno economico e reputazionale. I benefici che derivano dall'analisi e dalla comunicazione chiara e trasparenti gli effetti generati dai propri prodotti/servizi sono molteplici per un'azienda. Come ad esempio: 1. miglioramento della reputazione aziendale e riduzione di danni economici connessi alla comunicazione poco trasparente; 2. minore rischio di contenziosi legali: una comunicazione trasparente può aiutare a ridurre il rischio di contenziosi legali legati all'impatto ambientale dei prodotti/servizi; 3. maggiore fiducia dei consumatori: comunicando in modo chiaro gli effetti dei loro prodotti/servizi, le aziende possono dimostrare il loro impegno per la sostenibilità e guadagnare la fiducia dei consumatori; 4. fidelizzazione dei clienti: oggi i consumatori sono sempre più attenti alla sostenibilità e quindi sono più propensi a scegliere prodotti/servizi di aziende che si comportano in modo responsabile. Questo può portare a una maggiore fidelizzazione dei clienti e a un aumento delle vendite. 5. differenziazione dal concorrenza: In un mercato sempre più attento alla sostenibilità, le aziende che comunicano in modo efficace il loro impatto ambientale possono differenziarsi dalla concorrenza e attrarre clienti che apprezzano i loro valori.



Impatto sociale

Analizzare e comunicare gli effetti positivi o negativi generati dai propri prodotti/servizi, consente alle imprese di identificare delle aree di miglioramento per il benessere sociale. Una maggiore consapevolezza dell'impatto sociale generato dai prodotti/servizi permette di ridurre gli impatti negativi e aumentare quelli positivi attraverso pratiche aziendali più etiche e responsabili, per esempio: condizioni di lavoro precarie dei dipendenti, impatti sulla salute e sulla sicurezza, danni alle comunità locali, ecc.



Azioni di miglioramento

Mappate i possibili effetti positivi e negativi generati dai vostri prodotti/servizi: partite identificando i prodotti/servizi da analizzare, definendo il perimetro dell'analisi, ovvero se considerare l'intero ciclo di vita del prodotto/servizio o solo parte di esso, e individuando i principali stakeholder da coinvolgere nell'analisi. Potrete definire delle categorie di rischio in base alle caratteristiche del vostro prodotto/servizio, prioritizzando gli impatti in base alla loro gravità e, in base ai risultati ottenuti dall'analisi, potrete sviluppare strategie e azioni per mitigare gli impatti negativi e massimizzare gli impatti positivi. Inoltre, è fondamentale comunicare gli impatti e i possibili rischi in modo trasparente nel materiale informativo che accompagna i vostri prodotti/servizi.

CRITICITA` #6.4.1

La vostra azienda non ha ancora messo in atto una politica che richiede ai fornitori di garantire minimi standard di sostenibilità.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Definendo una politica che richiede dei requisiti minimi di sostenibilità ai vostri fornitori, comunicate in modo chiaro e trasparente la vostra posizione, sia all'interno che all'esterno dell'azienda. La politica può essere tradotta in un Codice di condotta dei fornitori, ovvero un documento che riporti i requisiti minimi necessari richiesti ai propri fornitori per garantire un comportamento sostenibile. Se solitamente è pratica diffusa nelle corporate, la dimensione dell'impresa non ne impedisce la stesura e la diffusione, che potrà adattare il documento alle proprie necessità e ad all'approccio etico che desidera adottare.



Impatto economico

Misurando le prestazioni dei fornitori, un'impresa può stabilire una soglia per i propri fornitori che può portare a risultati di qualità superiore. Le aziende possono pianificare meglio i nuovi prodotti e servizi sulla base di una buona comprensione delle capacità e dei livelli di prestazione dei propri fornitori. Le pratiche sostenibili della catena di fornitura possono ridurre i costi legati alla catena di fornitura del 9-16% (World Economic Forum).



Azioni di miglioramento

Definite un Codice di condotta dei fornitori a partire dai vostri obiettivi di selezione dei fornitori e dal sistema di valutazione che volete implementare. Successivamente, rendete disponibile il documento alle parti interessate, oltre che all'interno dell'azienda. Potete anche rendere pubbliche le informazioni relative alla sostenibilità della filiera, per mostrare all'esterno il vostro impegno per lo sviluppo sostenibile.

CRITICITA` #6.41.4

La percentuale di fornitori (supply-chain Tier I) localizzata al di fuori dell'UE è superiore al 20%.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Contesto normativo nazionale

In Italia le importazioni da Paesi extra UE sono regolate del DPR 663/72 Testo unico IVA.



Impatto ambientale

Affidandovi a fornitori situati al di fuori del territorio dell'UE generano un maggiore impatto ambientale legato alle emissioni derivanti dal trasporto e dalla movimentazione delle materie prime, dei semilavorati e del prodotto finito.



Impatto economico

Rivolgersi a fornitori situati al di fuori del territorio dell'UE comporta un aumento della complessità e dei costi della logistica, che si ripercuotono inevitabilmente sul prezzo finale dei prodotti/servizi.



Azioni di miglioramento

Scegliere di rivolgersi a fornitori situati al di fuori del territorio dell'EU è una scelta strategica che l'impresa deve valutare con attenzione in quanto ogni Paese ha le proprie leggi e il proprio sistema fiscale. Vi consigliamo di monitorare le prestazioni dei fornitori scelti e verificare che esse siano in linea con i criteri di selezione. Inoltre, sarebbe un punto a vostro favore avvalervi di fornitori locali per ridurre l'impatto ambientale e aiutare lo sviluppo dell'economia locale.

CRITICITA` #6.21.1

Non disponete per il momento di un manuale/strumento con descrizioni documentate dei processi e procedure di garanzia della qualità.

Iniziate a documentarvi per esempio su QVP, FMEA, MFU, PFU.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

**Informazioni generali**

Un sistema di gestione della qualità necessita di uno strumento per il controllo dei processi e delle procedure a garanzia della qualità, che può assumere la forma di un manuale o di altri strumenti organizzativi. Definire le caratteristiche ideali dei processi che vanno a determinare la qualità dei vostri prodotti/servizi, è fondamentale per la definizione di standard operativi che garantiranno la conformità di procedure e output. Esempi di strumenti di questo tipo sono i seguenti: Quality Verification Plan (QVP), Failure Mode and Effects Analysis (FMEA), Machine capability study (MFU), Process capability study (PFU).

**Impatto economico**

La formalizzazione consente un miglior controllo dei propri processi che impattano la qualità del prodotto, riducendo sprechi e inefficienze di tempo e risorse.

**Azioni di miglioramento**

Identificate i processi e sottoprocessi chiave a garanzia della qualità dei prodotti o servizi. Mappate il corrente svolgimento delle attività e formalizzatelo in un manuale delle procedure. Se siete un'azienda del manifatturiero, potete ricorrere agli strumenti citati in precedenza (QVP, FMEA, MFU, PFU). Negli altri casi, un semplice approccio di riprogettazione dei processi con focus sulla qualità potrebbe essere vincente. Vi consigliamo in ogni caso il supporto di un consulente.

MIGLIORAMENTO #6.1.4

Più del 50% dei vostri fornitori diretti sono verificati.

Cercate di incrementare la percentuale di fornitori diretti di cui valutate la sostenibilità.

ISO 20400 ISO 26000 GRI 409-1 SDG 12 SDG 16 OECD 1 OECD 13 OECD 14

UN GC 8 UN GC 9 CDP Climate Change SA8000 SDG 16.6 SDG 12.6 GRI 308-2

EU LSME- ESRS - G1-1

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

**Informazioni generali**

Potete usare il vostro potere d'acquisto per scegliere beni, servizi e lavori rispettosi dell'ambiente, dando in questo modo un contributo importante al consumo e alla produzione sostenibili.

**Contesto normativo nazionale**

Ancora non esistono normative o linee guida nazionali per gli acquisti verdi nel settore privato. Nella pubblica amministrazione sono stati però definiti i Criteri Ambientali Minimi (CAM), nell'ambito di quanto stabilito dal Piano per la sostenibilità ambientale dei consumi, e sono stati adottati con Decreto del Ministro dell'Ambiente della Tutela del Territorio e del mare. Sono i requisiti ambientali definiti per le varie fasi del processo di acquisto, volti a individuare la soluzione progettuale, il prodotto o il servizio migliore sotto il profilo ambientale lungo il ciclo di vita, tenuto conto della disponibilità di mercato. In attesa della definizione di criteri per le aziende, i CAM possono rappresentare il

framework di riferimento italiano.



Contesto normativo europeo

Con le iniziative di Green Public Procurement (GPP), l'Unione Europea promuove la selezione di fornitori in base a criteri di sostenibilità per le autorità pubbliche europee. Usando il loro potere d'acquisto per scegliere beni, servizi e lavori rispettosi dell'ambiente, possono dare un contributo importante al consumo e alla produzione sostenibili. Per essere efficace, il GPP richiede l'inclusione di criteri ambientali chiari e verificabili per prodotti e servizi nel processo di appalto pubblico. La Commissione Europea e un certo numero di paesi europei hanno sviluppato delle linee guida in questo ambito. Se interessati a questo argomento, consultate questa pagina: https://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm



Impatto ambientale

Monitorando la vostra filiera potete assicurarvi di non avvalervi di fornitori che non rispettano requisiti minimi di sostenibilità ambientale.



Impatto economico

Valutando le prestazioni di sostenibilità dei fornitori, acquisite una maggiore visibilità sul loro operato e ponete le basi per guiderli verso un miglioramento delle prestazioni. Inoltre, la conoscenza delle prestazioni dei fornitori aiuta a ridurre i rischi aziendali, soprattutto in considerazione della crescente dipendenza delle aziende dai loro fornitori chiave. I rischi possono essere finanziari e operativi e aumentare con la distanza geografica.



Impatto sociale

Monitorando la vostra filiera potete assicurarvi di non avvalervi di fornitori che non rispettano requisiti minimi di comportamento etico nei confronti dei lavoratori, consumatori o altri stakeholder.



Azioni di miglioramento

State valutando la RSI (responsabilità sociale d'impresa) della gran parte dei vostri clienti/fornitori rilevanti. L'operato della vostra azienda è trasparente e disponibile anche al pubblico: la brand reputation della vostra impresa beneficia di questo aspetto e favorisce la creazione di una immagine positiva che i mercati sono soliti premiare.

MIGLIORAMENTO #6.13.1

La vostra azienda non ha ancora effettuato dichiarazioni ambientali di prodotto ai sensi della norma ISO 14025.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La DAP (Dichiarazione Ambientale di Prodotto) o EPD (Environmental Product Declaration) è un documento certificato con il quale si comunicano informazioni oggettive, confrontabili e credibili relative alla prestazione ambientale di prodotti e servizi, basandosi sulla metodologia di Life Cycle Assessment (LCA). Tali informazioni hanno carattere esclusivamente informativo, non prevedendo criteri di preferibilità o livelli minimi che la prestazione ambientale debba rispettare. E' applicabile a tutti i prodotti o servizi, indipendentemente dal loro uso o posizionamento nella catena produttiva; inoltre, viene effettuata una classificazione in gruppi ben definiti in modo da poter effettuare confronti tra prodotti o servizi funzionalmente equivalenti. La DAP viene classificata come etichetta di tipo III. La norma ISO

14025 stabilisce i principi e specifica le procedure per lo sviluppo di programmi di dichiarazione ambientale di tipo III e dichiarazioni ambientali di tipo III.

Contesto normativo nazionale

In Italia è stato introdotto il Made Green in Italy, ovvero il primo schema certificativo nazionale sull'Impronta ambientale di prodotto, definito con l'entrata in vigore del Collegato ambientale alla Legge di stabilità 2016 (Legge 221/15). Attraverso il Made Green in Italy si vuole legare la dichiarazione di sostenibilità dei prodotti alla loro italianità, per dimostrare come un prodotto di qualità possa anche essere green. Altre informazioni sono reperibili qui: <https://www.minambiente.it/pagina/made-green-italy>

Contesto normativo europeo

Per il momento, la Commissione Europea non ha preso in considerazione direttive per definire delle linee guida comuni in termini di Dichiarazioni Ambientali di Prodotto o dei requisiti minimi.

Impatto ambientale

Il percorso di elaborazione di una certificazione di tipo III è accompagnato da un processo di consapevolezza del proprio impatto sull'ambiente. Un altro vantaggio deriva dall'educazione dei consumatori attraverso una comunicazione trasparente.

Azioni di miglioramento

Effettuate Dichiarazioni Ambientali di Prodotto in base alla norma ISO 14025, in modo da aumentare la vostra trasparenza nei confronti dei consumatori. In alternativa potete valutare di effettuare il calcolo dell'impronta ambientale dei vostri prodotti seguendo la metodologia PEF della Commissione Europea. Per altre informazioni: <https://www.iso.org/standard/38131.html> <https://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/footprint/PEF methodology final draft.pdf>

MIGLIORAMENTO #6.15.2

La progettazione/distribuzione/commercializzazione dei vostri prodotti/servizi include delle considerazioni sull'impatto nel ciclo di vita, ma la vostra azienda non traccia metriche specifiche.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il design di prodotti/servizi, e più in generale dell'offerta al cliente, dovrebbe tenere conto della sostenibilità tra i requisiti di sviluppo: si parla di Ecodesign o Design for the Environment (DfE). Il design è una fase cruciale nella sostenibilità di un prodotto, determinando fino all'80% del suo impatto ambientale. La transizione verso un'economia circolare deve cominciare fornendo prodotti/servizi di alta qualità, sicuri e progettati per durare più a lungo, e per il riuso, il riciclo e la riparazione. Un altro elemento fondamentale è la capacità di garantire le medesime funzionalità riducendo i materiali impiegati e la loro tossicità per l'ambiente. ESEMPI: - Riduzione della quantità di materie prime impiegate, riduzione della tossicità e biocompatibilità; - Incremento dell'efficienza energetica, idrica o di altre risorse; - Minimizzazione del trasporto o della distribuzione; - Estensione della vita di prodotto (riusabilità, riparabilità), intensificazione dell'uso di prodotto (sharing, servizi pay-per-use); - Valorizzazione di scarti o rifiuti. ATTENZIONE: Anche un servizio può essere progettato per ridurne l'impatto sull'ambiente. Per esempio, è possibile limitare gli spostamenti necessari per l'erogazione del servizio oppure ridurre eventuali prodotti monouso offerti al cliente.



Contesto normativo europeo

Le iniziative e la legislazione dell'UE affrontano già in una certa misura aspetti relativi alla sostenibilità dei prodotti, su base obbligatoria o volontaria. In particolare, l'Ecodesign Directive regola l'efficienza energetica e la circolarità dei prodotti che consumano energia. Tuttavia, non sono ancora stati definiti dei requisiti per garantire che tutti i prodotti immessi sul mercato dell'UE diventino più sostenibili e superino la prova della circolarità. All'interno dello Circular Economy Action Plan 2020, l'Unione Europea ha identificato come priorità il design di prodotti che tengano in considerazione l'impatto ambientale lungo tutto il ciclo di vita, con lo scopo di favorire la circolarità tramite riparazione, riciclo e riuso. La Commissione proporrà un'iniziativa legislativa per la sostenibilità dei prodotti con lo scopo di ampliare la Direttiva sulla progettazione ecocompatibile in modo da rendere applicabile il framework di Ecodesign ad una ampia gamma di prodotti. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9903b325-6388-11ea-b735-01aa75ed71a1.0017.02/DOC_1&format=PDF



Impatto ambientale

La progettazione di prodotti o servizi ecocompatibili (Ecodesign o Design for the Environment) riduce notevolmente l'impatto negativo di un prodotto/servizio tenendo conto delle conseguenze ambientali come parte delle specifiche. In questo modo è possibile migliorare la conservazione di risorse scarse o comunque non rinnovabili, la prevenzione dell'inquinamento e l'assenza di pericoli per le specie animali e vegetali.



Impatto economico

I vantaggi economici sono altrettanto evidenti: economizzare le materie prime e l'energia consumata, ottimizzare i processi logistici, ridurre la quantità (e il costo) dei rifiuti da trattare, ecc. Si tratta di operazioni che hanno un impatto positivo sul costo del prodotto, aumentandone la redditività e riducendo il prezzo al dettaglio.



Azioni di miglioramento

Per ridurre l'impatto ambientale dei vostri prodotti e servizi è necessario analizzare, in primo luogo, gli impatti causati e le fasi del ciclo di vita caratterizzate da un impatto più rilevante. Dovreste condurre un Life Cycle Assessment, si tratta di una metodologia che consente di raccogliere le informazioni sugli impatti ambientali caratterizzati da un prodotto e generare degli indicatori rappresentativi. Sarà poi necessario definire degli obiettivi da trasformare in requisiti per lo sviluppo dei prodotti, in collaborazione con il vostro team di Ricerca e Sviluppo. Se fornite dei servizi, potete usare una logica simile.

MIGLIORAMENTO #6.20.2

La vostra azienda dispone di un sistema di gestione della qualità, ma non (ancora) certificato.



ISO 9001



SDG 16



OECD 6



OECD 7



UN GC 7



SDG 16.6

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La gestione della qualità è l'insieme delle attività effettuate per realizzare un prodotto o erogazione di un servizio conseguendo obiettivi di qualità. Tra i sistemi a supporto della gestione della qualità in azienda, il più noto è sicuramente quello supportato dalla norma ISO 9001. Questo standard si basa su una serie di principi di gestione della qualità, tra cui un forte orientamento al cliente, la motivazione e il coinvolgimento del top management, l'orientamento al processo e il miglioramento continuo.



Impatto ambientale

Le attività mirate alla prevenzione degli errori e delle non conformità consentono di limitare lo spreco di risorse necessarie alla realizzazione dei prodotti/servizi.



Impatto economico

Migliorare la qualità dei propri prodotti o servizi comporta i seguenti vantaggi: - maggiore soddisfazione dei clienti - riduzione di resi, reclami, etc. - migliore reputazione - riduzione di scarti - efficienza nei processi. Ognuno di questi elementi ha un impatto notevole sull'economia del proprio business, in termini di aumento di ricavi o riduzione di costi. In aggiunta, il possesso della certificazione ISO 9001 può assumere un importante valore reputazionale, e aprire le porte a diverse opportunità commerciali. Infatti, viene spesso usata da alcune aziende come criterio per selezionare i propri partner.



Azioni di miglioramento

Quella di seguire le linee guida della serie ISO 9000 senza certificarsi può rappresentare un'alternativa valida in determinati contesti. Valutate se intraprendere il processo di ottenimento della certificazione, considerando i vantaggi reputazionali e le opportunità commerciali. Trovate tutte le informazioni sul sito ufficiale: <https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>

CRITERIO SODDISFATTO #6.2.3

La vostra azienda verifica la maggior parte dei soggetti coinvolti nella filiera.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Una valutazione della sostenibilità della filiera è parte fondamentale di un percorso di sviluppo sostenibile. Gli attori della filiera sono interconnessi non solo dallo scambio di prodotti/servizi, ma anche dalle responsabilità sulla sostenibilità sul prodotto finale, a cui sono associati gli impatti lungo tutto il ciclo di vita. Un eventuale danno di reputazione di uno degli anelli della catena del valore, coinvolge anche tutti gli altri. La valutazione della filiera può essere realizzata attraverso l'attuazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale (certificazione SA8000 oppure autodichiarazione di aver implementato le linee guida ISO 26000 - vedi anche le linee guida UNI/PdR 18:2016) che implica l'adozione di procedure e prassi operative per valutare i fornitori e i clienti. Oppure attraverso l'adozione di criteri e requisiti di responsabilità sociale in materia di tutela dei lavoratori che possono essere verificati presso i fornitori e clienti attraverso verifiche e controlli (audit di seconda parte) realizzati da auditor appositamente formati o qualificati.



Contesto normativo europeo

Monitorare le imprese e organizzazioni coinvolte nella vostra filiera vi permette di identificare, prevenire e mitigare l'impatto negativo, effettivo e potenziale, che queste potrebbero avere sull'ambiente.



Impatto ambientale

Monitorando la vostra filiera potrete assicurarvi che essa non coinvolga altre imprese e organizzazioni che non rispettano requisiti minimi di sostenibilità ambientale.



Impatto economico

Monitorando la sostenibilità delle altre imprese e organizzazioni che fanno parte della vostra filiera potrete evitare di contribuire, con la vostra attività, all'impatto negativo che potrebbe essere associato ai vostri partner di filiera. Questo è fondamentale per l'azienda per tutelarsi dai rischi reputazionali e dalle conseguenze economiche connesse ad essi.



Impatto sociale

Monitorare le imprese e organizzazioni coinvolte nella vostra filiera vi permette di identificare, prevenire e mitigare l'impatto negativo, effettivo e potenziale, che queste potrebbero avere sulla società, in particolare sui lavoratori e consumatori.



Azioni di miglioramento

State valutando la sostenibilità della gran parte delle imprese e organizzazioni coinvolte nella vostra filiera. Questo è un punto a favore per prevenire rischi di reputazione connessi a comportamenti non etici e per favorire la diffusione di una cultura comune tra i diversi attori e, conseguentemente, una maggior uniformità nei comportamenti.

CRITERIO SODDISFATTO #6.7.3

La vostra azienda comunica già al cliente tutti i fattori che influenzano il prezzo del prodotto/servizio. Viene già fornita la massima trasparenza sul prezzo.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Per "prezzo trasparente" si intende uno strumento per raccontare la storia di un prodotto in numeri, partendo dal suo prezzo, dimostrando come una particolare pratica commerciale possa influire sul prezzo pagato dal cliente. Questo approccio può tranquillamente essere applicato sia su prodotti che su servizi.



Impatto economico

Mostrare i fattori che determinano il prezzo finale di un prodotto/servizio consente di giustificare il prezzo solitamente più elevato dei prodotti concorrenti e di mettere in evidenza il fatto che il maggior costo sostenuto per il pagamento dei produttori non incide, se non in misura marginale, sul prezzo pagato dal cliente. E' possibile identificare un ulteriore vantaggio nella sensibilizzazione del cliente.



Azioni di miglioramento

La vostra scelta ripagherà gli sforzi: la tracciabilità di un prodotto e la sua sostenibilità sono importanti fattori competitivi, che acquisteranno sempre maggiore rilevanza.

CRITERIO SODDISFATTO #6.8.3

La vostra azienda fornisce gratuitamente a tutti ai clienti prodotti o servizi coperti da garanzie o forme di tutela aggiuntive, oltre agli eventuali requisiti minimi previsti dal vostro settore.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le garanzie o le forme di tutela aggiuntive possono estendere la vita di un prodotto/servizio, rendendolo più sostenibile ma anche più attrattivo per i consumatori.



Contesto normativo europeo

La legislazione dell'UE in materia di consumatori regola il diritto dei consumatori di far riparare i prodotti nel periodo di garanzia, ma non garantisce il diritto alla riparazione dopo che questo periodo è scaduto o per difetti (ad esempio, dovuti a un uso improprio) che non sono coperti dalla garanzia. Le garanzie sono disciplinate dalla direttiva sulle vendite e la garanzia dei consumatori (CSD), che regola il contratto rapporto tra consumatore e venditore. Ai sensi del CSD, venditori o produttori possono offrire volontariamente ai consumatori garanzie commerciali supplementari.



Impatto ambientale

Prolungando la vita di un prodotto attraverso l'estensione di garanzie o tutele si riduce il fabbisogno di risorse necessario per la sua produzione, oltre a ridurre gli impatti legati allo smaltimento. Questo concetto è valido anche per quanto riguarda i servizi, per cui, ad esempio, le risorse possono essere rappresentate dal tempo impiegato dal personale.



Impatto economico

Aggiungere forme di garanzia o tutela aggiuntive significa aumentare il valore percepito da cliente, che può tradursi nella possibilità di applicare un maggiore prezzo di vendita, o comunque nella maggiore attrattività del prodotto.



Azioni di miglioramento

Se non lo avete ancora fatto valutate un'estensione ulteriore del periodo di tutela, oppure di ampliare la gamma di prodotti che sono caratterizzati da questo valore aggiunto.

CRITERIO SODDISFATTO #6.16.3

La certificazione come Operatore Economico Autorizzato (AEO) non si applica per la vostra tipologia d'impresa.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Lo status di operatore economico autorizzato, AEO (in lingua inglese Authorized Economic Operator) certifica una situazione di affidabilità specifica di un particolare soggetto nei confronti delle autorità doganali. La certificazione di affidabilità viene attribuita, dopo un audit, dall'Agenzia delle Dogane agli operatori economici residenti nell'Unione Europea. Questo istituto, recentemente innovato dal nuovo Codice Doganale dell'Unione, intende agevolare quegli operatori economici che partecipano alla catena logistica internazionale e che contribuiscono alla salvaguardia della sicurezza negli scambi internazionali di merci. Può essere richiesta solo per alcuni settori industriali.



Contesto normativo europeo

L'Unione Europea disciplina lo stato di AEO e le procedure per l'ottenimento nel Codice Doganale dell'Unione (Regolamento UE n. 952/2013). Per leggere il regolamento, vi rimandiamo al sito ufficiale: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32013R0952>

**Azioni di miglioramento**

Potete avere un'ulteriore conferma di non essere tra i soggetti chiamati in causa al seguente link:
<https://www.adm.gov.it/portale/dogane/operatore/operatore-economico-autorizzato-aeo/conosci-aeo>

CRITERIO SODDISFATTO #6.19.4

Vi siete già accertati che il vostro settore non sia coinvolto dall'approvvigionamento di minerali da conflitto.

**I CONSIGLI DEGLI ESPERTI****Informazioni generali**

I cosiddetti "minerali provenienti da zone di conflitto", ad esempio cassiterite, columbite-tantalite, oro e wolframite e loro derivati (tungsteno, stagno, tantalio), conosciuti anche come 3TG, possono essere utilizzati in prodotti di uso quotidiano come i telefoni cellulari e le automobili, oppure per la fabbricazione di gioielli. Nelle regioni politicamente instabili, il commercio di minerali può essere utilizzato per finanziare gruppi armati, essere causa di lavori forzati e di altre violazioni dei diritti umani, nonché favorire la corruzione e il riciclaggio di denaro. Per questa ragione, esistono diverse iniziative per promuovere un approvvigionamento responsabile di questi minerali.

**Impatto sociale**

I minerali di conflitto sono caratterizzati da una forte domanda e provengono da aree con conflitti in corso appena terminati, oppure in cui sono state riscontrate delle violazioni dei diritti umani. L'estrazione e il commercio di questi minerali hanno conseguenze devastanti sulle comunità locali, favorendo violazioni dei diritti umani come il lavoro minorile o il lavoro forzato, ma anche la corruzione e il riciclaggio di denaro.

CRITERIO SODDISFATTO #6.6.4

La vostra azienda si appoggia per oltre il 40% a fornitori locali.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI**Informazioni generali**

La scelta dei fornitori ha un importante valore strategico, sia per la sostenibilità che per il successo del proprio business.

**Azioni di miglioramento**

Complimenti, è anche grazie alla vostra interazione con l'economia locale che le PMI del territorio hanno l'opportunità di crescere e svilupparsi economicamente.



Esempi

<https://www.italiaoggi.it/archivio/valorizzare-i-fornitori-locali-1555775>

CRITERIO SODDISFATTO #6.3.4

La vostra azienda utilizza un software con un rating esterno ed indipendente per analizzare, tenere traccia e monitorare i propri fornitori diretti.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un metodo strutturato di analisi della filiera consente la definizione di criteri esplicativi e trasparenti, oltre a rendere possibile la comparazione di diversi fornitori/clienti proprio in base ai criteri definiti. Inoltre, questo metodo può garantire maggiore oggettività nelle scelte di fornitura, contribuendo a ridurre fenomeni di parzialità e corruzione, oltre che maggiore consapevolezza riguardo al significato e al valore di eventuali certificazioni possedute dai propri partner.



Impatto economico

Con il vostro approccio state migliorando l'efficienza del processo di selezione dei partner commerciali, riducendo il tempo (e quindi il costo) necessario per l'analisi e il processo decisionale, anche grazie alla possibilità di ricorrere a dati oggettivi e criteri multipli.

CRITERIO SODDISFATTO #6.27.4

I vostri prodotti o servizi non richiedono alcuna tipologia di packaging.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il packaging monomateriale (composto da un solo materiale, come, ad esempio, plastica riciclata), non necessitando di una separazione meccanica (prima o dopo la raccolta), generalmente permette una maggiore riciclabilità. I materiali ecologici, oltre ad avere un ciclo produttivo più sostenibile, sono facilmente biodegradabili in caso di dispersione nell'ambiente.

CRITERIO SODDISFATTO #6.26.2

La vostra azienda ha già un'assicurazione di responsabilità civile valida per prodotti/servizi, oltre a quella che può essere obbligatoriamente prevista per il vostro settore.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

**Informazioni generali**

La copertura Responsabilità civile prodotti consente alle imprese di proteggersi da richieste di risarcimento per i danneggiamenti a cose di terzi o lesioni personali a terzi, conseguenti a difetto dei prodotti fabbricati (non coperte dalla RC verso Terzi). La copertura Responsabilità civile professionale tutela il professionista, nel caso in cui, a seguito di un errore professionale, un cliente o un altro soggetto terzo, formuli una richiesta di risarcimento per un danno di natura patrimoniale, o per un danno a persone o cose.

**Azioni di miglioramento**

La presenza della certificazione ISO 9001 può aiutare in caso di eventuale processo, in quanto garanzia di qualità e presunzione di conformità.

CRITERIO SODDISFATTO #6.22.2

I vostri dipendenti/lavoratori sono regolarmente formati sui processi e procedure di garanzia di qualità.



ISO 9001



SDG 16



OECD 6



OECD 7



UN GC 7



SDG 16.6

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

**Informazioni generali**

Il coinvolgimento del personale è un requisito indispensabile per garantire il raggiungimento degli obiettivi di qualità, attraverso la responsabilizzazione e la formazione ad hoc.

**Azioni di miglioramento**

Istruendo e sensibilizzando il personale garantite che lo svolgimento effettivo dei processi a garanzia della qualità sia quanto più possibile allineato con le procedure standard, garantendo i livelli target di qualità e consentendo di beneficiare a pieno di tutti gli effetti positivi (maggiore soddisfazione dei clienti, riduzione di resi e reclami, migliore reputazione, riduzione di scarti, efficienza nei processi...).

CRITERIO SODDISFATTO #6.23.2

La vostra azienda dispone già di un sistema con il quale potete identificare gli errori ed avviare procedure ed azioni correttive.



ISO 9001



SDG 12



OECD 6



OECD 7



UN GC 7



SDG 12.5

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Per garantire la qualità dei vostri prodotti/servizi, è necessario identificare la presenza di non conformità o errori sia nel corso dei processi che sul prodotto finito e intraprendere azioni correttive. L'obiettivo è quello di evitare che un prodotto non conforme arrivi al cliente, attraverso lo scarto o il ripristino delle sue caratteristiche ideali. ESEMPIO: le tecnologie AIDC (Automatic Identification and Data Capture) consentono di eliminare gli errori tempestivamente ed incrementare l'efficienza.



Impatto ambientale

L'identificazione tempestiva di problematiche relative alla qualità permette di ridurre lo spreco di risorse (di diverso tipo, dal tempo del vostro personale, alle materie prime e al consumo di energia). Si tratta di una di quelle strategie win-win, dove la riduzione di costi va di pari passo con la riduzione dell'impatto sull'ambiente.



Impatto economico

Più che di «costi della Qualità», si parla di «costi della non Qualità», cioè di costi che rappresentano la differenza tra i costi di un prodotto/servizio e gli stessi costi se non ci fossero errori nel processo. Riportiamo qualche esempio di voci di costo che rientrano in questo ambito: - Costi legati agli scarti; - Costi legati a rilavorazioni e riparazioni; - Costi legati al declassamento dei prodotti; - Costi legati al non rispetto dei requisiti di qualità da parte dei fornitori.



Azioni di miglioramento

E' molto importante aver implementato un sistema di identificazione errori/ non conformità. Tuttavia, è altrettanto importante agire sulla prevenzione dell'errore e sul miglioramento continuo della qualità di prodotti e processi. Avete valutato l'introduzione di tecnologie a supporto? Esistono tecnologie sempre più performanti per l'automazione del controllo sulla qualità o per la raccolta di informazioni che permettano di identificare errori, come appunto le tecnologie AIDC (Automatic Identification and Data Capture, ad esempio i tag RFId).

CRITERIO SODDISFATTO #6.25.2

La vostra azienda informa i propri clienti in modo specifico delle caratteristiche dei prodotti o servizi.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Sul mercato dovrebbero circolare unicamente prodotti e servizi sicuri. E' quindi importante informare i clienti riguardo alle caratteristiche specifiche dei propri prodotti o servizi, sia per prevenire eventuali rischi e tutelarsi, sia per comunicare la qualità.



Contesto normativo nazionale

Nel 2005 è stato emanato in Italia con il D.lgs 206/05 il "Codice del consumo" relativo al riassetto delle disposizioni vigenti in materia di tutela dei consumatori, comprendente la maggior parte delle disposizioni emanate dall'Unione Europea nel corso degli ultimi venticinque anni per la protezione del consumatore. Esso prevede inoltre il contenuto minimo delle informazioni che devono accompagnare i prodotti commercializzati sul territorio nazionale.



Contesto normativo europeo

Partendo dal presupposto che sul mercato dovrebbero circolare unicamente prodotti sicuri, la Direttiva 2001/95/CE, recepita in Italia dal Decreto Legislativo 21 maggio 2004, n. 172 prevede che sia indispensabile informare il consumatore sul rischio minimo compatibile con l'uso del prodotto e sull'uso corretto del prodotto stesso.



Azioni di miglioramento

Continuate ad informare i vostri clienti e ad aggiornare le informazioni riportando eventuali cambiamenti sulle caratteristiche dei vostri prodotti e/o servizi. Un Sistema di Gestione della Qualità (SGQ) deve infatti partire dalle esigenze del cliente oltre che dalla sola conformità del prodotto e deve assicurare un miglioramento continuo.

CRITERIO SODDISFATTO #6.24.3

Ad oggi è garantita la tracciabilità dei propri prodotti fino alle materie prime utilizzate.



OECD 6



OECD 7



UN GC 7



SDG 16.6

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La tracciabilità, ossia la possibilità di ricostruire la provenienza ed il tipo di processazione dei prodotti e dei processi, è un punto fondamentale per assicurarsi di intraprendere un percorso sostenibile. La sostenibilità deve infatti essere valutata per tutto il ciclo di vita. Per poter tracciare i propri prodotti o processi è necessario disporre di un sistema idoneo. L'ISO 9001 definisce i requisiti dei sistemi di gestione per la qualità per le organizzazioni. Ricordiamo che l'aggiornamento 2015 della ISO 9001 definisce i requisiti relativi a identificazione e rintracciabilità riferendosi in generale agli "output" di un processo e non più ad un "prodotto" come nella versione precedente (2008), quindi deve essere presa in considerazione anche la tracciabilità di prodotti intermedi del processo e servizi.



Impatto economico

La tracciabilità di un prodotto o di un servizio ne garantisce la sua qualità e sicurezza per il consumatore finale. Permette quindi di mantenere alta la reputazione dell'azienda, richiamando eventuali investimenti ed aumentando l'introito (grazie all'incremento del numero dei consumatori o dei fruitori del servizio e/o a consumatori e fruitori che premiano la qualità, essendo garantita la trasparenza del prezzo finale).



Impatto sociale

La tracciabilità di un prodotto o di un servizio ne garantisce la sua qualità e sicurezza per il consumatore finale. Inoltre permette di assicurarsi che il percorso dal fabbricante delle materie prime al consumatore non includa paesi o particolari fornitori che non rispettano determinati requisiti etici.



Azioni di miglioramento

Garantendo la tracciabilità dei vostri prodotti state adempiendo ad un aspetto fondamentale per la sostenibilità della vostra azienda. Questo vi conferisce anche un vantaggio competitivo, in quanto permette di tenere sotto controllo i rischi legati alla catena di distribuzione. Continuate su questa strada, adottando - se possibile - anche soluzioni smart come per esempio la blockchain. Potrete anche rendere pubbliche le informazioni di tracciabilità.



Innovazione

Il modulo valuta l'approccio dell'azienda all'innovazione, considerando diversi aspetti: digitalizzazione, flessibilità, capacità di cogliere nuove opportunità, open innovation, trasformazione digitale, sicurezza informatica, IP protection.

64/100

Qualora siate una realtà di recente costituzione, fare riferimento alle vostre intenzioni / obiettivi futuri.

Categoria: G	Tematiche: 8	Domande: 26	Compliance: 57
--------------	--------------	-------------	----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Europa	43/100
Italia	43/100
Classe	43/100
Settore	34/100
Concorrenti	36/100

Il tuo punteggio nel tempo

31/03/2025 16:44:41

64/100

2

CRITICITA` E RISCHI

8

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

11

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #11.16.1

La vostra azienda non ha erogato dei corsi di formazione in ambito informatico negli ultimi 3 anni.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Affinché un'azienda sia competitiva in un mercato dinamico, è fondamentale investire sul know-how delle proprie risorse umane, con particolare riferimento alle competenze digitali. La diffusione di una cultura digitale e la predisposizione di training per i lavoratori deve precedere l'adozione di nuovi software e strumenti per la trasformazione digitale.



Impatto economico

Incrementare le competenze digitali dei propri dipendenti può migliorare la capacità di adattamento alle esigenze di mercato, caratterizzato da crescente dinamicità e dai trend di digitalizzazione. La legge di Darwin secondo cui "la specie migliore non è la più forte, ma la più adattabile ai cambiamenti" potrebbe dimostrarsi valida anche in relazione all'attuale contesto competitivo.



Azioni di miglioramento

Verificate l'eventuale necessità di corsi di formazione per esigenze specifiche, ad esempio legate a software avanzati oppure a dipendenti con maggiori difficoltà ad utilizzare gli strumenti informatici, e in tal caso attivatevi al più presto. Inoltre, se avete un piano di trasformazione digitale, dovreste erogare dei corsi per tutti i dipendenti sulle tecnologie che avete in programma di sfruttare. Considerate che i corsi online in conference call o registrati possono abbattere notevolmente i costi di erogazione della formazione.

CRITICITA` #11.18.1

La vostra azienda ha allocato meno del 5% del budget alla cybersecurity.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

In Italia la direzione del legislatore sulla cibersecurity è chiara: si tratta di una tematica da monitorare costantemente. La Legge 109/2021 sulla Cybersecurity difatti sancisce l'importanza del tema, creando un'architettura nazionale di cybersicurezza, istituendo l'Agenzia Nazionale per la Cybersecurity, creando il Comitato interministeriale per la cybersicurezza e il Nucleo per la cybersicurezza. L'obiettivo di questa legge è promuovere la cultura della sicurezza cibernetica sia nel settore pubblico che privato. La legge è stata introdotta a causa dell'aumento degli attacchi cibernetici negli ultimi anni, stimati in aumento del 75% in Europa dal 2019.



Contesto normativo nazionale

In Italia la direzione del legislatore sulla cybersecurity è chiara: si tratta di una tematica da monitorare costantemente. La Legge 109/2021 sulla Cybersecurity difatti sancisce l'importanza della tematica, creando un architettura nazionale di cybersicurezza, istituendo l'Agenzia Nazionale per la Cybersecurity, creando il Comitato interministeriale per la cybersicurezza e il Nucleo per la cybersicurezza. L'obiettivo di questa legge è promuovere la cultura della sicurezza cibernetica sia nel settore pubblico che privato. La legge è stata introdotta a causa dell'aumento degli attacchi informatici negli ultimi anni, stimati in aumento del 75% in Europa dal 2019.



Contesto normativo europeo

Rafforzare la cybersecurity è un obiettivo cruciale anche per l'UE che, all'interno del programma Europa digitale per il periodo 2021-2027, si è impegnata ad investire 1,6 miliardi di euro per la sicurezza informatica e la diffusione di infrastrutture e strumenti per la cybersicurezza in tutta Europa a favore di pubblica amministrazione, imprese e singoli cittadini.



Impatto ambientale

Una buona gestione della cybersecurity all'interno dell'impresa può portare anche a benefici dal punto di vista ambientale: la cyber sicurezza proteggendo i dati, permette anche di ridurre gli sprechi. In particolare, si evita la necessità di ripristinare o duplicare dati, contribuendo a ridurre gli sprechi di risorse elettroniche. Gli investimenti nella cybersecurity aziendale possono favorire pratiche più sostenibili dal punto di vista ambientale: ad esempio, scegliere tecnologie con una maggiore efficienza energetica che contribuiscono a ridurre le emissioni di gas serra, diminuire il consumo energetico e a minimizzare l'uso di risorse naturali. Le aziende possono quindi concorrere alla sostenibilità del pianeta scegliendo tecnologie e servizi riprogettati in una modalità che causi un minor impatto ambientale in aggiunta alle tradizionali prestazioni di sicurezza e aspetti funzionali.



Impatto economico

Investire nella cybersecurity consente di proteggersi i dati sensibili e i sistemi informatici dagli attacchi informatici, che nei casi più gravi possono ripercuotersi sulle attività produttive. Questo permette di ridurre il rischio di perdite finanziarie dovute a furti di dato, danni reputazionali e interruzioni delle attività aziendali. Inoltre, una solida infrastruttura di sicurezza informatica può aumentare la fiducia dei

clienti e degli investitori, migliorando le prospettive di crescita aziendale e l'accesso al capitale. Infine, conformarsi alle normative sulla privacy e alla legislazione in materia di sicurezza informatica può evitare multe e sanzioni costose.



Impatto sociale

Effettuare investimenti in cybersecurity contribuisce a garantire la sicurezza e la privacy di dati confidenziali relativi a dipendenti, lavoratori e clienti: infatti, una cybersecurity robusta consente all'azienda di proteggersi dal rischio di sottrazione di informazioni e dati personali dei suoi stakeholder che causa un impatto sociale negativo elevato per le persone coinvolte.



Azioni di miglioramento

Secondo il Rapporto Clusit - Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica - in Italia nessun settore è immune dagli attacchi cibernetici. Nel 2020, sono stati registrati 1.871 attacchi gravi che hanno avuto un impatto sistematico su vari aspetti della società, politica, economia e geopolitica. Se la vostra azienda gestisce dati sensibili, vi consigliamo di valutare un incremento del budget per la sicurezza informatica. Considerate, inoltre, di attivare per i vostri dipendenti e collaboratori percorsi di formazione finalizzati a creare conoscenza su minacce, vulnerabilità e strumenti di difesa, ma soprattutto a generare e a diffondere una cultura della sicurezza digitale all'interno di tutta l'organizzazione.

MIGLIORAMENTO #11.6.2

Per raccogliere le idee dei vostri dipendenti, chiedete loro di riportare le idee ai diretti superiori. Dovreste sviluppare un sistema dedicato.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Per stimolare l'innovazione da parte dei dipendenti, è possibile introdurre dei sistemi attraverso i quali le loro idee possano essere espresse e raccolte. Le idee vincenti dovranno poi essere valorizzate attraverso dei riconoscimenti, oltre che utilizzate per migliorare l'offerta o i processi interni.



Impatto economico

Il coinvolgimento dei dipendenti nelle innovazioni e decisioni contribuisce alla creazione di un ambiente collaborativo che stimola l'interesse, la partecipazione e la motivazione del capitale umano.



Azioni di miglioramento

Una struttura gerarchica rischia di ostacolare in modo significativo l'innovazione. Iniziate a dare la possibilità ai vostri dipendenti di esprimere le proprie idee con un sistema semplice: potrebbe essere una cassetta dei suggerimenti, una lavagna, oppure un documento condiviso. Esistono anche alcune alternative digitali come piattaforme apposite o caselle email, o un social come in questo articolo (https://www.repubblica.it/economia/miojob/lavoro/2019/10/27/news/il_social_aziendale_per_raccogliere_idee_cosi_eviteremo_molti_falimenti_-239519164/). Attenzione a valutare la possibilità di esprimersi in anonimato: se da una parte garantisce maggiore libertà di espressione specie in un ambiente conflittuale e/o competitivo, dall'altra potrebbe diventare l'occasione per molti di fare qualche scherzo non gradito. In ogni caso, comunicate chiaramente gli obiettivi della raccolta di idee. Potreste mettere anche a disposizione dei premi o riconoscimenti.

MIGLIORAMENTO #11.10.2

La vostra azienda introduce miglioramenti nei processi aziendali solo a seguito di determinate necessità interne o di mercato.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Con la revisione dei processi aziendali si fa riferimento al Business Process Reengineering (BPR), che è una strategia e modalità di gestione di un'impresa che consiste nel rappresentare i processi aziendali per individuare possibili miglioramenti ed eventualmente procedere ad un ridisegno e una ristrutturazione delle attività e dei flussi di lavoro. L'obiettivo è rendere più efficienti i processi di un'azienda, eliminando sprechi ed inefficienze, e consentendo di migliorare qualità e produttività. Allo stesso tempo, ciò contribuisce al miglioramento dell'ambiente di lavoro grazie alla creazione di buone sinergie all'interno dell'azienda.



Contesto normativo nazionale

In Italia ad oggi non sono presenti specifiche normative sull'introduzione di miglioramenti nei processi aziendali. Sicuramente l'efficienza e l'innovazione nelle imprese sono tematiche su cui l'Italia sta puntando molto: per esempio, l'Agenda Digitale Italiana promuove l'innovazione e l'efficienza nell'utilizzo delle tecnologie digitali all'interno delle aziende, il che può includere anche la revisione dei processi per adattarsi ai cambiamenti tecnologici. Inoltre, il Ministero dello Sviluppo Economico italiano e altri enti governativi spesso offrono supporto e risorse per la digitalizzazione e l'ottimizzazione dei processi aziendali con diversi bandi.



Impatto ambientale

Revisionare i processi aziendali consente all'azienda di ripensare ai processi in ottica di sostenibilità, introducendo miglioramenti volti ad implementare pratiche più sostenibili che favoriscono il raggiungimento degli obiettivi ambientali per l'impresa. Infatti, ottimizzando l'uso delle risorse, riducendo gli sprechi e migliorando l'efficienza operativa, l'azienda può diminuire le emissioni di carbonio e il consumo di energia e materie prime.



Impatto economico

E' fondamentale non dare per scontato anche i processi consolidati e cercare di introdurre innovazioni e migliorie anche nelle piccole attività. Infatti, una revisione periodica dei processi aziendali può apportare sostanziali benefici: - Riduzione di costi e tempi operativi: eliminando le attività che non generano valore aggiunto, migliorando i flussi informativi, riducendo errori e rielaborazioni. - Incremento della qualità: riducendo la frammentazione del lavoro, stabilendo le responsabilità di processo, monitorando le prestazioni.



Impatto sociale

Revisionare i processi aziendali può introdurre miglioramenti che contribuiscono agli obiettivi sociali dell'azienda: ridisegnare i processi aziendali può aumentare l'efficienza operativa, ridurre gli sprechi, ottimizzare gli ambienti di lavoro, e migliorare la qualità del lavoro svolto dai dipendenti e lavoratori dell'azienda, portando così ad una maggiore soddisfazione di tutti gli stakeholder.



Azioni di miglioramento

E' importante adottare un approccio più proattivo verso il miglioramento continuo dei processi aziendali per individuare inefficienze, eventuali criticità, sprechi e opportunità di miglioramento delle dinamiche aziendali. Condurre una revisione periodica dei processi aziendali permetterà all'azienda di adattarsi rapidamente alle mutevoli esigenze del mercato e promuovere la sua sostenibilità nel tempo. Cercate di organizzare revisioni dei processi interni almeno ogni tre anni per valutare l'efficienza e l'efficacia delle attuali pratiche e

individuare le aree di miglioramento prioritarie in ottica di ottimizzazione. Stabilite un sistema di monitoraggi regolare dei processi, coinvolgendo il personale per raccogliere feedback e favorire un approccio collaborativo, anche in ottica di rendicontazione di sostenibilità.

MIGLIORAMENTO #11.31.3

Gli addetti della vostra azienda introducono in modo autonomo dei miglioramenti sui processi aziendali e costantemente vengono condivise a tutti i livelli le innovazioni e le migliorie che sono state implementate.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

Informazioni generali

Riprogettare e introdurre nuovi modi di condurre le attività aziendali è fondamentale per raggiungere gli obiettivi strategici, migliorare la soddisfazione dei clienti, ridurre i costi e ottenere un vantaggio competitivo. Per introdurre queste migliorie, l'azienda può sfruttare le sole competenze interne oppure può rivolgersi a società di consulenza o partner esterni all'impresa. I miglioramenti e le innovazioni possono includere ad esempio: revisione di processi produttivi in ottica di sostenibilità, adozione di nuove tecnologie per la gestione del personale o l'organizzazione interna delle attività aziendali, e altri miglioramenti interni.

Contesto normativo nazionale

In Italia ad oggi non sono presenti specifiche normative sull'introduzione di miglioramenti nei processi aziendali. Sicuramente l'efficienza e l'innovazione nelle imprese sono tematiche su cui l'Italia sta puntando molto: per esempio, l'Agenda Digitale Italiana promuove l'innovazione e l'efficienza nell'utilizzo delle tecnologie digitali all'interno delle aziende, il che può includere anche la revisione dei processi per adattarsi ai cambiamenti tecnologici. Inoltre, il Ministero dello Sviluppo Economico italiano e altri enti governativi spesso offrono supporto e risorse per la digitalizzazione e l'ottimizzazione dei processi aziendali con diversi bandi.

Impatto ambientale

Introdurre miglioramenti nei processi aziendali, sia attraverso competenze interne che rivolgendosi a consulenze esterne da parte di società di consulenza o advisors e partner, può contribuire a una gestione più efficiente delle risorse e alla promozione della sostenibilità ambientale, consentendo all'impresa di ridurre l'inquinamento, risparmiare risorse naturali e aumentare la sua reputazione come azienda responsabile. Infatti, le competenze interne possono offrire una conoscenza approfondita dei processi aziendali, facilitando l'identificazione delle aree di miglioramento. D'altra parte, le società di consulenza esterne e gli advisors possono portare nuove prospettive e soluzioni innovative per affrontare sfide specifiche legate alla sostenibilità.

Impatto economico

Introdurre miglioramenti nei processi aziendali, sia tramite competenze interne che rivolgendosi a consulenze esterne da parte di società di consulenza o advisors e partner, può generare numerosi benefici economici: maggiore efficienza operativa, riduzione dei costi e un miglioramento generale della sostenibilità economica dell'azienda. Da un lato, utilizzando le competenze interne, l'azienda può ridurre i costi operativi identificando e eliminando sprechi e inefficienze, migliorando così la redditività. Dall'altro lato, rivolgendosi a società di consulenza esterne e ad advisors, l'azienda può accedere a expertise specializzate e soluzioni innovative per ottimizzare i processi aziendali, migliorare la competitività e la gestione delle risorse finanziarie.



Impatto sociale

Introdurre miglioramenti nei processi aziendali può portare a benefici sociali significativi sia internamente che nella relazione con la comunità locale. Utilizzando competenze interne, l'azienda può migliorare la soddisfazione e l'impegno di dipendenti e collaboratori, promuovendo un ambiente di lavoro positivo e collaborativo. Inoltre, può favorire lo sviluppo professionale del personale, aumentando la motivazione e la produttività. Rivolgendosi a società di consulenza esterne e ad advisors e partner, l'azienda può accedere a nuove prospettive e soluzioni innovative legate alla sostenibilità sociale, come la responsabilità sociale d'impresa e la creazione di valore per la comunità locale.



Azioni di miglioramento

Definite indicatori di performance specifici per valutare l'efficienza e l'efficacia dei miglioramenti e delle innovazioni introdotte e monitorate costantemente questi indicatori: ciò è utile anche per riscontrare eventuali problemi prima che possano determinare delle conseguenze sulla qualità dei prodotti/servizi offerti. Potreste inoltre valutare di richiedere il supporto di un consulente o di un advisor che, in questo ambito, è spesso più efficace in quanto esterno all'organizzazione e quindi in grado di portare uno sguardo critico alle pratiche aziendali esistenti.

MIGLIORAMENTO #11.7.3

Avete sviluppato un sistema di gestione dell'innovazione con processi definiti in maniera informale.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un sistema di gestione dell'innovazione strutturato e implementato correttamente aiuta le organizzazioni a catturare le migliori idee e migliorare continuamente per stare al passo con la concorrenza. La gestione dell'innovazione comprende la gestione di tutte le fasi del processo di innovazione: dall'analisi del mercato per individuare bisogni esplicativi o latenti alla fase creativa di generazione e selezione delle idee, dalla fase di sviluppo prodotto a quella di validazione, dall'industrializzazione al lancio dell'innovazione sul mercato, dalla commercializzazione e sviluppo delle eventuali varianti o nuove versioni al ritiro stesso dal mercato.



Impatto economico

Gestire l'innovazione in modo sistematico attraverso l'implementazione di un sistema è per l'impresa un fattore chiave per il successo, per la crescita economica e per ottenere vantaggio competitivo.



Azioni di miglioramento

Cercate di verificare che i processi definiti siano applicati in modo corretto all'interno dell'azienda e di formalizzarli e migliorarli per arrivare all'implementazione di un sistema di gestione dell'innovazione secondo le linee guida della ISO 56002. Se non disponete delle figure professionali con le giuste competenze, vi consigliamo di rivolgervi ad un consulente esperto nella norma che possa aiutarvi a definire tutte le procedure necessarie per ottenere la certificazione.

MIGLIORAMENTO #11.23.2

Tutelate la proprietà intellettuale della vostra azienda tramite accordi di riservatezza (NDA, non disclosure agreement) in fase precontrattuale o contrattuale, oltre ad avvalervi di accordi industriali diretti.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Con il termine proprietà intellettuale (PI, o IP dall'inglese "intellectual property") si indica un sistema di tutela giuridica dei beni immateriali frutto dell'attività creativa e inventiva dell'uomo, come le opere artistiche e letterarie, le invenzioni industriali e i modelli di utilità, il design e i marchi. Si parla anche di "proprietà industriale" in relazione all'innovazione sotto un profilo tecnologico. La tutela della proprietà intellettuale avviene mediante brevetti, marchi e diritti di autore.



Contesto normativo nazionale

In Italia l'assetto normativo è disciplinato dal Codice della proprietà industriale (CPI) che raccoglie le norme attinenti al campo dei brevetti e dei marchi. Il CPI è stato emanato con Decreto Legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, riordinando e accorpando oltre 40 testi normativi tra leggi e provvedimenti. Il Codice richiama i principi generali e i contenuti della Convenzione di Parigi del 1883, uno dei principali punti di riferimento internazionali.



Contesto normativo europeo

Sono diverse le direttive europee riguardanti marchi, diritti d'autore e brevetti adottate dal Parlamento con lo scopo principale di armonizzare taluni aspetti specifici dei diritti di proprietà intellettuale attraverso la creazione di un sistema europeo unico. Per quanto riguarda il rispetto dei diritti di proprietà intellettuale, il Parlamento europeo e il Consiglio hanno adottato la direttiva 2004/48/CE, che ha l'obiettivo di rafforzare la lotta contro la pirateria e la contraffazione ravvicinando i sistemi legislativi nazionali per garantire un elevato livello di tutela della proprietà intellettuale, equivalente e omogeneo nel mercato interno e prevede misure, procedure e rimedi di natura civile e amministrativa. Trovate più informazioni a questo link:

<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/36/la-proprietà-intellettuale-industriale-e-commerciale>



Impatto economico

Proteggendo e valorizzando i diritti di proprietà industriale è possibile garantire la competitività di un'impresa. Essi giocano un ruolo fondamentale nelle strategie di differenziazione dalla concorrenza. Inoltre, la creazione di un portafoglio di brevetti, marchi o altri diritti permette di attrarre capitali e di avere un accesso privilegiato a fondi pubblici e finanziamenti bancari. Ottenere un brevetto ha un costo più contenuto di quanto ci si potrebbe aspettare. Potete consultare i prezzi sul sito del Ministero dello Sviluppo Economico (<https://uibm.mise.gov.it/index.php/it/brevetti/deposito-di-una-domanda-di-brevetto/quanto-costa-brevettare>). Tenete in considerazione che eventuali spese legali per rivendicare la proprietà di un bene immateriale non tutelato possono essere elevate, oltre al fatto che in molti casi potrebbe non essere possibile rivendicarla. Secondo un'indagine dell'Università di Dublino, circa l'80% delle PMI Europee che hanno subito una violazione dei diritti di IP, ha dovuto rinunciare alla propria difesa per ragioni finanziarie.



Impatto sociale

Una protezione eccessiva della proprietà intellettuale può frenare l'innovazione ostacolando il trasferimento tecnologico. Può inoltre rallentare la diffusione di nuove tecnologie e limitarne l'accesso a determinate fasce di reddito: si impedisce ad altre aziende di replicare il modello innovativo su scala più ampia o con una gestione più efficiente in modo da abbattere i costi determinando un prezzo finale accessibile.



Azioni di miglioramento

Gli accordi di riservatezza non sono sempre in grado di tutelare la proprietà intellettuale. Verificate in modo attento se esistono degli asset alla base del vostro vantaggio competitivo, come tecnologie o marchi distintivi che non sono attualmente protetti e informatevi su come tutelarvi. Per ottenere maggiori informazioni senza investire risorse eccessive potrete partecipare a eventi educativi. Nel frattempo assicuratevi che il vostro personale non divulghi informazioni sensibili e protegga il know-how dell'azienda.

MIGLIORAMENTO #11.15.2

Avete definito come "medio" il livello di digitalizzazione dei vostri dipendenti, perché sono indipendenti nell'uso dei software più diffusi ma necessitano di supporto per gli strumenti più innovativi.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Nel 2019, la percentuale di persone che possiede almeno competenze digitali di base ha raggiunto il 58% a partire dal 55% del 2015 (Fonte: Commissione Europea). Nell'attuale contesto competitivo, le competenze digitali stanno assumendo una rilevanza crescente. Ogni azienda deve assicurarsi che i propri lavoratori abbiano una formazione di base che gli consenta di svolgere in autonomia le proprie mansioni che prevedono l'utilizzo di strumenti informatici.



Contesto normativo europeo

La Commissione Europea sta promuovendo diverse iniziative riguardanti la formazione sulle competenze digitali per la forza lavoro e per i consumatori. In particolare, è stata creata la Digital Skills and Jobs Coalition per far fronte comune sulle sfide digitali, che sono spesso simili in diverse organizzazioni, aree e paesi. La Coalizione ha all'attivo diversi progetti educativi e iniziative di finanziamento. L'ambizione dell'UE è anche quella di creare un Digital Single Market, ovvero un mercato in cui è garantita la libera circolazione di persone, servizi e capitali e in cui le persone e le imprese possono essere attivi online in condizioni di concorrenza leale e con un livello elevato di protezione dei dati personali.



Impatto economico

La digitalizzazione ha un forte impatto sulla produttività. Secondo una ricerca del Boston Consulting Group (2015), solo in Germania la digitalizzazione del settore industriale consentirà una crescita di produttività pari all'8% in 10 anni. Lo stesso si applica alla singola azienda che, però, per abilitare la propria trasformazione digitale deve innanzitutto investire sulle competenze digitali dei propri lavoratori.



Impatto sociale

Gran parte dei lavoratori dell'UE (circa il 40%) è sprovvista delle competenze digitali di base, nonostante la maggior parte dei posti di lavoro richieda tali competenze. Il divario tra la domanda e la disponibilità di lavoratori qualificati per il digitale sta quindi crescendo. La trasformazione digitale sta modificando strutturalmente il mercato del lavoro e il timore è che questo possa influire su condizioni di lavoro, così come su livelli e distribuzione di reddito.



Azioni di miglioramento

Gli investimenti nelle competenze digitali dei dipendenti portano un valore aggiunto all'azienda. Definite quali sono gli strumenti innovativi che i vostri lavoratori fanno più fatica a gestire e individuate delle iniziative di formazione specifiche.

MIGLIORAMENTO #11.17.2

Avete già investito nella cybersecurity, affidandone la gestione a terzi.



2019/881/EU



Industrial Strategy



ISO 27032



SDG 9



NIST



FN Cybersecurity



Digital Strategy

Impresa 4.0

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La cybersecurity (o sicurezza informatica) consiste nel difendere computer, server, dispositivi mobili, sistemi elettronici, reti e dati dagli attacchi provenienti dalla rete. Cisco rivela che rivela che il 77% di tutti gli attacchi informatici colpisce proprio le piccole e medie imprese. Spesso, per ragioni di budget e assenza di personale specializzato, le PMI non assegnano le risorse necessarie alla sicurezza informatica. Il più delle volte l'obiettivo degli attacchi informatici è il furto di dati sensibili.



Contesto normativo nazionale

Nel 2015 è stato presentato il Framework Nazionale per la Cybersecurity, frutto della collaborazione tra accademia, enti pubblici, e imprese private. Il Framework è ispirato al Cybersecurity Framework ideato dal NIST (National Institute of Standards and Technology) e fornisce uno strumento operativo per organizzare i processi di cybersecurity. Il Decreto Legge n. 105 del 2019 è stato introdotto per assicurare un livello elevato di sicurezza delle reti, dei sistemi informativi e dei servizi informatici delle amministrazioni pubbliche, nonché degli enti e degli operatori nazionali, pubblici e privati, attraverso l'istituzione di un perimetro di sicurezza nazionale cibernetica e la previsione di misure volte a garantire i necessari standard di sicurezza rivolti a minimizzare i rischi. Entreranno in vigore, relativamente a questa necessità, un DCPM e un regolamento nei prossimi mesi.



Impatto economico

Dedicare parte del proprio budget alla cybersecurity significa sicuramente affrontare dei costi notevoli, specie per una piccola impresa che sta muovendo i primi passi in questa direzione. Va però tenuto presente che i danni di un attacco informatico possono avere un devastante impatto economico, oltre che reputazionale. Esempi di possibili attacchi e implicazioni economiche: 1. Denial of Service: In questo tipo di attacco i server dell'impresa vengono sommersi di richieste, impedendo ai sistemi informativi dell'azienda di funzionare correttamente. La conseguenza principale è l'interruzione delle attività produttive, che si traduce in alcuni casi nella riduzione delle vendite, e comunque in costi aggiuntivi. 2. Data breach: I sistemi dell'azienda vengono attaccati per sottrarre dati sensibili. In base alle norme previste dal Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), questo può comportare multe. Tenete presente che aver definito un protocollo di cyber sicurezza adeguato, oltre a ridurre il rischio di essere sottoposti a questi attacchi, è un requisito essenziale per entrare nella catena di valore di molte multinazionali.



Azioni di miglioramento

La sicurezza informatica è un aspetto che vale la pena gestire internamente. E' comprensibile però, che a causa di risorse limitate, sia necessario richiedere supporto all'esterno. Potreste condurre una valutazione costi/benefici per introdurre almeno un responsabile interno. Potreste informarvi sulle soluzioni in cloud che offrono costi minori e facilità di gestione.

MIGLIORAMENTO #11.8.2

Attualizzate l'hardware dei computer aziendali circa ogni 3 anni.



SDG 9



SNSvS

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

"Attualizzare l'hardware aziendale si riferisce al processo di aggiornamento e sostituzione regolare dei dispositivi e delle infrastrutture tecnologiche utilizzate all'interno di un'impresa, in particolare il passaggio a nuove tecnologie comprende la sostituzione di scheda madre, processore, RAM, monitor... È un'azione fondamentale per garantire che l'azienda rimanga competitiva e all'avanguardia nell'ambito tecnologico, soprattutto nell'attuale contesto in cui l'efficienza e la tempestività delle operazioni sono caratteristiche sempre più cruciali. Il rinnovo dell'hardware dell'azienda diventa, dunque, un aspetto fondamentale per garantire prestazioni di elevata qualità.



Contesto normativo nazionale

Il Ministero dello Sviluppo Economico prevede delle agevolazioni, attraverso la misura Beni strumentali ("Nuova Sabatini"), per le PMI che sostengono investimenti per acquistare o acquisire in leasing macchinari, attrezzature, impianti, beni strumentali ad uso produttivo e hardware, software e tecnologie digitali.



Impatto ambientale

Oltre a migliorare l'efficienza e le prestazioni operative, un vantaggio da non trascurare è che nel corso degli anni l'efficienza energetica degli hardware viene incrementata regolarmente, con il risultato che i modelli di ultima generazione sono molto meno energivori, grazie alla presenza di processori a basso consumo e di funzionalità avanzate per la gestione dell'alimentazione. Questo contribuisce a ridurre l'impronta ambientale complessiva dell'azienda. Inoltre, il corretto smaltimento dei vecchi dispositivi può favorire il riciclo dei materiali e la riduzione dei rifiuti elettronici, promuovendo un approccio più responsabile e in ottica di circolarità verso la gestione dei beni tecnologici aziendali.



Impatto economico

Possedere dei componenti hardware non aggiornati può comportare svantaggi nei confronti dei competitor, clienti insoddisfatti e lungaggini produttive connesse al fatto di non operare alla massima efficienza e velocità con una ripercussione in termini di costo per l'azienda. Infatti, la mancanza di hardware aggiornati può gravare enormemente sulla rapidità di esecuzione di compiti anche più semplici, come la gestione di allegati mail di grandi dimensioni o la velocità di apertura di file importanti per una richiesta urgente, l'utilizzo di software sempre più complessi e gravosi in termini di requisiti hardware. Inoltre, attualizzare gli hardware aziendali consente di ottenere risparmi significativi sulla bolletta elettrica, se si considera che, secondo i dati forniti da EnergyStar, una workstation dotata di processore Intel Xeon e di monitor LCD da 17 pollici consuma in media oltre 300 kwh all'anno. Infine, attualizzare l'hardware dei computer aziendali con costanza consente anche essere maggiormente tutelati dal punto di vista della sicurezza informatica: un hardware più vecchio potrebbe anche essere più vulnerabile a minacce informatiche (poiché per esempio potrebbe non ricevere più aggiornamenti di sicurezza da parte dei produttori. ecc..)



Impatto sociale

Lo svecchiamento dell'hardware informatico potrebbe apportare anche benefici sociali all'interno dell'organizzazione. L'utilizzo di hardware obsoleti può essere fonte di frustrazione e stress per i dipendenti, specialmente quando questi si trovano quotidianamente ad essere alle prese con prestazioni lente o malfunzionamenti frequenti: in tal senso, l'utilizzo di dispositivi hardware aggiornati contribuisce alla riduzione dello stress dei lavoratori in azienda e a una maggiore produttività - un hardware più vecchio tende ad essere più lento e meno efficiente, rallentando il lavoro dei dipendenti. Inoltre, assicurare gli strumenti hardware giusti ai propri lavoratori può essere considerato un incentivo significativo per l'attrazione e il mantenimento dei talenti in azienda, concorrendo a rendere le risorse più soddisfatte ed efficienti nello svolgimento delle mansioni. Altri benefici relativi allo svecchiamento dell'hardware riguardano il favorire la formazione e lo sviluppo professionale dei dipendenti, che non restano indietro nell'utilizzo di nuove tecnologie.



Azioni di miglioramento

Bene, svecchiate l'hardware dei computer con questa frequenza vi permette di contenere i costi dovuti alla manutenzione e al supporto legati all'installazione di software e di patch, all'aggiornamento del sistema operativo, e ad eventuali problemi di incompatibilità con le nuove versioni del software. Il consiglio è comunque quello di non ricorrere ad una frequenza di sostituzione inferiore ai 2 anni per ragioni economiche e ambientali, ma mettete al primo posto le esigenze operative. Potreste pensare anche di non smaltire i vecchi hardware, ma di mettere in atto azioni di economia circolare attraverso la rigenerazione dei pc aziendali che volete sostituire.

CRITERIO SODDISFATTO #11.1.4

Effettuate regolarmente dei progetti nell'ambito dell'Open Innovation.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'Open Innovation si basa sull'estensione dell'innovazione al di fuori dell'organizzazione, sia utilizzando fonti di innovazione esterne che rendendo disponibili le proprie idee all'esterno. In questa domanda si faceva riferimento alla prima modalità, che è anche la forma più conosciuta, e quindi al coinvolgimento di partner esterni nella propria innovazione. L'obiettivo dell'Open Innovation è di favorire lo sviluppo di nuove tecnologie. Il crowdsourcing è una forma particolare di Open Innovation, che consiste nell'ottenere lavoro, informazioni o opinioni da un ampio gruppo di persone tramite Internet, social media e app per smartphone. Esistono delle piattaforme dedicate attraverso le quali richiedere un contributo. Le persone coinvolte nel crowdsourcing a volte lavorano come liberi professionisti retribuiti, mentre altre svolgono piccoli compiti su base volontaria.



Contesto normativo nazionale

Non esiste una legislazione nazionale che supporta l'innovazione collaborativa. La Regione Lombardia si distingue con la sua legge regionale «Lombardia è Ricerca e Innovazione», che sostiene la costituzione di una rete di collaborazione tra Istituzioni pubbliche, Università e Imprese. La norma valorizza un patrimonio che genera 7 miliardi l'anno di investimenti pubblici e privati in Ricerca e Innovazione.



Contesto normativo europeo

L'Unione Europea ha costituito l'Open Innovation Strategy and Policy Group (OISPG) che riunisce gruppi industriali, università, governi e privati per sostenere le politiche per l'Open Innovation presso la Commissione europea.



Azioni di miglioramento

Avendo realizzato almeno un progetto, conoscete già questo ambito. Dovreste impegnarvi a rendere l'Open Innovation parte del vostro processo di innovazione. Se non dovete ottenere i risultati sperati, potete identificare un diverso partner di innovazione oppure utilizzare una piattaforma di crowdsourcing. A questo link vengono riportate alcune piattaforme: <https://www.webeconomia.it/crowdsourcing-migliori-piattaforme/11002/>

CRITERIO SODDISFATTO #11.13.2

Vendete i vostri prodotti/servizi attraverso canali tradizionali, ma anche digitali.





I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Sfruttare sia canali tradizionali che digitali, consente di raggiungere un maggior numero di clienti sfruttando le caratteristiche di ciascuno dei mezzi utilizzati e il loro specifico posizionamento.



Impatto economico

Spesso, l'online viene utilizzato per ottenere informazioni preliminari e consente al cliente di arrivare già informato e con maggiore propensione all'acquisto quando si presenta in negozio/azienda. Il team di Google Digital Impact afferma che 3 clienti su 4 che trovano un negozio sul web, sono più portati non solo ad acquistare, ma anche a visitare il negozio offline. Con una strategia multicanale, è possibile creare un'esperienza personalizzata e completa che possa ingaggiare il cliente. Così, con una sinergia tra i punti di offerta fisici e quelli virtuali, è possibile far crescere entrambi i canali e aumentare i volumi di vendita complessivi. Un tema importante è anche quello della differenziazione dell'offerta, sia intesa come possibilità di utilizzare canali diversi per raggiungere target differenti, sia come diversificazione del canale di distribuzione, che consente di ridurre il rischio associato. Pensate ad esempio a quanto successo a seguito della pandemia di Covid-19, che ha avvantaggiato coloro che avevano già a disposizione un canale alternativo online.



Azioni di miglioramento

La multicanalità vi permette di ridurre il rischio e garantire un'esperienza completa ai clienti. Assicuratevi di sfruttare al meglio questa strategia, utilizzando leve di marketing appropriate (ad esempio prezzo o comunicazione) per ogni specifico canale.

CRITERIO SODDISFATTO #11.21.4

Gestite la documentazione aziendale sia tramite un archivio in formato digitale che in formato cartaceo.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La gestione dell'archiviazione dei documenti rappresenta uno degli ostacoli per la Digital Transformation. L'archivio può avere anche un impatto significativo sull'ambiente, relativo all'abitudine di conservare più copie cartacee dei documenti. È necessario tenere a mente che l'archivio è la memoria del vostro business, contiene conoscenza, attività commerciali, evidenza in caso di contestazione e reputazione. Per esempio, un archivio potrebbe anche avere un valore commerciale diretto come fonte di innovazione di prodotto, tramite la riscoperta e la rivisitazione di idee storiche.



Impatto ambientale

Stampare una o più copie di un documento significa consumare prodotti: non solo carta, ma anche inchiostro ed energia. A queste vanno aggiunte tutte le risorse necessarie per rendere disponibili e smaltire questi prodotti. La carta può essere riciclata, con un impatto minore sull'ambiente rispetto alla produzione di carta vergine, ma il fenomeno della deforestazione desta ancora preoccupazione.



Impatto economico

Il sistema di organizzazione dell'archivio ha delle conseguenze economiche. Per un archivio fisico i costi sono relativi agli spazi occupati e ai costi di gestione, mentre per un archivio digitale si deve considerare il costo del servizio (per una piattaforma in cloud) oppure i costi hardware e software per una soluzione digitale di proprietà. Non vanno trascurate le conseguenze in termini di efficacia, come il livello di controllo della documentazione e il rischio di perdere documenti importanti, ed efficienza, come i tempi necessari all'archiviazione e al reperimento dei documenti.



Azioni di miglioramento

Un archivio digitale è la soluzione più economica e semplice da gestire, dunque vi consigliamo di dematerializzare il vostro archivio per ridurre i costi e semplificare l'accesso ai documenti. Potreste anche pensare di utilizzare un sistema in cloud, come Dropbox o Google Drive, facendo attenzione ai limiti, come quelli di non fornire capacità di digitalizzazione di documenti fisici e affidabilità in termini di sicurezza e di performance. Se il vostro archivio richiede attenzioni particolari in questo senso, meglio affidarsi a programmi specifici di gestione documenti.

CRITERIO SODDISFATTO #11.4.3

La principale fonte di innovazione per la vostra azienda deriva dalle richieste o necessità dei vostri clienti, dall'analisi dei bisogni del mercato e dai vostri partner.

Attenzione: anche se i clienti avessero le idee chiare su cosa vogliono, il che non è sempre da dare per scontato, non hanno consapevolezza su come l'offerta viene generata.



ISO 9001

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le fonti di innovazione che possono fornire nuovi spunti ad un'azienda sono molteplici, e spesso un'idea può essere costituita mettendo insieme spunti provenienti da fonti diverse. In questa domanda abbiamo però chiesto di scegliere una fonte principale di innovazione per identificare l'approccio di un'azienda all'innovazione, e quindi la fonte su cui fa maggiormente affidamento.



Impatto economico

Ognuno di questi approcci può generare idee di successo, tuttavia la letteratura dell'innovazione suggerisce che le idee basate sulle esigenze dei clienti e del mercato possono portare delle innovazioni più efficaci. Al contrario, l'innovazione basata sulle tecnologie può incontrare qualche difficoltà perché le caratteristiche innovative potrebbero poi non generare un valore aggiunto per gli utilizzatori.



Azioni di miglioramento

Innanzitutto, è fondamentale verificare sul campo le assunzioni emerse dalle analisi di mercato, confrontandovi direttamente con i clienti. Inoltre, dal momento che innovate basandovi sulle richieste dei clienti e sui consigli dei vostri partner, è fondamentale verificare la fattibilità dell'offerta che hanno immaginato. Dovreste anche sondare la loro effettiva disponibilità a pagare un prezzo di prezzo, inviando dei questionari o organizzando dei focus group.

CRITERIO SODDISFATTO #11.11.3

La vostra azienda raccoglie e analizza per uso interno dati provenienti da social media, customer service, feedback diretti, profilazione clienti, etc.

Alcune tipologie di dati potrebbero prestarsi alla rivendita a terze parti.

 Industrial Strategy  COM/2016/0180  SDG 16  Digital Strategy  Impresa 4.0  SDG 16.6

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I dati di ogni genere sono oggigiorno considerati un`importante risorsa: tramite procedimenti di data mining si possono infatti ricavare svariate informazioni a fini commerciali e non. I dati possono essere trattati direttamente oppure venduti a terze parti, facendo sempre attenzione a rispettare i regolamenti sulla privacy e l`etica professionale.



Contesto normativo europeo

La strategia europea per quanto riguarda i dati mira a creare un mercato unico per i dati allo scopo di garantire la competitività globale dell`Europa e la sovranità dei dati. I dati vengono riconosciuti dall`UE come una risorsa essenziale per la crescita economica, la competitività, l`innovazione, la creazione di posti di lavoro e il progresso della società in generale. Inoltre, l`Unione colloca i dati come strumento di innovazione per l`azienda, strumento che per essere utilizzato necessita di regole pratiche, eque e chiare sull`accesso e l`uso dei dati, che rispettino i valori e le leggi europee. Il regolamento per la protezione dei dati personali (GDPR) rientra in questa prospettiva.



Impatto economico

Il potenziale dei dati viene sfruttato maggiormente nell`ambito del marketing, in particolare nella pubblicità, ma sono numerosi gli ambiti applicativi dell`analisi dati, così come i vantaggi per un`azienda. Secondo un`indagine dell`Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence, le imprese che hanno già messo in atto progetti di data analysis e data management lo hanno fatto per raggiungere questi obiettivi: - Migliorare l`engagement con il cliente; - Incrementare le vendite; - Ridurre il time to market; - Ampliare l`offerta di nuovi prodotti e servizi; - Ottimizzare l`offerta attuale al fine di aumentare i margini; - Ridurre i costi; - Identificare nuovi mercati. L`economia dei dati ha un valore enorme ed è in continua crescita. Secondo stime della Commissione Europea, nel 2018 questa economia valeva 301 miliardi di euro in Europa, ovvero il 2,4% del PIL. Le stesse stime riportano una proiezione per il 2025 di 829 miliardi.



Impatto sociale

L`innovazione basata sui dati può portare vantaggi importanti e concreti alla società e all`economia europea, consentendo una migliore elaborazione delle politiche al miglioramento dei servizi pubblici.



Azioni di miglioramento

Raccogliendo e analizzando dati, siete in grado di elaborare informazioni utili per il vostro business. Assicuratevi di tracciare le informazioni più significative e di sfruttarle al meglio nel processo decisionale. Potrete creare un flusso aggiuntivo di ricavi rivendendo alcuni dati a terzi. La cessione a terzi dei dati è possibile solo avendo ottenuto il consenso specifico dell`interessato, oppure se il dato è stato anonimizzato.

CRITERIO SODDISFATTO #11.12.3

Fate uso del Digital Marketing, in particolare avete definito una strategia ben definita che mettete in atto attraverso varie attività, ad esempio e-mail, social media, SEO, ...



Industrial Strategy



COM/2016/0180



SDG 9



Digital Strategy



Impresa 4.0

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Con il termine "marketing digitale" stiamo indicando la componente del marketing che utilizza tecnologie digitali e l'accesso alla rete per la promozione e la commercializzazione di aziende, prodotti, servizi, e molto altro. ESEMPI: Email marketing, social media marketing, annunci pubblicitari online, ottimizzazione per i motori di ricerca, blog...



Impatto economico

Ecco elencati alcuni dei possibili punti di forza del marketing digitale: - La comunicazione può essere indirizzata al target specifico dell'azienda; - Costi generalmente contenuti; - Accesso a nuovi mercati o target; - Maggior controllo sulla reputazione aziendale; - Risultati misurabili.



Azioni di miglioramento

Bene, aver attuato una strategia che preveda l'uso del marketing digitale può garantirvi un vantaggio competitivo. Ricordate che gli strumenti di digital marketing sono moltissimi. Potreste voler consolidare ulteriormente la vostra presenza online. Magari vi potreste spingere oltre con l'ottimizzazione per i motori di ricerca oppure con il content marketing? Vi lasciamo questo articolo con gli strumenti più diffusi, che magari conoscete già ma di cui magari non avete ancora sfruttato del tutto il potenziale: <https://www.ninjamarketing.it/2019/09/25/10-strumenti-di-digital-marketing-più-comuni/>

CRITERIO SODDISFATTO #11.22.2

Utilizzate un sistema informatico di tracciamento delle informazioni / comunicazioni avvenute con clienti e/o fornitori.



SDG 16



SDG 16.6

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Diventa sempre più rilevante essere sempre in grado di dimostrare o ricostruire conversazioni e/o accordi intrapresi con terze parti. Disporre di un sistema informatico a supporto è fondamentale per il business sia per tutelarsi sia per pura organizzazione interna.



Azioni di miglioramento

Assicuratevi che gli strumenti adottati soddisfino le vostre necessità e siano adeguati alla vostra realtà imprenditoriale. Fate in modo che siano di supporto ai vostri lavoratori e al vostro business.

CRITERIO SODDISFATTO #11.5.4

Per analizzare e soddisfare le necessità di innovazione dei vostri stakeholder, li coinvolgete in tutte le fasi del processo di sviluppo delle innovazioni,

dal concepimento alla realizzazione.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Innovare è spesso difficile perché le informazioni sulla "necessità" (ciò che lo stakeholder desidera) sono in possesso dello stakeholder e le informazioni sulla "soluzione" (come soddisfare tali esigenze) del produttore. Sono diverse le modalità attraverso le quali un'azienda può interracciarsi con i propri stakeholder per comprenderne i bisogni, tra queste la comunicazione informale, le interviste, la raccolta di feedback su nuove soluzioni e lo sviluppo congiunto.



Impatto economico

Ascoltando le necessità dei vostri stakeholder, potete orientare la vostra offerta in modo da creare maggiore utilità per gli acquirenti. Questo vi consente di posizionarvi sul mercato in modo appropriato e incrementare la redditività. Le risorse devono essere però allocate in modo attento: il processo di coinvolgimento può essere costoso e richiedere molto tempo perché le esigenze degli stakeholder sono spesso complesse, sottili e in rapida evoluzione. Inoltre, i vostri stakeholder potrebbero non essere del tutto consapevoli dei propri bisogni. E' molto famosa la citazione di Henry Ford, che sostiene che se avesse chiesto ai suoi clienti cosa volevano, avrebbero risposto: "cavalli più veloci".



Azioni di miglioramento

Coinvolgendo i vostri stakeholder nell'intero processo di sviluppo di un'innovazione, non solo vi assicurate che la vostra offerta corrisponda alle loro necessità, ma consolidate anche il vostro rapporto ponendo le basi per una partnership duratura.

CRITERIO SODDISFATTO #11.19.3

Ritenete che l'innovazione sia un fattore molto rilevante per il settore in cui la vostra azienda opera, per questo prevedete un processo di innovazione digitale.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il successo di un'azienda è legato anche alla sua capacità di innovare ed impiegare in modo efficace le nuove tecnologie. Le piccole e medie imprese non fanno eccezione, anzi: una su cinque ottiene dei vantaggi immediati appena comincia un percorso di trasformazione digitale (Fonte: IDC).



Contesto normativo nazionale

Il Decreto direttoriale 9 giugno 2020, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 164 del 1 luglio 2020, disciplina l'intervento agevolativo sulla Digital Transformation istituito all'articolo 29, commi da 5 a 8, del Decreto crescita, finalizzato a sostenere la trasformazione tecnologica e digitale dei processi produttivi delle micro, piccole e medie imprese attraverso la realizzazione di progetti diretti all'implementazione delle

tecnologie abilitanti individuate nel Piano Nazionale Impresa 4.0 (advanced manufacturing solutions, additive manufacturing, realtà aumentata, simulation, integrazione orizzontale e verticale, industrial internet, cloud, cybersecurity, big data e analytics) nonché di altre tecnologie relative a soluzioni tecnologiche digitali di filiera. Secondo quanto previsto dal Decreto le risorse finanziarie per la concessione delle agevolazioni ammontano a euro 100.000.000,00. Per entrambe le tipologie di progetto ammissibili a beneficio le agevolazioni sono concesse sulla base di una percentuale nominale dei costi e delle spese ammissibili pari al 50 per cento, articolata come segue: 10 per cento sotto forma di contributo; 40 per cento come finanziamento agevolato.



Contesto normativo europeo

L'Unione Europea supporta la trasformazione digitale attraverso il Digital Europe Programme 2021-2027, il primo programma europeo interamente dedicato alla digitalizzazione. In particolare, per quanto riguarda le PMI, le principali azioni prevedono la costituzione di poli di innovazione digitali europei (European Digital Innovation Hub) con l'obiettivo finale di favorire i percorsi di digitalizzazione delle imprese, aumentare l'accessibilità e l'uso del supercalcolo e sostenere l'adozione di tecnologie digitali e agevolare il know-how.



Impatto economico

I vantaggi legati all'innovazione e trasformazione digitale sono molteplici e legati a diversi ambiti: miglioramento dei processi produttivi che risultano più efficienti e veloci; accesso più semplice alle informazioni; calo dei costi; miglioramento della customer experience con conseguente aumento delle vendite.



Azioni di miglioramento

E' fondamentale coinvolgere tutte le parti interessate per ottenere il loro appoggio nel processo di innovazione digitalizzazione che avete previsto, per questo motivo occorre individuare le competenze digitali dei dipendenti e prevedere percorsi di formazione. Inoltre, è importante tenere monitorata l'implementazione del processo in un'ottica di miglioramento continuo, dunque vi consigliamo di pensare ad un sistema di indicatori che possa aiutarvi nel processo di monitoraggio.

CRITERIO SODDISFATTO #11.14.3

Tra il 10% e il 20% delle entrate dell'azienda deriva dai canali digitali.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Con "canali digitali" si intendono tutti i punti di contatto attraverso i quali un'azienda interagisce con i propri clienti utilizzando tecnologie digitali, come il sito web aziendale, le piattaforme di e-commerce, le app mobili, i social media e le campagne di marketing digitale. Questo tipo di canali permette alle aziende di raggiungere un pubblico più ampio, facilitando la transazione di beni e servizi online, a differenza dei metodi tradizionali di vendita fisica. In termini concreti, un'azienda che sviluppa una presenza online attraverso un sito web funzionale o una piattaforma di e-commerce può sfruttare i canali digitali per generare vendite dirette. Inoltre, il marketing sui social media, come Instagram, Facebook o LinkedIn, può essere una fonte significativa di entrate, grazie alla possibilità di raggiungere segmenti di mercato mirati e di interagire direttamente con i consumatori. Per esempio, un'azienda di abbigliamento che ha un negozio online potrebbe ottenere una parte significativa delle sue entrate dalla vendita dei prodotti tramite il sito web e le piattaforme di e-commerce. Inoltre, le aziende possono utilizzare il marketing tramite e-mail, il search engine marketing (SEM) e la pubblicità display per attrarre clienti online. La percentuale di entrate derivanti dai canali digitali può variare considerevolmente a seconda del settore e della strategia adottata.

dall'azienda. Per esempio, nel settore del retail, molte aziende vedono una crescente percentuale di vendite online, mentre nei settori industriali tradizionali, le vendite tramite canali digitali potrebbero essere ancora limitate. Monitorare e analizzare questa percentuale è cruciale per comprendere l'efficacia della strategia digitale dell'azienda. Una percentuale alta di entrate dai canali digitali può indicare che l'azienda sta sfruttando correttamente le opportunità offerte dalla digitalizzazione, mentre una percentuale bassa potrebbe suggerire la necessità di un'ulteriore focalizzazione e investimento in strategie digitali, come lo sviluppo di un e-commerce più performante, una maggiore visibilità sui social media o il miglioramento dell'esperienza utente sul sito web aziendale.

Contesto normativo nazionale

In Italia, pur non essendo prevista una legge che obblighi le aziende a generare una specifica percentuale delle proprie entrate attraverso canali digitali, esistono diverse normative e incentivi che promuovono e supportano la digitalizzazione delle imprese, facilitando il loro ingresso nel mercato digitale. Inoltre, la Legge di Bilancio 2021 ha introdotto nuovi incentivi per la digitalizzazione delle aziende. Tra le misure previste, vengono offerti sgravi fiscali per l'acquisto di hardware e software innovativi, strumenti fondamentali per facilitare l'espansione delle vendite online. Questi incentivi permettono alle imprese di investire in soluzioni che migliorano la loro presenza digitale, che a sua volta favorisce l'espansione dei canali di vendita online, in linea con l'evoluzione dei consumi e la crescente domanda di e-commerce. Infine, il Decreto Legge n. 34 del 2020, noto anche come "Decreto Rilancio", ha introdotto il cosiddetto "Voucher per la digitalizzazione", pensato per supportare le piccole e medie imprese (PMI) nella transizione digitale. Questo voucher consente alle PMI di ottenere finanziamenti a fondo perduto per investire in attività di digitalizzazione, che includono la creazione di canali di vendita online, lo sviluppo di e-commerce, l'adozione di tecnologie per la gestione delle attività aziendali e il miglioramento della presenza online. Questi strumenti, quindi, non solo aiutano le aziende a digitalizzare i loro processi interni, ma contribuiscono anche a rafforzare la loro competitività nel mercato globale.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, sebbene non esistano normative che obblighino esplicitamente le aziende a generare una determinata percentuale delle proprie entrate attraverso canali digitali, sono stati introdotti numerosi incentivi, finanziamenti e strategie che promuovono la digitalizzazione dei modelli di business aziendali. Uno dei principali strumenti di supporto è il Digital Europe Programme 2021-2027, un programma che ha come obiettivo il rafforzamento delle capacità digitali in Europa, con particolare attenzione alla trasformazione digitale delle imprese. Il programma si concentra su aree strategiche come l'intelligenza artificiale, il cloud computing, la cybersecurity e le competenze digitali, tutti settori che sono fondamentali per le aziende che intendono espandere la propria presenza e operare con maggiore efficienza nei canali digitali. Grazie a questi incentivi, le imprese possono accedere a risorse finanziarie che consentono loro di investire in soluzioni tecnologiche avanzate per migliorare la loro competitività sul mercato globale. In parallelo, Horizon Europe, il principale programma di finanziamento dell'Unione Europea per la ricerca e l'innovazione, offre un ampio spettro di supporto alle aziende che investono in progetti di innovazione tecnologica. Tra questi progetti, si annoverano quelli che riguardano la creazione, lo sviluppo e l'espansione dei canali di vendita digitali, consentendo alle imprese di ottimizzare le proprie operazioni attraverso l'adozione di piattaforme online, soluzioni di e-commerce avanzate e l'integrazione di sistemi digitali nella gestione delle relazioni con i clienti. Il programma Horizon Europe aiuta le imprese, in particolare le PMI, a superare le barriere finanziarie e tecniche per implementare soluzioni innovative che facilitano la transizione verso il digitale e la modernizzazione dei processi aziendali. Inoltre, la Direttiva 2019/2161, meglio conosciuta come la Direttiva Omnibus, ha introdotto nuove regole per migliorare la trasparenza nel commercio elettronico e la protezione dei consumatori, rendendo più chiaro e sicuro il panorama del commercio online. La direttiva incoraggia le imprese a migliorare la gestione delle informazioni, ad adottare politiche di trasparenza sui prezzi e sulle condizioni di vendita e a garantire una comunicazione chiara attraverso i canali digitali. Sebbene non imponga un livello minimo di vendite digitali, questa normativa crea un ambiente più favorevole per le aziende che vogliono operare online, incentivandole ad adottare pratiche più efficienti e orientate al consumatore, contribuendo così ad aumentare la fiducia dei clienti nei canali digitali.



Impatto ambientale

Con una percentuale di entrate dai canali digitali tra il 10% e il 20%, gli impatti ambientali delle operazioni digitali diventano più significativi, richiedendo un'attenzione particolare alla gestione delle risorse energetiche. Le PMI potrebbero trovarsi a dover gestire un aumento delle esigenze di energia per alimentare l'infrastruttura digitale, come i data center e i sistemi di server necessari per supportare un volume maggiore di traffico e transazioni online. Tuttavia, l'adozione di pratiche di green IT, come l'uso di server a basso consumo energetico e piattaforme di cloud computing sostenibili, può aiutare a ridurre l'impatto ambientale. Investire in tecnologie rinnovabili, come l'energia solare o l'eolico, per alimentare i data center potrebbe essere una strategia efficace per ridurre le emissioni di carbonio. Inoltre, l'ottimizzazione della logistica digitale, attraverso soluzioni come la spedizione intelligente e l'uso di packaging sostenibili, può contribuire a limitare l'impatto ambientale legato ai trasporti e alla gestione dei rifiuti.



Impatto economico

Con una percentuale di entrate dai canali digitali tra il 10% e il 20%, gli impatti economici diventano più evidenti, con l'azienda che inizia a vedere un ritorno significativo sugli investimenti nella digitalizzazione. I ricavi provenienti dall'e-commerce o dalle vendite online si consolidano, con l'azienda che sfrutta sempre più il digitale per attrarre nuovi clienti e ottimizzare la propria visibilità. In questo stadio, i costi iniziali per la creazione e l'ottimizzazione delle piattaforme online potrebbero essere stati recuperati, e gli investimenti potrebbero iniziare a generare profitti sostenibili. Tuttavia, l'azienda dovrà affrontare sfide legate alla concorrenza crescente nel mercato digitale e dovrà continuare a innovare per mantenere e aumentare la propria quota di mercato.



Impatto sociale

Nel caso di una PMI con entrate tra il 10% e il 20% provenienti da canali digitali, gli impatti sociali sono più evidenti. L'azienda può cominciare a influenzare positivamente la società, migliorando l'accesso ai suoi prodotti e servizi grazie alla presenza online. Ciò potrebbe comportare anche un miglioramento nelle condizioni di lavoro interne, con l'introduzione di modalità di lavoro a distanza che favoriscono una maggiore flessibilità per i dipendenti. Inoltre, l'utilizzo dei canali digitali potrebbe incoraggiare una maggiore partecipazione a iniziative sociali e sostenibili, grazie alla diffusione di messaggi e valori aziendali attraverso le piattaforme digitali. Ciò potrebbe contribuire a una maggiore responsabilità sociale dell'impresa, sensibilizzando i consumatori e la comunità su temi rilevanti.



Azioni di miglioramento

Quando la percentuale delle entrate provenienti dai canali digitali si aggira tra il 10% e il 20%, l'azienda si trova in una fase avanzata di digitalizzazione. A questo punto, è fondamentale sviluppare una strategia omnicanale che integri tutti i canali di vendita, come online e offline, per garantire un'esperienza cliente fluida e coerente. Si consiglia anche di investire in soluzioni di automazione per ottimizzare il processo di vendita e ridurre i costi operativi, come l'adozione di CRM (Customer Relationship Management) avanzati. Dal punto di vista ambientale, l'azienda dovrebbe continuare a monitorare e ridurre l'impatto dei propri canali digitali, puntando su pratiche di green IT e adozione di energie rinnovabili per alimentare i data center. Inoltre, sarebbe utile rafforzare l'impegno sociale, utilizzando i canali digitali per sensibilizzare i clienti su tematiche ambientali e promuovere politiche aziendali di responsabilità sociale.

CRITERIO SODDISFATTO #11.9.3

Sviluppare nuovi prodotti/servizi con una frequenza che anticipa i tempi richiesti dal mercato.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

In ogni campo, gli stakeholder prestano attenzione alle novità sui prodotti/servizi di maggiore interesse e, nel campo dell'innovazione, la frequenza di sviluppo di nuovi prodotti/servizi, rispetto a quelle che sono le tempistiche del settore in cui si opera, è una variabile fondamentale per la competitività di un'impresa.



Impatto economico

Il tempismo è fondamentale in tutte le dinamiche di mercato, e in particolar modo per lo sviluppo e il lancio di un nuovo prodotto/servizio. A parità di fetta di mercato, se un'azienda arriva troppo tardi, vedrà diminuito il suo mercato potenziale a causa del normale ciclo di vita di prodotti e tecnologie. La lentezza espone anche al rischio che i concorrenti siano più veloci nel portare sul mercato una offerta simile, guadagnando una quota di mercato maggiore nella fase iniziale.



Azioni di miglioramento

Essere in grado di anticipare le tempistiche richieste dal mercato rappresenta un grande vantaggio competitivo per la vostra azienda. L'introduzione di sempre maggiore efficienza di tutti i processi coinvolti, dalle attività di progettazione a quelle produttive, è fondamentale per rispondere sempre più velocemente a ciò che il mercato richiede.



Mobilità

Il modulo valuta l'impegno dell'azienda nel favorire la mobilità sostenibile dei propri dipendenti/lavoratori e calcola inoltre una stima della relativa Carbon Footprint.

65/100

Categoria: E	Tematiche: 5	Domande: 9	Compliance: 60
--------------	--------------	------------	----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Europa	42/100
Italia	42/100
Classe	43/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

Il tuo punteggio nel tempo

31/03/2025 16:49:15

65/100

2

CRITICITA` E RISCHI

4

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

1

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #5.14.1

Per spostamenti lavorativi, le automobili a noleggio a breve termine e/o le automobili dei vostri dipendenti/lavoratori a cui fornite un rimborso chilometrico percorrono più di 10.000 Km totali annui. Monitorate anche questi spostamenti, con l'obiettivo di ottimizzarli.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I costi legati a questi spostamenti possono essere meno sotto controllo di quelli relativi alla propria flotta aziendale. Tuttavia, è altrettanto necessario ottimizzare questi spostamenti per ridurre costi ed emissioni.



Impatto economico

Vi ricordiamo che con il carburante che può rappresentare fino al 30% del costo di un veicolo per tutta la sua durata, il controllo attento di chilometraggi e consumi può comportare economie davvero significative.



Azioni di miglioramento

Effettuate controlli per determinare traghetti e orari di utilizzo, attraverso il monitoraggio dei passaggi del telepass o dei rifornimenti di carburante. Cercate di limitare gli spostamenti non necessari, favorendo quando possibile la comunicazione a distanza.

CRITICITA` #5.16.1

I dipendenti/lavoratori della vostra azienda percorrono in aereo per viaggi di lavoro oltre 50.000 km all'anno.

Si consiglia, ove possibile, di ridurre od ottimizzare gli spostamenti via aerea.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'aereo rappresenta una valida alternativa per i viaggi di lavoro che richiedono spostamenti superiori ai 600 km. Emissioni kg CO2/km = 0,145



Impatto ambientale

Secondo l'International council on clean transportation, nel 2018 i velivoli hanno emesso 918 milioni di tonnellate di anidride carbonica, pari al 2,4% del totale globale. Tuttavia, le emissioni per passeggero si sono ridotte del 90% negli ultimi trent'anni grazie all'innovazione tecnologica.



Impatto economico

Le tariffe aeree sono calcolate in base ai costi di trasporto, ai costi aeroportuali e seguono logiche commerciali, tenendo conto del mercato. Dove la concorrenza è più forte i prezzi sono più contenuti; dove, invece, le compagnie aeree operano di concerto, sulla base di accordi, i prezzi sono più alti. Con le opportune tecniche di negoziazione e comprovate metodologie (tra cui sicuramente la prenotazione anticipata) è possibile arrivare ad ottenere sconti. Sono sempre più numerose le compagnie che studiano condizioni particolari per le aziende che hanno bisogno di utilizzare con frequenza l'aereo per gli spostamenti di lavoro dei propri manager e dipendenti/lavoratori.



Azioni di miglioramento

Vi consigliamo di ridurre o ottimizzare i viaggi aerei di lavoro. La videoconferenza (ad esempio Skype for Business, Google Hangouts) è il modo più efficace e rispettoso dell'ambiente per condurre riunioni di lavoro che non richiedono una presenza fisica. Tenete presente che ogni persona emette l'equivalente di 0,110 kg di CO2 per chilometro sui voli a lungo raggio e 0,140 kg di CO2 per chilometro sui voli a medio / corto raggio.

MIGLIORAMENTO #5.1.3

La vostra azienda sta adottando specifiche politiche di mobilità sostenibile tramite benefit e/o mettendo a disposizione strumenti organizzativi e/o mezzi di trasporto.

Potreste anche nominare un Mobility Manager.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'espressione mobilità sostenibile indica delle modalità di spostamento (e in generale un sistema di mobilità urbana) in grado di diminuire gli impatti ambientali, sociali ed economici generati dai veicoli privati e non. Le iniziative in questa direzione sono volte alla promozione di una mobilità alternativa all'automobile, che può essere rappresentata dagli spostamenti a piedi, in bicicletta, con i mezzi di trasporto pubblico (autobus, tram, sistema ferroviario metropolitano), con i mezzi di trasporto privato condivisi (car pooling e car sharing) o la combinazione ottimale di vari sistemi di trasporto.



Contesto normativo nazionale

Il decreto del Ministero dell'Ambiente del 27 marzo 1998 sulla «Mobilità sostenibile nelle aree urbane» ha introdotto la figura del responsabile della mobilità aziendale, con l'obiettivo di coinvolgere le aziende ed i lavoratori nell'individuazione di soluzioni alternative all'uso del veicolo privato. Le aziende e gli enti con oltre 300 dipendenti per unità locale o con complessivamente oltre 800 dipendenti distribuiti su più unità locali devono identificare un Mobility Manager, avente il compito di ottimizzare gli spostamenti sistematici del personale attraverso l'adozione del «Piano degli spostamenti casalavoro».



Contesto normativo europeo

I trasporti sono un elemento fondamentale nella politica energetica-climatica dell'UE. Il pacchetto europeo su clima ed energia comprende obiettivi per il 2020 per l'efficienza energetica, una quota minima per le energie rinnovabili e obiettivi per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Questi non possono essere raggiunti senza un contributo significativo nel settore dei trasporti. L'obiettivo di neutralità di emissioni entro il 2050, potrà essere raggiunto solo con un taglio del 90% delle emissioni legate al trasporto, secondo quanto riportato nello European Green Deal.



Impatto ambientale

L'utilizzo di alternative sostenibili di mobilità può garantire minori tempi di spostamento, legati ad un ridotto numero di veicoli su strada e contribuire a diminuire le emissioni in atmosfera. Per esempio, considerando 220 giorni lavorativi, 3 passeggeri e una distanza casa lavoro tra 10 e 15 km, il carpooling porta un risparmio per persona di circa 480 euro e di 2145 kg Co2 emessi in atmosfera all'anno.



Impatto economico

La mobilità sostenibile ha un forte impatto positivo sulla comunità in termini socio-economici: si stima che entro il 2030 i benefici portati all'economia europea si aggireranno intorno ai 76 miliardi di euro.



Impatto sociale

Le vostre politiche di mobilità contribuiscono a ridurre numerosi impatti negativi in termini di sviluppo sostenibile: l'inquinamento atmosferico e le emissioni di gas serra, l'inquinamento acustico, la congestione stradale, l'incidentalità, il degrado delle aree urbane (causato dallo spazio occupato dagli autoveicoli a scapito dei pedoni), il consumo di territorio (causato dalla realizzazione delle strade e infrastrutture).



Azioni di miglioramento

La vostra politica per la mobilità sostenibile prevede degli incentivi, degli strumenti organizzativi o dei mezzi messi a disposizione dei vostri dipendenti/lavoratori. Per integrare altre azioni vi lasciamo una lista di possibili iniziative, tra le quali potete individuare eventuali miglioramenti: abbonamenti per i mezzi pubblici, oppure altre convenzioni come il noleggio di bici o auto/scooter elettrici, sconti su trasporti, parcheggi custoditi per biciclette, bonus interni o altro. Potete nominare un Mobility Manager che si metta alla guida di queste iniziative, e se volete intraprendere un approccio più strutturato nella gestione della mobilità dei vostri dipendenti, potete trarre ispirazione da questa guida: https://www.euromobility.org/wp-content/uploads/2019/03/Statoarte_ottobre01.pdf

MIGLIORAMENTO #5.13.4

La vostra azienda ha effettuato un'analisi, ma non ha ancora introdotto tutte le misure necessarie per ridurre al minimo gli impatti derivanti dalle

trasferte lavorative.

 2008/50/EC  SDG 13  UN GC 8  GRI 305-5

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I viaggi di lavoro possono avere un impatto significativo sull'ambiente in diversi modi, tra cui: emissioni di gas serra: i viaggi di lavoro spesso comportano l'utilizzo di aerei, automobili e altri mezzi di trasporto che emettono gas serra come anidride carbonica (CO₂) e ossidi di azoto (NO_x). Queste emissioni contribuiscono al cambiamento climatico e all'inquinamento atmosferico. Consumo di energia: i viaggi di lavoro richiedono l'uso di energia per il trasporto, l'alloggio, il cibo e altri servizi. Questo può portare a un aumento del consumo di combustibili fossili e di altre fonti di energia, contribuendo ulteriormente alle emissioni di gas serra. Rifiuti e consumo di risorse: i viaggi di lavoro possono portare a un maggiore consumo di risorse, come acqua, energia e materiali, nonché alla produzione di rifiuti come imballaggi, bottiglie di plastica, tovaglioli, ecc. Impatto sulle comunità locali: i viaggi di lavoro possono avere un impatto negativo sulle comunità locali, ad esempio aumentando il traffico, la congestione e l'inquinamento acustico, o interferendo con le attività locali come l'agricoltura o la pesca.



Impatto ambientale

Per mitigare l'impatto dei viaggi di lavoro sull'ambiente, molte aziende stanno adottando strategie di viaggio più sostenibili, come l'utilizzo di mezzi di trasporto più efficienti, la riduzione dei viaggi non necessari, la promozione di opzioni di alloggio e trasporto più sostenibili, l'adozione di politiche di lavoro flessibili e il sostegno di pratiche di sostenibilità ambientale nelle comunità locali.



Azioni di miglioramento

Continuate a monitorare l'impatto generato sull'ambiente derivante dai viaggi di lavoro dei vostri dipendenti. Cercate inoltre di stilare ed implementare un piano di azione con il fine di ridurre i viaggi ove possibile oppure ridurre il loro impatto ambientale negativo.

MIGLIORAMENTO #5.54.5

La vostra azienda non ha nominato un mobility manager poiché non è obbligata dalla normativa.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il Mobility Manager si può definire come il professionista che gestisce la mobilità sostenibile di un'azienda. La sua principale funzione è quella di creare un Piano Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL), ovvero uno strumento di razionalizzazione degli spostamenti del personale, finalizzato a migliorare la raggiungibilità dei luoghi di lavoro e ottimizzare gli spostamenti dei propri dipendenti.



Contesto normativo nazionale

Il decreto del Ministero dell'Ambiente del 27 marzo 1998 sulla "Mobilità sostenibile nelle aree urbane" ha introdotto la figura del responsabile della mobilità aziendale, con l'obiettivo di coinvolgere le aziende ed i lavoratori nell'individuazione di soluzioni alternative all'uso del veicolo privato. Con il DL 34/2020 sono cambiati i requisiti per l'adozione della figura del Mobility Manager. Infatti, devono adottarlo le imprese e le PA con singole unità locali che hanno più di 100 dipendenti e ubicate in un capoluogo di Regione, città metropolitana, capoluogo di Provincia o in un comune più di 50.000 abitanti. Questa figura deve essere individuata entro il 31 dicembre di ogni anno e ha il compito di ottimizzare gli spostamenti sistematici del personale attraverso l'adozione del *«Piano degli spostamenti casa-lavoro»*.



Contesto normativo europeo

I trasporti sono un elemento fondamentale nella politica energetica-climatica dell'UE, la quale ha fissato delle milestones per il miglioramento dell'efficienza energetica, una quota minima per le energie rinnovabili e obiettivi per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Questi non possono essere raggiunti senza un contributo significativo nel settore dei trasporti. L'obiettivo di neutralità di emissioni entro il 2050, potrà essere raggiunto solo con un taglio del 90% delle emissioni legate al trasporto, secondo quanto riportato nello European Green Deal.



Impatto ambientale

La nomina di un mobility manager è fondamentale per intervenire sugli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti con l'obiettivo di ridurre il loro impatto ambientale e anche quello dell'azienda di conseguenza. Questo avviene attraverso la realizzazione di un piano volto alla promozione della mobilità sostenibile. Infatti, l'utilizzo di alternative sostenibili di mobilità può garantire minori tempi di spostamento, legati ad un ridotto numero di veicoli su strada e contribuire a diminuire le emissioni in atmosfera. Per esempio, considerando 220 giorni lavorativi, 3 passeggeri e una distanza casa lavoro tra 10 e 15 Km, il carpooling porta un risparmio per persona di circa 480 euro e di 2145 Kg CO2 emessi in atmosfera all'anno.



Impatto sociale

Intervenendo sugli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti, la figura del mobility manager migliora la raggiungibilità dei luoghi di lavoro con un conseguente miglioramento del benessere dei dipendenti. Infatti, ottimizzare gli spostamenti comporta a cascata una riduzione dell'uso dell'auto privata e quindi della congestione nelle ore di punta, soprattutto nei grandi centri urbani, e un generale miglioramento del benessere psico-fisico dei dipendenti con effetti positivi anche sulla spesa legata ai trasporti.



Azioni di miglioramento

Anche se la normativa non prevede l'obbligo per la vostra azienda, nominare un mobility manager migliorerà l'efficienza dei trasporti all'interno della vostra azienda e dimostrerà la vostra responsabilità verso l'ambiente. Le azioni che questa figura può promuovere possono consistere nella promozione del trasporto pubblico, della mobilità attiva (utilizzare la bicicletta, camminare, etc.), del carpooling o ridesharing, etc.

MIGLIORAMENTO #5.15.2

I dipendenti/lavoratori della vostra azienda percorrono in treno per viaggi di lavoro tra i 5.000 e i 25.000 km all'anno.

Limitate gli spostamenti a quelli strettamente necessari.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I treni, oltre ad essere l'alternativa più sostenibile, sono il mezzo preferito dalle aziende per i viaggi di lavoro. Negli ultimi anni, a seguito dell'ingresso di un nuovo concorrente, in Italia il monopolio del gestore di Stato è stato interrotto portando alcuni vantaggi e miglioramenti sulle tratte ad Alta Velocità, le più utilizzate nei viaggi di affari. L'effetto positivo si è avuto su una riduzione delle tariffe ed una maggiore differenziazione di classi di servizio. Anche i servizi sono migliorati, introducendo servizi e classi aggiuntive ed un rinnovamento dei treni.



Impatto ambientale

I treni emettono mediamente 55g di CO2 per ogni km percorso. Questo significa che con soli 10 viaggi di lavoro nazionali in un anno, emette quasi 1 tonnellata di CO2. Tuttavia, gli esperti della Commissione Europea sostengono che per distanze fino a 600 chilometri i viaggiatori dovrebbero muoversi con il treno che inquina meno rispetto all'aereo (-79% sulla tratta Milano-Roma, -97% sulla Milano-Zurigo) e grazie all'alta velocità quasi pareggia i tempi di percorrenza.



Impatto economico

Il costo dei viaggi è rappresentato dalle spese cosiddette dirette, che sono legate agli acquisti, e da quelle indirette, relative alla gestione della trasferta. Una ricerca eseguita da A.T. Kearney per conto di American Express sui costi di gestione dei viaggi d'affari delle imprese europee ha evidenziato come per 1.000, spesi servizi travel, 46, riguardano la gestione interna delle procedure.



Azioni di miglioramento

Anche se il treno è il mezzo di trasporto più sostenibile, è necessario ottimizzare gli spostamenti di lavoro, per contenere costi e impatto sull'ambiente. Limitate gli spostamenti a quelli strettamente necessari e sfruttate alternative come la videoconferenza. Potete anche ottimizzare i viaggi, combinando più incontri di lavoro in un singolo spostamento quando possibile.

CRITERIO SODDISFATTO #5.17.5

La vostra azienda prevede il lavoro da casa per mansioni per le quali è possibile, con più del 30% sul totale delle giornate lavorative. Continuate su questa strada.

2008/50/EC 2002/49/EC EGD SDG 11 SDG 13 UN GC 7 CDP Climate Change

SDG 11.6 SDG 13.2 SDG 13.3 2016/2017(INI)

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Esistono diverse modalità organizzative in grado di abilitare il lavoro da casa, tra cui le più diffuse sono il Telelavoro e lo Smart Working e si differenziano soprattutto in termini di flessibilità e autonomia. Il Telelavoro è una vera e propria forma contrattuale con regole rigide in termini di orari, luoghi e strumenti tecnologici che rispecchiano l'assetto organizzativo utilizzato nel luogo di lavoro. Lo Smart Working, o Lavoro Agile, è una nuova filosofia manageriale fondata sulla restituzione alle persone di flessibilità e autonomia nella scelta degli spazi, degli orari e degli strumenti da utilizzare a fronte di una maggiore responsabilizzazione sui risultati. Un nuovo approccio al modo di lavorare e collaborare all'interno di un'azienda che si basa su quattro pilastri fondamentali: revisione della cultura organizzativa, flessibilità rispetto a orari e luoghi di lavoro, dotazione tecnologica e spazi fisici. Questa pratica, che in Italia sta prendendo sempre più piede, è regolamentata dalla legge 81/2017.

Contesto normativo nazionale

Per quanto riguarda il telelavoro, non vi è una vera e propria disciplina per il settore privato, ma vi è un rimando all'accordo interconfederale del 9 giugno 2004, attuativo dell'accordo quadro europeo sul telelavoro datato 16 luglio 2002. L'accordo quadro prevede che sia compito del datore di lavoro occuparsi di eventuali consumi, dei costi di fornitura, manutenzione, installazione e riparazione di attrezzature e di tutte le misure necessarie al fine di garantire che il lavoratore sia tutelato e non isolato. Per quanto attiene al settore pubblico, invece, il telelavoro è disciplinato dalla legge n. 191/1998 (meglio nota come Bassanini ter) congiuntamente col d.p.r. 70/99 e con l'accordo quadro dell'8 giugno 2011. La legge sul "Lavoro Agile" (n. 81/2017) istituzionalizza lo Smart Working in Italia. La definizione di Smart Working, contenuta nella Legge n. 81/2017, pone l'accento sulla flessibilità organizzativa, sulla volontarietà delle parti che sottoscrivono l'accordo individuale e sull'utilizzo di strumentazioni che consentano di lavorare da remoto (ad esempio: pc portatili, tablet e smartphone). Ai lavoratori agili viene garantita la parità di trattamento - economico e normativo - rispetto ai loro colleghi che eseguono la prestazione con modalità ordinarie. È, quindi, prevista la loro tutela in caso di infortuni e malattie professionali, secondo le modalità illustrate dall'INAIL nella circolare n. 48/2017.



Impatto ambientale

Lo Smart Working consente di produrre benefici misurabili anche per l'ambiente, ad esempio in termini di riduzione delle emissioni di CO₂, polveri sottili, ossidi di azoto, monossido di carbonio, riduzione del traffico. Considerando che in media le persone percorrono circa 40 chilometri per recarsi al lavoro, nell'ipotesi di un solo giorno a settimana di lavoro da remoto, si potrebbe ottenere un risparmio in termini di emissioni per persona pari a 135 kg CO₂ all'anno (Fonte: Osservatorio Smart Working). Con due giorni a settimana la riduzione potenziale di emissioni di CO₂ potrebbe arrivare quindi fino a 270 kg all'anno. Il vostro approccio fornisce quindi un buon contributo alla riduzione degli impatti ambientali.



Impatto economico

Consentendo ai vostri dipendenti di lavorare da casa, state generando notevoli vantaggi per l'azienda. L'Osservatorio Smart Working della School of Management del Politecnico di Milano stima l'incremento di produttività per un lavoratore derivante dall'adozione di un modello "maturo" di Smart Working nell'ordine del 15%. Inoltre, il telelavoro permette di ridurre importanti voci di spesa per la vostra azienda, tra cui parcheggi aziendali, consumi energetici e spese di carburante. Infatti, uno studio condotto dal Politecnico di Milano nel 2015 ha stimato, per le PMI italiane, che l'applicazione del telelavoro per 1-2 giorni a settimana consentirebbe un risparmio a lavoratore di 550 euro/anno e una riduzione di 1,5 milioni di tonnellate di CO₂/anno.



Impatto sociale

Lo Smart Working presenta notevoli benefici anche per i lavoratori: si riducono i tempi e i costi di trasferimento, migliora il work-life balance, aumentano motivazione e soddisfazione.



Azioni di miglioramento

Il vostro approccio permette di contribuire alla riduzione degli impatti ambientali ed alla creazione di benefici socio-economici per la vostra azienda e per i vostri dipendenti/lavoratori. Continuate quindi su questa strada e, se possibile, incrementate ulteriormente le opportunità di Smart Working.



Rifiuti

Il modulo copre gli aspetti relativi alla produzione e gestione dei rifiuti. Viene quindi valutato il contributo dell'azienda all'economia circolare, secondo il principio delle 3 R (Riduzione, Riutilizzo, Riciclo).

91/100

Categoria: E	Tematiche: 4	Domande: 7	Compliance: 130
--------------	--------------	------------	-----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Europa	40/100
Italia	40/100
Classe	41/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

Il tuo punteggio nel tempo

31/03/2025 16:48:10

91/100

0

CRITICITA' E RISCHI

2

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

3

CRITERI SODDISFATTI

MIGLIORAMENTO #2.3.2

La vostra azienda sta mettendo solo singole iniziative per diminuire la quantità dei rifiuti prodotti.

ATTENZIONE: Le azioni per diminuire la quantità dei rifiuti devono essere preventive, consentendo di evitare la generazione del rifiuto.

 GRI 306-2



EU ESRS - E5-2



EU ESRS - E5-5

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'Unione Europea ha adottato come principio guida della gestione rifiuti una piramide che ne definisce le priorità: la gerarchia dei rifiuti richiede in primo luogo di prevenire la creazione di rifiuti. Evitare la generazione di un rifiuto o ridurne la quantità è la strategia più efficace per ridurre gli sprechi, e solo nel caso in cui non sia applicabile è opportuno valutare le alternative come il riuso, il riciclo o il recupero di energia.



Contesto normativo nazionale

Il Collegato Ambientale entrato in vigore con la legge di stabilità del 2016 (legge 28 dicembre 2015, n.221) contiene disposizioni in materia di normativa ambientale per promuovere la green economy e lo sviluppo sostenibile, agendo con ampio raggio su tutto ciò che riguarda l'ambiente, dalla gestione dei rifiuti fino alla mobilità sostenibile.



Contesto normativo europeo

Nel 2014, la Commissione Europea, in corrispondenza della prevista revisione della legislazione europea sui rifiuti, ha elaborato un pacchetto di misure che si pongono l'obiettivo di ridurre la produzione di rifiuti e di promuovere una più generale transizione verso un'economia circolare.



Impatto ambientale

Prevenire la creazione di un rifiuto è la strategia con il minore impatto ambientale. Infatti, permette di evitare gli impatti ambientali legati al trasporto e al trattamento del rifiuto che sono implicati nel caso del riciclo o del recupero di energia. Ridurre la quantità dei rifiuti prodotti significa sfruttare in modo più efficiente le risorse, consentendo di diminuire la domanda di materie prime.



Impatto economico

La riduzione della quantità di rifiuti si traduce direttamente in un risparmio economico, consentendo a seguito di una maggiore efficienza di ridurre la quantità di risorse acquistate per svolgere una determinata attività e di evitare eventuali oneri per lo smaltimento.



Azioni di miglioramento

Le strategie di minimizzazione del rifiuto prodotto per l'economia circolare devono essere integrate ai processi aziendali a partire dalla fase di design di prodotti e dei processi stessi. Alcuni esempi di strategie sono il ridisegno dei processi, la minimizzazione del packaging, la dematerializzazione (utilizzo della minima quantità di materiale necessaria per garantire la funzionalità del prodotto) e la scelta di tecnologie con maggiore efficienza. Per raggiungere obiettivi di riduzione significativi è necessario sviluppare un piano annuale integrato.



Esempi

La Ellen MacArthur Foundation ha elaborato un tool (Circulytics) che calcola per settore aziendale il grado di circolarità. Questo aiuta le aziende a capire meglio quale fase produttiva è meno "green" rispetto ad altre. Maggiori dettagli si trovano a questo link: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/resources/apply/circulytics-measuring-circularity>

MIGLIORAMENTO #2.14.3

State utilizzando i vostri dispositivi informatici ed elettronici per almeno 3 anni.

Compatibilmente con la vostra attività, potrebbe essere meglio noleggiarli.

2008/98/EC 2018/851/EC CEAP 2015 CEAP 2020 Industrial Strategy GRI 306-2 SDG 12



UN GC 7



UN GC 8



SDG 12.5

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

All'interno della categoria dei dispositivi informatici rientrano in questo caso: computer (desktop, laptop), telefoni (fissi, smartphone), tablet, stampanti. Tutti i dispositivi ICT (tecnologie della comunicazione e dell'informazione) hanno un impatto ambientale legato al consumo di risorse, come i minerali rari di cui sono composti, ma anche ad un contributo significativo ai mutamenti climatici, essendo responsabili di circa l'1,4% delle emissioni globali (dato riferito al 2018).



Contesto normativo nazionale

I rifiuti elettronici nella normativa nazionale sono associati anche ai rifiuti di apparecchiature elettriche che vengono chiamati RAEE (Rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche). È possibile fare riferimento a questa tipologia di rifiuto per ottenere informazioni per un corretto smaltimento.



Impatto ambientale

Si stima che meno del 40% dei rifiuti elettronici venga riciclato nell'UE. Il valore viene perso perché i prodotti non sono riparabili, la batteria non può essere sostituita, il software non è più supportato o i materiali incorporati nei dispositivi non possono essere recuperati. L'impatto di un dispositivo ICT riguarda innanzitutto la produzione, che richiede una notevole quantità di combustibili fossili, materiali (anche tossici), minerali rari, acqua. Un forte consumo di energia elettrica caratterizza sia la produzione che l'utilizzo di questi dispositivi, al punto che secondo alcuni studi la fase di utilizzo è responsabile di circa metà dell'impatto ambientale nel ciclo di vita. Infine, lo smaltimento improprio può rilasciare sostanze inquinanti, anche tossiche.



Impatto economico

Il rinnovo dei dispositivi informatici ed elettronici non deve essere caratterizzato da una frequenza eccessiva a discapito dell'ambiente e dei costi di acquisto, ma deve essere comunque effettuato regolarmente per non incrementare i costi di gestione e di manutenzione. Inoltre, consente di non esporre l'azienda a rischi legati alla sicurezza informatica. I dispositivi più recenti consentono anche un lieve aumento della produttività grazie a tempi di risposta più brevi, oltre a prestazioni energetiche migliori che consentono risparmi significativi in bolletta.



Azioni di miglioramento

Attenzione a non rimandare troppo l'acquisto di nuovi dispositivi per non incrementare i costi operativi ed esporre la vostra azienda ad eventuali rischi, per esempio il rischio di attacchi informatici.

CRITERIO SODDISFATTO #2.1.4

Più dell'80% dei vostri rifiuti urbani viene differenziato dalla vostra azienda.

Siete in perfetta linea con gli obiettivi stabiliti dall'Unione Europea.

SCP/SIP 2008/98/EC 2018/851/EC 2018/850/EC CEAP 2015 CEAP 2020

Industrial Strategy ISO 26000 GRI 306-2 SDG 11 SDG 12 SDG 14 SDG 15

UN GC 8 EPP D.Lgs. 205/2010 IT-CA SNSvS GRI 306-4 GRI 306-5 GRI 306-3

SDG 11.6 SDG 12.5 SDG 14.1 SDG 15.4 WEF - 4P - P2-6 D. Lgs. 116/2020

EU ESRS - E5-5 EU LSME- ESRS - E5-2 EU VSME -Metriche base - Ambiente B 7

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La raccolta differenziata si riferisce ad un sistema di raccolta dei rifiuti che prevede una prima differenziazione in base al tipo di rifiuto da parte dei cittadini o aziende, diversificandola dalla raccolta totalmente indifferenziata. L'obiettivo è creare dei flussi di rifiuto omogeneo da indirizzare verso il trattamento di smaltimento o recupero più adatto, dallo stoccaggio in discarica all'incenerimento/termovalorizzazione per il residuo indifferenziato, al compostaggio per l'organico e al riciclo per il differenziato propriamente detto (carta, vetro, alluminio, acciaio, plastica).

Contesto normativo nazionale

La raccolta differenziata è obbligo di legge dal 2015, quando per recepire la Direttiva europea 2008/98/CE è entrato in vigore il D.lgs. n.205/2010 che obbliga privati cittadini e aziende ad effettuare la raccolta differenziata almeno per i seguenti rifiuti: carta, metalli, plastica e vetro. Con un target di raccolta differenziata che l'Italia aveva fissato al 65%, attualmente la media nazionale è del 58,1%, con una produzione di circa 500 kg/pro capite di rifiuti (Ispra, 2019). Con il più recente D.lgs. 116/2020 di recepimento delle direttive europee sull'economia circolare riguardanti rifiuti e imballaggi, viene operata una riclassificazione dei rifiuti urbani: il Decreto definisce infatti rifiuti urbani non solo quelli che già attualmente i cittadini e le attività commerciali/artigianali conferiscono al servizio pubblico, ma anche una serie di rifiuti - indifferenziati e differenziati - provenienti da altre fonti, che sono simili per natura e composizione ai rifiuti domestici.



Contesto normativo europeo

La Direttiva (UE) 2018/851 del Parlamento europeo e del Consiglio ha modificato alcuni aspetti relativi alle direttive europee sulla gestione dei rifiuti, in particolare modificando alcuni aspetti della Direttiva 2008/98/CE. Agli Stati membri, che hanno recepito la Normativa, è consigliato implementare azioni per promuovere il riutilizzo dei prodotti che rappresentano le principali fonti di materie prime essenziali, onde evitare che tali materie diventino rifiuti. Strumenti economici ed altre misure dovranno essere utilizzati per incentivare la differenziazione dei rifiuti, tenendo presente che i target dell'UE per la raccolta differenziata sono stati stabiliti al 60% entro il 2020 e al 70% entro il 2030.



Impatto ambientale

Il vostro impegno nell'aumentare la percentuale di raccolta differenziata consente di ridurre il rilascio di sostanze tossiche nel suolo, nell'acqua e nell'aria. Infatti, una maggior quantità di rifiuti riciclati si traduce in una minore produzione primaria di materiali come carta o plastica, processo che risulta più dannoso per l'ambiente rispetto al riciclo degli stessi materiali, soprattutto considerando la crescente scarsità delle materie prime. Uno studio di Norden ha stimato che con una produzione secondaria le emissioni vengono ridotte notevolmente: dal -37% per la plastica fino al -96% per l'alluminio. Al tempo stesso, riciclare di più significa anche limitare il ricorso alle discariche e all'incenerimento, che rappresentano una minaccia per l'ambiente ma anche per la salute.



Impatto economico

Molte Regioni prevedono modulazioni e sconti della tassa rifiuti in funzione del raggiungimento di determinate performance di differenziata o in funzione della quantità di rifiuto secco conferito. Inoltre, potreste ottenere uno sconto del 20-30% sull'ecotassa aziendale operando attivamente in politiche di riduzione dei rifiuti speciali assimilabili agli urbani. Il costo di smaltimento in discarica è in continua crescita e si attesta intorno ai 110 euro/tonnellata.



Impatto sociale

Importanti benefici economici e sociali sono connessi all'aumento della differenziazione dei rifiuti e quindi del riciclo: crescita economica, innovazione, disponibilità delle risorse critiche e impiego. Riguardo a quest'ultimo, alcuni studi hanno stimato che l'industria del riciclo può generare un maggior numero di posti di lavoro, ma soprattutto posti di lavoro più qualificati, rispetto ad altre modalità di trattamento dei rifiuti. A livello locale, un aumento della percentuale di differenziata può consentire al Comune di ridurre i costi di gestione dei rifiuti, grazie a minori costi e/o maggiori entrate legate alla vendita dei materiali per le utility che si occupano del servizio di raccolta e smaltimento. I vantaggi per la comunità sono legati a una riduzione della tassa rifiuti per imprese e cittadini virtuosi.



Azioni di miglioramento

Il vostro sistema di gestione interno dei rifiuti garantisce una ottimale raccolta differenziata dei rifiuti. Verificate, anche con audit specifici, le quantità di rifiuti che non riuscite a differenziare e le possibilità di avvio ad un sistema di recupero/riciclaggio.

CRITERIO SODDISFATTO #2.38.5

L'utilizzo di una piattaforma per lo scambio di materiali di scarto e sottoprodotto non è applicabile al vostro settore.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

CRITERIO SODDISFATTO #2.2.3

La vostra azienda sta già inviando messaggi di posta elettronica a tutto lo staff, e/o organizzando momenti/corsi di formazione sul tema della gestione dei rifiuti.

La creazione e diffusione di una cultura aziendale è fondamentale per il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità.

 SCP/SIP  GRI 306-2  SDG 11  SDG 12  SDG 14  SDG 15  OECD  UN GC 8

 CDP Climate Change  EPP  IT-CA  SDG 11.6  SDG 12.5  SDG 16.6  SDG 12.6

 SDG 12.8

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

Informazioni generali

Predisporre un piano di comunicazione informativo a favore dei propri dipendenti e/o collaborati relativamente ai comportamenti da adottare per ottenere una corretta gestione dei rifiuti è molto importante. E', inoltre, importante mettere i dipendenti a conoscenza di eventuali norme, strumenti, linee guida, istruzioni operative messe in atto dall'azienda stessa per la corretta gestione dei rifiuti in base alla caratteristiche dell'attività svolta. Tali comunicazione possono avvenire tramite vari canali: comunicazione verbale, cartelli/volantini, mail, corsi di formazione, ... La condivisione di tali tematiche con i dipendenti e il loro costante coinvolgimento favorisce la creazione e diffusione di una cultura aziendale la quale è fondamentale per il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità.

Contesto normativo europeo

L'attuazione di una corretta gestione aziendale è fondamentale per sviluppare dei piani di riduzione dei rifiuti: l'Unione Europea ha indicato come priorità una riduzione pro-capite di rifiuti nell'ambito delle politiche Europa 2020. La sostenibilità ambientale è un percorso inevitabile da intraprendere nel processo produttivo.

Impatto economico

Studi di settore dimostrano che le aziende che coinvolgono i dipendenti ad ogni livello aumentano la competitività nel mercato.

Impatto sociale

Una mancanza di propensione al miglioramento della gestione del waste di un'azienda ha un effetto negativo sulle attitudini degli stessi lavoratori. Una cattiva gestione dei rifiuti ha, inoltre, come effetto immediato l'aumento dell'inquinamento. Quest'ultimo ha impatti negativi sulla salute delle persone, aumenta lo spazio richiesto per gli scarti e influenza la vita delle comunità più povere, incrementando le ineguaglianze sociali.

Azioni di miglioramento

Confrontatevi con realtà simili alla vostra che hanno già ottenuto interessanti risultati in termini di riduzione della produzione di rifiuti per eventualmente migliorare la comunicazione interna. Spronate e, ove possibile, incentivate i vostri dipendenti ad adottare comportamenti a favore del corretto sistema di gestione dei rifiuti. Enti di consulenza offrono la possibilità di frequentare e svolgere presso la vostra

azienda corsi di formazione in materia di gestione dei rifiuti: potete consultare la lista di aziende del territorio operanti nel settore o rivolgervi agli uffici dell'ente locale a voi più vicino per ulteriori informazioni.

Salute e sicurezza



Il modulo copre aspetti legati a diversi adempimenti gestionali in materia di salute e sicurezza.

59/100

Categoria: S	Tematiche: 5	Domande: 16	Compliance: 103
--------------	--------------	-------------	-----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Il tuo punteggio nel tempo

31/03/2025 16:46:49

59/100

Europa	42/100
Italia	42/100
Classe	43/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

5

CRITICITA` E RISCHI

4

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

6

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #9.12.1

Non siete sicuri di essere soggetti ad obblighi e responsabilità dettati dal regolamento REACH o non avete ancora provveduto ad assolverli correttamente. Attivatevi al più presto per verificare questi aspetti ed eventualmente svolgere le pratiche inderogabili, appoggiandovi se necessario ad un consulente esterno.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

i

Informazioni generali

La sigla REACH deriva dall'inglese e indica «registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione delle sostanze chimiche». Si tratta di un regolamento europeo entrato in vigore dal 1 giugno 2007. Il REACH attribuisce alle aziende l'onere della prova, pertanto chi produce e commercializza sostanze chimiche nell'Unione europea deve identificare e gestire i rischi collegati alle stesse. Le aziende devono dimostrare all'ECHA (European Chemical Agency) come utilizzare tali sostanze senza correre rischi e comunicare le misure di gestione dei rischi agli utilizzatori. Una volta definita l'identità della sostanza, è necessario stabilire se questa è soggetta all'obbligo di registrazione o se beneficia di un'esenzione. Le seguenti sostanze non devono essere registrate, a prescindere dall'uso: polimeri; 13 categorie di sostanze descritte nell'allegato V del REACH; 68 sostanze a basso rischio, generalmente di origine naturale incluse nell'allegato IV del REACH (per esempio l'acqua); sostanze radioattive (regolamentate invece dalla direttiva Euratom); sostanze oggetto di esenzione nazionale nell'interesse della difesa. Anche alcuni utilizzi delle sostanze sono esenti da registrazione, come per esempio l'uso per attività di ricerca e sviluppo orientate ai prodotti e ai processi (PPORD). In ogni caso, salvo diversa indicazione nel regolamento REACH, gli obblighi di registrazione si applicano a tutte le sostanze fabbricate o importate in quantità di una tonnellata o più all'anno per fabbricante o importatore. Questo vale anche se la tipologia di sostanza è già stata registrata nel REACH. Le miscele non vengono considerate sostanze, ma quando la produzione o l'importazione delle singole sostanze che le compongono vengono prodotte o importate

in quantità pari o superiori a una tonnellata l'anno, vige l'obbligo di registrazione di queste ultime. Anche le sostanze contenute negli articoli, se pericolose e superiori ad una determinata quantità, possono essere soggette al REACH. Se i rischi non possono essere gestiti, le autorità possono limitare in vari modi l'uso delle sostanze. Nel lungo termine le sostanze più pericolose devono essere sostituite con altre meno pericolose. Per maggiori informazioni sull'obbligo di registrazione: <https://echa.europa.eu/it/support/registration/your-registration-obligations/does-my-substance-need-to-be-registered>

Contesto normativo nazionale

Il Ministero della salute è stato individuato quale autorità competente a livello nazionale nella gestione del Reach. Opera d'intesa con il Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, il Ministero dello sviluppo economico e il Dipartimento per le politiche comunitarie della Presidenza del Consiglio dei Ministri, coordinandosi con le Regioni e Province Autonome. Il Ministero della Salute pubblica annualmente il Piano Nazionale di Vigilanza relativo alle imprese soggette al REACH e al Regolamento (CE) n. 1272/2008 sulla classificazione, etichettatura e imballaggio di sostanze chimiche e miscele (CLP). Il Piano è elaborato tenendo conto delle indicazioni provenienti dall'ECHA, dalla Commissione Europea o da altri organismi europei competenti in materia, nonché sulla base delle priorità emergenti a livello nazionale. Le sanzioni sono stabilite a livello nazionale mediante il Decreto Legislativo del 14 settembre 2009 n. 133, pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 222 del 24 agosto 2009. Oltre a prevedere sanzioni di tipo amministrativo per tutta una serie di condotte che violano il Regolamento, il decreto prevede anche sanzioni di tipo penale, in particolare nel caso di immissione sul mercato o utilizzo di sostanze comprese negli Allegati XIV e XVII (sostanze soggette ad autorizzazione o restrizione).

Contesto normativo europeo

Il REACH è ufficialmente definito come regolamento (CE) n. 1907/2006. Entrato in vigore il 18 dicembre 2006 ha modificato ed abrogato altre direttive e regolamenti precedenti e soprattutto ha istituito l'Agenzia europea delle sostanze chimiche (ECHA). Il regolamento demanda agli Stati membri il compito di definire il piano dei controlli, la sorveglianza e le sanzioni e di stabilire le misure di accompagnamento/supporto alle imprese. È legato al regolamento (CE) n.1272/2008, meglio conosciuto come CLP, il cui V titolo sostituisce il titolo XI del REACH, sull'inventario delle classificazioni delle sostanze chimiche.

Impatto economico

Il rispetto del regolamento REACH, oltre ad evitare sanzioni economiche, garantisce anche il mantenimento della reputazione dell'azienda, che dimostra di conseguenza attenzione per la salute dei propri lavoratori, consumatori e clienti, nonché dell'ecosistema in generale.

Impatto sociale

Il regolamento REACH ha evidenti ricadute positive in ambito sociale, tutelando la salute umana e quella ambientale, grazie alla regolamentazione della produzione e dell'uso delle sostanze chimiche, che prevede l'identificazione e soluzioni per la gestione dei rischi e la sostituzione con sostanze meno pericolose o, in ultima istanza, limitazioni all'uso di tali sostanze. Il REACH prevede inoltre metodi ed approcci alternativi prima della sperimentazione sugli animali vertebrati.

Azioni di miglioramento

Attivatevi per verificare senza alcun dubbio di non essere assoggettati al regolamento REACH, o in caso contrario, per svolgere tutte le pratiche necessarie. Vista la complessità dell'argomento, consigliamo di appoggiarvi ad un consulente esterno. Potete trovare una proposta di consulenti all'interno del Marketplace di Ecomate.

CRITICITA` #9.13.1

L'azienda non sta sottoponendo un questionario sullo stress lavoro correlato ai propri dipendenti.

Chiedete ai vostri dipendenti di compilare il questionario INAIL sullo stress lavoro correlato.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Lo stress lavoro correlato si può definire come la percezione di squilibrio avvertita dal lavoratore quando le richieste del contenuto, dell'organizzazione e dell'ambiente di lavoro, eccedono le capacità individuali per fronteggiare tali richieste. Lo stress lavoro correlato è una componente importante nell'aiutare a comprendere come sia il clima aziendale. E' un fattore importante della componente valutativa del GRI come metro di valutazione delle relazioni socio-aziendali e della sostenibilità relativa alla parte sociale in azienda.



Contesto normativo nazionale

In Italia il D.Lgs 81/2008 obbliga il datore di lavoro a valutare il livello di stress lavoro correlato dei suoi dipendenti.



Contesto normativo europeo

Nel 2004 è stato firmato da vari organi EU l'accordo stress lavoro correlato, con lo scopo di fornire un quadro di riferimento a datori di lavoro e lavoratori per individuare e prevenire problematiche generate da stress correlato all'attività lavorativa.



Impatto economico

Lo stress lavoro correlato interessa quasi un lavoratore su quattro e secondo gli studi effettuati da un network della Commissione Europea emerge che una percentuale compresa tra il 50% e il 60% di tutte le giornate lavorative perse è dovuta allo stress. Ciò comporta costi enormi in termini di disagio personale oltre al rischio di influenze negative sul risultato economico dell'azienda.



Impatto sociale

Oltre ai problemi di salute mentale, i lavoratori sottoposti a stress prolungato possono sviluppare gravi problemi di salute fisica. Ciò comporta costi considerevoli non solo per le imprese, ma per tutta la società.



Azioni di miglioramento

I dipendenti dell'azienda potrebbero essere sottoposti a gravi situazioni di stress. Consigliamo di effettuare una valutazione del livello di stress dei propri dipendenti ed eventualmente attuare al più presto un piano di riadeguamento a livello individuale ed organizzativo. Potete sottoporre ai vostri dipendenti il questionario INAIL per valutare lo stress lavoro correlato. Potete trovarlo, insieme ad altre informazioni, al seguente link:
<https://www.inail.it/cs/internet/attivita/ricerca-e-tecnologia/area-salute-sul-lavoro/rischi-psicosociali-e-tutela-dei-lavoratori-vulnerabili/rischio-stress-lavoro-correlato.html> Ricordiamo che l'esito della valutazione dovrebbe essere riportato nel Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) redatto ai sensi del D.Lgs. 81/2008.

CRITICITA` #9.4.1

Non avete ancora predisposto un piano di audit e/o stabilito degli indicatori chiave di performance (KPI) per monitorare gli aspetti relativi alla sicurezza.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Predisporre un piano di audit interno e/o stabilire degli indicatori quantitativi o semi-quantitativi permette l'effettivo controllo e di conseguenza gestione dei rischi.



Impatto economico

Aver predisposto un piano di audit e/o stabilito un sistema di indicatori è importante per tenere monitorate le azioni intraprese dall'azienda riguardo alla sicurezza, definire una strategia per affrontarne le sfide e affrontare i rischi. Questo permette di intervenire tempestivamente se si riscontrano problemi e quindi di contenere i costi ad essi associati.



Azioni di miglioramento

Cominciate a predisporre un piano di audit interno e a stabilire degli indicatori, partendo dai più semplici come i record degli incidenti, i malfunzionamenti dei macchinari, la frequenza della revisione, della formazione dei vostri dipendenti, il numero di sostanze pericolose maneggiate e simili. E' importante che il sistema di KPI stabilito sia allineato agli obiettivi aziendali, per non rischiare di monitorare indicatori poco significativi al fine di prendere decisioni strategiche riguardanti la sicurezza.

CRITICITA` #9.18.1

La vostra azienda non ha mai effettuato rilevamenti sulla qualità dell'aria negli ambienti interni.

Potreste iniziare a monitorare la qualità dell'aria dei vostri ambienti interni per migliorare.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Sapevate che il livello di inquinamento dell'aria indoor è fino a 5 volte maggiore di quello outdoor? Le fonti di inquinamento più frequenti sono: radon, COV, IPA, formaldeide, monossido di carbonio, rumore ed anche onde elettromagnetiche. Informatevi su come effettuare una prima ispezione di verifica tramite rilevazioni. La vostra attività di monitoraggio della qualità dell'aria interna permette di avere un quadro preciso sul profilo del luogo di lavoro e sulle possibili ricadute che questo può avere nei confronti dei vostri dipendenti. Cercate di monitorare tale parametruo in maniera costante al fine di valutare il cambiamento della qualità dell'aria.



Contesto normativo nazionale

Le aziende sono tenute a rispettare gli obblighi valutando tutti i rischi negli ambienti di lavoro, compresi quelli relativi all'inquinamento indoor, in nome del decreto Legislativo 81/08 (Testo Unico sulla Sicurezza del Lavoro). Il datore di lavoro è chiamato a effettuare regolarmente la valutazione dei rischi cui sono sottoposti i suoi dipendenti predisponendo le azioni necessarie per ridurre tali rischi.

**Impatto economico**

La qualità dell'aria ha effetti sulla qualità del lavoro dei dipendenti: rende più irritabili, deconcentra e riduce la produttività. Questo ha un impatto negativo sull'azienda in termini di costi e aumento delle malattie, ma anche in termini di reputazione.

**Impatto sociale**

L'inquinamento dell'aria indoor è un importante determinante di salute, esso infatti ha ripercussioni negative sulla salute dei dipendenti: esso può provocare malattie a carico dell'apparato respiratorio e cardiovascolare, favorire asma, allergie e malessere, una combinazione di sintomi chiamata "sindrome da edificio malato" (Sick Building Syndrome).

**Azioni di miglioramento**

Iniziate a monitorare con costanza la qualità dell'aria degli ambienti interni. Esistono sistemi di monitoraggio economici e di facile installazione utili a tenere sotto controllo non solo la salubrità dell'edificio, ma anche la sicurezza di chi vive al suo interno. Per esempio alcune applicazioni per smartphone sono in grado di comunicare la presenza di incendi ed eventuali fughe di gas metano. Potrebbe essere utile rivolgervi ad un esperto che vi aiuti ad effettuare una prima verifica della qualità dell'aria ed ad indicarvi il sistema più idoneo per la vostra azienda.

**Esempi**

Informatevi su come effettuare una prima ispezione di verifica tramite rilevazioni. Link utile: <https://www.nuvap.com>

CRITICITA` #9.2.1

Attualmente non vengono svolti corsi sulle tematiche di salute e sicurezza oltre a quanto previsto dalle normative in materia.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI**Informazioni generali**

I corsi non devono necessariamente tenersi in aula, ma possono essere anche corsi online composti da una parte di lezione e una di test. Questo metodo permette al dipendente di usufruirne in qualsiasi momento.

**Impatto economico**

La formazione deve essere vista non come un costo, ma come un investimento. Infatti, ogni lavoratore è una risorsa importante per l'azienda, per questo deve essere tutelato dai rischi che può incontrare svolgendo la sua mansione. La mancanza di un'adeguata formazione sulla sicurezza può comportare delle conseguenze gravose per l'azienda: infortuni, periodi di assenza, interruzione delle attività, danni economici, sanzioni penali.

**Azioni di miglioramento**

Cercate di programmare ulteriori corsi per i vostri lavoratori, in quanto è importante che tutto il personale sia aggiornato ed abbia la miglior formazione possibile in materia di sicurezza.

MIGLIORAMENTO #9.1.2

L'azienda è conforme a quanto richiesto dal D.Lgs. 81/2008: ha nominato e formato tutte le figure richieste ed ha completato la valutazione dei rischi.

In aggiunta al rispetto dei requisiti di legge, per migliorare ulteriormente dovreste adottare un sistema di gestione sulla sicurezza e sul lavoro (SGSL).



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Con il D.Lgs 81/2008 si fa riferimento al testo unico in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. La legge stabilisce regole, procedure e misure preventive da adottare per rendere più sicuri i luoghi di lavoro. La sicurezza sul lavoro è a carico del datore di lavoro, ma i dipendenti e i collaboratori devono comunque adottare un comportamento consono alla struttura in cui si trovano o alla mansione loro affidata. Il D.Lgs 81/2008 prevede che l'azienda effettui: - La valutazione dei rischi; - La nomina delle figure richieste; - La formazione del personale prevista dalla normativa vigente. ATTENZIONE: L'azienda dovrà fare riferimento all'ultimo aggiornamento del decreto avvenuto a gennaio 2020. Solamente nel caso di ditta individuale, in assenza di dipendenti o equiparati, il cui titolare NON svolge attività per conto di un committente oppure di impresa familiare, la valutazione dei rischi non è obbligatoria per legge. N.B. Qualsiasi attività svolta per un committente, anche se tramite lavoro prevalentemente proprio e senza vincolo di subordinazione, rende obbligatoria la valutazione dei rischi.



Contesto normativo nazionale

Tutte le aziende devono rispettare le regole previste dal D.Lgs. 81/2008, il testo unico in materia di salute e sicurezza sul lavoro. Il complesso normativo della sicurezza sul lavoro è molto ampio, ma in breve il datore di lavoro deve: - provvedere a definire delle misure generali di tutela attraverso un'attenta e continuativa valutazione dei rischi; - elaborare e aggiornare il DVR (Documento di Valutazione dei rischi). Il DVR, come definito nell'art 28, è un documento chiave per il monitoraggio, la catalogazione e l'analisi dei rischi cui sono esposti i lavoratori e per la gestione degli interventi di miglioramento. Il documento deve essere periodicamente rivisto (almeno una volta ogni tre anni), soprattutto in occasione di significative modifiche al processo produttivo, che possano avere ricaduta sulle condizioni di salute e sicurezza dei lavoratori; - garantire ai propri dipendenti una corretta formazione in tema di sicurezza sul lavoro. La modalità di svolgimento delle attività di formazione devono rispettare quanto previsto dall'Accordo Stato - Regioni del 21/12/2011. La formazione deve essere adeguata alla natura dei rischi presenti sul luogo di lavoro e relativi alle attività lavorative e la sua durata non deve essere inferiore a 8-12-16 ore. Inoltre, si ricorda che i lavoratori devono effettuare un Aggiornamento della durata di 6 ore ogni 5 anni; - nominare il responsabile del servizio di prevenzione e protezione (RSPP). Questa figura, nominata dal datore di lavoro, deve essere in possesso delle capacità e dei requisiti professionali necessari, per coordinare tutte le attività di prevenzione e protezione dei rischi lavorativi. In pratica, il RSPP ha la responsabilità di organizzare e attuare tutte le attività necessarie a garantire la sicurezza e la salute dei lavoratori: corrette procedure e modalità di lavoro, organizzazione degli uffici e dei reparti produttivi, scelta di macchine e attrezzature sicure, formazione e addestramento, e molto altro ancora. Questa figura non è da confondersi con l'RLS, ovvero il Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza che viene eletto direttamente dai lavoratori. Il suo ruolo è quello di raccogliere le opinioni e i suggerimenti dei colleghi per migliorare le condizioni di sicurezza nel lavoro e comunicarle al datore di lavoro attraverso la collaborazione con l'RSPP; - nominare il medico competente; - designare preventivamente i lavoratori incaricati dell'attuazione delle misure di prevenzione incendi e lotta antincendio. Come previsto dall'articolo 30 del Decreto Legislativo numero 81/2008, un SGSL ha efficacia esimente della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni di cui al Decreto Legislativo numero 231/01.



Contesto normativo europeo

La Direttiva 89/391/EEC, chiamata OSH "Framework Directive", descrive i principi per incoraggiare miglioramenti in tema salute e sicurezza dei lavoratori sul luogo di lavoro. Garantisce i requisiti minimi a livello europeo, lasciando ai singoli stati membri stabilire eventuali misure più stringenti. È accompagnata da ulteriori direttive che si concentrano su aspetti specifici in tema di salute e sicurezza sul lavoro. Il sito dell'Agenzia Europea per la Salute e Sicurezza sul Lavoro offre informazioni interessanti riguardanti questa tematica:

<https://osha.europa.eu/it>



Impatto economico

Esiste un chiaro nesso tra la competitività dell'impresa e i livelli di investimento in sicurezza e salute dei lavoratori: secondo uno studio del 2015, per ogni euro investito su programmi di prevenzione e sicurezza sul luogo di lavoro si generano 2,3 euro di risparmi alla voce 'spese sanitarie'.



Impatto sociale

La tutela dei lavoratori produce benessere non solo per i singoli individui, ma anche per la comunità aziendale e la società in generale.



Azioni di miglioramento

Tenete presente che le figure RSPP devono effettuare un aggiornamento ogni cinque anni, con percorsi la cui durata varia a seconda del profilo di rischio dell'azienda. Per migliorarvi potrete adottare un sistema di gestione sulla sicurezza e sul lavoro (SGSL). Con un SGSL, l'azienda individua una sua politica di salute e sicurezza e si dota di una struttura organizzativa che sia adeguata alla natura dell'attività svolta, alla sua dimensione, al livello dei rischi lavorativi, agli obiettivi che si prefigge di raggiungere, nonché ai relativi programmi di attuazione stabiliti. I riferimenti disponibili per le aziende, che decidono di adottare volontariamente un SGSL, sono le linee guida Uni-Inail del 28/9/2001 (<https://www.inail.it/cs/internet/attivita/prevenzione-e-sicurezza/promozione-e-cultura-della-prevenzione/sgsl/uniinail.html>) e la norma ISO 45001. Per avere maggiori informazioni, contattate la Camera di Commercio della vostra provincia che potrà fornirvi la lista di aziende che si occupano di prevenzione sui luoghi di lavoro, o consultate il sito nazionale dell'INAIL alla sezione "Protezione e Sicurezza" (<https://www.inail.it/cs/internet/attivita/prevenzione-e-sicurezza.html>).

MIGLIORAMENTO #9.21.2

La vostra azienda già prevede almeno un'iniziativa nell'area cultura, ricreazione e tempo libero.



GRI 401-2



SDG 4



EU ESRS - S1-11

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il benessere psicofisico del personale incrementa la produttività nel lavoro: aumento dell'attenzione, riduzione dello stress e/o ansia, aumento della creatività e collaborazione tra i dipendenti e riduzione delle assenze per malattia.



Contesto normativo nazionale

Il principale riferimento normativo in materia di welfare aziendale e benefici fiscali, è il Testo Unico delle Imposte sui Redditi (TUIR), il quale, all'interno degli articoli 51 (erogazioni a favore dei dipendenti) e 100 (oneri di utilità sociale), individua somme e valori che, se erogati dal datore di lavoro alla generalità dei dipendenti, non concorrono alla formazione di reddito per il dipendente e sono deducibili dal datore di lavoro ai fini Ires, godendo quindi di un particolare trattamento fiscale.



Impatto economico

Le aziende che coinvolgono i loro dipendenti in progetti di welfare aziendale ottengono risultati positivi in termini di produzione. Infatti i dipendenti, sentendosi ripagati per il loro lavoro e inclusi, sono incentivati a migliorare le loro performance lavorative.



Impatto sociale

Offrire dei benefit legati al settore della cultura e del tempo libero non ha solo ripercussioni positive sul benessere psicofisico dei dipendenti, ma si ripercute positivamente anche sull'economia del Paese e sulla società.



Azioni di miglioramento

Potreste prevedere ulteriori iniziative quali: abbonamenti a prodotti o servizi ricreativi e culturali (ad esempio cinema, teatro, riviste, TV, altro...), viaggi o soggiorni ed altre esperienze ricreative, centri estivi e invernali per i familiari, formazione extra-professionale (musica, teatro, fotografia, altro...).

MIGLIORAMENTO #9.3.1

La vostra azienda non prevede iniziative a tutela della sicurezza degli addetti e/o di prevenzione degli incidenti ulteriori rispetto a quanto previsto dalle normative in materia.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Azioni di miglioramento

Il vostro obiettivo in materia di salute e sicurezza dovrebbe essere quello di tutelare il più possibile il lavoratore: se possibile e necessario, andate oltre la compliance legislativa (che potrebbe non considerare tutte le casistiche possibili) e mettete in atto iniziative aggiuntive.

MIGLIORAMENTO #9.19.3

Per quanto riguarda gli interventi atti a diminuire e contenere l'inquinamento acustico, l'azienda sta organizzando in maniera sporadica incontri con esperti del settore per sensibilizzare i propri dipendenti, e somministrando questionari per comprendere lo status del problema in azienda.

Oltre al risparmio delle spese sanitarie dirette e delle spese legate alle polizze infortunistiche dei vostri dipendenti state investendo nella formazione e prevenzione, con significativi vantaggi sulla produttività d'impresa.

Effettuate anche degli interventi strutturali (es. installazione di materiali fonoassorbenti) al fine di ridurre il rumore in azienda.

 ISO 45001  GRI 403-1  SDG 3  SDG 8  SA8000  D.Lgs. 81/2008  SNSvS

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'inquinamento acustico è definito quale introduzione di rumore tale da provocare non solo fastidio o disturbo al riposo ed alle attività umane (riprendendo per certi versi i contenuti dell'art. 659 c.p.), ma anche pericolo per la salute umana, deterioramento degli ecosistemi, dei beni materiali, dei monumenti, dell'ambiente abitativo e dell'ambiente esterno, idoneo ad inibirne la fruizione da parte della collettività.



Contesto normativo nazionale

A livello nazionale, il D.Lgs 194/2005 individua le azioni al fine di evitare, prevenire o ridurre gli effetti nocivi dell'esposizione al rumore ambientale. Tale normativa è da coordinarsi con la legge n. 447/1995, definita quale «legge- quadro», a sua volta preceduta dal d.p.c.m. 1^o marzo 1991, che fissava i limiti massimi di esposizione al rumore negli ambienti abitativi e nell'ambiente esterno.



Contesto normativo europeo

A livello di Unione Europea, la normativa di riferimento è rappresentata dalla direttiva 2002/49/CE, dedicata alla determinazione ed alla gestione del rumore ambientale.



Impatto economico

L'inquinamento acustico comporta dei costi rilevanti in termini economici: oltre alle spese sanitarie dirette causate dai danni alla salute, si calcola che vengano perse 35 milioni di giornate lavorative, a cui si devono aggiungere i costi delle misure intraprese nell'ambito della lotta contro il rumore e il deficit di produzione aziendale. Infine, secondo un recente studio dell'Università della California, i rumori indesiderati sui luoghi di lavoro disturbano la concentrazione, diminuiscono la produttività e aumentano lo stress tra i dipendenti: il 70% degli impiegati pensa che la propria produttività sarebbe più alta se l'ambiente lavorativo fosse meno rumoroso.



Impatto sociale

L'inquinamento acustico ha ripercussioni sulla salute dei dipendenti: un'esposizione eccessiva e prolungata nel tempo non solo va a compromettere l'udito ma può provocare anche molti altri disturbi, quali mal di testa, aumento della pressione sanguigna, vertigini, difficoltà a dormire, stress e altri ancora. Questo ha un impatto negativo anche sulla comunità aziendale e sulla società in generale.



Azioni di miglioramento

Continuate ad investire sulla formazione e prevenzione dell'inquinamento acustico. Il prossimo passo è quello di effettuare interventi strutturali che possano aiutarvi a risolvere questo problema. Vi consigliamo di rivolgervi ad un esperto del settore per individuare e implementare un piano di azione volto a garantire il benessere dei vostri dipendenti.



Esempi

L'Associazione Nazionale Formatori della Sicurezza sul Lavoro è uno degli enti che, su scala nazionale e regionale, coordina ed esegue interventi di prevenzione di tutte le tipologie di rischi aziendali, con corsi sia online che direttamente in azienda. Per ulteriori informazioni consultare il sito di riferimento (<http://www.anfos.it/valutazione-rischi/valutazione-rischio-rumore/>).

CRITERIO SODDISFATTO #9.22.1

Non producete o commercialiate sostanze pericolose e i vostri dipendenti/lavoratori non maneggiano sostanze classificate come tali. Non siete pertanto interessati dal regolamento CLP.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il regolamento sulla classificazione, l'etichettatura e l'imballaggio (CLP) garantisce che i rischi presentati dalle sostanze chimiche siano chiaramente comunicati ai lavoratori e ai consumatori nell'Unione Europea attraverso la classificazione e l'etichettatura. È giuridicamente vincolante in tutti gli Stati membri e direttamente applicabile a tutti i settori industriali. Esso impone ai fabbricanti, agli importatori o agli utilizzatori a valle di sostanze o di miscele di classificare, etichettare e imballare le sostanze chimiche pericolose in modo adeguato prima dell'immissione sul mercato. Il regolamento stabilisce criteri dettagliati per gli elementi dell'etichetta: pittogrammi, avvertenze e dichiarazioni standard concernenti il pericolo, la prevenzione, la reazione, lo stoccaggio e lo smaltimento, per ciascuna classe e categoria di pericolo. Esso stabilisce anche le norme generali relative all'imballaggio, che garantiscono la sicurezza delle forniture delle sostanze e delle miscele pericolose. Oltre alla comunicazione dei pericoli attraverso le prescrizioni in materia di etichettatura, il CLP costituisce anche la base per numerose disposizioni legislative sulla gestione dei rischi legati alle sostanze chimiche.

Contesto normativo nazionale

Il Ministero della Salute pubblica annualmente il Piano Nazionale di Vigilanza relativo alle imprese soggette al CLP (regolamento classificazione, etichettatura e imballaggio di sostanze chimiche e miscele) e al REACH (regolamento sulla registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione delle sostanze chimiche). Il Piano è elaborato tenendo conto delle indicazioni provenienti dall'ECHA (European Chemical Agency), dalla Commissione Europea o da altri organismi europei competenti in materia, nonché sulla base delle priorità emergenti a livello nazionale. L'ordinamento italiano prevede sanzioni sia amministrative (da 5000 a 150000€) che penali, per chi non rispetta gli obblighi previsti dal regolamento CLP. Le sanzioni sono descritte nel D.Lgs. n. 186 del 27 ottobre 2011 «Disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni del Regolamento (CE) n. 1272/2008 relativo alla classificazione, all'etichettatura e all'imballaggio di sostanze e miscele, che modifica ed abroga le direttive 67/548/CEE e 1999/45/CE e che modifica il regolamento (CE) n. 1907/2006».

Contesto normativo europeo

Il regolamento sulla classificazione, l'etichettatura e l'imballaggio (CLP) ((CE) n. 1272/2008) si basa sul sistema mondiale armonizzato di classificazione ed etichettatura delle sostanze chimiche (GHS) delle Nazioni Unite e ha lo scopo di garantire un elevato livello di protezione della salute e dell'ambiente, nonché la libera circolazione di sostanze, miscele e articoli. Il regolamento CLP ha modificato la direttiva sulle sostanze pericolose (67/548/CEE), la direttiva sui preparati pericolosi (1999/45/CE) e il regolamento (CE) n. 1907/2006 (REACH) e, a partire dal 1° giugno 2015, è l'unica norma in vigore nell'UE per la classificazione ed etichettatura delle sostanze e delle miscele.

Impatto ambientale

Il rispetto del regolamento CLP, garantendo una gestione più controllata delle sostanze pericolose, riduce il rischio di sversamenti di queste ultime nell'ambiente, con evidente diminuzione di potenziali danni per l'ecosistema.

Impatto sociale

Il rispetto del regolamento riduce il rischio di incidenti, tutelando la salute dei dipendenti/lavoratori e quella ambientale.

CRITERIO SODDISFATTO #9.15.3

La vostra azienda sta attualmente offrendo ai propri lavoratori molti servizi di assistenza in ambito sanitario e socio-sanitario.

 ISO 45001  SDG 3  SNSvS  GRI 403-6  SDG 3.8  WEF - 4P - P3-2

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

Informazioni generali

A differenza della precedente sulle forme di assicurazione e assistenza sanitaria integrativa, in questa domanda si fa riferimento all'erogazione diretta di servizi nell'ambito della sanità. Secondo il Rapporto 2020-Welfare Index PMI, il tasso di iniziativa delle PMI in quest'ambito è raddoppiato tra il 2017 e il 2019 (dal 7% al 14%) e ha spiccato un balzo nel 2020 raggiungendo il 23%. Si tratta soprattutto di prevenzione (ad esempio check-up medici, campagne informative) e assistenza sanitaria (ad esempio convenzioni con studi medici e odontoiatrici).

Impatto economico

Offrire servizi in ambito sanitario ai propri dipendenti rappresenta una scelta strategica per l'azienda, infatti comporta numerosi benefici: - riduzione delle assenze per malattia, conseguenza del fatto che il lavoratore può accedere in tempi rapidi agli esami per una corretta prevenzione senza preoccuparsi dei costi; - aumento della soddisfazione e della fidelizzazione dei dipendenti; - miglioramento del clima aziendale; - impatto positivo sull'immagine e sulla brand reputation.



Impatto sociale

Offrendo servizi in ambito sanitario state dimostrando l'impegno dell'azienda nel raggiungimento del SDG n.3 "Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età". Infatti, l'ambito sanitario rappresenta un ambito di grande impatto sociale ed economico nel quale le imprese possono offrire un contributo importante, considerando le perduranti difficoltà del Sistema Sanitario Nazionale, l'impatto economico che le spese per la salute producono sul bilancio delle famiglie e i diffusi fenomeni di rinuncia alla cura, uno dei problemi sociali più rilevanti e preoccupanti che il sistema paese si trova ad affrontare. In particolare, soprattutto la crisi dovuta al Covid-19 ha evidenziato l'emergere di una domanda insoddisfatta di assistenza personalizzata, di prevenzione, di diagnosi e intervento di primo livello (ambulatoriale), facendo emergere la necessità delle aziende di offrire servizi sanitari e coordinarsi con il SSN.



Azioni di miglioramento

Valutate se potete offrire ulteriori servizi tra quelli proposti di seguito: sportello medico interno, check-up gratuiti presso i locali dell'azienda stessa, assegni per cure mediche specialistiche per i bambini, servizio pediatrico, pervizi di previdenza, check up, diagnosi, assistenza a familiari anziani e non autosufficienti (erogazione servizi o rimborso spese), convenzioni con studi dentistici, programmi o campagne per la salute e la prevenzione (fumo, alimentazione, altro...), altri servizi socio-sanitari (ad esempio centri di recupero, assistenza psicologica, riabilitazione, altro...).

CRITERIO SODDISFATTO #9.5.3

La vostra azienda non verifica l'uso corretto di dispositivi di protezione individuale, in quanto non applicabile alla vostra attività.



GRI 403-9



EU ESRS - S1-14

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Esempi di dispositivi di protezione individuale (DPI) sono : occhiali di protezione, scarpe di sicurezza, protezioni auricolari, guanti protettivi. Spesso non è sufficiente fornire ai lavoratori i DPI adeguati, ma è anche necessario formarli sull'importanza e sulle modalità corrette di utilizzo.



Impatto economico

Il corretto utilizzo dei DPI contribuisce in misura sostanziale ad evitare infortuni e malattie professionali e a ridurre i relativi costi.



Azioni di miglioramento

Tenetevi sempre informati sull'evoluzione del contesto normativo e locale, senza sottovalutare l'importanza dei DPI. La necessità di utilizzare dei dispositivi potrebbe essere imposta anche in relazione a cause esterne. Un esempio evidente è quello dell'epidemia di Covid-19, ma esistono altre cause potrebbero richiederlo (per esempio, incendi nelle vicinanze). Valutate la presenza di eventuali rischi specifici e organizzatevi di conseguenza.

CRITERIO SODDISFATTO #9.16.4

Rispetto al totale delle ore lavorative annuali, la percentuale di ore di straordinario è inferiore al 5% delle ore totali.

State limitando il ricorso al lavoro straordinario con ottimi risultati.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La legge definisce il lavoro straordinario come l'attività svolta oltre il limite dell'orario a tempo pieno previsto dalla legge o dai contratti collettivi. Salvo disposizione contraria del contratto collettivo, il ricorso a prestazioni di lavoro straordinario è inoltre ammesso in relazione a: - casi di eccezionali esigenze tecnico-produttive, impossibili da fronteggiare attraverso l'assunzione di altri lavoratori; - casi di forza maggiore o casi in cui la mancata esecuzione di prestazioni di lavoro straordinario possa dare luogo a un pericolo grave e immediato oppure a un danno alle persone o alla produzione; - eventi particolari, come mostre, fiere e manifestazioni collegate all'attività produttiva, nonché allestimento di prototipi, modelli o simili, predisposti per le stesse. A tutela della salute e dell'integrità psico-fisica dei dipendenti sono previsti limiti di durata settimanale e mensile per il ricorso al lavoro straordinario.



Contesto normativo nazionale

In Italia, il lavoro straordinario è regolato dal decreto legislativo 66/2003. Secondo la normativa, il ricorso al lavoro straordinario deve essere contenuto ed ammesso soltanto previo accordo tra datore di lavoro e lavoratore per un periodo che non superi le 250 ore annuali. Se tale quota venisse superata, il datore di lavoro può incorrere in una sanzione amministrativa da -25 a -154. Se la violazione si riferisce a più di 5 lavoratori o si è verificata nel corso dell'anno solare per più di 50 giornate lavorative, la sanzione amministrativa va da -154 a -1.032 e non ne è ammesso il pagamento in misura ridotta. Inoltre, si ricorda che, nonostante la legge non preveda una durata massima giornaliera delle prestazioni straordinarie, viene invece fissato un limite massimo settimanale di 48 ore per ogni periodo di 7 giorni.



Impatto economico

Il lavoro straordinario rappresenta una necessità per molte aziende per ottenere un aumento di produzione o un rispetto delle consegne. Esso, però, rappresenta anche un costo per l'azienda in quanto il trattamento economico dello straordinario è differente rispetto al lavoro normale ed compensato con maggiorazioni retributive previste dai Contratti Collettivi, che, in alternativa o in aggiunta, possono consentire ai lavoratori di usufruire di riposi compensativi. Inoltre, nel calcolo della retribuzione per le ore straordinarie, sono computabili oltre alla paga base, anche la contingenza e scatti di anzianità, superminimi, e altre voci specifiche della retribuzione che spetta al lavoratore.



Impatto sociale

Far svolgere una percentuale elevata di ore di lavoro straordinario può avere delle ripercussioni sul benessere psicofisico del lavoratore che, a causa della stanchezza, della fatica o di altri fattori che perturbano l'organizzazione del lavoro, potrebbe anche causare lesioni a sé stesso, ad altri lavoratori o a terzi.



Azioni di miglioramento

Cercate di sfruttare sempre in modo efficiente ed efficace il tempo dei vostri dipendenti, fornendo puntualmente le attrezzature e le risorse necessarie allo svolgimento dei loro compiti.

CRITERIO SODDISFATTO #9.20.2

La vostra azienda verifica che non ci siano atti di discriminazione, bullismo, mobbing o altri atteggiamenti di aggressione fisica e/o verbale tra i propri dipendenti/lavoratori, informandoli sui temi della discriminazione e mettendo a disposizione un canale/procedura per raccogliere le eventuali segnalazioni.



2000/78/EC  ISO 26000  GRI 406-1  SDG 10  UN GC 6  ILO  SA8000  UN-BHR

 2000/43/EC  2006/54/EC  WEF - 4P - P3-1  SDG 10.3  UNI PdR 125:2022  EU ESRS - S1-17

 EU LSME-ESRS - S1-9

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

Informazioni generali

La discriminazione consiste nel trattamento, nella considerazione e/o nella distinzione non paritari attuati nei confronti di un individuo sulla base di caratteristiche come orientamento sessuale, genere, appartenenza sociale o disabilità fisiche/psichiche. Il mobbing è una "pratica vessatoria e persecutoria, spesso sconfinante in una forma di terrore psicologico, perpetrata dal datore di lavoro o dai colleghi (mobbers) nei confronti di un lavoratore (mobizzato) al fine di emarginarlo o costringerlo a uscire dall'ambito lavorativo". Il bullismo è una forma di comportamento sociale di tipo violento e intenzionale, di natura sia fisica che psicologica, oppressivo e vessatorio, ripetuto nel corso del tempo e attuato nei confronti di persone considerate dal soggetto che perpetra l'atto in questione come bersagli facili e/o incapaci di difendersi.

Contesto normativo nazionale

Nell'ordinamento italiano non esiste una disciplina specificamente dedicata al fenomeno del mobbing: ciononostante, sono diverse le norme che "tutelano la salute, la sicurezza ed il benessere dei lavoratori" consentono di attribuire rilievo alle condotte vessatorie. La figura del lavoratore trova inoltre tutela in diverse fonti: - la L. 300/1970 (Statuto dei lavoratori), il cui art. 15, in particolare, sancisce la nullità di patti o atti diretti a realizzare forme di discriminazione sul luogo di lavoro; - il D.Lgs. 198/2006 (Codice delle pari opportunità tra uomo e donna), i cui artt. 25 e seguenti sono specificamente dedicati al contrasto delle discriminazioni nei luoghi di lavoro; - il D.Lgs. 81/2008 (Testo unico per la sicurezza sul lavoro), il cui art. 28 impone di considerare tra i rischi per la salute dei lavoratori anche quelli derivanti da condizioni di stress lavoro-correlato.

Contesto normativo europeo

L'UE si impegna a combattere la discriminazione sul lavoro con il Diritto alla parità di trattamento. Secondo la normativa dell'UE, i datori di lavoro non devono operare discriminazioni sul lavoro, e i lavoratori hanno il diritto di non essere discriminati.



Impatto economico

Assicurare un ambiente positivo, accogliente, privo di fenomeni di discriminazione e bullismo è fondamentale per l'azienda per garantire che i dipendenti/lavoratori svolgano il proprio lavoro in condizioni ottimali. Questo ha risultati positivi sulla produttività dell'azienda e sulla sua immagine.



Impatto sociale

Subire atti di bullismo e/o discriminazione può avere ripercussioni negative sulla salute psicologica e fisica di coloro che devono sopportarli. Questi, infatti, a volte possono portare chi li subisce ad abbandonare il lavoro.



Azioni di miglioramento

Continuate a verificare costantemente che non ci siano atti di discriminazione e/o bullismo affinché i vostri dipendenti possano lavorare in un ambiente sano. Può essere una buona idea offrire uno sportello di ascolto psicologico per monitorare il clima aziendale e garantire il benessere di tutti i dipendenti/lavoratori.

CRITERIO SODDISFATTO #9.17.4

State promuovendo il mantenimento di un corretto stile di vita salutare tra i vostri lavoratori, informando il vostro personale tramite comunicazione verbale e/o l'utilizzo di materiale informativo, ed offrendo benefit aziendali a favore della salute (es. predisponete convenzioni con strutture sportive, organizzate sessioni di sport di gruppo, altro).

 SDG 3  SNSvS  GRI 403-6

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il benessere psicofisico del personale incrementa la produttività nel lavoro: aumento dell'attenzione, riduzione dello stress e/o ansia, aumento della creatività e collaborazione tra i dipendenti e riduzione delle assenze per malattia.



Impatto economico

La promozione di stili di vita sani sul luogo di lavoro («workplace health promotion») ha come obiettivo quello di migliorare la salute e l'efficienza fisica dei lavoratori, aumentare la qualità della vita, creare condizioni di maggiore gratificazione. Questi interventi, se condotti in modo efficace, hanno ricadute positive sull'organizzazione aziendale e portano a una diminuzione dei costi per assenteismo, infortuni e malattie. I benefici possono essere significativi anche in termini di produttività. Uno studio presentato dall'American College of Sport Medicine ha rivelato che chi spende 30-60 minuti facendo attività fisica durante le pause lavorative, fa registrare un incremento produttivo di circa il 15%.



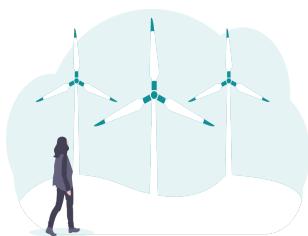
Impatto sociale

Promuovere uno stile di vita sano è importante per favorire la riduzione dei rischi legati a malattie che possono derivare se si ha uno stile di vita scorretto. Nel lungo termine, cittadini con cattive abitudini alimentari e che non praticano sufficiente esercizio fisico gravano sul sistema sanitario nazionale.



Azioni di miglioramento

Bene, promuovere un corretto stile di vita è importante per salvaguardare il benessere psicofisico dei dipendenti che si riflette sull'azienda. Continuate a implementare azioni volte all'educazione dei dipendenti e attività per supportare uno stile di vita sano.



Energia

Il modulo valuta la gestione degli involucri edilizi e dei consumi energetici (elettrici e non) da parte dell'azienda, concentrando sia sull'utilizzo di fonti rinnovabili che sul risparmio energetico.

37/100

Categoria: E

Tematiche: 6

Domande: 14

Compliance: 137

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Il tuo punteggio nel tempo

02/04/2025 11:03:43

37/100

Europa	41/100
Italia	41/100
Classe	42/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

2

CRITICITA` E RISCHI

6

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

1

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #4.4.1

L'azienda non ha definito per il momento una politica energetica che preveda un'analisi energetica, piani di azione e obiettivi di prestazione energetica ed indicatori specifici.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La definizione di una politica energetica, di un piano d'azione per l'energia e di un sistema di monitoraggio dei risultati sono aspetti fondamentali per garantire una gestione efficiente e sostenibile dell'energia all'interno di un'azienda. La politica energetica rappresenta un impegno formale da parte dell'azienda a migliorare le proprie performance energetiche, stabilendo obiettivi chiari e misurabili, come la riduzione dei consumi o delle emissioni di CO2. Questo documento deve essere condiviso con tutti i dipendenti e gli stakeholder, in modo da assicurare che ogni area dell'azienda contribuisca al raggiungimento degli obiettivi prefissati. Un piano d'azione per l'energia è il passo successivo, dove vengono definiti in dettaglio gli interventi specifici, le tecnologie da adottare, le risorse necessarie e le tempistiche. Ad esempio, l'installazione di sistemi di monitoraggio dei consumi o la ristrutturazione energetica degli edifici aziendali. Il monitoraggio dei risultati, infine, si attua attraverso indicatori di prestazione energetica (KPI), che misurano i consumi rispetto agli obiettivi e permettono di valutare l'efficacia delle azioni intraprese. Questi indicatori possono includere la quantità di energia consumata per unità di prodotto o la riduzione delle emissioni per singola area aziendale. L'introduzione di questo sistema permette di ottimizzare l'uso dell'energia, ridurre i costi operativi e dimostrare l'impegno dell'azienda verso la sostenibilità ambientale.

Contesto normativo nazionale

In Italia, la normativa che riguarda la gestione dell'efficienza energetica per le grandi imprese è principalmente regolata dal Decreto Legislativo 102/2014, che attua la Direttiva 2012/27/UE sull'efficienza energetica. Questo decreto stabilisce che le imprese con un consumo energetico elevato devono effettuare degli audit energetici periodici, ovvero delle analisi approfondite dei consumi di energia all'interno dell'azienda, con l'obiettivo di individuare possibili aree di miglioramento. Gli audit devono essere condotti ogni quattro anni e devono essere effettuati da esperti certificati, in modo che le imprese possano applicare le raccomandazioni emerse per ottimizzare i consumi energetici e ridurre i costi. Inoltre, il Decreto prevede che le aziende debbano adottare sistemi di gestione dell'energia, come la norma ISO 50001, che offre un quadro metodologico per monitorare e migliorare continuamente l'efficienza energetica all'interno dell'organizzazione. La norma ISO 50001 aiuta le aziende a stabilire obiettivi di efficienza, misurare i progressi, e garantire la conformità alle normative, promuovendo una cultura di miglioramento continuo. Oltre a questo, il Decreto Legislativo 115/2008, che attua la Direttiva 2006/32/CE sull'efficienza energetica, fornisce ulteriori indicazioni per le imprese che operano in determinati settori, come quello industriale e quello delle costruzioni, stabilendo obblighi specifici per migliorare l'efficienza e ridurre i consumi di energia. Questi decreti lavorano in sinergia con le normative europee per spingere le imprese a intraprendere misure concrete di riduzione degli sprechi energetici e a rispettare i parametri legislativi in materia di energia.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, la Direttiva 2012/27/UE sull'efficienza energetica stabilisce obblighi per gli Stati membri dell'Unione Europea, imponendo alle imprese di grandi dimensioni di effettuare audit energetici ogni quattro anni. La Direttiva mira a migliorare l'efficienza energetica a livello europeo, fissando obiettivi ambiziosi di riduzione dei consumi. Ogni Stato membro è tenuto a garantire che le imprese ad alta intensità energetica rispettino questi obblighi, che comprendono l'attuazione di misure di miglioramento e l'adozione di tecnologie più efficienti. La Direttiva 2018/2002/UE, che modifica la 2012/27/UE, introduce ulteriori misure per stimolare il miglioramento continuo dei consumi energetici, obbligando le imprese a pianificare obiettivi di efficienza e a monitorare i progressi nel tempo. Anche in questo caso, l'adozione di sistemi di gestione energetica come la ISO 50001 è incentivata, favorendo l'adozione di buone pratiche aziendali per il miglioramento dell'efficienza energetica e il rispetto delle normative.

Impatto ambientale

L'assenza di una politica energetica strutturata e di un monitoraggio costante genera un impatto ambientale significativo per un'impresa, poiché limita fortemente le possibilità di ottimizzare il consumo energetico e di ridurre le emissioni inquinanti. Senza obiettivi chiari e una gestione attiva dell'energia, l'azienda diventa vulnerabile a inefficienze energetiche, con conseguente aumento dell'impronta ecologica e della dipendenza da risorse non rinnovabili. Questo si traduce in un uso meno efficiente delle risorse naturali, come il combustibile fossile, che non solo aggrava l'impatto ambientale ma contribuisce anche al riscaldamento globale. Inoltre, senza un sistema di monitoraggio, eventuali problemi o inefficienze nei processi produttivi rischiano di passare inosservati, impedendo interventi correttivi tempestivi che potrebbero ridurre l'impatto ecologico complessivo. La mancanza di una gestione energetica attenta implica anche un aumento delle emissioni di gas serra, contribuendo negativamente al cambiamento climatico. Le aziende che non monitorano adeguatamente il proprio consumo energetico e non implementano misure di efficientamento rischiano di non rispettare gli standard di sostenibilità imposti da normative ambientali sempre più stringenti, con il rischio di incorrere in sanzioni legali e danni reputazionali.

Impatto economico

L'assenza di una politica energetica e di un piano d'azione strutturato rappresenta un serio svantaggio economico per l'azienda. In mancanza di una gestione energetica consapevole, l'azienda potrebbe ritrovarsi a sostenere costi operativi molto elevati a causa di consumi energetici inefficaci e sprechi difficilmente identificabili. A ciò si aggiunge l'impossibilità di accedere agli incentivi fiscali e finanziamenti riservati alle imprese che investono in efficienza energetica e sostenibilità, escludendo di fatto l'azienda da agevolazioni significative. Senza monitoraggio e indicatori di prestazione energetica, risulta anche più difficile pianificare e prevedere spese future legate al consumo energetico, portando l'azienda a essere meno reattiva rispetto all'aumento dei costi dell'energia o a eventuali cambiamenti normativi. In un mercato dove la sostenibilità è sempre più richiesta, questo approccio può danneggiare la reputazione aziendale, allontanare investitori interessati a modelli sostenibili e ridurre la capacità competitiva, con potenziali impatti negativi sulla crescita e redditività aziendale nel lungo termine.



Impatto sociale

La mancanza di una politica energetica strutturata e di un piano d'azione influisce negativamente sull'immagine sociale di una grande impresa. La crescente consapevolezza sociale verso la sostenibilità porta i dipendenti, i clienti e la comunità a valutare in modo critico le azioni dell'azienda in ambito ambientale. Senza un impegno concreto nella gestione dell'energia, l'impresa rischia di essere percepita come meno responsabile e poco attenta agli impatti ambientali e sociali. Ciò può generare un clima di sfiducia, riducendo il senso di appartenenza e l'orgoglio dei dipendenti e, al contempo, allontanando quei clienti e partner commerciali che scelgono con attenzione i fornitori in base al loro impegno sociale e ambientale. La percezione di indifferenza verso le problematiche energetiche può inoltre danneggiare la reputazione aziendale, portando a difficoltà nel fidelizzare e attrarre nuovi talenti e stakeholder.



Azioni di miglioramento

Nel caso in cui l'azienda non abbia ancora definito una politica energetica, è fondamentale avviare un processo di pianificazione strategica. In primo luogo, l'azienda dovrebbe definire una chiara politica energetica, basata sui principi di efficienza energetica e sostenibilità, prendendo come riferimento i target definiti dall'Unione Europea per il 2030. Questo includerà l'identificazione degli obiettivi energetici, delle misure concrete da adottare per migliorarne l'efficienza e degli strumenti di monitoraggio da utilizzare per misurare i risultati. La politica dovrebbe coprire vari aspetti, come l'ottimizzazione dei consumi nei processi produttivi, l'efficienza degli edifici e degli impianti, nonché l'integrazione di fonti energetiche rinnovabili, quando possibile. Inoltre, l'azienda dovrebbe prevedere un piano di azione che delinea in modo preciso le tappe, le risorse necessarie e le tempistiche per l'implementazione delle misure, inclusi gli indicatori di prestazione energetica per monitorare e ottimizzare continuamente le performance nel tempo.

CRITICITA` #4.2.1

L'azienda non ha effettuato un audit energetico negli ultimi 2 anni.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un audit energetico è un'analisi dettagliata dei consumi energetici di un'azienda, volta a individuare come e dove viene utilizzata l'energia, al fine di migliorare l'efficienza e ridurre i costi. Questo processo comprende la raccolta e l'analisi dei dati relativi all'uso dell'energia nelle diverse aree aziendali, come illuminazione, riscaldamento, raffreddamento, macchinari e impianti di produzione. L'audit energetico consente di identificare sprechi energetici, inefficienze nei processi e suggerire soluzioni per ottimizzare l'uso dell'energia, migliorando così le performance economiche e ambientali dell'azienda. L'audit deve essere condotto da un Esperto in Gestione dell'Energia (EGE), un auditor energetico certificato (EA), oppure da una ESCO (Energy Service Company) accreditata. La presenza di un esperto è fondamentale per garantire che l'analisi sia accurata, completa e che le soluzioni proposte siano adeguate alle necessità specifiche dell'azienda. Per le PMI, in particolare nel settore dei servizi finanziari e assicurativi, la regolare esecuzione di un audit energetico ogni due anni è altamente raccomandata. Questo permette di monitorare l'evoluzione dei consumi energetici, individuando tempestivamente eventuali aree di miglioramento e mantenendo il controllo sui costi operativi. L'audit energetico può anche essere utile per adeguarsi alle normative, poiché in alcuni settori industriali è richiesto annualmente per legge, come nel caso di imprese di grandi dimensioni o con impatti significativi sull'ambiente. Un audit energetico non si limita solo alla valutazione dei consumi ma include anche un'analisi delle politiche aziendali relative alla gestione dell'energia. Gli audit sono un'opportunità per le PMI di implementare strategie più sostenibili e economicamente vantaggiose, ad esempio attraverso l'adozione di tecnologie più efficienti, la ristrutturazione di impianti obsoleti o la formazione del personale.

Contesto normativo nazionale

Il Decreto Legislativo 102/2014 stabilisce che le imprese di grandi dimensioni e le PMI a forte consumo energetico devono effettuare un audit energetico ogni quattro anni. Questa disposizione è parte di un più ampio piano per l'efficienza energetica e la riduzione dei consumi, al fine di raggiungere gli obiettivi climatici e ambientali stabiliti a livello nazionale. Le PMI che non rientrano nelle categorie di "grandi imprese" (con oltre 250 dipendenti o un fatturato superiore ai 50 milioni di euro) o "imprese ad alto consumo energetico" (oltre 2,4 GWh di energia elettrica) non sono obbligate a effettuare l'audit energetico, ma sono comunque incentivate a farlo tramite incentivi pubblici e finanziamenti regionali. In particolare, le imprese che hanno adottato un sistema di gestione ambientale come la ISO 14001, la ISO 50001 o che sono certificate EMAS sono esentate dall'obbligo di eseguire l'audit, ma possono comunque beneficiare di vantaggi legati all'efficienza energetica. La mancata esecuzione dell'audit energetico comporta sanzioni amministrative che variano da 4.000 a 40.000 euro, con l'obbligo di effettuare la diagnosi e comunicarla all'ENEA entro sei mesi.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, la Direttiva 2012/27/UE sull'efficienza energetica stabilisce che le grandi imprese e le PMI che consumano significative quantità di energia debbano sottoporsi a un audit energetico ogni quattro anni, promuovendo politiche per migliorare l'efficienza e ridurre il consumo energetico. La Direttiva obbliga gli Stati membri ad adottare misure per incentivare la realizzazione di audit energetici, in particolare per le PMI, che sono invitate a migliorare la gestione energetica attraverso sistemi di gestione come la norma ISO 50001. Sebbene non vi siano obblighi specifici per tutte le PMI, l'Unione Europea incoraggia gli Stati membri a promuovere l'efficienza energetica a tutti i livelli, attraverso incentivi e strumenti di supporto, come finanziamenti per l'adozione di tecnologie più efficienti. La Direttiva, inoltre, ha definito un quadro per le politiche energetiche che permette alle PMI di beneficiare di misure di supporto che incentivano l'effettuazione di audit energetici, contribuendo al miglioramento delle performance energetiche a livello aziendale.

Impatto ambientale

La mancata effettuazione di un audit energetico negli ultimi due anni può comportare impatti ambientali particolarmente negativi. Senza una valutazione dettagliata dei consumi energetici, l'azienda potrebbe non essere consapevole delle inefficienze e dei punti critici che contribuiscono a un elevato spreco di energia. Questo spreco si traduce in un maggiore utilizzo di energia proveniente da fonti non rinnovabili, come il carbone e il gas naturale, con conseguenti emissioni di gas serra, tra cui CO₂, che contribuiscono al cambiamento climatico. L'assenza di un audit energetico impedisce anche l'individuazione di possibili miglioramenti, come la sostituzione di impianti di riscaldamento o raffreddamento obsoleti, che potrebbero essere responsabili di un consumo energetico elevato. Inoltre, apparecchiature elettroniche non ottimizzate o l'illuminazione inefficiente, se non identificate e sostituite, continuano a operare in modo non sostenibile, consumando più energia di quanto necessario. Senza un piano di intervento, l'azienda non è in grado di implementare soluzioni più efficienti, come l'adozione di tecnologie a basso consumo, il miglioramento dell'isolamento termico o l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile.

Impatto economico

Se l'azienda non ha effettuato un audit energetico negli ultimi due anni, gli impatti economici possono essere rilevanti. Senza un'analisi accurata dei consumi, è probabile che l'azienda stia continuando a pagare per l'energia in modo inefficiente, con un dispendio maggiore rispetto a quanto sarebbe necessario. Le bollette energetiche potrebbero risultare elevate, riducendo i margini di profitto. Inoltre, l'assenza di un piano di ottimizzazione energetica comporta un rischio di non sfruttare eventuali incentivi fiscali o finanziamenti regionali che potrebbero contribuire alla riduzione dei costi operativi. Senza un audit, non si potrebbero neanche identificare opportunità per investimenti a lungo termine in tecnologie energetiche più efficienti, che potrebbero portare a risparmi futuri.

Impatto sociale

Se l'azienda non ha effettuato un audit energetico negli ultimi 2 anni, gli impatti sociali potrebbero essere negativi. La mancata ottimizzazione dei consumi energetici può portare a sprechi, creando ambienti di lavoro meno confortevoli, con temperature inadeguate e illuminazione inefficiente, che possono influire sulla produttività dei dipendenti. Inoltre, senza una gestione energetica adeguata, l'azienda potrebbe contribuire indirettamente a un impatto ambientale negativo, aggravando l'inquinamento atmosferico e le emissioni di CO₂. Questo potrebbe ridurre il benessere della comunità circostante, in quanto una maggiore inefficienza energetica aumenta la domanda di risorse naturali e l'inquinamento. Inoltre, la mancanza di un audit energetico potrebbe precludere alla PMI opportunità di accesso a incentivi fiscali o finanziamenti per l'efficienza energetica, che potrebbero migliorare l'immagine aziendale e la competitività.



Azioni di miglioramento

Se l'azienda non ha ancora effettuato un audit energetico negli ultimi 2 anni, il primo passo da compiere è programmare un audit energetico completo. Questo strumento è fondamentale per identificare le aree in cui l'azienda sta sprecando energia e dove può migliorare l'efficienza. Un audit energetico ben condotto permette di mappare i consumi aziendali, individuando le soluzioni più adatte per ottimizzare l'utilizzo delle risorse, come l'adozione di impianti di illuminazione a LED, caldaie a condensazione e sistemi HVAC ad alta efficienza. È importante affidarsi a professionisti certificati, come un Esperto in Gestione dell'Energia (EGE) o a una ESCO accreditata, per garantire un'analisi approfondita e accurata. Inoltre, l'azienda dovrebbe indagare la possibilità di accedere a incentivi fiscali e finanziamenti pubblici che potrebbero ridurre i costi d'investimento iniziali per l'adozione di soluzioni energetiche sostenibili. Infine, l'efficienza energetica non solo riduce i costi operativi a lungo termine, ma migliora anche l'immagine aziendale, facendo percepire l'impresa come attenta alla sostenibilità ambientale. Monitorare regolarmente i consumi e fare aggiornamenti periodici all'audit permette di avere sempre sotto controllo l'efficienza energetica e di prendere decisioni più informate per il futuro.

MIGLIORAMENTO #4.1.1

L'azienda non è in possesso della certificazione ISO 50001.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La norma ISO 5000 è uno standard internazionale che fornisce una guida per la gestione dell'energia nelle organizzazioni, con l'obiettivo di migliorare continuamente le performance energetiche. L'adozione di questo sistema aiuta le aziende a ottimizzare l'uso dell'energia, ridurre i costi e le emissioni di gas serra, e migliorare l'efficienza energetica complessiva. La certificazione da parte di un ente terzo è un passo fondamentale per garantire che l'azienda stia effettivamente rispettando i requisiti e le best practice previsti dalla norma. Un organismo di certificazione accreditato, come Accredia in Italia, assicura che la valutazione sia imparziale, competente e in linea con gli standard internazionali. La certificazione di un sistema ISO 50001 conferisce maggiore affidabilità e credibilità all'esterno, mostrando che l'azienda si impegna in modo serio ed efficace per migliorare la propria gestione energetica. Inoltre, questa certificazione può aprire opportunità di mercato, dato che molte aziende e istituzioni preferiscono lavorare con partner che sono certificati secondo norme internazionali riconosciute. Un'azienda può optare di seguire le linee guida ISO 50001 anche senza necessariamente certificarle.



Contesto normativo nazionale

In Italia, non esiste un obbligo esplicito per le aziende di certificare il proprio sistema di gestione energetica secondo la norma ISO 50001 attraverso un ente terzo accreditato. Tuttavia, esistono incentivi e programmi che promuovono la certificazione ISO 50001 come uno strumento utile per migliorare l'efficienza energetica e la gestione sostenibile delle risorse. Ad esempio, il sistema di certificazione energetica può essere richiesto per ottenere agevolazioni fiscali, come quelle previste dal Decreto Legislativo 102/2014, che promuove l'efficienza energetica. Inoltre, l'accreditamento degli organismi di certificazione, basato sulla norma ISO/IEC 17021, offre alle aziende la garanzia che la valutazione del sistema energetico sia effettuata in modo imparziale e competente. L'ente accreditato, come Accredia, è il riferimento nazionale in Italia, designato dal governo per gestire la certificazione secondo standard internazionali. Sebbene la certificazione non sia obbligatoria, essa costituisce un vantaggio competitivo, in quanto dimostra l'impegno verso il miglioramento continuo in ambito energetico. Il D. Lgs 102/14 introduce l'obbligo per le grandi imprese e le piccole e medie imprese energivore, di effettuare un audit energetico. Le piccole e medie imprese non energivore (così come le imprese che hanno già adottato un sistema di gestione ambientale ISO 14001, ISO 50001 o Emas) sono escluse dall'obbligo di eseguire l'accertamento ma sono comunque incentivate, attraverso finanziamenti regionali, ad adottare tale indagine oppure ad adottare un sistema di gestione dell'energia conforme alla norma ISO 50001. (Grandi imprese: >250 persone, fatturato >50 M; Imprese a forte consumo: >2,4 GWh di energia elettrica, spesa per energia elettrica annuale non inferiore al 3% del fatturato.) La sanzione amministrativa pecunaria per le imprese soggette all'obbligo che non

eseguono la diagnosi energetica varia da 4.000 € a 40.000 €. Se la diagnosi non è effettuata in conformità alle prescrizioni viene ridotta del 50%. La sanzione non esime l'azienda dall'effettuare la diagnosi, che deve essere comunicata all'ENEA entro 6 mesi dall'irrogazione della sanzione.



Contesto normativo europeo

La direttiva europea sull'efficienza energetica (2012/27/EU) ha introdotto l'obbligo di migliorare l'efficienza in tutti i segmenti della catena dell'energia con l'obiettivo di ridurre i consumi del 20% entro il 2020 rispetto ai livelli del 2005. Tra le misure principali, la direttiva ha previsto per le grandi imprese l'obbligo di effettuare audit energetici ogni quattro anni. In Italia, questa disposizione è stata recepita nel Decreto Legislativo 102/2014, che estende l'obbligo alle PMI energivore (cioè con consumi elettrici superiori a 2,4 GWh e una spesa annua per energia pari ad almeno il 3% del fatturato). Le PMI non energivore, invece, sono esentate da tale obbligo, ma possono comunque ottenere supporto economico a livello regionale per adottare un audit energetico o per implementare un sistema di gestione dell'energia conforme alla norma ISO 50001. Successivamente, la direttiva europea 2018/2002 ha aggiornato l'obiettivo di efficienza energetica, portando il target a una riduzione del 32,5% entro il 2030, e ha rafforzato la trasparenza del consumo energetico per i consumatori. A livello europeo, la certificazione ISO 50001, pur non essendo obbligatoria, è fortemente incoraggiata, in quanto facilita il rispetto degli obiettivi di efficienza stabiliti dalle direttive. Il Regolamento europeo 765/2008 stabilisce i requisiti per l'accreditamento degli organismi di certificazione e prevede che ogni Stato membro dell'UE istituisca un unico ente di accreditamento, come in Italia il ruolo svolto da Accredia. Questo regolamento conferisce uno status giuridico all'attività di accreditamento, riconoscendola come un'espressione di pubblica autorità che garantisce la conformità degli organismi di certificazione agli standard europei. L'adozione della certificazione ISO 50001 consente alle imprese di dimostrare il proprio impegno nell'efficienza energetica, condizione che può agevolare l'accesso a fondi e bandi strutturali europei, nonché facilitare la conformità agli obiettivi di sostenibilità energetica stabiliti a livello europeo.



Impatto ambientale

Se il sistema ISO 50001 non è certificato da un ente terzo, l'azienda potrebbe non sfruttare pienamente i vantaggi ambientali derivanti dal controllo esterno e dalla verifica imparziale che una certificazione ufficiale garantisce. La certificazione ISO 50001 fornisce un sistema di gestione energetica che aiuta le imprese a ottimizzare l'uso dell'energia, ridurre le emissioni di CO₂ e migliorare complessivamente l'efficienza energetica. Tuttavia, senza la certificazione da parte di un ente indipendente, il sistema implementato potrebbe risultare meno rigoroso e meno trasparente. In assenza di una certificazione ufficiale, l'azienda potrebbe non essere soggetta a verifiche regolari e imparziali, che sono essenziali per garantire che il sistema di gestione energetica venga effettivamente seguito e che i processi siano mirati e ben monitorati. Senza il controllo di un organismo terzo, è difficile garantire che l'azienda stia raggiungendo gli obiettivi di riduzione dei consumi energetici e di abbattimento delle emissioni in modo sistematico e continuo. Inoltre, senza la certificazione, l'azienda potrebbe mancare di visibilità esterna riguardo alla serietà del suo impegno verso la sostenibilità, compromettendo la credibilità e la trasparenza agli occhi di clienti, investitori e partner. La mancanza di un ente certificatore potrebbe anche significare che non vi sono procedure rigorose in atto per identificare e risolvere inefficienze energetiche, aumentando il rischio di sprechi energetici e di un impatto ambientale maggiore.



Impatto economico

Se l'azienda non è in possesso di un sistema ISO 50001, potrebbe perdere significative opportunità economiche derivanti dalla dimostrazione della propria conformità alle normative e agli standard internazionali. La certificazione di un sistema di gestione energetica ottimizzato è un elemento distintivo che consente all'azienda di evidenziare il proprio impegno verso la sostenibilità e l'efficienza energetica, garantendo trasparenza e un approccio strutturato nella gestione delle risorse energetiche. Senza questa certificazione, l'azienda potrebbe trovarsi in una posizione svantaggiata rispetto ai concorrenti che invece hanno ottenuto tale validazione, riducendo la possibilità di attrarre investimenti o di accedere a incentivi economici legati alla gestione energetica responsabile, che spesso sono riservati alle aziende con sistemi certificati. In un contesto in cui la crescente attenzione verso la sostenibilità ambientale è un fattore cruciale per il successo a lungo termine, la mancanza di una certificazione accreditata potrebbe anche compromettere la percezione della credibilità dell'azienda sul mercato, in particolare nei settori in cui l'impegno ambientale è un criterio di selezione per fornitori e partner commerciali. Inoltre, l'assenza della certificazione ISO 50001 potrebbe ridurre l'attrattività dell'azienda nei confronti di clienti e

consumatori sensibili agli aspetti di sostenibilità, che sempre più spesso scelgono aziende che dimostrano di avere un impegno concreto e verificato verso la riduzione dei consumi energetici e la minimizzazione dell'impatto ambientale. Questo fattore potrebbe compromettere anche l'accesso a bandi pubblici, finanziamenti o agevolazioni fiscali, spesso riservati a chi ha implementato e certificato un sistema di gestione energetica conforme agli standard internazionali. In sintesi, senza la certificazione ISO 50001, l'azienda non solo perde un'opportunità per ottimizzare la gestione energetica e ridurre i costi, ma si priva anche di un vantaggio competitivo cruciale, limitando la propria capacità di attrarre investimenti, clienti e partner in un mercato sempre più orientato verso la sostenibilità.



Impatto sociale

Se l'azienda non è in possesso della certificazione ISO 50001, potrebbero emergere impatti sociali indiretti legati alla percezione dell'azienda da parte di dipendenti, consumatori e comunità. La mancanza di una certificazione può ridurre la fiducia dei consumatori e degli stakeholder riguardo all'impegno dell'azienda verso la sostenibilità e l'efficienza energetica. Questo potrebbe tradursi in una minore attrattività per i talenti che cercano un ambiente di lavoro responsabile e sostenibile. Inoltre, l'azienda potrebbe non essere percepita come un modello di riferimento per la comunità, perdendo così opportunità di collaborazioni con organizzazioni o progetti orientati alla sostenibilità. Sebbene l'azienda possa comunque impegnarsi nella gestione dell'energia, senza la certificazione ufficiale il suo impatto sociale positivo risulterebbe meno visibile.



Azioni di miglioramento

Per le PMI che non sono in possesso della certificazione ISO 50001, il primo passo dovrebbe essere quello di avviare un processo di gestione energetica. Questo può partire da una semplice analisi dei consumi energetici attuali, identificando le aree di inefficienza e le opportunità di miglioramento. Un'azione concreta potrebbe essere l'adozione di tecnologie a basso consumo energetico, come lampade LED, apparecchiature ad alta efficienza e l'installazione di sistemi di monitoraggio energetico per ottimizzare l'uso dell'energia. Le PMI possono approfittare di incentivi fiscali e finanziamenti regionali ed europei destinati a supportare la transizione energetica. Una volta implementate buone pratiche, l'azienda può avviare il percorso verso la certificazione ISO 50001, che non solo comporta risparmi economici significativi, ma migliora anche la competitività dell'impresa, dimostrando un impegno concreto per la sostenibilità. L'adozione della norma migliorerà anche la reputazione dell'azienda, rendendola più interessante per clienti e fornitori attenti alle tematiche ambientali.

MIGLIORAMENTO #4.62.2

L'azienda sta già utilizzando un software gestionale per monitorare i propri consumi energetici.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Gli strumenti di monitoraggio e i dispositivi di automazione per la razionalizzazione dei consumi energetici sono tecnologie che aiutano le aziende a monitorare, ottimizzare e ridurre il consumo di energia, migliorando l'efficienza operativa e contribuendo alla sostenibilità ambientale. Questi strumenti si dividono in vari tipi, ognuno con una funzione specifica e vantaggi a seconda dell'ambito di applicazione. Un esempio comune di strumento di monitoraggio è il software gestionale. Questi strumenti consentono di raccogliere e analizzare i dati sui consumi energetici, aiutando a identificare tendenze, picchi di consumo e potenziali aree di inefficienza. Alcuni software, come quelli basati su fogli Excel, vengono utilizzati per fare stime manuali e previsioni basate su dati storici. Sebbene facciano il loro lavoro, non sono particolarmente dinamici o efficienti rispetto a soluzioni più avanzate. Sistemi più sofisticati, come Building Management Systems (BMS),

forniscono un monitoraggio dettagliato e in tempo reale dei consumi energetici in edifici e impianti. Questi sistemi sono in grado di raccogliere informazioni da sensori e dispositivi di monitoraggio installati in tutta la struttura, permettendo di ottimizzare l'uso di energia in funzione delle necessità e condizioni operative. I sistemi HVAC (Heating, Ventilation, and Air Conditioning) sono un esempio di strumento di automazione particolarmente utile. Questi sistemi intelligenti regolano automaticamente il riscaldamento, il raffreddamento e la ventilazione in base alle condizioni ambientali e alla presenza di persone. L'automazione HVAC permette di ridurre il consumo energetico, ad esempio spegnendo o regolando l'intensità degli impianti quando gli spazi non sono utilizzati, riducendo così gli sprechi di energia.

Contesto normativo nazionale

In Italia, le PMI non sono soggette a un obbligo specifico per l'adozione di strumenti di monitoraggio e dispositivi di automazione per l'efficienza energetica. Tuttavia, il quadro normativo incentiva indirettamente queste tecnologie attraverso il Decreto Legislativo 102/2014, che implementa la Direttiva Europea 2012/27/UE sull'efficienza energetica. Questo decreto prevede per le PMI energivore un audit energetico obbligatorio ogni quattro anni, che permette di individuare inefficienze e miglioramenti possibili, tra cui l'adozione di dispositivi di monitoraggio avanzato. Ulteriori agevolazioni derivano dal Conto Termico 2.0 (Decreto 28/2011), che offre incentivi per l'installazione di impianti tecnologici avanzati finalizzati al risparmio energetico, includendo i sistemi di automazione e monitoraggio. Sono inoltre disponibili incentivi fiscali, come il Superbonus 110% e altre detrazioni per interventi di efficientamento energetico previste dalla Legge di Bilancio 2020, che agevolano l'implementazione di strumenti intelligenti di gestione energetica. A livello regionale, diverse amministrazioni promuovono l'adozione di soluzioni tecnologiche efficienti per favorire il risparmio energetico nelle PMI attraverso bandi e finanziamenti specifici.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, le PMI sono supportate nell'adozione di tecnologie per l'efficienza energetica attraverso la Direttiva 2012/27/UE, che incoraggia gli Stati membri a promuovere misure di monitoraggio energetico e sistemi di automazione per le imprese. Sebbene non sia prevista una direttiva vincolante specifica per le PMI, questa normativa richiede agli Stati di incentivare diagnosi energetiche e politiche di supporto per le piccole e medie imprese, riconoscendo l'importanza del monitoraggio continuo per ridurre i consumi energetici. Il pacchetto europeo "Fit for 55" e il regolamento per la neutralità climatica entro il 2050 introducono misure volte a favorire la transizione energetica delle PMI, stimolando l'adozione di tecnologie intelligenti. I finanziamenti dell'Unione Europea per la transizione verde, come Horizon Europe e il Fondo per la Transizione Justa, supportano anche l'implementazione di soluzioni di automazione e monitoraggio per razionalizzare i consumi energetici delle PMI.

Impatto ambientale

L'utilizzo di un software gestionale per monitorare i consumi energetici rappresenta un passo importante verso la razionalizzazione dei consumi, sebbene non sia ancora completo rispetto all'implementazione di sistemi di automazione avanzati. In termini di impatti ambientali, l'adozione di un sistema di monitoraggio consente all'azienda di avere una visione più chiara e precisa dei propri consumi energetici, riducendo gli sprechi e individuando aree in cui si può migliorare l'efficienza. Grazie a questi strumenti, l'azienda può identificare i picchi di consumo e ottimizzare l'uso delle risorse, abbattendo indirettamente le emissioni di CO₂ derivanti dall'uso eccessivo di energia. Tuttavia, senza un sistema automatizzato che intervenga direttamente sui consumi in tempo reale, il potenziale per ridurre ulteriormente l'impatto ambientale resta limitato. Implementando soluzioni che intervengono automaticamente sulle apparecchiature aziendali, l'azienda potrebbe ottenere una gestione ancora più efficiente e ridurre ulteriormente le proprie emissioni e il consumo energetico.

Impatto economico

Utilizzare un sistema di domotica integrata permette un risparmio medio del 40-50% sui costi di climatizzazione e del 20% sulla bolletta dell'energia elettrica. Utilizzare un semplice sistema di monitoraggio consente un risparmio inferiore, ma comunque significativo, su questi costi. L'utilizzo di un software gestionale per monitorare i consumi energetici consente all'azienda di ottenere un controllo più preciso sulle proprie risorse, ma gli impatti economici potrebbero essere limitati se il sistema non è completamente integrato o automatizzato. Sebbene la semplice raccolta e analisi dei dati possa portare a un risparmio, la mancanza di un sistema avanzato di automazione potrebbe

impedire di raggiungere i massimi livelli di efficienza. L'azienda potrebbe riscontrare una riduzione dei costi operativi grazie a una gestione più consapevole dei consumi, ma i benefici economici sarebbero probabilmente inferiori rispetto a quelli derivanti da sistemi di monitoraggio più sofisticati, che permettono interventi automatizzati per ottimizzare il consumo energetico in tempo reale. Tuttavia, l'investimento in un software gestionale rappresenta comunque una base solida per prendere decisioni informate, ridurre gli sprechi e migliorare la performance energetica, con il potenziale di ridurre progressivamente le spese energetiche nel lungo periodo.



Impatto sociale

L'utilizzo di software gestionali per la rilevazione e l'analisi dei consumi energetici permette una maggiore consapevolezza dei dipendenti circa l'impatto del proprio lavoro, migliorando il coinvolgimento e la partecipazione attiva a pratiche di sostenibilità aziendale. Tuttavia, il fatto che le rilevazioni siano in parte manuali implica una maggiore difficoltà nel raccogliere e interpretare dati, generando margini di errore che potrebbero compromettere l'efficacia della strategia di risparmio energetico. L'azienda, per questo, potrebbe essere percepita come parzialmente impegnata nella sostenibilità, trasmettendo un segnale positivo verso i dipendenti sensibili a queste tematiche, ma rischiando di non attrarre pienamente lavoratori e stakeholder più orientati al rispetto ambientale. In termini di benessere aziendale, i dipendenti potrebbero sentirsi coinvolti ma non sempre supportati in un contesto tecnologico adeguato, il che potrebbe ridurre l'efficacia dei programmi di sensibilizzazione energetica e, sul lungo termine, influenzare l'immagine di sostenibilità dell'azienda.



Azioni di miglioramento

Se l'azienda utilizza già un software gestionale per monitorare i consumi energetici, ma non ha ancora adottato un sistema automatizzato avanzato, il passo successivo ideale è quello di evolvere verso una piattaforma più dettagliata e dinamica, integrando il monitoraggio con funzionalità di automazione e domotica. Attualmente, il software gestionale permette di analizzare i consumi energetici globali, ma non consente di rilevare in tempo reale eventuali picchi o anomalie nei consumi. Un sistema avanzato di monitoraggio con alert automatici potrebbe notificare i responsabili quando determinati impianti, come climatizzazione o illuminazione, superano livelli di consumo prestabiliti o presentano anomalie, come l'accensione prolungata di apparecchiature non in uso. Questi avvisi tempestivi permetterebbero interventi immediati, limitando inefficienze e prevenendo sprechi energetici. L'introduzione di soluzioni di domotica rappresenta poi il metodo più efficace per ottimizzare l'uso delle risorse energetiche nei luoghi di lavoro. Un sistema domotico, o di home automation, consente di trasformare l'azienda in un'organizzazione intelligente, capace di controllare in modo integrato apparecchiature elettriche, impianti e macchinari, riducendo significativamente i consumi energetici. Questo sistema offre una gestione centralizzata che limita il dispendio dovuto a errori o negligenze, monitora i consumi in tempo reale e regola in modo automatico l'utilizzo delle apparecchiature secondo le necessità operative. Per un'implementazione graduale, l'azienda potrebbe iniziare a introdurre la domotica in una specifica area applicativa, come la gestione del sistema HVAC (riscaldamento, ventilazione e aria condizionata). Un sistema di controllo intelligente potrebbe regolare il riscaldamento e il raffreddamento in base alla presenza di personale o all'orario, mentre l'illuminazione potrebbe essere gestita con sensori di movimento per ottimizzare l'energia impiegata solo quando necessario. L'adozione di sistemi di automazione avanzati può portare a una riduzione dei costi energetici fino al 25-30%, ottimizzando l'uso dell'energia e alleggerendo il carico di lavoro del personale addetto alla gestione energetica. Un sistema domotico funziona in modo autonomo e intelligente, riducendo la necessità di supervisione costante. In questo modo, l'azienda ottimizza non solo l'efficienza energetica e i costi operativi, ma anche il proprio impatto ambientale, migliorando l'immagine aziendale in termini di responsabilità sociale e sostenibilità.

MIGLIORAMENTO #4.13.1

La vostra quota di energia rinnovabile prodotta internamente mediante l'installazione di appositi dispositivi è nulla o inferiore al 20%.



CDP Climate Change



IT-CA



SNSvS



GRI 302-4

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I dispositivi per la produzione di energie rinnovabili possono appartenere a queste categorie: fotovoltaico, solare, eolico, geotermico, biomasse o biocombustibili.



Contesto normativo nazionale

Il Decreto Rinnovabili (D.Lgs 28/2011) ha accolto la Direttiva 2009/28/CE della Comunità Europa e stabilisce il quadro istituzionale, gli strumenti e gli incentivi per il raggiungimento degli obiettivi 2030 in materia di energie rinnovabili. Questo decreto prevedeva inoltre che, dal 1^o gennaio 2017, gli edifici di nuova costruzione o sottoposti a ristrutturazione rilevante dovessero prevedere impianti di produzione di energia capaci di attingere da fonti rinnovabili per almeno il 50% dell'energia consumata. Il D.Lgs. 244/2016, meglio noto come «decreto Milleproroghe» ha posticipato al 1^o gennaio 2018 l'inizio dei vincoli citati.



Contesto normativo europeo

L'Unione Europea richiede un impegno sul fronte della produzione di energia rinnovabile che consenta di raggiungere una quota del 32% sul consumo totale di energia entro il 2030.



Impatto ambientale

L'impatto negativo sull'ambiente legato alla produzione di energia tramite combustibili fossili è principalmente dovuto all'inquinamento atmosferico e idrico, che invece l'energia pulita non implica. I sistemi eolici, solari e idroelettrici ben costruiti generano elettricità senza emissioni di inquinamento atmosferico associate. I sistemi geotermici possono rilasciare qualche sostanza inquinante in acqua, mentre la combustione delle biomasse emette alcuni inquinanti atmosferici, sebbene le emissioni totali in aria siano generalmente inferiori a quelle delle centrali elettriche a carbone e gas naturale. Inoltre, i combustibili fossili hanno un impatto significativo sulle risorse idriche legato all'inquinamento di falde acquifere nella perforazione e al consumo di acqua per il raffreddamento, mentre le fonti rinnovabili non presentano questa problematica.



Impatto economico

Sono disponibili degli incentivi, disposti in base al Decreto FER 1, per la transizione energetica verso le fonti rinnovabili. Per l'autoconsumo sarà previsto un premio pari 10 euro per MWh per gli impianti di potenza fino a 100 kW su edifici. Questo sarà cumulabile con il premio per la sostituzione di coperture contenenti amianto che è pari a pari a 12,-/MWh su tutta l'energia prodotta. Il premio verrà riconosciuto solo se l'energia auto consumata sarà superiore al 40% della produzione netta. Sono stati previsti anche dei contratti d'acquisto, con la realizzazione di una piattaforma di mercato per la negoziazione di lungo termine di energia proveniente da fonti rinnovabili.



Azioni di miglioramento

Installando un numero maggiore di dispositivi per la produzione di energie rinnovabili, otterrete un notevole risparmio sull'energia elettrica e ridurrete il vostro impatto ambientale. Non avete ancora raggiunto il target europeo di riferimento. Valutate la disponibilità di risorse rinnovabili locali e i costi necessari per introdurre le relative tecnologie. Confrontate i costi con i vantaggi economici, ambientali e reputazionali. Informatevi sulla necessità di richiedere specifiche autorizzazioni. Prendete in considerazione anche il coinvolgimento della comunità locale.

MIGLIORAMENTO #4.12.4

Tra il 30% e il 50% dell'energia elettrica impiegata dall'azienda proviene da fonti rinnovabili.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le fonti di energia rinnovabile sono così chiamate per la loro capacità di rigenerarsi in modo naturale, rappresentando una soluzione più sostenibile rispetto ai combustibili fossili, che sono risorse limitate e in progressivo esaurimento. Utilizzare energia rinnovabile significa sfruttare risorse come il sole, il vento, l'acqua, il calore terrestre e materiali organici per produrre energia, e questo approccio si dimostra vantaggioso sia per l'ambiente sia per la stabilità energetica. L'energia solare è una delle forme più accessibili, sia in impianti fotovoltaici, che generano elettricità, sia nei sistemi termici, che offrono calore per uso domestico e industriale. L'energia eolica, ottenuta tramite turbine azionate dal vento, è un'altra opzione ormai consolidata, diffusa in particolar modo nelle regioni ventose e disponibile anche in impianti offshore. Anche il biogas, prodotto dalla decomposizione di materiale organico, è una risorsa utile che permette di convertire scarti in energia, contribuendo alla riduzione dei rifiuti. Altre fonti includono la geotermia, che sfrutta il calore del sottosuolo per generare elettricità o riscaldare gli edifici, e la biomassa, che utilizza materiali vegetali e scarti agricoli, ideali per produrre energia o calore. Anche l'energia idroelettrica di piccola scala rappresenta una soluzione rispettosa dell'ambiente, sfruttando il flusso naturale dell'acqua per generare elettricità senza bisogno di grandi dighe. Infine, tecnologie emergenti come quelle basate sul moto ondoso e sulle maree rappresentano un campo in rapida evoluzione, con un potenziale significativo in aree marittime.



Contesto normativo nazionale

In Italia, il Decreto Legislativo 28/2011 rappresenta una delle normative di riferimento per la promozione delle fonti di energia rinnovabile, fissando obiettivi di incremento della quota di energia prodotta da fonti rinnovabili nel settore elettrico. Tale decreto promuove anche l'autoconsumo di energia rinnovabile, incentivando le imprese a integrare fonti pulite nei propri consumi energetici. Le normative italiane offrono strumenti di supporto economico per le imprese che scelgono di investire nelle energie rinnovabili, tra cui il meccanismo dei Certificati Verdi (sebbene questo sia stato sostituito dal sistema delle aste per impianti di grande dimensione) e gli incentivi fiscali per specifici interventi di efficienza energetica e produzione rinnovabile. Inoltre, il sistema italiano prevede il meccanismo dei Titoli di Efficienza Energetica (TEE), che agevola le imprese nell'adozione di tecnologie più sostenibili. In ambito regionale, diverse normative specifiche regolamentano l'installazione di impianti di produzione rinnovabile e promuovono progetti di sostenibilità ambientale, con leggi che possono prevedere ulteriori incentivi per l'uso di energia verde. Inoltre, il Piano Nazionale Integrato per l'Energia e il Clima (PNIEC) traccia le linee guida per la transizione energetica italiana, promuovendo l'adozione di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili anche per il settore industriale.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, la Direttiva 2018/2001/UE (RED II) è fondamentale nella promozione delle energie rinnovabili, ponendo l'obiettivo per gli Stati membri di raggiungere il 32% di energia da fonti rinnovabili nel mix energetico entro il 2030, un target rivisto in rialzo nel contesto del Green Deal Europeo. Sebbene la direttiva non obblighi esplicitamente le grandi imprese a impiegare energia rinnovabile, essa incoraggia i governi a introdurre misure e incentivi che facilitino l'adozione di fonti rinnovabili da parte delle aziende. Inoltre, la recente revisione della

Direttiva sulla Prestazione Energetica degli Edifici (EPBD) richiede una maggiore efficienza energetica e l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili, soprattutto negli edifici utilizzati per attività commerciali e industriali. Il regolamento sulla Tassonomia dell'UE fornisce una classificazione delle attività economiche che contribuiscono alla sostenibilità ambientale, spingendo le imprese a scegliere l'energia rinnovabile per allinearsi con gli standard di sostenibilità e beneficiare di agevolazioni finanziarie. Infine, l'Emission Trading System (ETS) dell'UE introduce un costo per le emissioni di CO₂, rendendo più conveniente per le imprese l'adozione di energia rinnovabile rispetto a quella fossile.



Impatto ambientale

Un impegno significativo verso l'energia rinnovabile, con oltre il 50% dell'energia proveniente da fonti sostenibili, apporta un impatto ambientale considerevolmente positivo. Riducendo la dipendenza da combustibili fossili, l'azienda contribuisce attivamente a limitare le emissioni di gas serra, mitigando così il riscaldamento globale e i cambiamenti climatici. Le fonti di energia rinnovabile come solare, eolico e idroelettrico non producono emissioni dirette di CO₂, riducendo il carico di inquinanti atmosferici e contribuendo alla qualità dell'aria e al benessere ambientale complessivo. Questo uso esteso di energia verde supporta anche la biodiversità e la preservazione degli ecosistemi locali, poiché riduce la necessità di estrazione di risorse naturali e di attività industriali inquinanti. Aumentando la quota di energia rinnovabile, l'azienda partecipa alla diminuzione della domanda globale di energia da fonti non rinnovabili, promuovendo una transizione energetica verso fonti più pulite e sostenibili per il lungo termine. Dal punto di vista delle risorse naturali, l'utilizzo di energia rinnovabile riduce la pressione sulle risorse non rinnovabili, come i combustibili fossili, e favorisce il mantenimento della biodiversità. Il passaggio a fonti rinnovabili aiuta anche a proteggere gli habitat naturali da pratiche dannose legate all'estrazione di minerali e combustibili, e permette di preservare gli ecosistemi locali.



Impatto economico

L'adozione di energia rinnovabile per oltre il 50% delle proprie necessità energetiche comporta significativi vantaggi economici per l'azienda. In primo luogo, l'uso di fonti rinnovabili può contribuire alla riduzione dei costi operativi a lungo termine. Sebbene l'installazione iniziale di impianti per l'energia rinnovabile possa richiedere investimenti, questi vengono ammortizzati nel tempo grazie al ridotto bisogno di acquisto di energia da fornitori esterni e alle politiche di incentivazione governative per l'uso di energia verde, come gli sgravi fiscali e i crediti d'imposta. Ancora, le imprese che adottano politiche energetiche sostenibili possono beneficiare di una maggiore competitività nel mercato. Molte aziende sono incentivate a lavorare con fornitori che condividono valori ecologici, creando opportunità per contratti preferenziali e fidelizzazione. In uno scenario di crescente sensibilità verso la sostenibilità, le aziende con un'alta percentuale di energia rinnovabile possono attrarre investimenti da fondi etici e green. Questo, a sua volta, migliora l'immagine aziendale e può favorire l'accesso a nuove opportunità di mercato, specialmente in settori dove l'innovazione e la responsabilità ambientale sono requisiti chiave. Inoltre, l'adozione di soluzioni energetiche rinnovabili aumenta la resilienza economica a lungo termine, riducendo la vulnerabilità ai fluttuanti prezzi dei combustibili fossili e ai rischi legati a future normative governative sulle emissioni di carbonio.



Impatto sociale

Adottare una percentuale di energia rinnovabile tra il 30% e il 50% comporta diversi vantaggi dal punto di vista sociale per l'azienda. In primo luogo, questo impegno verso fonti energetiche più pulite contribuisce a migliorare la percezione pubblica dell'azienda, rendendola più attrattiva per clienti e partner commerciali sensibili ai temi ambientali. Ciò può inoltre favorire la fidelizzazione dei dipendenti, che spesso apprezzano lavorare per aziende che condividono valori orientati alla sostenibilità e responsabilità sociale, aumentando così il morale e la motivazione. Inoltre, l'utilizzo di energia rinnovabile contribuisce a ridurre le emissioni di gas serra, migliorando la qualità dell'aria e beneficiando indirettamente le comunità circostanti. Per le aziende che operano in aree dove la popolazione è sensibile all'inquinamento e alle sue conseguenze sulla salute, tale contributo può rappresentare un segnale positivo di responsabilità sociale e coinvolgimento verso il benessere collettivo. Infine, il parziale passaggio alle rinnovabili permette all'azienda di costruire un rapporto di fiducia e rispetto reciproco con il territorio, migliorando la propria immagine pubblica e consolidando la propria reputazione come attore impegnato nella sostenibilità sociale ed ambientale.



Azioni di miglioramento

Per aumentare ulteriormente la percentuale di energia rinnovabile, l'azienda potrebbe considerare una serie di azioni strategiche. Una delle opzioni consiste nel valutare la stipula di nuovi contratti di fornitura con operatori energetici che garantiscano un'alta percentuale di energia rinnovabile, o nel rafforzare le partnership con fornitori già impegnati nella produzione sostenibile. Inoltre, potrebbe rivelarsi vantaggioso pianificare un graduale passaggio a impianti energetici interni, come pannelli solari o piccoli impianti eolici, che consentirebbero di incrementare la quota di energia verde e ridurre i costi a lungo termine. Un'altra azione pratica è migliorare l'efficienza energetica attraverso il monitoraggio e l'ottimizzazione dei consumi, così da ridurre l'uso complessivo di energia e massimizzare l'impatto della componente rinnovabile. L'azienda potrebbe, inoltre, sensibilizzare i dipendenti su questi temi, incentivandoli a partecipare attivamente all'uso consapevole dell'energia. Anche la partecipazione a certificazioni ambientali o a programmi di responsabilità sociale può rinforzare l'impegno verso un futuro sostenibile, fornendo un'immagine positiva sia all'interno che all'esterno dell'azienda.

MIGLIORAMENTO #4.10.2

L'azienda sta già adottando una politica di efficienza energetica, installando sistemi di illuminazione a LED, elettrodomestici, computer o altre periferiche hardware di classe A (o), quindi ad alta efficienza energetica, arrivando a coprire meno del 50% rispetto al totale di impianti e strutture.

Potete migliorare la vostra politica di efficienza energetica andando a coprire almeno il 75% del totale di impianti e strutture.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Per tutte le apparecchiature esiste un'etichettatura EU con le classi di efficienza energetica (A, B, C, D, etc.). Sostituire apparecchiature o elettrodomestici di classe inferiore con prodotti più efficienti consente un significativo risparmio sul consumo di energia.



Contesto normativo europeo

Il sistema di classi energetiche, con una scala da A a G, è stato introdotto dall'Unione Europea già nel 2004, per facilitare l'individuazione di prodotti ad alta efficienza che consentano a produttori e consumatori di risparmiare sulle bollette. La disponibilità sul mercato di tecnologie sempre più efficienti ha portato ad indicare i prodotti con maggiore efficienza con A / A . Dato che questi valori risultano difficilmente comprensibili, a partire dal 2021 è stato previsto di «escalare» i prodotti nell'intervallo iniziale. Questo cambiamento riguarderà frigoriferi, lavastoviglie, lavatrici, schermi e lampadine. La legislazione dell'UE in materia di ecodesign ha stabilito, a Ottobre 2019, delle nuove norme di requisiti minimi in termini di efficienza energetica eliminando i prodotti meno performanti dal mercato. Le misure riguardano i prodotti precedentemente citati, oltre che motori elettrici, trasformatori di potenza e strumenti di saldatura.



Impatto ambientale

L'efficienza energetica, oltre alla ben nota riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra, ha un ruolo fondamentale anche nella riduzione dell'inquinamento atmosferico. Le attuali politiche di efficienza energetica potrebbero contribuire a livello mondiale a una riduzione del 40% delle emissioni di SO₂ (anidride solforosa, responsabile di fenomeni di acidificazione come la cosiddetta "pioggia acida"), del 35% di NO_x (ossidi di azoto, componenti dello smog fotochimico ad elevata tossicità) e il 60% di PM 2,5 (particolato di piccole dimensioni, più pericoloso del più noto PM10 per la sua capacità di penetrare negli alveoli polmonari).



Impatto economico

Installare lampadine a LED, elettrodomestici di classe A o superiore, e sostituire vecchi macchinari con strumentazioni di ultima generazione permette consistenti risparmi energetici ed economici. Per esempio, confrontato con fonti di illuminazione tradizionali, il risparmio energetico ottenuto utilizzando l'illuminazione a tubi LED è di circa il 93% rispetto alle lampade ad incandescenza, 90% rispetto alle lampade alogene, 70% rispetto alle lampade a ioduri metallici, 66% rispetto alle lampade fluorescenti. Inoltre la vita media di un tubo a LED è cinque volte superiore a quelli tradizionali. Il vantaggio è notevole, specialmente dove l'illuminazione è necessaria con continuità di servizio riducendo drasticamente i costi di esercizio e gestione. Esistono alcuni incentivi applicabili agli interventi di efficientamento energetico. Le imprese possono fruire di un credito di imposta agevolato per gli investimenti in beni nuovi strumentali. Altri vantaggi possono derivare dalla cosiddetta «Nuova Sabatini», una misura rivolta alle PMI che dispone il finanziamento per complessivi 540 milioni di euro nel periodo 2020-2025 (105 milioni per il solo 2020). La misura prevede inoltre un meccanismo preferenziale a favore degli investimenti effettuati dalle PMI in beni materiali nuovi a uso produttivo e a basso impatto ambientale.



Azioni di miglioramento

Effettuate un controllo degli elettrodomestici e/o delle apparecchiature alimentati a corrente, valutandone l'età, lo stato di usura e la classe energetica. Utilizzate queste variabili per definire una priorità nella loro sostituzione. Valutate l'investimento confrontando il costo di acquisto con il risparmio ottenibile, che può essere dedotto dalla differenza nel consumo in kWh associato alla classe energetica. Verificate la disponibilità di incentivi. Cercate di raggiungere almeno il 50% di elettrodomestici e apparecchiature ad alta efficienza energetica sul totale.



Esempi

Aldi, multinazionale della grande distribuzione, ha ottenuto la certificazione ISO 50001 per tutti i suoi punti vendita. Le sue iniziative di efficienza energetica hanno riguardato l'isolamento degli edifici e le ultime tecnologie di illuminazione e refrigerazione. L'attenzione ai consumi è parte di una strategia più ampia di sostenibilità, che include un'attenzione agli imballaggi e alla logistica, oltre all'autoproduzione con fonti rinnovabili. Qui trovate un riassunto della loro esperienza: <https://elettricomagazine.it/progetti-impianti-realizzazioni/efficienza-energetica-gdo-aldi/>

MIGLIORAMENTO #4.9.2

L'azienda sta promuovendo tra i dipendenti pratiche di risparmio energetico, comunicandole tramite direttiva/circolare.



SDG 16



SDG 7.3



SDG 16.6



WEF - 4P - P1-3

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Promuovere il risparmio energetico in azienda non solo contribuisce a ridurre l'impatto ambientale, ma permette di risparmiare sui costi e rende l'azienda più sostenibile. Per una PMI, sensibilizzare i dipendenti verso pratiche di risparmio energetico rappresenta un'opportunità strategica per migliorare l'efficienza operativa e costruire una cultura aziendale responsabile. Creare un programma educativo può aiutare i dipendenti a comprendere il valore del risparmio energetico e il suo impatto positivo, sia dal punto di vista ambientale che dei costi aziendali. Piccole sessioni informative e la distribuzione di materiale pratico, come linee guida per l'uso corretto degli strumenti elettronici o consigli su come ridurre i consumi quotidiani, possono essere strumenti preziosi per avviare il cambiamento. Per facilitare l'adozione di queste pratiche, l'azienda può suggerire azioni semplici, come spegnere computer e dispositivi alla fine della giornata, sfruttare il più possibile la luce naturale e ottimizzare l'uso di riscaldamento e aria condizionata. Anche piccole abitudini come queste, se adottate in tutto l'ufficio, possono fare una grande differenza sui consumi complessivi. Per aumentare l'impegno dei dipendenti, l'azienda può stabilire obiettivi di riduzione dei consumi energetici, premiando i team o le persone che ottengono i risultati migliori, attraverso riconoscimenti simbolici o benefit aziendali, come buoni regalo. Questi incentivi aiutano a coinvolgere attivamente i dipendenti, rendendo il risparmio

energetico un traguardo condiviso. Utilizzare promemoria visivi, come cartelli vicino a luci e dispositivi per ricordare di spegnerli, o inviare periodicamente messaggi di aggiornamento via email, può mantenere alta la consapevolezza. Comunicare ai dipendenti i risultati ottenuti grazie al loro impegno, indicando i risparmi ottenuti e l'impatto ambientale, motiva ulteriormente e rafforza il senso di partecipazione.

Contesto normativo nazionale

Attualmente, in Italia non esiste una normativa specifica che imponga alle PMI di promuovere il risparmio energetico tra i dipendenti. Tuttavia, alcune leggi incentivano pratiche di efficienza energetica per le imprese in generale, e vi sono incentivi volti a supportare la sostenibilità. La Legge n. 221/2015 (Collegato Ambientale) prevede, ad esempio, misure a favore dell'efficienza energetica delle aziende e incentivi per la riduzione dei consumi. Inoltre, tramite l'Ecobonus e il Credito d'imposta per l'efficienza energetica, le PMI possono accedere a detrazioni per interventi di efficientamento energetico. Sebbene queste misure siano principalmente rivolte a infrastrutture e processi aziendali, possono essere utilizzate indirettamente per promuovere un atteggiamento orientato al risparmio energetico, anche tra i dipendenti.

Contesto normativo europeo

In Europa, il Regolamento (UE) 2018/1999 sulla governance dell'Unione dell'energia e il Green Deal Europeo stabiliscono obiettivi di lungo termine per la riduzione delle emissioni e il risparmio energetico, incoraggiando le imprese a contribuire a questi obiettivi. Sebbene non imponga obblighi diretti alle PMI, il regolamento richiede agli Stati membri di favorire pratiche di efficienza energetica nelle imprese, che possono includere il risparmio energetico a livello di uffici e comportamenti del personale. Inoltre, la Direttiva sull'efficienza energetica (2012/27/UE, aggiornata nel 2018) invita le imprese, comprese le PMI, a ridurre i propri consumi energetici attraverso una serie di incentivi e programmi di supporto, che possono aiutare a sviluppare iniziative di sensibilizzazione interna. In alcuni Paesi, questi incentivi sono declinati in programmi specifici, disponibili per le PMI che adottano misure di risparmio energetico anche a livello comportamentale.

Impatto ambientale

Quando un'azienda inizia a comunicare buone pratiche attraverso direttive o circolari, si osservano miglioramenti ambientali, seppur parziali. Pratiche come lo spegnimento delle apparecchiature non utilizzate, l'ottimizzazione dell'illuminazione naturale e la riduzione degli sprechi nell'uso dei sistemi di climatizzazione portano a una diminuzione delle emissioni di CO₂ e a una minore impronta ambientale. Sebbene tali azioni abbiano un impatto positivo, la loro efficacia può essere limitata dalla scarsa consapevolezza o dall'incoerenza nell'applicazione da parte dei dipendenti, causando un effetto meno significativo rispetto a un approccio strutturato.

Impatto economico

L'adozione di direttive aziendali sulle buone pratiche di risparmio energetico rappresenta una strategia vantaggiosa per ridurre alcuni costi operativi senza la necessità di investimenti iniziali significativi. Questa iniziativa può infatti contribuire a una diminuzione dei consumi energetici nel medio e lungo termine, generando risparmi diretti in bolletta e migliorando l'efficienza complessiva delle risorse. Tuttavia, l'efficacia economica di tale approccio è strettamente legata al livello di partecipazione e impegno dei dipendenti. Per massimizzare il potenziale di risparmio, può essere utile integrare le direttive con un sistema di monitoraggio dei consumi e meccanismi di incentivazione, come premi per i reparti che adottano le pratiche più efficienti. Una comunicazione continua e chiara, che illustri i risultati ottenuti e l'impatto delle buone pratiche, favorirà un'adesione più ampia, garantendo benefici economici più consistenti per l'azienda nel tempo.

Impatto sociale

Una comunicazione ufficiale sulle pratiche di risparmio energetico rafforza l'immagine dell'azienda come organizzazione responsabile e attenta alla sostenibilità. Questo può migliorare la percezione dei dipendenti, creando un ambiente di lavoro più orientato alla responsabilità sociale e all'attenzione per il futuro. Tuttavia, se la comunicazione rimane solo a livello di direttiva formale, l'interesse dei dipendenti potrebbe diminuire nel tempo, poiché mancano interazione e coinvolgimento attivo che rendano la sostenibilità un valore condiviso e non solo un obbligo.



Azioni di miglioramento

L'azienda può trasformare una semplice direttiva di risparmio energetico in un programma di sensibilizzazione dinamico e continuo per aumentare l'efficacia delle iniziative. Un'ottima strategia potrebbe essere quella di organizzare brevi workshop o incontri periodici, dove approfondire l'importanza del risparmio energetico e mostrare esempi concreti di come piccoli gesti quotidiani possano fare la differenza. Per incentivare ulteriormente l'impegno, si potrebbe avviare una competizione mensile, premiando simbolicamente il team che ottimizza maggiormente i consumi energetici. Implementare un sistema di monitoraggio visibile che segnali i progressi in tempo reale, come un quadro con i consumi e risparmi registrati, potrebbe stimolare un sano spirito di competizione e far percepire i risultati tangibili. Inoltre, l'uso di promemoria visivi nei punti strategici, come accanto a luci, stampanti o apparecchiature da ufficio, manterebbe alta l'attenzione e favorirebbe l'adozione di comportamenti consapevoli e responsabili. Questa strategia, che unisce la comunicazione continua, l'incentivazione e il monitoraggio, consentirebbe di trasformare la direttiva in un impegno condiviso da tutti i dipendenti, con benefici concreti per l'azienda.

CRITERIO SODDISFATTO #4.11.1

L'azienda ha svolto un'analisi sui consumi e sui prezzi dell'energia in relazione all'attività svolta e ha strutturato per quanto possibile le attività in modo da ottimizzare, pur avendo poco margine di manovra.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La gestione delle attività in relazione ai consumi e ai prezzi dell'energia è un concetto che si riferisce alla pianificazione strategica delle operazioni aziendali tenendo conto dell'efficienza energetica e dei costi legati all'energia. Questo approccio è cruciale per ottimizzare i consumi energetici, ridurre i costi operativi e migliorare la sostenibilità complessiva dell'impresa. Una gestione "energy-aware" implica che le decisioni aziendali non solo considerino la produttività, ma anche il consumo energetico e l'impatto economico associato. Ad esempio, nel settore manifatturiero, il concetto di "energy-aware scheduling" riguarda la pianificazione delle attività produttive in modo tale da ridurre al minimo i consumi energetici, programmando le operazioni ad alta intensità energetica durante le ore in cui l'energia costa meno, come nelle fasce orarie F2 o F3, quando le tariffe energetiche sono più basse. Un altro esempio di gestione energetica efficace potrebbe essere evitare di eseguire attività che richiedono molta potenza, come il funzionamento simultaneo di macchinari industriali, per ridurre i picchi di potenza e, di conseguenza, contenere i costi legati alla domanda di picco (le tariffe energetiche si basano anche sulla potenza massima richiesta durante determinati periodi). Inoltre, è possibile monitorare costantemente i consumi energetici, utilizzando strumenti di misurazione e analisi che permettano all'azienda di intervenire prontamente in caso di inefficienze o per ottimizzare l'uso delle risorse. In generale, adottare una gestione attenta ai consumi energetici significa integrare nelle attività quotidiane pratiche di efficienza energetica che possono tradursi in risparmi significativi e in un minor impatto ambientale.

Contesto normativo nazionale

In Italia, la gestione dei consumi energetici e dei costi ad essi associati è strettamente legata a normative generali e regolamenti che promuovono l'efficienza energetica. La Legge 10/1991 (Legge quadro sull'efficienza energetica) stabilisce principi e strumenti per favorire il risparmio energetico e la razionalizzazione dei consumi nelle imprese, inclusi gli obblighi di monitoraggio e la pianificazione delle attività che impattano sul consumo di energia. In particolare, l'ARERA (Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente) ha suddiviso i consumi energetici in fasce orarie (F1, F2, F3), creando incentivi a una gestione consapevole e programmata dell'energia. Questo sistema di tariffe differenziate impone alle aziende di considerare i prezzi dell'energia al fine di ottimizzare i costi operativi, specialmente per le attività a consumo energetico elevato. Inoltre, il Decreto Legislativo 102/2014, in attuazione della Direttiva Europea sull'efficienza energetica, obbliga le grandi imprese a condurre audit energetici, favorendo l'adozione di pratiche di gestione energetica consapevole. La legge prevede incentivi fiscali e contributi per quelle imprese che intraprendono misure di miglioramento dell'efficienza energetica,

supportando così l'adozione di un approccio che tenga conto non solo del consumo, ma anche della variabilità dei costi energetici.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, la Direttiva 2012/27/UE sull'efficienza energetica impone agli Stati membri di adottare politiche per promuovere l'uso razionale dell'energia, comprese misure per l'efficienza nelle attività aziendali. Tra le disposizioni, viene enfatizzata la necessità di supportare le imprese nella pianificazione strategica dei consumi energetici attraverso strumenti di monitoraggio e gestione dei costi energetici. La Direttiva 2018/2001/UE (Renewable Energy Directive) stabilisce che le imprese devono considerare l'integrazione delle energie rinnovabili nei loro processi produttivi, incentivando l'adozione di tecnologie innovative che contribuiscono al contenimento dei consumi energetici e dei costi. Inoltre, la Strategia Europea per l'energia sostenibile incoraggia le aziende ad adottare pratiche di energy-aware scheduling e a sfruttare i meccanismi di pricing dinamico dell'energia, che tengono conto delle variazioni orarie dei costi energetici, favorendo il trasferimento delle attività ad alta intensità energetica verso le fasce orarie con costi inferiori.



Impatto ambientale

L'introduzione di una gestione consapevole dei consumi energetici e dei relativi costi comporta impatti ambientali positivi. L'ottimizzazione dei consumi riduce la domanda energetica complessiva, con conseguente abbattimento delle emissioni di CO₂, principalmente quando l'energia proviene da fonti non rinnovabili. Inoltre, l'adozione di strategie per spostare i carichi ad alta intensità energetica nelle fasce orarie più economiche contribuisce a minimizzare i picchi di domanda, riducendo la pressione sulle reti e, indirettamente, il ricorso a centrali elettriche meno efficienti. Questi miglioramenti, se ben implementati, portano a una maggiore sostenibilità ambientale, riducendo l'impatto ecologico delle attività aziendali. Tuttavia, una gestione ottimizzata può anche comportare il rischio di un utilizzo inefficiente di risorse, se non monitorata correttamente.



Impatto economico

L'ottimizzazione dei consumi e dei costi energetici genera impatti economici positivi significativi, sia diretti che indiretti. Un'efficace gestione dei consumi consente all'azienda di ridurre i costi operativi legati all'energia, un risparmio che può tradursi in margini di profitto più elevati e maggiore competitività sul mercato. Ad esempio, l'adozione di tecniche come l'ottimizzazione del consumo durante le ore di punta o l'implementazione di tecnologie a basso consumo può ridurre significativamente le spese in bollette energetiche. Inoltre, una gestione efficiente delle risorse energetiche aumenta la stabilità finanziaria dell'impresa, riducendo la vulnerabilità alle fluttuazioni imprevedibili dei prezzi dell'energia, che possono avere impatti notevoli sui bilanci aziendali, soprattutto per le imprese con alti consumi energetici. A livello indiretto, un impegno visibile nella gestione responsabile dei consumi energetici contribuisce a migliorare l'immagine dell'azienda, rendendola più attrattiva per gli investitori e per i consumatori che danno valore alla sostenibilità. La reputazione aziendale può beneficiare dell'impegno verso l'ambiente, il che, a sua volta, può portare a nuove opportunità di business, collaborazioni e accesso a incentivi fiscali per progetti sostenibili. Inoltre, i consumatori e le aziende sempre più sensibili alle tematiche ambientali sono più inclini a scegliere fornitori che dimostrano di investire nell'efficienza energetica, aprendo così nuove prospettive di mercato e ampliando la base clienti.



Impatto sociale

L'introduzione di una gestione ottimizzata dei consumi energetici ha impatti sociali positivi diretti e indiretti. L'impegno dell'azienda a ridurre i consumi energetici e a favorire l'efficienza contribuisce al benessere della comunità, riducendo l'inquinamento e migliorando la qualità dell'aria. Inoltre, la sostenibilità energetica può portare a una maggiore responsabilità sociale, aumentando la consapevolezza tra i dipendenti e i consumatori sull'importanza di comportamenti ecologicamente responsabili. A livello indiretto, l'adozione di politiche aziendali sostenibili può stimolare un cambiamento culturale all'interno della società, promuovendo stili di vita più attenti all'ambiente e creando un impatto positivo anche fuori dall'ambito aziendale.



Azioni di miglioramento

L'azienda ha già compiuto un passo importante, ma per consolidare e migliorare ulteriormente la gestione energetica, si suggerisce di proseguire con il monitoraggio continuo dei consumi e l'aggiornamento regolare delle strategie. Potreste valutare la possibilità di investire in tecnologie avanzate per la gestione intelligente dell'energia, come i sistemi di "energy management" (EMS), che consentono di ottimizzare l'uso dell'energia in tempo reale. Inoltre, potrebbe essere utile pianificare la revisione periodica delle tariffe energetiche per sfruttare al meglio le fasce orarie F2 e F3, evitando picchi di consumo che comportano costi elevati. Se non lo avete ancora fatto, potete effettuare un audit energetico per una maggiore consapevolezza dei consumi e una consulenza dedicata riguardo all'introduzione di miglioramenti nella gestione dell'energia. L'introduzione di queste soluzioni non solo migliorerà ulteriormente l'efficienza energetica, ma avrà anche impatti positivi in termini economici, riducendo i costi operativi e contribuendo alla sostenibilità ambientale.



Trasparenza

Il modulo valuta il grado di trasparenza dell'azienda nei confronti dei portatori d'interesse, analizzando il livello di accessibilità delle informazioni al pubblico e la protezione di eventuali dati sensibili.

30/100

Categoria: G	Tematiche: 7	Domande: 19	Compliance: 145
--------------	--------------	-------------	-----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Europa	38/100
Italia	38/100
Classe	40/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

Il tuo punteggio nel tempo

02/04/2025 11:03:23

30/100

6

CRITICITA` E RISCHI

7

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

4

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #1.1.1

L'azienda non sta redigendo un bilancio di sostenibilità annuale.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

i

Informazioni generali

La rendicontazione di sostenibilità è un rapporto che descrive gli impatti economici, ambientali e sociali di un'azienda o organizzazione derivanti dalle sue attività. L'obiettivo principale di tale rendicontazione è fornire una visione trasparente e completa delle performance ESG (ambientali, sociali e di governance) dell'organizzazione, illustrando il suo impegno e il contributo verso un'economia globale più sostenibile. Può assumere diverse forme: un bilancio di sostenibilità che si concentra esclusivamente sulle tematiche di sostenibilità o un bilancio integrato, che unisce dati finanziari e ESG in un unico documento. La rendicontazione non si limita a comunicare gli impatti e le prestazioni; è uno strumento strategico per la gestione interna, poiché aiuta l'azienda a monitorare e migliorare la propria performance sostenibile. È anche un mezzo per rafforzare la reputazione aziendale, dimostrando agli investitori, ai clienti e agli altri stakeholder l'impegno concreto verso pratiche responsabili. A livello operativo, consente di definire e misurare obiettivi sostenibili, monitorando i progressi nel tempo e identificando aree critiche di intervento. Un report di sostenibilità, oltre a presentare gli impatti ambientali (come le emissioni di CO₂, la gestione dei rifiuti, l'uso delle risorse naturali) e sociali (inclusione, diritti umani, condizioni di lavoro), esplora anche la governance aziendale, descrivendo come le decisioni vengono prese per garantire una gestione responsabile delle risorse e la trasparenza delle operazioni. In molti casi, il report segue linee guida internazionali come quelle stabilite dal Global Reporting Initiative (GRI), dalle Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) o dai Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni

Unite, per garantire una rendicontazione coerente, comparabile e verificabile. La trasparenza offerta dalla rendicontazione aiuta le aziende a gestire meglio i rischi legati alla sostenibilità, come quelli ambientali, normativi e reputazionali.

Contesto normativo nazionale

In Italia, la direttiva 2014/95/UE, recepita con il decreto legislativo 254/2016, ha introdotto l'obbligo di redigere una dichiarazione non finanziaria, obbligando le grandi aziende a rendicontare gli impatti delle loro attività in ambito ambientale, sociale e di governance. Questo obbligo riguarda principalmente le società quotate, le banche, le assicurazioni, le imprese di riassicurazione, e le aziende che hanno almeno 500 dipendenti e soddisfano specifici criteri patrimoniali e di fatturato. L'obbligo di rendicontazione era inizialmente limitato a queste categorie di imprese, ma con l'introduzione della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) che è stata recepita in Italia con il Decreto Legislativo n.125/2024, l'ambito di applicazione si estende progressivamente anche alle PMI quotate. Nel contesto italiano, la legge ha di fatto sancito una transizione dalle pratiche di responsabilità sociale d'impresa (CSR) volontarie verso una rendicontazione obbligatoria per un ampio segmento di aziende. Tuttavia, per le PMI non quotate, non esiste un obbligo stringente di redazione di un report di sostenibilità, ma esse possono trarre vantaggio da incentivi, sovvenzioni e altre forme di supporto che incoraggiano l'adozione di pratiche sostenibili. Ad esempio, molte PMI possono beneficiare di incentivi fiscali e agevolazioni legate alla transizione ecologica, che promuovono l'adozione di tecnologie e soluzioni verdi. L'orientamento verso la sostenibilità e la rendicontazione, pur non essendo obbligatorio per tutte le PMI, viene dunque incentivato attraverso una serie di misure di supporto che stimolano le aziende a intraprendere un percorso di miglioramento delle proprie performance ESG (ambientali, sociali e di governance). Sebbene la legge non imponga ancora un obbligo generalizzato di rendicontazione per tutte le PMI, l'evoluzione normativa, supportata da incentivi economici e strumenti di sensibilizzazione, sta indirizzando sempre più le piccole e medie imprese verso la necessità di misurare e comunicare il proprio impatto ambientale e sociale.

Contesto normativo europeo

A livello europeo, la direttiva 2014/95/UE, che ha stabilito l'obbligo di rendicontazione della sostenibilità per le grandi imprese, è stata ulteriormente integrata con l'introduzione della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) - Direttiva 2022/2464/EU -, approvata nel 2022. Questa direttiva estende l'obbligo di reporting anche alle PMI quotate, segnando un cambiamento significativo nel panorama europeo, dove sempre più imprese sono chiamate a rispondere alla crescente domanda di trasparenza in ambito ESG. La CSRD, entrata in vigore a partire dal 2024, fornisce alle aziende linee guida dettagliate per la redazione di report di sostenibilità, in modo da garantire una maggiore uniformità e comparabilità dei dati. A tal fine, l'Unione Europea ha introdotto gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), che stabiliscono parametri chiari su come le imprese devono rendicontare le proprie prestazioni ambientali, sociali e di governance. Sebbene la direttiva imponga l'obbligo di rendicontazione per le grandi imprese e le PMI quotate, per le PMI non quotate resta un'impostazione volontaria, con l'adozione degli ESRS VSME che permettono alle piccole e medie imprese di redigere un report in modo facoltativo e semplificato. Il quadro normativo europeo mira a creare un ambiente di business più trasparente, favorendo la sostenibilità come fattore competitivo. Sebbene la CSRD estenda l'obbligo alle PMI quotate, quelle non quotate sono comunque incoraggiate a intraprendere il percorso di sostenibilità, grazie anche a una serie di incentivi e finanziamenti disponibili attraverso i fondi europei per la transizione ecologica e digitale. Il sistema di rendicontazione proposto dalla CSRD e dai suoi standard è volto a migliorare la gestione del rischio, a rafforzare la fiducia del mercato e a promuovere il finanziamento delle attività sostenibili, favorendo così un'economia più verde e inclusiva. In sintesi, mentre in Italia e nell'Unione Europea non esiste un obbligo diretto di redazione di un report di sostenibilità per tutte le PMI, la spinta verso l'adozione di pratiche sostenibili è forte e si concretizza attraverso incentivi normativi, finanziamenti, e la creazione di un quadro normativo sempre più orientato alla sostenibilità e alla trasparenza.

Impatto ambientale

Redigere un report di sostenibilità annuale da parte di una PMI può generare una serie di impatti ambientali, sia positivi che negativi, diretti e indiretti. Questi impatti si riflettono sia sul comportamento aziendale che sul più ampio ecosistema in cui l'impresa opera. Dal punto di vista degli impatti positivi, la preparazione di un report di sostenibilità può contribuire in modo significativo alla riduzione dell'impatto ambientale dell'azienda. Il processo di raccolta dei dati necessari per il report obbliga l'impresa a monitorare attentamente le proprie attività, individuando aree di inefficienza energetica, eccessivo spreco di risorse naturali o elevate emissioni di CO₂. Questo stimola

l'adozione di misure correttive, come l'ottimizzazione dell'uso dell'energia, la riduzione dei consumi idrici, o l'adozione di materiali e processi produttivi più ecologici. Inoltre, un'accurata analisi dei flussi di rifiuti può portare all'implementazione di pratiche di economia circolare, come il riciclo e il riuso dei materiali, riducendo ulteriormente l'impatto ambientale. Con il report, l'impresa migliora la propria gestione interna. Tuttavia, la redazione di un report di sostenibilità comporta anche impatti negativi, principalmente legati al processo di raccolta dei dati e alla produzione del documento stesso. Ad esempio, la raccolta delle informazioni, soprattutto se non ben strutturata, può richiedere una notevole quantità di risorse, sia in termini di tempo che di energia. In particolare, il coinvolgimento del personale e dei reparti aziendali nel processo di reporting può generare un incremento temporaneo del consumo di energia e di materiali (come carta e toner) per la produzione di report e documentazione. Anche il ricorso a consulenti esterni, nel caso in cui l'azienda non disponga di risorse interne sufficienti, può comportare un ulteriore impatto ambientale derivante dai viaggi e dalle risorse necessarie per collaborare alla stesura del documento. A livello indiretto, l'effetto più rilevante riguarda il cambiamento di mentalità che la redazione del report di sostenibilità può generare nell'azienda. Spesso, l'esperienza di redazione del report porta l'impresa a rivedere non solo le proprie pratiche interne, ma anche il proprio ruolo all'interno della catena di fornitura e della comunità. La capacità di monitorare, valutare e migliorare continuamente le proprie pratiche ambientali rappresenta uno degli effetti più significativi di questo processo, soprattutto per una PMI che, tramite il reporting, diventa più consapevole del proprio impatto e inizia a intraprendere azioni concrete per ridurlo.



Impatto economico

Redigere un report di sostenibilità annuale da parte di una PMI genera una serie di impatti economici che si riflettono sia in costi diretti che indiretti, ma anche in benefici potenziali che possono influenzare positivamente la performance economica dell'impresa a lungo termine. Dal punto di vista dei costi diretti, l'impresa dovrà allocare risorse per la raccolta dei dati necessari alla redazione del report, che potrebbe richiedere l'impiego di personale interno o esterno, con conseguente aumento delle spese operative. Questo processo implica anche la necessità di implementare strumenti informatici o software specifici per il monitoraggio dei dati relativi agli aspetti ambientali, sociali e di governance. Inoltre, se l'azienda non possiede competenze interne adeguate, dovrà affidarsi a consulenti esterni per l'elaborazione del report, con un ulteriore esborso economico. I costi legati alla produzione e stampa del documento, qualora non venga redatto digitalmente o distribuito in modo elettronico, rappresentano un altro aspetto che potrebbe incidere sul budget aziendale. A livello di costi indiretti, un altro aspetto importante riguarda il tempo e le risorse umane da destinare al processo di raccolta e analisi dei dati, che potrebbero essere impiegate altrove nell'azienda. Ciò può comportare una temporanea perdita di produttività in altre aree operative, come la produzione o la gestione delle vendite. Inoltre, l'investimento iniziale necessario per l'implementazione di politiche e processi interni di monitoraggio delle performance ESG può comportare un onere finanziario aggiuntivo, soprattutto per le PMI che non dispongono di una struttura organizzativa o di strumenti già predisposti per questo scopo. Nonostante questi costi, i benefici economici legati alla redazione di un report di sostenibilità sono altrettanto significativi. Uno dei principali vantaggi riguarda l'accesso a incentivi economici e finanziamenti agevolati, che molte istituzioni pubbliche e private offrono alle imprese che adottano politiche sostenibili e trasparenti. La redazione di un report di sostenibilità può quindi migliorare l'accesso a capitali e finanziamenti, riducendo i costi di acquisizione del capitale per le PMI. Inoltre, l'adozione di pratiche sostenibili, documentate nel report, può tradursi in una riduzione dei costi operativi. Ad esempio, migliorare l'efficienza energetica o ridurre gli sprechi può abbattere i costi legati a risorse come l'energia o le materie prime. A lungo termine, un report di sostenibilità può favorire il miglioramento della reputazione dell'impresa, contribuendo ad aumentare la fiducia da parte di consumatori, investitori e altri stakeholder. Le PMI che dimostrano un impegno concreto verso la sostenibilità sono spesso in grado di attrarre nuovi clienti, in particolare quelli più sensibili alle questioni ambientali, e possono beneficiare di una maggiore fidelizzazione da parte della propria base di clienti esistenti. In questo modo, i benefici economici derivanti dalla maggiore visibilità e dalla reputazione positiva possono superare i costi iniziali legati alla redazione del report. Infine, un altro beneficio economico derivante dalla redazione di un report di sostenibilità è il miglioramento dell'efficienza operativa. La consapevolezza che nasce dall'analisi e dalla rendicontazione dei dati può stimolare l'azienda a ottimizzare i propri processi produttivi, riducendo sprechi e inefficienze che, nel lungo periodo, possono tradursi in risparmi concreti. Il miglioramento delle performance ESG può anche preparare l'impresa ad affrontare in modo più efficace le normative future, evitando costi legati a sanzioni o a modifiche strutturali necessarie per adeguarsi a requisiti ambientali più severi. In sintesi, sebbene la redazione di un report di sostenibilità annuale possa comportare costi diretti e indiretti significativi, in particolare nelle fasi iniziali, gli impatti economici positivi legati all'accesso a incentivi, al miglioramento dell'efficienza operativa e al rafforzamento della reputazione aziendale possono risultare determinanti nel lungo termine, con un ritorno sull'investimento che va oltre la semplice

rendicontazione finanziaria. La trasparenza sui risultati di sostenibilità, infatti, può tradursi in vantaggi economici diretti e indiretti che migliorano la competitività e la stabilità dell'impresa nel tempo.



Impatto sociale

La redazione di un report di sostenibilità annuale comporta sia impatti sociali positivi che negativi. Tra gli impatti negativi diretti, l'impresa può affrontare costi legati alla formazione o assunzione di personale qualificato per la raccolta e l'elaborazione dei dati, nonché al coinvolgimento di più dipartimenti (come risorse umane, comunicazione e sostenibilità), con una temporanea distrazione dalle attività core del business. Inoltre, potrebbe essere necessario ricorrere a audit esterni per garantire la qualità dei dati, aumentando i costi. A livello di impatti indiretti, l'adozione del reporting sociale potrebbe ridurre la produttività in altre aree aziendali e causare resistenze interne, specialmente se la cultura aziendale non è ancora orientata alla sostenibilità. Tuttavia, i benefici sociali derivanti dalla redazione di un report di sostenibilità sono molteplici e duraturi. Un impatto positivo diretto è la trasparenza, che afferma l'impegno dell'azienda verso le proprie persone e la comunità. Il report fornisce un'opportunità per comunicare chiaramente le politiche aziendali in materia di gestione delle risorse umane, parità di genere, formazione e benessere dei dipendenti, creando un ambiente di lavoro più inclusivo. Questo contribuisce a un miglioramento della soddisfazione e motivazione dei dipendenti, con impatti positivi sulla produttività e sulla fidelizzazione del personale, riducendo così i costi legati al turnover. Sul piano esterno, la redazione del report migliora le relazioni con la comunità e gli stakeholder (clienti, fornitori, partner), che apprezzano la trasparenza e l'impegno etico dell'azienda. Un impegno sociale ben documentato può favorire l'accesso a nuovi mercati e opportunità. Inoltre, il report può attrarre talenti, soprattutto giovani, sempre più sensibili a valori come l'etica, la giustizia sociale e la responsabilità ambientale, migliorando il posizionamento dell'impresa nel mercato del lavoro. Infine, la redazione di un report di sostenibilità stimola una cultura aziendale orientata al benessere collettivo, promuovendo decisioni più inclusive e consapevoli. Le PMI che adottano questo tipo di reporting possono rafforzare il loro impegno verso la diversità, l'inclusione e il rispetto dei diritti umani, creando valore non solo per l'impresa ma anche per la società.



Azioni di miglioramento

Anche se la redazione di un report di sostenibilità non è obbligatoria per tutte le PMI, è consigliabile cominciare a predisporre il bilancio di sostenibilità per i numerosi vantaggi che ne derivano. Il primo passo è valutare lo stato attuale dell'impresa in ambito sostenibilità, misurando i progressi compiuti. Successivamente, l'impresa dovrebbe definire un piano d'azione che includa la creazione di una relazione su obiettivi stabiliti e raggiunti in ambito ESG. Questo può essere il primo passo per redigere successivamente un bilancio conforme agli standard di sostenibilità. Adottare un report di sostenibilità consente di raccogliere dati preziosi per migliorare i processi aziendali. Anche senza un obbligo normativo, l'azienda che adotta per prima questo strumento può ottenere un vantaggio competitivo, migliorando la propria reputazione e dimostrando impegno verso la sostenibilità. La cultura aziendale dovrebbe orientarsi a considerare la sostenibilità come una componente strategica, coinvolgendo i dipendenti in programmi di sensibilizzazione, formazione e workshop. La definizione di un piano di azione per il report implica la raccolta e l'analisi dei dati da parte di un team multidisciplinare, con l'obiettivo di fissare obiettivi misurabili e garantire una comunicazione chiara dei risultati, creando trasparenza per gli stakeholder esterni. Redigere un report di sostenibilità offre l'opportunità di identificare inefficienze operative che, una volta risolte, possono portare a risparmi economici, miglioramenti nelle condizioni di lavoro e ottimizzazione delle risorse. La trasparenza sui progressi ESG costruisce fiducia, rafforzando la reputazione aziendale e incrementando la lealtà dei clienti. Sebbene l'investimento iniziale, come l'acquisto di software o la formazione dei dipendenti, possa sembrare significativo, è un investimento che ripaga nel lungo periodo, portando a una maggiore competitività e preparazione per eventuali sfide normative. Inoltre, la comunicazione dei risultati, attraverso il sito web o altri canali, favorisce un feedback continuo con gli stakeholder, contribuendo a una gestione più responsabile delle risorse e rafforzando l'impegno sociale e ambientale dell'impresa.

CRITICITA` #1.33.1

La vostra azienda non è in possesso di certificazioni di gestione. Adottare una certificazione di processo e/o qualità aiuta a migliorare la vostra

credibilità, ad incrementare le vostre vendite ampliando lo spettro dei mercati raggiungibili e, non ultimo, a preservare maggiormente l'ambiente e contribuire alla creazione di una società più equilibrata.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il sistema di gestione è inteso come un insieme di procedure e di sistemi informativi dedicati al governo di un processo aziendale. I sistemi di gestione devono innanzitutto integrare i principi della vostra azienda. Per garantire una migliore efficienza ed un processo di miglioramento continuo è fondamentale avere un sistema di gestione integrato per qualità, ambiente, salute e sicurezza. Molte aziende decidono di certificare il proprio sistema di gestione per avere un accesso privilegiato al mercato, per essere conformi a determinati requisiti di legge o per difendere la propria competitività. Rivolgersi a un ente accreditato consente un riconoscimento oggettivo della conformità a determinati parametri di riferimento che assumono un valore rilevante nel proprio settore e/o mercato. Esempi di certificazioni di questo tipo sono quelle relative all'ambiente (EMAS, ISO 14001), all'energia (ISO 50001), alla qualità (ISO 9001), alle risorse idriche (ISO 46001), alla sicurezza dei sistemi informatici (ISO 27001, ISO 27701), etc.



Contesto normativo europeo

La promozione della certificazione dei sistemi di gestione è un tema centrale anche per l'Unione Europea. Una prova dell'impegno europeo in questa direzione è la creazione dell'EMAS (Eco-management and audit scheme) per migliorare le prestazioni ambientali e la trasparenza nei confronti dei dipendenti e degli stakeholder esterni riguardo a questi temi.



Impatto ambientale

Le certificazioni di gestione ambientale hanno un ruolo determinante nel migliorare il proprio impatto sugli ecosistemi. ISO 14000, ad esempio, è una famiglia di standard relativi alla gestione ambientale che esiste per aiutare le organizzazioni (a) a minimizzare il modo in cui le loro operazioni (processi, ecc.) influiscono negativamente sull'ambiente (cioè provocano cambiamenti negativi all'aria, all'acqua o alla terra) ; (b) rispettare le leggi, i regolamenti e altri requisiti relativi all'ambiente; e (c) migliorare continuamente nelle aree sopra indicate.



Impatto economico

Le certificazioni di processo possono avere anche un impatto economico, in quanto funzionano come un processo di apprendimento per realizzare economie di scala e costi di transazione inferiori. Ad esempio: la certificazione del caffè globale ha un impatto positivo sulle prestazioni economiche portando ad un aumento della produttività del caffè, contribuendo nel contempo al soddisfacimento dei requisiti sociali e ambientali della produzione. Global Coffee Certification: <https://cris.maastrichtuniversity.nl/portal/files/26183557/c5991.pdf> Puoi inviare proposte per investimenti responsabili, che è un approccio agli investimenti che incorpora fattori ambientali, sociali e di governance (ESG) nelle decisioni di investimento, per gestire meglio i rischi e generare sostenibilità, lungo ritorni a termine. È possibile usufruire di maggiori possibilità di sovvenzioni e capitali UE da banche e istituzioni finanziarie. <https://www.unpri.org/>



Impatto sociale

Un impatto sociale positivo è un aspetto inevitabile delle certificazioni di gestione dei processi. Ad esempio: una certificazione SA8000 accreditata fornisce la garanzia continua e affidabile che una società sostiene le aspettative di rendimento sociale, ma allo stesso tempo migliora continuamente i propri sistemi di gestione per affrontare e prevenire i rischi sociali e lavorativi. <http://www.sa-intl.org/>



Azioni di miglioramento

Il primo passo è scegliere un tipo di certificazione e assicurarti che lo standard che hai scelto sia quello giusto per la tua azienda. Ci sono due modi per farlo, uno è chiedere ad un ente di accreditamento o ad una società di consulenza. Se il vostro budget è limitato potete rivolgervi ad associazioni di settore o professionali e informarvi sulle certificazioni che sono state ottenute da altri membri e sui risultati ottenuti. Potreste anche parlare con clienti certificati o fornitori. Scaricando le linee guida standard scelte potete iniziare preparare il lavoro internamente, in modo tale da contattare un organismo di verifica solo per la fase finale di certificazione. Rivolgetevi ad enti di certificazione accreditati da Accredia, l'unico ente di accreditamento designato dal governo italiano.



Esempi

Global Coffee Certification <https://cris.maastrichtuniversity.nl/portal/files/26183557/c5991.pdf>

CRITICITA` #1.10.1

La vostra azienda non sta adottando strumenti specifici di prevenzione e contrasto alla corruzione. Suggeriamo di mettere in opera strumenti digitali per monitorare, tracciare e rendicontare le vostre operations e comunicate efficacemente ai vostri stakeholders che non tollerate alcuna forma di corruzione, quali conflitti di interessi, estorsioni, tangenti, o altri illeciti.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La corruzione è l'abuso di potere al fine di ottenere vantaggi privati. La corruzione assume molte forme, come le tangenti, il traffico di influenza, l'abuso d'ufficio, ma può anche celarsi in nepotismo, conflitti di interesse o porte girevoli tra il settore pubblico e quello privato. La corruzione agisce da freno alla crescita economica, creando incertezza aziendale, rallentando i processi e imponendo costi aggiuntivi. Per la sola lotta alla corruzione l'Europa spende oltre 120 miliardi di € ogni anno. Le linee guida UE per la crescita e lo sviluppo impongono l'eradicazione di tutti gli atteggiamenti criminali che possano arrecare danno al mercato globale e ai suoi agenti.



Contesto normativo nazionale

In Italia sono attive diverse leggi riguardo alla corruzione, specialmente per quanto concerne gli appalti pubblici. Inoltre, queste leggi sono in continuo sviluppo in quanto questo viene considerato uno dei fenomeni più degradanti dell'economia del nostro paese. Per ulteriori informazioni riguardo alle leggi attive e le pene per i trasgressori, un rimando al seguente link https://www.anticorruzione.it/consulta-i-documenti?q=&argument=119065&type=119158&recipients=119119&sort=ddm__Dataclu0_String_sortableDESC



Contesto normativo europeo

L'Unione Europea si batte in prima linea contro la corruzione, raccomandando a tutti i suoi stati membri di adottare misure e politiche volte a ridurre fino ad eliminare ogni forma di corruzione sia nei settori pubblici che privati. Gli sforzi sono incentrati sui seguenti pilastri: integrazione delle disposizioni anticorruzione nella legislazione e nella politica orizzontali e settoriali dell'UE; monitoraggio delle prestazioni nella lotta alla corruzione da parte degli Stati membri; sostenimento dell'attuazione delle misure anticorruzione a livello nazionale mediante finanziamenti, assistenza tecnica e condivisione delle esperienze; incremento di prove quantitative per la politica anticorruzione.



Impatto economico

Il mancato controllo su eventuali fenomeni di corruzione all'interno dell'azienda possono portare a grosse inefficienze. Ad esempio, un fornitore scelto con un meccanismo poco limpido potrebbe caricare prezzi più alti del dovuto e/o fornire prodotti di qualità inferiore. Questo può riflettersi in costi più alti per i propri clienti e quindi spesso perdita di market share. Inoltre, una comunicazione efficace della lotta alla corruzione può migliorare l'immagine dell'azienda, il che si traduce in una facilità maggiore nell'acquisire e fidelizzare clienti per i quali la brand reputation è uno dei principali fattori chiave nel processo di acquisto. Migliorando la trasparenza riguardo ai fenomeni di corruzione, si possono rilevare vantaggi sia con i fornitori, i quali saranno meglio disposti a competere per offrire le migliori condizioni possibili, che con i clienti, per i quali la brand reputation è di fondamentale rilevanza, che con eventuali partner. Inoltre, la mancata trasparenza rischia di demotivare i propri dipendenti e collaboratori, rischiando di diminuirne il livello di efficienza ed efficacia nel loro lavoro. La stesura di un report riguardante delle misure messe in atto per evitare ogni tipo di corruzione può avere grandi impatti sulla reputazione aziendale. Migliorando la trasparenza si possono rilevare vantaggi sia con i fornitori, i quali saranno meglio disposti a competere per offrire le migliori condizioni possibili, che con i clienti, per i quali la brand reputation è di fondamentale rilevanza, che con eventuali partner. Inoltre, la mancata trasparenza rischia di demotivare i propri dipendenti e collaboratori, rischiando di diminuirne il livello di efficienza ed efficacia nel loro lavoro. La percezione di possibile corruzione porta ad una diminuzione degli investimenti, soprattutto da parte di enti geograficamente distanti che non hanno possibilità di monitorare direttamente le aziende in cui stanno iniettando denaro. Uno studio recente ha dimostrato come l'innalzamento del 10% della CPI (Corruption Perception Index) porterebbe in Italia l'innalzamento degli investimenti dall'estero del 28,1%. La comprovata trasparenza della tua impresa può essere un ottimo biglietto da visita per attrarre investimenti. http://www.repubblica.it/economia/2018/09/12/news/corruzione_costo_italia-206136292/



Impatto sociale

Monitorare attivamente i processi all'interno e nelle fasi subite precedenti e successive della supply chain, assicurandosi che non siano presenti forme di corruzione, infiltrazioni mafiose o simili, e denunciandole se presenti, porta un impatto positivo sulla realtà in cui operano. Ciò permette che vengano soddisfatti i diritti umani promossi nell'SDG 16 dell'agenda 2030. Non solo i governi ma anche le aziende private possono e devono partecipare attivamente al raggiungimento di questi diritti.



Azioni di miglioramento

Per migliorare la trasparenza aziendale riguardo alla corruzione, si raccomanda di stendere un report periodico comprensivo delle azioni adottate quotidianamente per il monitoraggio e la lotta alla corruzione all'interno dell'azienda. Può essere di grande impatto anche la pubblicazione di opuscoli e/o apposite sezioni all'interno del proprio sito web. Inoltre, per una migliore comunicazione e per un maggior controllo sulla filiera, si consiglia di inviare ai propri clienti e fornitori mail con il proprio report, stimolandoli a controllare loro stessi possibili forme di corruzione. Per la compilazione del report, si consiglia di seguire le linee guida fornite dal GRI 205 (<https://www.globalreporting.org/standards/media/1006/gri-205-anti-corruption-2016.pdf>), utile a fornire uno standard di compliance. Per innestare un circolo virtuoso sulla filiera, si propone di inserire nei contratti con i fornitori o partner delle clausole dove entrambe le parti si ripromettono di monitorare attivamente le possibili forme di corruzione all'interno della propria azienda e di riproporre questo tipo di clausola con altri partner e/o fornitori. Un ulteriore impatto può essere dato dalla digitalizzazione: studi dimostrano come ad un incremento del 10% delle strutture digitali corrisponda una diminuzione del 14% di corruzione su scala nazionale (http://www.repubblica.it/economia/2018/09/12/news/corruzione_costo_italia-206136292/). Si consiglia quindi l'adozione di CRM e in generale di un sistema informativo integrato che possa tenere traccia di tutti i movimenti, minimizzando le possibilità di deviazione rispetto alle procedure standard e quindi una maggiore tracciabilità di meccanismi di corruzione.

CRITICITA` #1.16.1

La vostra azienda ha da poco avviato il processo di adeguamento per implementare il sistema di gestione della sicurezza delle informazioni.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il sistema di gestione della sicurezza delle informazioni è obbligatorio in base al regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR), un regolamento europeo relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati. Questo regolamento costituisce un passo essenziale per rafforzare i diritti fondamentali dei cittadini nell'era digitale e agevolare le attività economiche semplificando le regole per le imprese nel mercato unico digitale. ATTENZIONE: Esistono delle minime eccezioni all'applicazione del suddetto regolamento. Solo se il trattamento dei dati personali non è una parte essenziale della vostra attività e quest'ultima non crea rischi per le persone, alcuni obblighi del GDPR non si applicheranno alla vostra azienda, come ad esempio la nomina di responsabile della protezione dei dati. Ricordate che tra le «attività essenziali» rientrano le attività in cui l'elaborazione di dati costituisce una parte fondamentale dell'attività del titolare o del responsabile del trattamento.



Contesto normativo nazionale

Intraprendere il percorso di adeguamento al GDPR permette innanzitutto di rispettare il Regolamento Europeo e di non incorrere in sanzioni, considerando che il termine ultimo di adeguamento introdotto con il D.lgs. 101/2018 è terminato. La sanzione oscilla tra il 2% e il 4% del fatturato, a seconda della gravità delle violazioni, e può raggiungere i 20 milioni di euro. Per esempio: - 2% del fatturato complessivo per le imprese che, ad esempio, non avranno nominato il DPO, non comunichino data breach all'Autorità garante, violino le condizioni sul consenso dei minori oppure che trattino in maniera illecita i dati personali degli utenti; - 4% del fatturato per le imprese nei casi, ad esempio, di trasferimento illecito di dati personali ad altri Paesi o di inosservanza di un ordine imposto dal Garante.



Contesto normativo europeo

Il Regolamento generale per la protezione dei dati personali n. 2016/679 (General Data Protection Regulation o GDPR) è entrato in vigore a Maggio 2018, si tratta della normativa europea in materia di protezione dei dati. Col regolamento europeo si passa da una visione proprietaria del dato, in base alla quale non lo si può trattare senza consenso, ad una visione di controllo del dato, che favorisce la libera circolazione dello stesso rafforzando nel contempo i diritti dell'interessato, il quale deve poter accedere alle informazioni riguardo all'uso dei propri dati. Maggiori informazioni sul sito ufficiale: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_it



Impatto economico

Il costo per l'adeguamento al GDPR può rappresentare un investimento consistente per una PMI. Secondo una ricerca di IAPP e EY, il valore medio di investimento per l'adeguamento al GDPR per le grandi aziende nel 2017 era di 480.000 euro. Tale importo è rappresentato sia dai costi HR derivanti dal ruolo del DPO, dai costi dei consulenti e dagli investimenti in IT derivanti dalla necessità di essere compliant alla normativa. Una PMI può utilizzare delle strategie di risparmio che possano rendere accessibile l'investimento, ma non si può negare che si tratti comunque di un costo notevole. Tuttavia, anche non adeguarsi alle normative può comportare dei costi elevati: al primo posto vi sono sicuramente le sanzioni, ma è rilevante anche la vulnerabilità e il conseguente rischio di costi spropositati in seguito a un data breach. Questi costi si riferiscono alla perdita di tempo e risorse per il ripristino dei dati e delle condizioni lavorative. L'attacco informatico potrebbe anche mirare a fondi destinati all'azienda, oppure chiedere un riscatto per i dati trafugati. Anche l'immagine dell'azienda ne risentirebbe, a causa dei possibili ritardi e dell'eventuale necessità di comunicare quanto avvenuto. L'adeguamento al GDPR permette di ridurre il rischio di subire violazioni grazie al costante monitoraggio della struttura aziendale e alla formazione continua del personale che tratta i dati e permette di reagire prontamente ad un eventuale violazione tramite le apposite procedure.



Azioni di miglioramento

Per allinearsi al GDPR è necessario fare affidamento a professionisti di consolidata esperienza in questo ambito. Sarebbe consigliato rivolgersi ad un consulente con competenze sia legali che informatiche. Sarà necessario nominare un Data Protection Officer. Inoltre, sarà inevitabile adeguare i sistemi informativi aziendali per conformarli ai requisiti normativi e predisporre una formazione appropriata per il personale.

CRITICITA` #1.27.1

La vostra azienda non ha ancora adottato il Modello 231 (Modello di organizzazione, gestione e controllo).

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il Modello 231 viene adottato su base volontaria come strumento preventivo per permettere alle imprese di essere dispensate da una serie di reati imputati ai singoli dipendenti, così come appositamente espresso dalla normativa. Mediante la compilazione del Modello, la società può infatti chiedere legittimamente l'esclusione o la limitazione della propria responsabilità derivante da uno dei reati menzionati dalla norma. Secondo quanto detto sopra, non è ancora previsto alcun tipo di sanzione per la mancata adozione del Modello 231. Tuttavia, sussiste un alto rischio di esposizione alla responsabilità penale e a sanzioni amministrative, pecuniarie ed interdittive per l'ente qualora un suo dipendente dovesse commettere atti illeciti e/o reati amministrativi nei suoi interessi e/o a vantaggio dell'ente stesso.



Contest normativo nazionale

Secondo il D.Lgs. 231/01 gli enti sono ritenuti responsabili delle condotte illecite tenute dai propri dipendenti che procurano un vantaggio all'ente stesso. Tale responsabilità può essere considerata sia in senso commissivo (es: mancata adozione del modello per prevenire il reato) che omissivo (es: mancata operazionalizzazione del modello). Dunque, l'adozione e l'implementazione del Modello 231 da parte dell'ente permette allo stesso di tutelarsi avendo la possibilità di essere dispensato dalla responsabilità dei suddetti reati. Inoltre, l'art. 6 comma 4 del D.Lgs. 231/01 concede alle PMI la possibilità di adottare un Modello 231 semplificato, purché tale Modello rispetti le altre condizioni previste dallo stesso articolo. In particolare, le PMI possono delegare i compiti di vigilanza all'organo dirigente anziché istituire un organismo di vigilanza. Anche nel caso del Terzo settore, il Codice del Terzo settore e il D.lgs. 112/2017 sanciscono che l'organo di controllo interno a questi enti vigili anche sull'osservanza del Modello 231. Infine, anche se facoltativa, in alcune regioni l'adozione del Modello 231 da parte dell'ente: - è necessaria per ottenere l'accesso al credito per specifici settori; - viene presa in considerazione per l'assegnazione del punteggio del Rating di legalità da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM); - aiuta prevenire le cause di esclusione da gare pubbliche previsti dal «Codice degli appalti e delle concessioni».



Impatto economico

Per quanto non sussistano sanzioni per la mancata adozione del Modello, gli enti che non lo hanno ancora adottato né implementato sono soggetti ad un alto rischio di esposizione a sanzioni amministrative, pecuniarie e interdittive, oltre che a danni reputazionali, nel caso in cui un reato si dovesse verificare e l'ente venga ritenuto responsabile. Inoltre, anche se facoltativa, in alcune regioni l'adozione del Modello 231 da parte dell'ente può comportare delle agevolazioni.



Azioni di miglioramento

Iniziare a svolgere un'analisi dei processi e delle attività aziendali, delle risorse coinvolte e dei principali rischi a cui siete esposti, in modo da definire una politica aziendale efficace, un piano di miglioramento dettagliato e iniziare a redigere un Modello 231 ad hoc per la società. Ricordate che essendo una PMI, potete anche adottare ed implementare il Modello 231 semplificato. Inoltre, è importante verificare periodicamente lo stato dell'avanzamento della strategia di miglioramento e della corretta implementazione del Modello in quanto deve essere costantemente aggiornato nel rispetto dell'evoluzione del quadro normativo di riferimento.

CRITICITA` #1.17.1

Nella vostra azienda non è presente la figura del DPO (Data Protection Officer).

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il Data Protection Officer è una figura chiave nell'implementazione di un corretto sistema di gestione della sicurezza delle informazioni. Per questo motivo, nominare questa figura è uno dei requisiti fondamentali per allinearsi al GDPR. Il DPO ha il compito di analizzare, valutare e disciplinare la gestione del trattamento dei dati personali e della loro protezione all'interno dell'azienda, secondo le direttive imposte dalle normative vigenti.



Contesto normativo europeo

Ricordiamo che la mancata nomina di un Data Protection Officer rappresenta una violazione al Regolamento Europeo 2016/679, e che la sanzione prevista corrisponde al 2% del fatturato.



Impatto economico

La nomina di un DPO comporta un incremento dei costi, anche se l'impatto può essere ridotto ricorrendo all'outsourcing, a seconda dell'importanza strategica di questa figura.



Azioni di miglioramento

Provvedete quanto prima a inserire in azienda la figura del DPO che ha la responsabilità per lo sviluppo, il mantenimento e l'emissione di una politica di sicurezza delle informazioni. La nomina del «Data Protection Officer» può essere affidata a personale interno o esterno di un'azienda purchè abbia comprovate capacità in aree giuridiche e informatiche. È necessario garantire l'autonomia e indipendenza del DPO nell'esercizio delle sue funzioni, che deve anteporre la protezione dei dati agli interessi commerciali. Se state valutando la nomina di un DPO, potete leggere questo articolo per avere qualche spunto: <https://www.corrierecomunicazioni.it/privacy/gdpr/ecco-come-il-data-protection-officer-diventa-leva-di-business/> Anche quando non obbligatoria, la designazione del DPO è particolarmente raccomandata per tutti i casi in cui le attività di trattamento costituiscano probabili fonti di rischio per i diritti e le libertà delle persone fisiche.

MIGLIORAMENTO #1.9.2

Rispettate tutti i requisiti per l'ottenimento del rating di legalità ma non ne avete ancora fatto richiesta oppure siete in attesa che vengano svolte le verifiche necessarie per l'attribuzione da parte dell'AGCM.

Attivatevi/ Continuate ad agire nel rispetto dei requisiti per ottenerlo in modo da poter trarre vantaggio dai benefici ad esso connessi.



SDG 16



SDG 16.6



SDG 16.b

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il rating di legalità è una sorta di riconoscimento, misurato in «stelle», indicativo del rispetto della legalità da parte delle imprese e, più in generale, del grado di attenzione riposto nella corretta gestione del proprio business. L'ottenimento del rating consente alcuni vantaggi per l'accesso ai finanziamenti pubblici e al credito bancario.



Contesto normativo nazionale

Il decreto interministeriale del 20 febbraio 2014 n. 57 disciplina il rating di legalità. Il rating di legalità è attribuito dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato AGCM, ha durata di due anni dal rilascio ed è rinnovabile su richiesta. Potranno richiedere l'attribuzione del rating le imprese operative in Italia che abbiano raggiunto un fatturato minimo di due milioni di euro nell'esercizio chiuso l'anno precedente alla richiesta e che siano iscritte al registro delle imprese da almeno due anni. Il Regolamento attuativo in materia di rating di legalità con Delibera 15 maggio 2018, n. 27165 disciplina le modalità in base alle quali si tiene conto di questo rating attribuito alle imprese ai fini della concessione di finanziamenti da parte delle pubbliche amministrazioni e di accesso al credito bancario.



Contesto normativo europeo

Migliorare l'accesso al credito per le PMI è uno degli obiettivi della Commissione Europea, che è stato anche dettagliato nello Small Business Act (SBA). Non esiste a livello europeo un'iniziativa equivalente al Rating di Legalità dell'AGCM. Esistono però numerose iniziative di finanziamento tramite intermediari di diverso tipo (autorità nazionali, regionali, locali; banche e venture capital) basate sulla condivisione del rischio.



Impatto economico

L'accesso al credito è una delle principali barriere nello sviluppo delle imprese di dimensioni contenute: in tutte le fasi del loro ciclo di vita, le piccole imprese lottano più delle grandi imprese per ottenere finanziamenti. Per rimanere competitive, tutte le imprese devono accedere a finanziamenti esterni per l'innovazione, la digitalizzazione, l'internazionalizzazione e il miglioramento delle competenze. Ottenendo il rating di legalità, si ottengono diversi vantaggi sia per ottenere finanziamenti pubblici che per ricevere credito dalle banche.



Azioni di miglioramento

Informatevi e tenetevi aggiornati su tutti i requisiti per ottenere il rating dal sito ufficiale dell'AGCM: <https://www.agcm.it/competenze/rating-di-legalita/regolamento-attuativo-in-materia-di-rating-di-legalit> Se rispettate tutti i requisiti, vi consigliamo di fare richiesta al più presto mediante apposito Formulario compilabile direttamente sul sito dell'Autorità, al seguente link: <https://www.agcm.it/servizi/webrating>. Potrete poi migliorare il punteggio con una migliore gestione di impresa, anche nell'ambito della responsabilità sociale.

MIGLIORAMENTO #1.6.2

La vostra azienda non presenta un piano strategico di sostenibilità, ma include uno o più obiettivi di sviluppo sostenibile che tengono conto di tematiche ambientali e/o sociali.

Estendete il vostro approccio in maniera che coinvolga tutte e 3 le aree della sostenibilità (sociale, ambientale o economico), al fine di avere un piano di sviluppo strategico.

SCP/SIP
 SDG 8
 SDG 12
 OECD 1
 TCFD
 Rating Legalità
 GRI 3-3
 SDG 8.3

SDG 12.6
 WEF - 4P - P1-1
 EU ESRS - E1-1
 IFRS
 IFRS S2 Informativa sul clima - 14

IFRS S2 Informativa sul clima - 27 | 28

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Per perseguire la sostenibilità economica, sociale e ambientale è necessario redigere un piano di lavoro dettagliato che definisca obiettivi e azioni da intraprendere. Redigere un piano di lavoro per lo sviluppo sostenibile non differisce molto dal processo di implementazione della strategia aziendale.



Impatto ambientale

Non includendo gli obiettivi di sviluppo sostenibile nella vostra strategia, rischiate di trascurare molti impatti ambientali negativi. Alcune aree che spesso non vengono prese in considerazione sono, per esempio, la conservazione della biodiversità, l'uso sostenibile del territorio e la gestione delle risorse idriche.



Impatto economico

Definire un piano di lavoro per lo sviluppo sostenibile in modo chiaro e sinergico rispetto alla strategia complessiva di business consente di gestire il possibile conflitto tra le attività dell'azienda e la sostenibilità. Se lo sviluppo sostenibile non viene gestito nel modo corretto, si può andare incontro a maggiorazioni di costo o sanzioni, soprattutto nel lungo periodo.



Impatto sociale

Mettendo in atto un piano di sviluppo sostenibile, la vostra azienda può migliorare il benessere sociale. Sono infatti molti i fattori che influenzano il benessere della collettività, ma sicuramente aspetti come salute, sicurezza e standard di vita possono essere correlati alle vostre attività. Per esempio, una migliore gestione dei rifiuti può rendere una località più pulita ed evitare il rilascio di sostanze tossiche.



Azioni di miglioramento

Per definire un piano strategico di sviluppo sostenibile potete seguire le linee guida degli standard più diffusi, che sono consultabili gratuitamente online (come i framework dell'UE 2030, l'Agenda 2030 ONU, gli standard GRI, etc.). Potete poi iniziare elencando le strategie aziendali esistenti e le azioni che prevedete di implementare a breve termine, cercando di capire quale impatto finanziario/ambientale/sociale positivo possono portare allo stesso tempo. E` anche possibile affidarsi a società di consulenza, ma la supervisione del management è fondamentale dal punto di vista della responsabilità.



Esempi

Potete scaricare questo template come un esempio di strumento di pianificazione, comunque un template di piano di lavoro di sviluppo sostenibile non è molto differente da un template di piano di lavoro generico, quindi potresti anche chiedere al tuo project manager oppure reperire molti altri template online. [SCARICA IL TEMPLATE](http://www.toscana.istruzione.it/allegati/2013/pdm_esempio.doc)

MIGLIORAMENTO #1.7.3

La vostra azienda sta coinvolgendo solo alcuni degli stakeholder sul vostro programma di lavoro di sviluppo sostenibile.

Potreste organizzare degli incontri interni in azienda dove aggiornare tutti i lavoratori sul vostro programma di sviluppo sostenibile. Aumenterete l'impegno e la dedizione dei vostri dipendenti/lavoratori.



SDG 12.8



EU LSME- ESRS - SBM-2

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il concetto di stakeholder nasce dalla consapevolezza che non sono soltanto gli azionisti ad avere degli interessi relativamente alle attività di un’azienda, ma esistono diversi gruppi di interesse che possono beneficiare o essere danneggiati dalle azioni di un’organizzazione. Uno stakeholder viene quindi definito come un individuo o un gruppo che risente dalle attività di un’azienda. Le responsabilità di un’azienda non possono essere limitate alla profitabilità, ma devono includere un contributo positivo alla comunità. Gli stakeholder possono essere interni, come dipendenti e management, o esterni, come autorità pubbliche, clienti strategici, fornitori, banche, sindacati, etc.



Contesto normativo europeo

La Commissione Europea è impegnata in prima linea nel coinvolgimento degli stakeholder, consentendo ai cittadini di fornire dei feedback e partecipare ad attività di consultazione.



Impatto ambientale

Coinvolgere gli stakeholder contribuisce a definire in modo chiaro gli obiettivi di sostenibilità e gli strumenti per raggiungerli, migliorando l’efficacia delle iniziative anche in termini di impatto ambientale.



Impatto economico

I benefici economici di una gestione efficace degli stakeholder sono molteplici e specifici a seconda del tipo di individuo o gruppo di interesse. Per esempio, avere dipendenti più soddisfatti può garantire un maggiore rendimento che si traduce in un incremento delle vendite o una riduzione dei costi. Pensando a stakeholder esterni, i vantaggi possono derivare da una maggiore confidenza con le attività dell’azienda.



Impatto sociale

Prendere in considerazione gli interessi degli stakeholder, soprattutto in riferimento alla comunità, permette il raggiungimento di un forte impatto sociale permettendo allo stesso tempo all’azienda di diventare un punto di riferimento locale in termini di sviluppo sostenibile.



Azioni di miglioramento

Coinvolgere tutti i portatori di interesse permette di raggiungere i vostri obiettivi più velocemente. Potete creare una lista dei possibili stakeholder e dei loro interessi, e successivamente verificare i possibili benefici derivanti dal loro coinvolgimento. Per coinvolgere gli stakeholder potete seguire i consigli di AccountAbility: 1. Definite gli obiettivi del coinvolgimento; 2. Definite le aree di coinvolgimento; 3. Definite il ruolo e le responsabilità degli stakeholder. Per ulteriori informazioni potete leggere questa guida: https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES_2015.pdf

MIGLIORAMENTO #1.8.2

La vostra azienda comunica solo parzialmente i suoi valori (mission/vision, cultura aziendale). Dovreste coinvolgere piu’ stakeholder possibile, comunicandogli la vostra cultura aziendale, per dare maggior valore alla vostra azienda.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Verificate che tutto il vostro materiale informativo descriva in maniera chiara e trasparente il modus operandi aziendale (es. come l’azienda vende, ricicla, opera, come adotta e rispetta normative europee/standards di riferimento). Nell’attuale contesto economico si registra, da parte degli investitori, un notevole aumento di interesse ed attenzione verso queste forme di responsabilità.



Contesto normativo nazionale

La legge italiana in materia di trasparenza aziendale è considerata una delle più avanzate in Europa. Il decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231 prevede che alle aziende venga consentito comunque l'accesso ai benefici di legge in caso di liquidazione coatta, amministrazione controllata o fallimento anche se è stato accertato un illecito amministrativo o penale da parte di un proprio dipendente, a patto che l'azienda dimostri di aver effettuato tutti i controlli necessari. La trasparenza diventa quindi di estrema importanza anche di fronte alla legge. Per maggiori informazioni: <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2001/06/19/001G0293/sg>



Contesto normativo europeo

Nel programma 2014-2020 dell'UE, sono indicate le linee guida per l'utilizzo dei fondi comunitari, soprattutto per l'Italia, in cui i fondi nel periodo 2007-2013 non sono stati gestiti in maniera del tutto trasparente. Attualmente sono in atto i programmi OpenCoesione, un portale internet che fornisce informazioni su tutti i programmi operativi, compresi gli elenchi delle operazioni finanziarie, e il Gruppo Tecnico, che si occupa di garantire la qualità e la trasparenza dei dati. L'obiettivo finale è quello di garantire investimenti a enti e aziende che facciano della trasparenza un valore fondamentale. Per maggiori informazioni: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/visibilitly_it.pdf



Impatto ambientale

La descrizione dettagliata del proprio modus operandi può essere di garanzia del rispetto dell'ambiente, qualità sempre più apprezzata e che permetterà ai vostri clienti di scegliere il prodotto a minore impatto ambientale. Inoltre, la comunicazione di tali pratiche può essere stimolante per altre aziende nell'adottare precauzioni simili per la salvaguardia dell'ambiente.



Impatto economico

La trasparenza viene sempre percepita come garanzia di qualità e fiducia da parte dei propri clienti, il che può portare ad effetti positivi per quanto riguarda la brand reputation. Inoltre, la comunicazione delle proprie pratiche etiche può alzare la possibilità di ricevere finanziamenti e/o di attivare partnership strategiche con enti per i quali la sostenibilità è un driver primario. L'Unione Europea fornisce diversi fondi per le PMI ma, soprattutto dal 2014, grande enfasi è data alla trasparenza delle imprese e amministrazioni a cui questi fondi vengono destinati. È fondamentale quindi saper comunicare in maniera efficace le modalità con cui vengono effettuate le proprie attività per poter raggiungere finanziamenti ed incentivi UE.



Impatto sociale

Comunicare le proprie pratiche è garanzia del rispetto di diversi diritti, quali trattamento equo dei propri dipendenti, rispetto di leggi e norme civili per il benessere della società, miglioramento dello stato sociale di dipendenti e clienti, ricchezza creata nel luogo in cui vengono svolte le proprie operazioni ecc.



Azioni di miglioramento

Se non lo avete già fatto, conferite la Certificazione ISO9001, ISO 14001 e la Certificazione Etica SA8000. Create una sezione apposita sul vostro sito internet, in cui elencate le vostre certificazioni, i vostri adeguamenti alle leggi europee e in generale le eccellenze nella gestione dell'economia circolare e nelle innovazioni positivamente impattanti sull'ambiente e sul contesto sociale. Sponsorizzate quindi le vostre pratiche etiche anche con l'utilizzo di brochure da presentare a chi vi fa visita e/o con email ai vostri partner e clienti. Il passo successivo è quello di produrre un report annuale riguardo alla gestione delle operation in maniera sostenibile, sul riciclo, l'adozione delle normative e delle innovazioni apportate. È considerata una buona pratica di autodichiarazione includere nel vostro materiale informativo in che modo la vostra azienda rimane competitiva e innovativa, per esempio la partecipazione all'economia circolare, menzionare la qualità del vostro operato interno, l'eccellenza del vostro management, le certificazioni acquisite, l'adeguamento al contesto normativo in arrivo Europa 2020/2030, efficientamenti o innovazioni di settore industriale, e altre procedure di impatto sociale/ambientale adottate.



Esempi

Create un vostro sito web. Un sito internet è online e accessibile 24 ore al giorno, tutti i giorni dell'anno, e permette di farsi conoscere. La maggior parte delle persone che ha intenzione di acquistare un prodotto o servizio, farà una ricerca online prima di portare a termine l'operazione. Quando i clienti non riescono a trovare una società online, scatta l'allarme. Quest'azienda esiste veramente? Il Web ha una portata molto più ampia rispetto a qualsiasi altra forma di pubblicità. Esistono strumenti pratici e veloci per creare in totale autonomia un

sito web informativo. Vi consigliamo di utilizzare Wordpress che rimane la soluzione più comunemente adottata (<https://it.wordpress.com/>).

MIGLIORAMENTO #1.24.3

Nella vostra azienda non sono presenti consiglieri indipendenti nel consiglio di amministrazione, ma vi avvate di organismi di controllo come ad esempio l'ente di controllo indipendente ODV e/o il collegio dei sindaci, società di revisione dei conti, ecc.

 SDG 16  OECD 6  OECD 7  UN GC 10  GRI 2-9  SDG 16.6  WEF - 4P -P1-2

 EU LSME- ESRS - GOV-1  IFRS IFRS S1 Requisiti generali per l'informativa finanziaria sulla sostenibilità - 26 | 27

 IFRS IFRS S2 Informativa sul clima - 5 | 7

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I consiglieri indipendenti sono amministratori "esterni" alla società, non devono quindi appartenere al management o essere azionisti di controllo. Si tratta, quindi, di figure in possesso di professionalità utili per l'impresa, ma che non hanno in questa un ruolo operativo, dunque non gestiscono l'azienda, ma la governano insieme al resto del consiglio d'amministrazione. Il loro ruolo consiste nell'evitare conflitti di interesse e contribuire nel rendere più imparziali le decisioni aziendali, in particolar modo quelle di rilevanza strategica. Queste figure sono obbligatorie solo nel caso delle società quotate, ma la presenza di consiglieri indipendenti è comunque consigliabile anche per imprese non quotate o di dimensioni ridotte.



Contesto normativo nazionale

Esistono diverse normative a livello italiano che incentivano la presenza di consiglieri indipendenti nei consigli di amministrazione delle imprese. Il Codice di Autodisciplina delle società quotate, redatto dal Comitato per la Corporate Governance, raccomanda la presenza di consiglieri indipendenti nei CDA. Anche se non è una legge, molte società quotate italiane seguono queste linee guida per conformarsi alle best practice di corporate governance. Inoltre, i consiglieri indipendenti e la loro presenza nelle imprese viene citata anche nel Testo Unico della Finanza (TUF): in cui vengono richiesti requisiti di indipendenza per i consiglieri delle società quotate, in particolare gli articoli 147-ter e 148 stabiliscono che una certa percentuale dei consiglieri deve essere indipendente nelle società quotate. Infine, anche nel Codice delle Società - Decreto Legislativo 17 gennaio 2003, n. 6, - contiene disposizioni che promuovono la buona governance e possono indirettamente incentivare la presenza di consiglieri indipendenti.



Contesto normativo europeo

Al momento non ci sono legislazioni europee sulla presenza di consiglieri indipendenti nei CDA delle aziende, ma la posizione dell'Europa è sempre più netta nel favorirne l'ingresso. Ad esempio, la Direttiva sui Diritti degli Azionisti (SRD II) - Direttiva UE 2017/828 nota come SRD II - mira a incoraggiare l'impegno a lungo termine degli azionisti; pur non imponendo direttamente la presenza di consiglieri indipendenti, promuove una governance aziendale che potrebbe favorire l'inclusione di membri indipendenti nel CDA per migliorare il controllo e la trasparenza. Inoltre, la Commissione Europea ha emesso varie raccomandazioni sulla governance societaria che enfatizzano l'importanza di avere consiglieri indipendenti per migliorare la supervisione e ridurre i conflitti di interesse.



Impatto ambientale

La presenza di consiglieri indipendenti o di organismi di controllo può contribuire al raggiungimento degli obiettivi ambientali che l'impresa ha inserito nella sua strategia di sostenibilità: trattandosi di figure in possesso di professionalità possono guidare e consigliare l'azienda nell'implementare politiche più in linea con gli obiettivi di sostenibilità stabiliti.



Impatto economico

La presenza di consiglieri indipendenti ha diversi effetti positivi sulla governance aziendale: favorire una maggiore comprensione dei diversi ruoli dell'organizzazione in quanto separa per la prima volta il tavolo della proprietà da quello del consiglio e del management; favorire una nuova visione strategica, stimolando l'imprenditore a documentarsi maggiormente e a confrontarsi prima di decidere; favorire lo sviluppo di una maggiore cultura del controllo e del rispetto di alcune procedure basilari, a volte difficilmente esistenti nelle PMI; facilitare il dialogo e in particolare i consiglieri indipendenti fungono da elementi di mitigazione quando il confronto all'interno della proprietà, o tra la proprietà ed il management, evidenzia visioni diverse; supportare nella selezione dei consulenti che accompagnano il percorso di crescita dell'impresa. Infine, grazie alle competenze strategiche e/o tecniche di cui sono in possesso, i consiglieri indipendenti - in quanto amministratori esterni - arricchiscono la discussione consiliare, stimolando così il confronto di idee, il dibattito e l'approfondimento all'interno del Consiglio, garantendo che le decisioni siano assunte in modo informato ed istruito.



Impatto sociale

La presenza di consiglieri indipendenti o di organismi di controllo può contribuire al raggiungimento degli obiettivi sociali che l'impresa ha inserito nella sua strategia di sostenibilità: trattandosi di figure in possesso di professionalità possono guidare e consigliare l'azienda nell'implementare politiche più in linea con gli obiettivi di sostenibilità stabiliti.



Azioni di miglioramento

Adottare un adeguato sistema di controllo interno o prevedere organismi di vigilanza è fondamentale per garantire un'efficace e costante attuazione delle pratiche di buona governance nell'azienda: questo consente infatti di salvaguardare il patrimonio sociale, l'efficienza e l'efficacia delle operazioni dei processi aziendali, l'affidabilità dell'informazione finanziaria, il rispetto di leggi e regolamenti, dello statuto sociale e delle regole interne. Dovreste prevedere la presenza di consiglieri indipendenti nel consiglio di amministrazione: questi ultimi non hanno solo un ruolo di bilanciamento, ma anche e soprattutto sono portatori di un valore aggiunto poiché, in quanto non esecutivi, forniscono un giudizio autonomo e non condizionato sulle proposte di deliberazione, individuando anche eventuali problemi e rischi per l'impresa.

MIGLIORAMENTO #1.18.2

La vostra azienda dispone di una politica documentata per la sicurezza delle informazioni. Dovreste cercare di revisionarla e aggiornarla in modo frequente per migliorarla ed esser sicuri di essere in linea con le normative vigenti.



GDPR



2016/680/EU



ISO 27001



OECD 6



OECD 7



OECD 8

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Per una corretta gestione della sicurezza delle informazioni, è necessario innanzitutto definire una politica documentata, ovvero stilare un documento in cui vengono definiti i principi, l'organizzazione e la governance del sistema di data protection. La definizione di una politica appropriata consente un maggior coordinamento in termini di azioni da intraprendere e di collaboratori da coinvolgere.



Impatto economico

L'esistenza di una politica documentata per la gestione delle informazioni rassicura i vostri clienti e collaboratori riguardo al trattamento dei propri dati personali, contribuendo alla costruzione di un rapporto di fiducia.



Azioni di miglioramento

Sembra che la vostra politica di data protection non sia stata aggiornata con regolarità. Fissate un intervallo di revisione per migliorare la vostra politica oltre che monitorare eventuali modifiche nelle normative vigenti.

MIGLIORAMENTO #1.20.2

Le vostre politiche di sicurezza sono accessibili a tutti. Dovreste renderle accessibili anche al pubblico, per esempio sul sito web o con manuali.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Condividendo le politiche di sicurezza con tutti gli interessati, rendete chiaro il vostro impegno alla data protection e potete allineare le aspettative e i comportamenti di tutti i soggetti coinvolti.



Contesto normativo europeo

Ricordiamo che la normativa di riferimento è il Regolamento generale per la protezione dei dati personali n. 2016/679 (General Data Protection Regulation o GDPR), entrato in vigore a Maggio 2018.



Impatto economico

Non rendere pubblica la vostra politica di data protection vi preclude da alcuni vantaggi reputazionali che trarreste dal mostrare la concretezza del vostro impegno nella protezione dei dati personali.



Azioni di miglioramento

Potete creare una versione pdf del documento, da rendere scaricabile dal vostro sito web. In alternativa, potete almeno elencare i vostri principi di protezione dei dati in una pagina dedicata del vostro sito.

CRITERIO SODDISFATTO #1.14.3

La vostra azienda non ha mai ricevuto, negli ultimi 5 anni, una sanzione per violazione di legge.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le sanzioni o condanne ricevute da un'azienda sono un segnale forte che va recepito in fretta e affrontato attraverso meccanismi preventivi. L'adozione di sistemi di gestione può contribuire in modo significativo alla riduzione del rischio di problematiche in ambito legale.



Impatto economico

Le violazioni di legge possono agire da freno alla crescita economica, creando incertezza aziendale, rallentando i processi e imponendo costi aggiuntivi.



Impatto sociale

Il coinvolgimento in reati, quali ad esempio quelli relativi alla corruzione, mina la fiducia nelle aziende ma anche nei governi, nelle istituzioni pubbliche e nella democrazia in generale.

CRITERIO SODDISFATTO #1.22.3

Avete confermato di non avere rapporti commerciali con governi, entità o persone sanzionati o domiciliati nei paesi elencati nella "EU sanction map", per i quali sono in vigore misure restrittive stabilite dalle politiche dell'Unione Europea.

 TFEU
  Sanctions Map
  OECD 2
  OECD 7
  UN GC 1
  UN GC 2
  UN-BHR

 WEF - 4P - P3-1

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La politica dell'Unione Europea di intervento per la prevenzione di conflitti o la risposta a crisi assume, in alcuni casi, la forma di misure restrittive o ""sanzioni"". Le sanzioni possono colpire governi di paesi terzi o entità e individui non statali, come gruppi terroristici e terroristi. Queste misure possono includere: - Embarghi sulle armi; - Restrizioni commerciali, come divieti di importazione ed esportazione; - Restrizioni finanziarie; - Limitazione dei movimenti, come visti o divieti di viaggio. La mappa delle sanzioni dell'UE fornisce informazioni sulle sanzioni concordate dagli Stati membri dell'UE e adottate dal Consiglio dell'UE. Comprende anche i regimi sanzionatori imposti dal Consiglio di sicurezza delle Nazioni Unite e attuati dal Consiglio dell'UE. Per la lista dei paesi sanzionati dall'Unione Europea: <https://www.sanctionsmap.eu/#/main>



Contesto normativo europeo

L'Art. 215 del Trattato di Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE) fornisce la base legale per l'interruzione o la riduzione, parziale o completa, delle relazioni economiche e finanziarie dell'UE con uno o più paesi terzi, laddove tali misure restrittive siano necessarie per raggiungere gli obiettivi della Politica Estera e di Sicurezza Comune (PESC), quali pace, democrazia, rispetto delle leggi e diritti umani. Leggi di più sul sito ufficiale: https://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/politica_europea/misure_deroghe



Impatto sociale

Gli obiettivi del sistema di Sanzioni dell'UE, a cui ogni azienda deve contribuire informandosi e evitando rapporti commerciali ad alto rischio sono i seguenti: - salvaguardare i valori, gli interessi fondamentali e la sicurezza dell'UE; - preservare la pace; - consolidare e sostenere la democrazia, lo stato di diritto, i diritti umani e i principi del diritto internazionale; - prevenire i conflitti e rafforzare la sicurezza internazionale. Appare evidente come i rischi reputazionali in questo ambito siano elevati e possano pregiudicare la reputazione e la competitività di un'azienda ben oltre il livello di "incidente" in responsabilità sociale.



Azioni di miglioramento

Prestate attenzione al fatto che la Sanctions Map è dinamica e segue l'andamento delle relazioni fra l'UE e gli altri Paesi in base al contesto sociopolitico. Dovreste quindi monitorare su base regolare l'eventuale attivazione di sanzioni nei confronti di vostri partner commerciali o dei paesi in cui operano.

CRITERIO SODDISFATTO #1.23.3

La vostra azienda non dispone di un sistema/processo di protezione di chi denuncia violazioni della legge (whistleblowing) perchè non rientrate negli obblighi della normativa, ma comunque avete delle procedure interne per gestire questi casi.

 2019/1937/EU  ISO 37001  ISO 37002  SDG 16  OECD 6  OECD 7  OECD 9

 UN GC 10  Rating Legalità  D.Lgs. 165/2001  L. 179/2017  D.Lgs. 231/2001  GRI 2-15

 GRI 2-26  SDG 16.4  SDG 16.5  WEF - 4P - P1-4  GRI 2-25

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il whistleblower è definito come la persona fisica che segnala o divulghe informazioni sulle violazioni acquisite nell'ambito delle sue attività professionali, a prescindere dalla natura di tali attività o dal fatto che il rapporto di lavoro sia in corso. La legge stabilisce che chi riporta una violazione di legge deve avere un canale dedicato e deve essere protetto dalle ritorsioni. Un sistema o processo di whistleblowing deve garantire che questo avvenga anche all'interno della vostra realtà aziendale.



Contesto normativo nazionale

La Legge 179/2017 ha introdotto nell'art. 6 del D.Lgs. 2 giugno 2001, n. 231 un apparato di misure dedicate al whistleblower nel settore privato. La normativa si applica agli enti che hanno adottato il Modello di organizzazione e gestione. Le misure comprendono l'istituzione di canali dedicati per la segnalazione di condotte illecite, garantendo la riservatezza sull'identità del segnalante. Inoltre, almeno uno di questi canali deve prevedere modalità informatiche. Questo tema è regolamentato a livello italiano dal D.Lgs. 24/2023 - che recepisce la direttiva 1937/2019/EU. Tale decreto si applica ai soggetti che: 1. hanno impiegato, nell'ultimo anno, la media di almeno cinquanta lavoratori subordinati con contratti di lavoro a tempo indeterminato o determinato; 2. rientrano nell'ambito di applicazione degli atti dell'Unione di cui alle Parti I.B e II dell'allegato al D.Lgs. 24/2023, anche se nell'ultimo anno non hanno raggiunto la media di 50 lavoratori subordinati; 3. rientrano nell'ambito di applicazione del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, e adottano modelli di organizzazione e gestione, anche se nell'ultimo anno non hanno raggiunto la media di 50 lavoratori. Le segnalazioni possono essere effettuate in forma orale - attraverso linee telefoniche o sistemi di messaggistica vocale oppure incontri diretti - oppure in forma scritta - con modalità informatiche attraverso una piattaforma di segnalazione sicura, che protegga la riservatezza dell'identità e i dati personali di chi denuncia condotte illecite.



Contesto normativo europeo

La Direttiva Europea 2019/1937 ha stabilito delle norme comuni agli stati membri dell'UE riguardo la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione. La Direttiva impone l'obbligo di istituire canali di segnalazione interni a tutte le imprese con almeno 50 lavoratori, indipendentemente dalla natura delle loro attività. L'esenzione delle piccole e medie imprese da tale obbligo non riguarda i soggetti che operano nel settore dei servizi finanziari esposti a rischio di riciclaggio e finanziamento del terrorismo, oltre al fatto che gli Stati possono introdurre altre eccezioni, per esempio a causa dei notevoli rischi che possono derivare da determinate attività. La Direttiva Europea 2019/1937 ha stabilito delle norme comuni agli stati membri dell'UE riguardo la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione. La Direttiva impone l'obbligo di istituire canali di segnalazione interni a tutte le imprese con almeno 50

lavoratori, indipendentemente dalla natura delle loro attività. L'esenzione delle piccole e medie imprese da tale obbligo non riguarda i soggetti che operano nel settore dei servizi finanziari esposti a rischio di riciclaggio e finanziamento del terrorismo, oltre al fatto che gli Stati possono introdurre altre eccezioni, per esempio a causa dei notevoli rischi che possono derivare da determinate attività.



Impatto sociale

Per garantire ai propri dipendenti un ambiente di lavoro sicuro e stimolante, è necessario dare loro la possibilità di segnalare condotte illecite. In questo modo evitate anche di ostacolare la giustizia, supportandone le istituzioni, in linea con l'obiettivo di sviluppo sostenibile n. 16.



Azioni di miglioramento

In molti casi è necessario prendere misure aggiuntive per proteggere i segnalanti, non è sufficiente mantenere la riservatezza riguardo alla loro identità. Alcuni esempi di misure ulteriori sono accordi di riservatezza o protezione contro le sanzioni.

CRITERIO SODDISFATTO #1.19.4

La vostra azienda ha implementato più di un'azione per la politica e gli standard di sicurezza delle informazioni e ha fornito linee guida ai dipendenti/lavoratori.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Sebbene alcuni aspetti organizzativi come la nomina di un DPO e la definizione di una politica per la sicurezza delle informazioni siano fondamentali per una corretta gestione dei dati personali, è necessario implementare anche azioni concrete per garantire una maggiore protezione dei dati. Semplici attenzioni, come evitare di scrivere le password del vostro sistema su un post-it lasciato sulla scrivania, garantiscono una maggiore sicurezza delle informazioni.



Contesto normativo europeo

Ricordiamo che la normativa di riferimento è il Regolamento generale per la protezione dei dati personali n. 2016/679 (General Data Protection Regulation o GDPR), entrato in vigore a Maggio 2018.



Impatto economico

Le azioni più concrete, anche quelle più semplici, contribuiscono a ridurre l'esposizione agli attacchi informatici che provocano ingenti danni economici e perdite di fatturato, clienti e opportunità di business. Secondo il Cisco 2018 Security Capability Benchmark Study, il 62% degli attacchi in Italia ha provocato danni superiori a 80.000 euro. Inoltre, l'obiettivo più frequente di questi attacchi è proprio il furto di dati sensibili.



Azioni di miglioramento

Vi proponiamo un elenco di possibili azioni nel quale individuare possibili mancanze: - Procedura di scadenza password programmata e uso di regole di alta protezione (>20 caratteri, almeno una maiuscola, almeno una minuscola, almeno un numero, almeno un carattere speciale, evitare 3 lettere sequenziali uguali) - Uso di VPN per scambio dati sensibili, archivi NAS mappati su url interni, uso di cifrature ad almeno 256 bit per gli archivi criptati. Uso di wireless separata (slegata dal circuito aziendale) per ospiti e cellulare dipendenti e obbligo di

VPN per wireless pubbliche per accesso a dati aziendali - Vietare uso di stockaggio password su repository pubblici, creare proxy per bloccaggio siti non sicuri - Adozione whatchguard su router aziendale e chiave hardware per accesso a server fisici delicati - Uso di tripla chiave per autorizzazioni elevate ed evitare in posti pubblici la presenza di cassette di derivazione linee ethernet - Evitare dove possibile l'uso di Windows < 10 - Evitare dove possibile accessi a livello amministratore su PC - Evitare post-it aziendali con password scritte sulla scrivania o in cassetti aperti - Impostare blocco schermo a 1 minuto. **ATTENZIONE:** Si tratta di un elenco incompleto, e sicuramente il supporto di un consulente può guidarvi nell'identificazione delle principali problematiche e nella definizione di azioni correttive.



Etica professionale

Il modulo valuta quali aspetti etici sono rispettati nei confronti di vari portatori d'interesse, dai lavoratori ai consumatori. Vengono considerati diversi ambiti, dalla tutela dei diritti umani a forme di sostegno e facilitazioni aggiuntive volontarie.

61/100

Per la compilazione di questo modulo tenere in considerazione che, qualora l'azienda non avesse dipendenti, si deve fare riferimento ai propri lavoratori.

Categoria: S	Tematiche: 8	Domande: 24	Compliance: 131
--------------	--------------	-------------	-----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Il tuo punteggio nel tempo

02/04/2025 11:04:02

61/100

Europa	42/100
Italia	42/100
Classe	43/100
Settore	40/100
Concorrenti	47/100

1

CRITICITA` E RISCHI

6

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

14

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #7.21.1

Non avete stabilito politiche e/o misure che prevengono i conflitti di interesse.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il conflitto di interessi è una condizione giuridica che si verifica quando viene affidata un'alta responsabilità decisionale a un soggetto che ha interessi personali o professionali in contrasto con l'imparzialità richiesta da tale responsabilità, che può venire meno a causa degli interessi in causa. Per la presenza di un conflitto di interessi, non è necessario che vi sia un comportamento scorretto, è sufficiente che vi sia una condizione di rischio. La corruzione viene considerata come una degenerazione di un conflitto di interessi, in cui l'interesse personale prevale sull'interesse primario associato all'incarico. Esempi di conflitto di interesse: - I vostri clienti impiegano un familiare o un parente stretto di uno dei vostri membri del consiglio di amministrazione o beneficiari effettivi - Un dipendente di un vostro cliente detiene più del 3% del capitale proprio della vostra azienda - Un familiare o parente stretto di uno qualsiasi dei suoi membri del consiglio di amministrazione (o aventi diritto ad utili) ha una relazione d'affari con un vostro cliente o una partecipazione azionaria superiore al 3% - Vi sono relazioni o accordi tra i dipendenti della sua azienda ed i vostri clienti, che potrebbero compromettere lo scopo del rapporto



Contesto normativo nazionale

L'Italia non si è mai dotata di una normativa efficace per regolamentare il conflitto d'interessi. Il principale riferimento normativo riguarda esclusivamente il settore pubblico, ed è la L. 215/2004 che disciplina il conflitto di interessi dei titolari di cariche di governo.



Contesto normativo europeo

A livello Europeo, gli unici riferimenti per il settore privato riguardano l'ambito degli investimenti mobiliari. Si tratta della Direttiva 2010/43/UE della Commissione del 1 ° luglio 2010 recante modalità di esecuzione della direttiva 2009/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i requisiti organizzativi, i conflitti di interesse, le regole di condotta, la gestione del rischio e il contenuto dell'accordo tra il depositario e la società di gestione.



Impatto economico

Politiche e misure per una corretta gestione dei conflitti di interesse consentono di prevenire l'insorgenza di problematiche legate alla corruzione, che potrebbero portare conseguenze significative in termini legali e reputazionali.



Azioni di miglioramento

Per prevenire i conflitti di interesse, dovreste definire una politica che esplici le linee guida per l'identificazione e l'appropriata gestione di eventuali conflitti. In questo senso, è utile tenere traccia dei principali interessi che potrebbero interferire con le decisioni aziendali. Dovreste introdurre un sistema che consenta la segnalazione dell'insorgenza di eventuali conflitti, e richiedere una dichiarazione di assenza di conflitto di interesse ai decisori. Allo stesso tempo, è di fondamentale importanza la costruzione di una cultura aziendale che porti al primo posto l'interesse legato alle vostre attività.

MIGLIORAMENTO #7.12.2

Nell'ambito delle iniziative di conciliazione tra lavoro e vita familiare e di tutela delle pari opportunità non previste dai contratti nazionali, avete introdotto una o più iniziative riguardanti la flessibilità del lavoro.

Prendete in considerazione anche la possibilità di introdurre una o più iniziative in ambito di supporto per maternità e paternità oppure di servizi di assistenza sociale.



2019/1158/EU



ISO 26000



SDG 5



SDG 10



OECD 7



SNSvS



D. Lgs. 80/2015



CPO IT



GRI 401-1



SDG 10.3



SDG 5.4



EU ESRS - S1-5



EU ESRS - S1-15



EU LSME- ESRS - S1-5

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La conciliazione tra lavoro e vita privata, conosciuta anche come "work-life balance", si riferisce alla possibilità dei lavoratori di conciliare con la vita lavorativa i propri impegni personali, soprattutto in termini di gestione dei figli e dei familiari con necessità di assistenza particolari. Se spesso questo tema viene considerato come un problema esclusivamente femminile, in realtà riguarda tutti coloro che devono accudire uno o più familiari. Le donne sono però maggiormente obrate dagli impegni familiari, almeno secondo le attuali statistiche, e questo fattore può influire sulla possibilità concreta di trovare e mantenere un'occupazione. ESEMPI: integrazione completa del congedo di maternità / paternità, permessi aggiuntivi retribuiti per maternità / paternità, flessibilità orari oltre a quella contrattuale (part-time, banca ore), telelavoro (lavoro svolto sempre all'esterno dei locali aziendali), smart working (lavoro svolto in parte nei locali aziendali, in parte all'esterno), asili nido aziendali, asili nido convenzionati nel territorio, reperimento baby sitter, servizi di trasporto aziendale, convenzionamento con servizi di trasporto locale, servizi per disbrigo pratiche burocratiche, pagamenti, scuole materne, centri

gioco, dopo scuola...

Contesto normativo nazionale

Le istituzioni italiane hanno cercato negli anni di trovare risposte adeguate, non solo a livello normativo ma anche culturale. Sull'aspetto della genitorialità, il Testo Unico (D. Lgs. 151/2001) rappresenta la normativa di riferimento in materia di tutela della maternità e paternità e di conciliazione tra i tempi di vita e di lavoro. L'ultimo intervento sistematico in ordine di tempo è quello del Jobs Act, con il Decreto Legislativo 80/2015, dove sono ulteriormente ampliate le tutele per i genitori ma anche per i soggetti che necessitano di maggiore attenzione come le vittime di genere e i malati con patologie degenerative. Negli ultimi tre anni le regioni in Italia hanno attivato più di 60 bandi per la conciliazione tra tempi di vita e di lavoro, impegnando circa 260 milioni di euro del Fondo Sociale Europeo.



Contesto normativo europeo

Il Parlamento europeo ha adottato nel 2019 la Direttiva (UE) 2019/1158 relativa all'equilibrio tra attività professionale e vita familiare per i genitori e i prestatori di assistenza. La Direttiva introduce alcune misure significative in materia di conciliazione vita-lavoro, quali il congedo di paternità e il congedo per i prestatori di assistenza, rafforza il congedo parentale e promuove il ricorso a modalità di lavoro flessibili.



Impatto economico

Le iniziative per una migliore conciliazione tra lavoro e vita privata dei dipendenti possono apportare enormi benefici alla vostra azienda nei seguenti ambiti: - Aumento della produttività - Maggiore profitabilità - Riduzione assenteismo - Riduzione costi di turnover - Attrazione e retenzione di forza lavoro qualificata - Migliore reputazione aziendale Ci sono diversi studi a supporto di queste relazioni fra work-life balance e prestazioni dei lavoratori e, di conseguenza, aziendali. Uno studio della Fondazione I-CSR (Italian Centre for Social Responsibility) ha mostrato che il 55% delle aziende (32% PMI) affermano che puntare sul benessere del lavoratore è un fattore strategico poiché comporta più produttività e qualità dei prodotti e servizi offerti. Il Corporate Executive Board, che rappresenta l'80% delle aziende Fortune 500, ha scoperto che i dipendenti che credono di avere un buon equilibrio tra lavoro e vita privata lavorano il 21% più duramente di quelli che non lo fanno, dopo aver coinvolto nella ricerca 50.000 lavoratori di tutto il mondo.



Impatto sociale

I benefici di queste iniziative riguardano anche il benessere dei dipendenti, per esempio in termini di migliore gestione del tempo, di riduzione dello stress e di maggior valorizzazione del proprio contributo in azienda.



Azioni di miglioramento

Vi riportiamo di seguito alcuni semplici consigli che valgono per qualsiasi situazione, da mettere in pratica per garantire ai vostri dipendenti la possibilità di bilanciare lavoro e famiglia. 1. Permettere flessibilità degli orari lavorativi e il lavoro da casa 2. Ridurre al minimo le richieste al di fuori dell'orario di lavoro 3. Fornire convenzioni o servizi per l'assistenza di familiari Sembra che vi siate attivati riguardo alla flessibilità del lavoro, dovreste considerare di fornire maggior supporto ai vostri lavoratori che hanno familiari con necessità, garantendo permessi o servizi per l'assistenza sociale aggiuntivi. Un passo importante che potreste compiere per distinguervi come azienda attenta alle pari opportunità è quello di sottoscrivere la "Carta per le pari opportunità e l'uguaglianza sul lavoro" con cui l'azienda si impegna a contribuire alla lotta contro tutte le forme di discriminazione sul luogo di lavoro e a valorizzare le diversità all'interno dell'organizzazione aziendale, con particolare riguardo alle pari opportunità tra uomo e donna. In particolare, aderendo alla Carta, l'azienda si impegna a fornire strumenti concreti per favorire la conciliazione dei tempi di lavoro e di vita.

MIGLIORAMENTO #7.13.1

La vostra azienda non offre opportunità lavorative dedicate a persone appartenenti a gruppi svantaggiati, oltre a quanto previsto dagli obblighi di legge.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'esclusione sociale, è una condizione che si manifesta quando un individuo o un gruppo si trova a dover affrontare, per motivi di varia natura, difficoltà o discriminazioni in taluni aspetti della vita quotidiana. L'Europa si è impegnata a combattere l'esclusione sociale concentrando sull'occupazione come mezzo per eliminare la discriminazione, l'emarginazione e la povertà. La discriminazione sul mondo del lavoro nei confronti di persone con disabilità, ex detenuti e tossicodipendenti in riabilitazione è piuttosto forte. Le stesse problematiche vengono riscontrate da minoranze etniche, immigrati extracomunitari o altri gruppi svantaggiati o vulnerabili esposti al rischio di esclusione sociale e alla povertà che spesso l'accompagna.



Contesto normativo nazionale

Esistono degli obblighi legislativi riguardanti l'assunzione delle cosiddette "categorie protette", rappresentate da individui con diverse tipologie di invalidità. Essi vengono definiti all'interno della Legge 12 marzo 1999, n. 68 intitolata "Norme per il diritto al lavoro dei disabili" che regola l'inserimento delle persone disabili nel mondo del lavoro. A seconda delle dimensioni dell'azienda, è richiesto di assumere almeno 1 dipendente di categoria protetta (da 15 a 35 dipendenti), due (da 36 a 50 dipendenti) e il 7% per aziende con più di 50 dipendenti. A tale scopo sono state previste anche alcune agevolazioni fiscali.



Impatto economico

I vantaggi relativi all'assunzione di categorie svantaggiate possono essere i seguenti: - Al team si aggiungono dipendenti altrettanto o maggiormente qualificati, e tendenzialmente più fedeli alle aziende che gli garantiscono delle opportunità. - Il morale sul posto di lavoro e la produttività di tutti i dipendenti spesso aumentano. - L'immagine dell'azienda è percepita in modo più positivo. - Vengono realizzati obiettivi di responsabilità sociale d'impresa. - Vengono rispettati eventuali requisiti specifici in materia di non discriminazione e obiettivi sull'assunzione di persone con disabilità richieste alla catena di fornitura.



Impatto sociale

L'inclusione sociale, anche attraverso le opportunità lavorative, è parte di uno sviluppo sostenibile. Questo tema viene portato continuamente all'attenzione da diverse organizzazioni internazionali. Un esempio riguarda l'integrazione delle persone con disabilità: più di 160 paesi hanno sottoscritto l'UNCRPD, rendendolo uno standard globale condiviso per i diritti delle persone con disabilità. L'UNCRPD include il diritto delle persone con disabilità al lavoro, un lavoro liberamente scelto o accettato in un mercato del lavoro e un ambiente di lavoro aperto, inclusivo e accessibile.



Azioni di miglioramento

Per cominciare, dovreste verificare di rispettare gli obblighi di legge relativi alle assunzioni in categorie protette. Dovreste poi aprire alle assunzioni di personale appartenente a gruppi svantaggiati, per perseguire un obiettivo sociale importante come l'integrazione. A livello regionale esistono delle soluzioni di Collocamento Mirato.

MIGLIORAMENTO #7.28.2

La vostra azienda sta offrendo ai dipendenti meno del 10% delle quote della società -casa madre o anche aziende collegate. Se possibile, consigliamo di aumentare ulteriormente questa percentuale, in quanto i "piani di incentivazione azionaria" costituiscono uno strumento estremamente efficace per le aziende che vogliono crescere e fidelizzare i migliori lavoratori, motivandoli verso alti livelli di performance.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La crescente importanza delle risorse umane spinge le imprese alla ricerca di forme di coinvolgimento e remunerazione dei dipendenti alternative rispetto alla semplice retribuzione e in grado di motivare ed incentivare il personale al raggiungimento di obiettivi comuni. Al giorno d'oggi, il più importante strumento attraverso il quale si cerca di realizzare questo coinvolgimento è senz'altro rappresentato dai "piani di incentivazione azionaria", tra cui lo stock option plan (SOP) rappresenta certamente la variante più nota e diffusa. Attraverso l'assegnazione di stock option, la società offre ad un dipendente il diritto (opzione) ad acquistare un proprio pacchetto azionario in un arco temporale futuro prestabilito e ad un prezzo predeterminato, solitamente pari al valore delle azioni all'atto dell'offerta stessa.



Impatto economico

Solitamente, le imprese utilizzano questi strumenti con l'intenzione di ottenere vantaggi quali: 1) Allineamento degli interessi di azionisti e dipendenti. Ciò consente all'impresa di allineare la retribuzione dei dipendenti alla performance aziendale e, quindi, all'interesse economico degli azionisti; 2) Incentivazione di un comportamento imprenditoriale fra i dipendenti; 3) Attrazione e fidelizzazione di dipendenti di alto livello. Le stock option possono essere create con l'obiettivo di attrarre e fidelizzare dipendenti dalle grandi abilità e competenze. 4) Creazione di un clima aziendale partecipativo.



Impatto sociale

L'incremento della partecipazione dei dipendenti al capitale societario aiuta l'impresa a raggiungere gli obiettivi degli standard sul lavoro delineati dalle Nazioni Unite (SDG). Inoltre, tale pratica si allinea con i seguenti obiettivi: il numero 8 (Lavoro Dignitoso e Crescita Economica), il 9 (Industria, Innovazione, Infrastrutture) e il 16 (Pace, Giustizia e Istituzioni Solide).



Azioni di miglioramento

data la notevole complessità nella gestione delle stock option e del loro trattamento fiscale e contributivo a cui assoggettare gli importi relativi, riteniamo necessario il ricorso ad un esperto della materia, quale il consulente del lavoro. In termini di strategia, nel breve termine vale la pena dare la precedenza per queste opzioni ai dipendenti con maggiore esperienza all'interno dell'azienda.



Esempi

ICEL (Italy), Harvard Business Review: The Impact of Employee Engagement on Performance, HOW CAN SMEs EFFECTIVELY IMPLEMENT THE CSR AGENDA? A UK CASE STUDY PERSPECTIVE - Pavel Castka, Michaela A. Balzarova, Christopher J. Bamber and John M. Sharp

MIGLIORAMENTO #7.15.2

L'azienda prevede solo un'iniziativa di sostegno all'istruzione indirizzata ai familiari dei dipendenti.



GRI 401-2



SDG 4



SDG 4.3



SDG 4.5

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le iniziative di sostegno all'istruzione indirizzate ai familiari dei lavoratori sono un'importante forma di supporto che le aziende possono offrire per contribuire al benessere e alla crescita delle persone legate all'ambiente lavorativo. Queste iniziative possono assumere diverse forme, come borse di studio, contributi economici per le spese scolastiche, oppure programmi di tutoraggio e formazione professionale per i figli dei dipendenti. L'obiettivo principale di queste iniziative è favorire l'accesso a opportunità educative di qualità, che possano migliorare le prospettive future dei familiari dei lavoratori e, allo stesso tempo, contribuire al miglioramento delle condizioni sociali e culturali all'interno della comunità. Ad esempio, molte aziende offrono borse di studio per finanziare la formazione universitaria dei figli dei propri dipendenti, o rimborsano le spese per corsi di aggiornamento professionale. Altre imprese organizzano eventi di orientamento scolastico o collaborano con istituzioni educative per fornire corsi di formazione extrascolastica, come laboratori scientifici o programmi di lingua straniera. Queste azioni non solo contribuiscono alla crescita educativa e professionale dei familiari, ma possono anche rafforzare il legame tra l'azienda e la sua forza lavoro, creando un ambiente più inclusivo e solidale. Le aziende che promuovono queste iniziative dimostrano di avere a cuore lo sviluppo complessivo della propria comunità, con ricadute positive non solo sul benessere dei dipendenti, ma anche sulla responsabilità sociale e sull'immagine dell'impresa stessa.



Contest normativo nazionale

Nell'ambito italiano, le piccole e medie imprese (PMI) possono trovare indicazioni utili per sostenere l'istruzione dei familiari dei dipendenti attraverso diverse normative e iniziative. Ad esempio, il Decreto Legislativo n. 151/2001 prevede misure per la conciliazione tra vita lavorativa e vita familiare, promuovendo iniziative volte a sostenere il benessere dei lavoratori e delle loro famiglie. Questo decreto, sebbene non imponga esplicitamente obblighi alle PMI, incoraggia l'adozione di politiche aziendali favorevoli all'istruzione e alla formazione, riconoscendo l'importanza di un ambiente familiare positivo. Inoltre, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) contempla investimenti in formazione e educazione, destinando fondi a progetti che possono coinvolgere le PMI nella creazione di programmi di sostegno per l'istruzione dei familiari dei dipendenti. Questi fondi possono essere utilizzati per sviluppare iniziative che favoriscano l'accesso all'istruzione e il miglioramento delle competenze, nonché per sostenere programmi di borse di studio e attività educative.



Contest normativo europeo

A livello europeo, le PMI possono trarre vantaggio da varie iniziative e normative che supportano l'istruzione e la formazione dei familiari dei lavoratori. Il Programma Erasmus, ad esempio, offre opportunità di finanziamento per progetti educativi, permettendo alle PMI di sviluppare iniziative che includano la formazione dei familiari. Questo programma è finalizzato a promuovere l'istruzione, la formazione e l'apprendimento esperienziale, incoraggiando le aziende a investire nella crescita delle competenze dei propri dipendenti e delle loro famiglie. Inoltre, la Strategia Europea per le PMI riconosce l'importanza di un ambiente lavorativo che favorisca la formazione e l'istruzione. Le PMI sono incoraggiate a implementare politiche che supportino l'istruzione dei familiari, contribuendo così a creare una forza lavoro più competente e ben preparata. La Commissione Europea promuove anche azioni specifiche per migliorare l'accesso all'istruzione e alla formazione, sottolineando il ruolo cruciale delle PMI nel contribuire a tali obiettivi.



Impatto ambientale

Sostenere un'unica iniziativa per l'educazione ambientale dei familiari dei dipendenti può avere effetti ambivalenti. Da un lato, focalizzarsi su un progetto educativo specifico potrebbe aumentare la consapevolezza su tematiche come il riciclo, la riduzione degli sprechi e il risparmio energetico, incoraggiando pratiche più sostenibili nelle famiglie. Tuttavia, limitarsi a una sola iniziativa rischia di non affrontare la vasta gamma di problematiche ambientali, come la gestione delle risorse naturali o la riduzione delle emissioni di gas serra, lasciando quindi alcune aree fondamentali trascurate. Inoltre, un approccio isolato potrebbe non stimolare un cambiamento radicale e diffuso nelle abitudini familiari, limitando l'efficacia dell'iniziativa stessa. Se il progetto non viene adeguatamente promosso o se non coinvolge tutti i dipendenti e le loro famiglie, potrebbe risultare inefficace nel creare un impatto ambientale significativo e duraturo.



Impatto economico

Per una PMI, sviluppare una singola iniziativa di formazione per i familiari dei dipendenti può avere impatti economici rilevanti, in particolare per quanto riguarda la valorizzazione della propria immagine aziendale e il coinvolgimento del personale. Anche una sola iniziativa può rafforzare la percezione dell'azienda come responsabile e attenta al benessere dei dipendenti e delle loro famiglie, contribuendo a creare un ambiente di lavoro più stabile e fidelizzato. Questo effetto si traduce in una riduzione del turnover, abbassando i

costi legati alla selezione e all'integrazione di nuovo personale, con un impatto positivo sui conti aziendali. Inoltre, un'iniziativa singola, se ben strutturata, può contribuire a migliorare i rapporti della PMI con i partner e la comunità locale. Tali relazioni, basate su un impegno sociale visibile, possono facilitare l'accesso a incentivi o agevolazioni fiscali previste per le imprese che promuovono il benessere dei lavoratori, incrementando così la stabilità economica. In parallelo, l'azienda acquisisce una posizione più solida sul mercato, venendo vista come un esempio di responsabilità sociale anche dai clienti, migliorando la fiducia e la fedeltà del pubblico. Dal punto di vista delle spese operative, una maggiore sensibilità ambientale generata dall'iniziativa formativa può portare, indirettamente, a comportamenti più sostenibili da parte dei dipendenti, con una possibile riduzione dei consumi di energia e delle risorse. Anche se questo impatto può sembrare contenuto, per una PMI può rappresentare un vantaggio strategico in un contesto di mercato in cui la sostenibilità è sempre più apprezzata. In definitiva, una singola iniziativa di formazione offre un buon rapporto costo-benefici per l'azienda, rafforzando la sua competitività e promuovendo un'immagine positiva a costi limitati.



Impatto sociale

L'introduzione di una sola iniziativa rivolta alla formazione dei familiari dei dipendenti in una PMI può avere impatti sociali significativi, anche se limitati rispetto a un programma più ampio. Da un lato, un'iniziativa mirata può favorire il rafforzamento del legame tra i dipendenti e l'azienda, migliorando la loro percezione di valorizzazione. I dipendenti che vedono che l'azienda si impegna anche per il benessere delle loro famiglie tendono a sentirsi più coinvolti e motivati, il che può portare a una maggiore produttività e a una migliore coesione interna. Inoltre, l'iniziativa può contribuire a migliorare la reputazione dell'azienda all'interno della comunità, dimostrando un impegno sociale che va oltre la semplice relazione di lavoro. Tuttavia, gli impatti sociali positivi potrebbero essere limitati dal fatto che una sola iniziativa non riesce a coinvolgere tutte le famiglie dei dipendenti, riducendo il potenziale di inclusione e di supporto. Se l'iniziativa è troppo focalizzata o non estesa, potrebbe non riuscire a raggiungere l'intero gruppo di familiari e, di conseguenza, non avere un impatto diffuso sulla comunità. Ciò potrebbe anche portare a una percezione di disuguaglianza tra i dipendenti, con alcuni che potrebbero sentirsi esclusi da opportunità di crescita per loro e per i loro familiari. Inoltre, una singola iniziativa rischia di non essere sufficientemente strutturata per generare cambiamenti duraturi o di grande portata all'interno della comunità circostante. Mentre può sicuramente contribuire a migliorare la relazione con i dipendenti, l'efficacia sociale complessiva potrebbe non essere massimizzata senza un impegno più ampio e continuo verso l'educazione e il miglioramento delle condizioni familiari. L'azienda potrebbe comunque trarre vantaggio dalla creazione di un ambiente lavorativo più positivo e dall'immagine di responsabile sociale, ma solo se l'iniziativa viene percepita come autentica e significativa per i dipendenti e le loro famiglie.



Azioni di miglioramento

Nel caso in cui la PMI abbia avviato solo una singola iniziativa rivolta alla formazione dei familiari dei dipendenti, è consigliabile monitorare l'efficacia del programma, raccogliendo feedback diretti dai partecipanti. Sulla base delle informazioni ottenute, l'azienda dovrebbe valutare se estendere l'iniziativa a un numero maggiore di familiari o se ampliare il tipo di formazione offerta, cercando di rispondere alle diverse esigenze educative. Inoltre, l'azienda dovrebbe promuovere la consapevolezza di tale iniziativa tra i dipendenti, stimolando la partecipazione attraverso incentivi o vantaggi economici, e rendere visibile questo impegno sul piano sociale, aumentando così l'appeal come datore di lavoro. La PMI, pur avendo una sola iniziativa, può comunque differenziarsi sul mercato del lavoro se dimostra di preoccuparsi concretamente del benessere delle famiglie dei propri dipendenti.

MIGLIORAMENTO #7.19.2

L'azienda non occupa ancora nessun lavoratore di diversa nazionalità proveniente da altri stati membri dell' Unione Europea.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Occupare lavoratori provenienti da altri Stati membri dell'Unione Europea permette all'azienda di ampliare le proprie possibilità e cogliere nuove opportunità, inserendosi in un contesto lavorativo più ampio e dinamico. Infatti, i lavoratori stranieri possono apportare competenze ed esperienza specifiche e creare una positiva diversità all'interno dell'impresa. Di seguito il link che riporta le statistiche sui cittadini stranieri in Italia: <https://www.tuttitalia.it/statistiche/cittadini-stranieri-2019/>



Contesto normativo nazionale

A livello nazionale, la libera circolazione dei lavoratori è regolamentata dal D.Lgs. 30/2007. Inoltre, come cittadino dell'Unione Europea il lavoratore può intraprendere un'attività lavorativa, subordinata o autonoma, senza bisogno di autorizzazioni al lavoro ed è equiparato ai cittadini italiani, godendo dello stesso trattamento.



Contesto normativo europeo

La libera circolazione dei lavoratori è una libertà fondamentale dei cittadini dell'Unione europea nonché uno dei pilastri del mercato interno. Essa è normata dal Regolamento (EU) 492/2011 che stabilisce norme per l'impiego, la parità di trattamento e le famiglie dei lavoratori cittadini degli Stati membri. L'articolo 39 del Trattato della Comunità Europea considera le differenze in termini di occupazione, retribuzione e altre condizioni di lavoro tra lavoratori europei di nazionalità diversa che operano nello stesso Stato membro come discriminatorie. Inoltre, a livello è stata costituita l'Europeo EURopean Employment Services (EURES), la rete europea dei servizi per l'impiego coordinata dall'Autorità per il lavoro europea (ELA), la quale sostiene l'occupazione attraverso una migliore mobilità dei lavoratori e coinvolge i centri pubblici per l'impiego, i sindacati, le organizzazioni datoriali, altre istituzioni pubbliche locali e nazionali.



Impatto economico

Favorire la diversity in un contesto aziendale consente di mettere insieme punti di vista differenti, generando innovazione e migliorando le performance complessive delle attività. Infatti, avere una forza lavoro multiculturale, con lavoratori provenienti da diverse culture e background, può favorire l'innovazione e la creatività all'interno dell'azienda, incoraggiando l'aggregazione di idee e prospettive differenti che possono arricchire l'ambiente lavorativo e portare a nuove pratiche e soluzioni. Inoltre, assumendo lavoratori stranieri, l'azienda dimostra di essere una realtà inclusiva e attenta alla diversità: questo aspetto che può migliorare la sua reputazione e attrarre i migliori talenti a livello internazionale. Infine, in alcuni casi, assumere lavoratori stranieri può comportare un risparmio sui costi, soprattutto se i salari nel paese di origine sono più bassi rispetto a quelli del paese ospitante. Tuttavia, è importante valutare anche altri fattori, come i costi di relocation e di formazione.



Impatto sociale

L'impatto sociale dell'assunzione di lavoratori provenienti da altri Stati membri dell'Unione Europea da parte di un'azienda può comprendere: - riduzione della disoccupazione e promozione dell'inclusione sociale. Infatti, l'assunzione di lavoratori stranieri, in particolare con contratti a tempo indeterminato, contribuisce a diminuire il tasso di disoccupazione e favorisce l'inserimento lavorativo di persone provenienti da contesti socio-economici differenti, promuovendo la coesione sociale. - sviluppo di nuove competenze e professionalità: assumere lavoratori provenienti da altri Stati consente ai lavoratori stessi di acquisire competenze e professionalità utili per il loro futuro e per il sistema economico in generale, favorendo così la mobilità professionale e la crescita personale. - scambio di conoscenze e buone pratiche: l'incontro tra diverse culture e professionalità all'interno dell'azienda può favorire lo scambio di conoscenze, buone pratiche e nuove idee, stimolando l'innovazione e la crescita aziendale con effetti positivi anche sulla società.

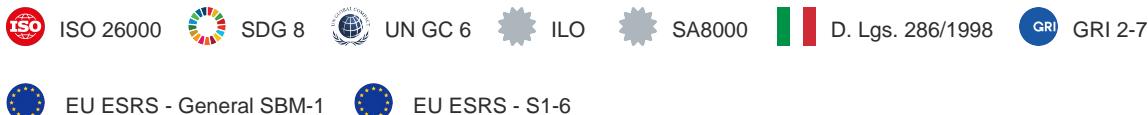


Azioni di miglioramento

Verificate di dare le stesse opportunità a lavori stranieri con le competenze linguistiche e professionali necessarie per ricoprire le mansioni richieste. Se pertinente con le esigenze della vostra realtà aziendale, potreste valutare di assumere lavoratori provenienti da altri Stati europei per trarre tutti i benefici derivanti da un ambiente multiculturale.

MIGLIORAMENTO #7.20.2

L'azienda non occupa nessun lavoratore di diversa nazionalità proveniente da paesi extra Europei.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Per i lavoratori provenienti da paesi non appartenenti all'Unione Europea, l'ingresso nel territorio dello Stato italiano per motivi di lavoro, è possibile solo nell'ambito delle quote massime d'ingresso annualmente stabilite dagli appositi decreti di programmazione dei flussi di ingresso per motivi di lavoro ed è subordinato a diversi requisiti.



Contesto normativo nazionale

Il decreto di cui all'art. 3 del D.Lgs. n.286/1998 definisce il numero complessivo degli ingressi di lavoratori stranieri extraUE previsto per l'intero territorio nazionale. Il dato viene poi ripartito per regione e per provincia, al fine di definire la quota effettivamente spettante per ogni ambito territoriale. Il flusso è inoltre suddiviso in quote a seconda della tipologia del rapporto (distinguendo soprattutto tra lavoro autonomo, subordinato a tempo indeterminato, determinato o stagionale, lavoro domestico) e della nazionalità dei lavoratori stranieri.
<https://www.confindustriabergamo.it/aree-di-interesse/lavoro-e-previdenza/servizio-stranieri/monografie/il-rapporto-di-lavoro-con-i-cittadini-stranieri-manuale-2014>



Contesto normativo europeo

Le condizioni di ingresso e di soggiorno per periodi superiori a tre mesi, nel territorio degli Stati membri, di cittadini di paesi terzi che intendano svolgere lavori altamente qualificati in quanto titolari della Carta blu UE e dei loro familiari; Direttiva EU :
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32009L0050&from=EN>



Impatto economico

La diversità culturale è spesso maggiore in relazione a paesi extra Europei. E' comunque possibile generare forte innovazione, ma è necessaria un'attenta gestione delle risorse umane.



Azioni di miglioramento

Verificate di garantire l'accesso alle opportunità lavorative anche a lavoratori stranieri, provenienti da paesi al di fuori dell'Europa, che abbiano tutti i requisiti necessari a ricoprire le posizioni disponibili.

CRITERIO SODDISFATTO #7.4.3

State applicando il principio di parità retributiva.





I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La parità retributiva è un principio in base al quale ai lavoratori, a parità di sesso, mansioni e anzianità, spetterebbe un medesimo trattamento retributivo, senza alcuna possibilità per il datore di trattamenti preferenziali. L'autonomia contrattuale può consentire differenze di retribuzione, ma eventuali trattamenti differenziati non devono comunque ledere il principio di non discriminazione. Le differenze sono consentite in ragione di mansioni di alta specializzazione oppure la qualificazione professionale del prestatore.



Contesto normativo nazionale

Nonostante sia un obiettivo nazionale ancora da raggiungere, le istituzioni italiane sono impegnate da tempo in iniziative che mirano alla realizzazione della parità di retribuzione. Questo principio è contenuto nell'articolo 37 della Costituzione della Repubblica italiana che sancisce che «la donna lavoratrice ha gli stessi diritti e, a parità di lavoro, le stesse retribuzioni che spettano al lavoratore». Inoltre, la parità retributiva è un punto cardine del D.Lgs. 198/2006 "Codice delle pari opportunità", modificato dalla Legge n°162/2021, la quale pone con l'Art.28 il divieto di discriminazione retributiva, diretta e indiretta, per quanto riguarda lo stesso lavoro e impone di determinare la retribuzione secondo criteri comuni per uomini e donne.



Contesto normativo europeo

La parità retributiva è un pilastro fondamentale della Gender Equality Strategy della Commissione Europea. Infatti, anche se si laureano più donne nelle università europee, guadagnano in media il 16% in meno rispetto agli uomini. Nonostante la parità retributiva non costituisca ancora un obbligo di legge né all'interno dell'ordinamento italiano né all'interno di quello europeo, essa è comunque prevista dall'art. 157 del TFUE (Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea). Tuttavia, la Corte di Giustizia dell'Ue si è pronunciata a riguardo sostenendo che l'art. 157 del TFUE ha effetto diretto anche nelle controversie tra privati. Ciò significa che, in caso una sentenza arrivasse all'ultimo stadio di rinvio all'interno dell'ordinamento italiano, il giudice potrebbe sentenziare prendendo in considerazione il parere della Corte di Giustizia dell'Ue e, di conseguenza, prevedere una sanzione per l'impresa che non applica tale principio. Maggiori informazioni: <https://curia.europa.eu/juris/documents.jsf?num=C-624/19> (vedere ultimo documento del 03/06/2021 "Sentenza").



Impatto sociale

L'assenza di pari opportunità ha un forte impatto sullo sviluppo dell'economia mondiale. Per esempio, il gap finanziario nei paesi in via di sviluppo, dovuto al mancato finanziamento di PMI sotto la guida di donne, è stato stimato intorno ai 285 miliardi da World Bank. La stessa fonte riporta una perdita di ricchezza in capitale umano di 160 trilioni a causa della disparità.



Azioni di miglioramento

Avere conseguito la parità di retribuzione vi rende virtuosi in un contesto dove purtroppo l'obiettivo non è ancora stato raggiunto. Sapevate che esistono delle certificazioni anche in questo ambito? Questo articolo vi potrebbe interessare: https://www.ilmessaggero.it/mind_the_gap/parita_di_genere_misurare_certificare_bollino_rosa_aziende_ricerca-4616430.html

CRITERIO SODDISFATTO #7.18.4

Più del 70% dei vostri lavoratori sono assunti con contratto a tempo determinato/indeterminato/apprendistato.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I lavoratori assunti con un contratto a tempo determinato sono impiegati per un periodo specifico di tempo o per la durata di un progetto. Questo tipo di contratto offre maggiore flessibilità all'azienda, consentendo di assumere personale per esigenze temporanee o stagionali senza vincoli a lungo termine. I lavoratori assunti con un contratto a tempo indeterminato sono impiegati senza una data di fine specifica. Questo tipo di contratto offre maggiore sicurezza lavorativa ai dipendenti e può contribuire a promuovere la fedeltà e l'engagement dei dipendenti verso l'azienda. I contratti di apprendistato sono finalizzati alla formazione e all'addestramento di lavoratori giovani o meno esperti. Questo tipo di contratto offre opportunità ai giovani di acquisire esperienza pratica sul lavoro mentre ricevono formazione teorica.



Contesto normativo nazionale

In Italia nel 2015 sono stati approvati il D.Lgs. 23/2015 e il D.Lgs. 81/2015 - anche conosciuti come Jobs Act - che rappresentano un punto di svolta per il mercato del lavoro italiano. Esso, infatti, ha introdotto una serie di misure volte a rinnovare il mercato del lavoro riguardanti cambiamenti importanti rispetto alle forme contrattuali, agli ammortizzatori sociali, alla conciliazione dei tempi di lavoro e vita privata. Tra le principali misure, il Jobs Act include: - la semplificazione dei contratti a tempo determinato; - la promozione dell'apprendistato creando un sistema duale di formazione e lavoro; - la creazione di incentivi e sgravi contributivi per le assunzioni a tempo indeterminato; - una tutela maggiore nel tempo per i lavoratori assunti a contratto a tempo indeterminato.



Contesto normativo europeo

A livello europeo, non esiste un unico regolamento che disciplina in modo completo e uniforme le assunzioni a tempo determinato, indeterminato e apprendistato. L'Unione Europea ha adottato, infatti, diversi regolamenti e una serie di raccomandazioni e linee guida relative alle assunzioni volte a promuovere buone pratiche riguardanti il mercato del lavoro e facilitare lo scambio di informazioni tra gli Stati membri. Le specifiche regole riguardanti le assunzioni devono essere recepite nell'ordinamento nazionale attraverso leggi o regolamenti, quindi possono variare da Stato membro a Stato membro in base alle legislazioni nazionali.



Impatto economico

Il lavoro on demand, o comunque pagato ad ore/giornate, garantisce una maggiore flessibilità dei costi del personale. Può inoltre responsabilizzare maggiormente i lavoratori e consentire una maggiore produttività. Tuttavia, i costi possono incrementare a causa di un turnover elevato e di una maggiore imposizione fiscale. Anche con il contratto di apprendistato l'azienda può beneficiare di incentivi fiscali o di agevolazioni sul salario degli apprendisti da parte del governo o di altri enti per sostenere la formazione e l'assunzione di personale giovane.



Impatto sociale

Dal punto di vista sociale, l'assunzione di lavoratori contribuisce a ridurre la disoccupazione, favorendo l'inclusione e la coesione sociale; inoltre, un mercato del lavoro più dinamico, in cui le aziende assumono e investono in nuovo personale, favorisce la crescita economica e lo sviluppo del paese. Tra gli effetti positivi dell'assumere dipendenti con contratto a tempo indeterminato e apprendistato, troviamo anche la stabilità e la sicurezza economica e la possibilità di crescita professionale le quali possono contribuire a migliorare il benessere psicofisico dei lavoratori e la loro qualità della vita. Gli impiegati con contratto a tempo indeterminato beneficiano di maggiori tutele legali,

come ad esempio l'accesso a benefici quali la previdenza sociale e l'assistenza sanitaria. Infine, politiche di assunzione mirate e attente alla formazione come quelle dei contratti a tempo indeterminato e apprendistato possono contribuire ad un personale motivato e qualificato, portando quindi ad un aumento della produttività e dell'efficienza aziendale. Dall'altro lato, l'eccessivo ricorso a contratti a tempo determinato o con contratti precari può generare incertezza tra i lavoratori, con effetti negativi sul loro benessere accentuando le disuguaglianze sociali ed economiche.



Azioni di miglioramento

Avete un'alta percentuale di lavoratori assunti con contratti a tempo determinato, indeterminato e apprendistato, dimostrando che tenete alla tutela delle vostre risorse umane. Confrontatevi con i vostri lavoratori e verificate che quanto proposto sia congruo con le loro aspettative e soddisfi le loro esigenze, oltre che sia in linea con le necessità dell'azienda e la situazione del mercato del lavoro. Assicuratevi, inoltre, di rispettare le normative sul lavoro relative alle tipologie contrattuali proposte e che le condizioni di lavoro siano in linea con le leggi locali sulla tutela del lavoro. Infine, indipendentemente dal tipo di contratto, l'azienda deve garantire che tutti i lavoratori ricevano un trattamento equo e rispettoso dei propri diritti: ciò include pari opportunità di accesso alla formazione, alle promozioni e ai benefici aziendali.

CRITERIO SODDISFATTO #7.2.3

I vostri prodotti sono caratterizzati da una piena fruibilità per le persone con disabilità.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Per accessibilità si intende la caratteristica di un prodotto o servizio d'essere fruibile con facilità da una qualsiasi tipologia d'utente, anche per persone con ridotta o impedita capacità sensoriale, motoria, o psichica (ovvero affette da disabilità sia temporanea, sia stabile).
ESEMPIO: Anche in caso di servizi ICT digitali è comunque possibile programmare applicazioni desktop o mobile compatibili per i non vedenti/udenti.



Contesto normativo nazionale

A livello nazionale, l'obbligo di accessibilità è stato introdotto per i siti web del settore pubblico (o d'interesse pubblico). La legge di riferimento è la "Legge Stanca" (Legge 4 del 9 gennaio 2004).



Contesto normativo europeo

Lo European Accessibility Act (2019/882/EU) è una direttiva che mira a migliorare il funzionamento del mercato interno per prodotti e servizi accessibili, eliminando gli ostacoli creati da norme divergenti negli Stati membri. L'obiettivo è garantire una maggiore accessibilità a persone con disabilità e anziani. La direttiva specifica i requisiti per alcuni prodotti (ad esempio: computer, smartphone, bancomat, trasporti), mentre per altri prodotti/servizi si limita a fornire delle linee guida. Per ulteriori informazioni: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1202>



Azioni di miglioramento

Garantendo piena accessibilità ai vostri prodotti/servizi, state ampliando le vostre opportunità commerciali e abbattendo le barriere di accesso e integrazione per le persone con disabilità.

CRITERIO SODDISFATTO #7.6.2

Avete già introdotto dei premi di produttività.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I premi di produttività vengono corrisposti ai lavoratori a seguito dell'incremento o miglioramento della produttività, ovvero aumento di qualità, di organizzazione e innovazione. I premi di produttività possono essere rappresentati da somme straordinarie rispetto alla retribuzione riconosciute ai propri dipendenti, oppure beni e servizi di welfare aziendale (soggetti a tassazione o meno).



Contesto normativo nazionale

Con la Legge di Stabilità del 2016 è stata reintrodotta la detassazione dei premi produttività e delle altre voci di salario legate agli incrementi di performance. A decorrere dal 1^o gennaio 2016, i premi di risultato di ammontare variabile la cui corresponsione sia legata a incrementi di produttività, redditività, qualità, efficienza e innovazione, misurabili e verificabili sulla base di specifici criteri, nonché le somme erogate sotto forma di partecipazione agli utili dell'impresa, godono di un regime di tassazione agevolata. A seguito delle modifiche introdotte dalla Legge di Bilancio 2017 e successivamente dal DL 50/2017, la detassazione dei premi di risultato e delle misure di welfare aziendale è stata estesa sia dal punto di vista oggettivo che soggettivo. In particolare: - A partire dalle somme erogate nel 2017 la soglia del premio di produttività agevolato con la cedolare secca del 10% sale dai 2.000 euro a 3.000 euro. - Possono fruire della tassazione agevolata i lavoratori che nell'anno precedente hanno percepito redditi di lavoro dipendenti fino a 80 mila euro (non più 50 mila).



Impatto economico

Le organizzazioni e le aziende che adottano processi di valutazione delle performance dei lavoratori, atte a individuare e promuovere i talenti, raggiungono migliori risultati economico-finanziari e creano valore d'impresa.



Impatto sociale

Secondo l'HR Trends and Salary Report di Randstad, le leve per costruire un ambiente di lavoro meritocratico sono tre: valorizzazione e accrescimento delle competenze, riconoscimento e visibilità interna ed esterna all'azienda e un ambiente coinvolgente e piacevole.



Azioni di miglioramento

Grazie alla politica d'incentivi ai dipendenti, i vostri lavoratori si sentono motivati nel garantire la crescita e il successo dell'azienda. La motivazione che imprimete ai lavoratori contribuisce a creare un ambiente di lavoro dinamico e sempre pronto ad adeguarsi ai cambiamenti che il mercato del lavoro richiede.

CRITERIO SODDISFATTO #7.7.3

L'azienda effettua una distribuzione strutturata di benefit ai propri lavoratori.



GRI 401-2



SDG 8



ISO 30415



EU ESRS - S1-11



EU LSME- ESRS - S1-11

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

L'insieme dei benefit contrattuali, consistenti nell'agevolazione all'acquisto di beni o all'accesso a servizi volti a incrementare il benessere del lavoratore e della sua famiglia attraverso una diversa ripartizione della retribuzione, viene raggruppato sotto il nome di welfare aziendale. ESEMPIO: servizio di lavanderia in azienda con tariffa agevolata, mensa aziendale, servizio ordine e consegna spesa sul luogo di lavoro in collaborazione, ad esempio, con supermercati limitrofi, telefono aziendale, previdenza integrativa, assicurazioni o fondi di previdenza complementare aggiuntivi sottoscritti dall'azienda per i propri lavoratori, contributi aggiuntivi a carico dell'azienda a fondi di previdenza complementare, altro...



Contesto normativo nazionale

La Legge di Stabilità del 2016 prevede importanti decontribuzioni fiscali su diverse forme di welfare aziendale. Sono diversi i servizi erogabili a favore del dipendente che non costituiscono reddito da lavoro dipendente e sono deducibili dal reddito d'impresa, con beneficio fiscale quindi sia a favore dei lavoratori che dell'aziende. Per esempio, i contributi di assistenza sanitaria integrativa, i contributi per previdenza complementare, le somministrazioni di vitto, le prestazioni di servizi di trasporto collettivo, etc. Per approfondimenti: https://www.cliclavoro.gov.it/Normative/Circolare_Agenzia_Entrate_29_marzo_2018_5.pdf



Impatto economico

L'erogazione di benefit per i propri dipendenti, oltre a garantire un beneficio fiscale sia per l'azienda che per i lavoratori, consente di creare un ambiente di lavoro che tenga conto delle necessità dei propri collaboratori, con conseguenze in termini di produttività e di attrazione del capitale umano.



Azioni di miglioramento

Con un sistema di benefit per il vostro personale impattate positivamente sulla produttività della vostra azienda e rendete l'ambiente di lavoro più attrattivo.

CRITERIO SODDISFATTO #7.8.4

I vostri dipendenti partecipano a corsi di aggiornamento e/o formazione, oltre a quelli previsti dalla eventuale normativa/contratto standard, per più di 8 ore all'anno.

SDG 8



OECD 4



SA8000



GRI 404-1



ISO 30415



SDG 8.3



WEF - 4P - P3-3

EU ESRS - S1-13



EU LSME- ESRS - S1-6



EU VSME -Metriche base - Questioni sociali B 10 - Forza lavoro

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

I corsi di formazione o di aggiornamento rappresentano un investimento nel capitale umano di un'azienda. Nel contesto aziendale si sta sviluppando la consapevolezza di quanto il cosiddetto "lifelong learning", ossia il continuo apprendimento, possa generare valore fornendo ai dipendenti maggiori strumenti per affrontare le proprie attività e responsabilità lavorative.



Contesto normativo nazionale

Si ricorda che nella Legge di Bilancio 2018 è previsto un credito d'imposta per le spese di formazione Industria 4.0 pari al 50% del costo del personale dipendente impiegato nei corsi di formazione. Il credito è compensabile in dichiarazione dei redditi. Per poter godere dell'agevolazione fiscale è necessario che le attività di formazione siano pattuite attraverso contratti collettivi aziendali o territoriali.



Contesto normativo europeo

La Commissione Europea collabora con gli Stati membri dell'UE per sostenere e rafforzare lo sviluppo di competenze chiave e abilità di base per tutti, sin dalla tenera età e per tutta la vita. Le competenze chiave comprendono le conoscenze, le capacità e le attitudini necessarie a tutti per la realizzazione e lo sviluppo personale, l'occupabilità, l'inclusione sociale e la cittadinanza attiva.



Impatto economico

In Italia dal 2009 al 2016 le aziende che hanno investito nella gestione e nella formazione dei propri lavoratori sono cresciute in media del 120% rispetto al fatturato annuo precedente a tale periodo.



Azioni di miglioramento

La vostra scelta di investire nella formazione dei vostri dipendenti permette all'azienda di risparmiare denaro e tempo utile creando personale specializzato in grado di affrontare agevolmente le problematiche aziendali. L'impegno formativo e le nuove conoscenze maturate internamente permettono di essere costantemente aggiornati sui cambiamenti che avvengono nel settore e nei mercati di riferimento.

CRITERIO SODDISFATTO #7.16.3

La vostra azienda effettua briefing e/o training sul vostro programma di sviluppo sostenibile ai vostri lavoratori, aumentando l'efficienza e il coinvolgimento di questi ultimi.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La cultura aziendale deve essere al centro del processo di inserimento e di credito dei lavoratori all'interno dell'azienda. Per questo motivo, effettuare un training sulla strategia è fondamentale. Se avete definito un programma di sviluppo sostenibile, questo deve essere parte integrante dei concetti da condividere. La consapevolezza e il coinvolgimento dei lavoratori sono tasselli essenziali per il raggiungimento degli obiettivi strategici di un'azienda. Per esempio, uno studio della Oxford Economics sulle aziende inglesi evidenzia che a causa di un inserimento non corretto 1 su 25 nuovi assunti abbandona il lavoro dopo una settimana; ci vogliono circa 28 settimane, cioè 6 mesi e mezzo, perché il neo assunto diventi efficace e si allinei ai ritmi degli altri. Secondo la stima fatta, questo costa all'azienda circa 25.000 £.



Impatto ambientale

Con un training sul vostro programma di sviluppo sostenibile vi assicurate che i vostri lavoratori siano allineati con i vostri obiettivi di sostenibilità. Questo ha delle ripercussioni sia su una maggiore capacità dell'organizzazione di raggiungere tali obiettivi, sia sulla possibilità di migliorare le strategie di sostenibilità. Soprattutto nel periodo iniziale, un lavoratore può apportare molta innovazione grazie ad una visione ancora esterna e nuova e questo riguarda anche eventuali spunti sul programma di sviluppo sostenibile.



Azioni di miglioramento

Coinvolgere i vostri lavoratori e tenerli aggiornati su tutto ciò che riguarda la cultura e la strategia aziendale è essenziale per la crescita dell'impresa. Dunque continuate a coinvolgere i vostri lavoratori, senza dimenticare di essere specifici riguardo al contributo che ogni lavoratore potrebbe dare rispetto agli obiettivi di sviluppo sostenibile.

CRITERIO SODDISFATTO #7.26.4

Il tasso di turnover negativo dei vostri dipendenti è inferiore al 15%.



WEF - 4P - P4-1



EU VSME - Metriche base - Questioni sociali B 8 - Forza lavoro

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il tasso di turnover (o di ricambio del personale) rappresenta la percentuale di dipendenti, sul totale, che viene sostituita in un anno. In questo caso, ci riferiamo al turnover negativo, che è rappresentato dalla percentuale di dipendenti in uscita. Questo indicatore rappresenta, quindi, la porzione di dipendenti che lascia l'azienda e indirettamente la fedeltà della propria forza lavoro. L'abbandono di alcuni dipendenti è un processo naturale nell'organizzazione del lavoro, ma un tasso elevato può dipendere da stress, insoddisfazione, cattiva organizzazione o mancanza di trasparenza. Secondo uno studio di Assolombarda, per il 2020, il tasso di turnover per le PMI è di circa 22%. Potete leggere di più a questo link: <https://www.assolombarda.it/centro-studi/i-numeri-per-le-risorse-umane-2020-1>



Impatto economico

La rotazione del personale, oltre ad influire sui costi che l'azienda deve sostenere, può avere le seguenti conseguenze: - diminuzione della produttività in quanto la necessità di coprire sempre un posto di lavoro comporta un maggior carico di lavoro per il resto dei componenti, lasciando compiti che non vengono eseguiti o che non vengono realizzati correttamente. Inoltre, anche se si è provveduto ad assumere una nuova persona per la posizione, quest'ultima richiederà un periodo d'adattamento, non contribuirà immediatamente in modo produttivo e l'intera organizzazione aziendale potrebbe esserne influenzata; - team in continuo cambiamento che potrebbe influenzare il clima aziendale; - indebolimento dell'employer branding, infatti un dipendente non soddisfatto potrebbe minare la capacità dell'azienda di attrarre e trattenere talenti.



Azioni di miglioramento

Bene, il tasso di turnover dei dipendenti della vostra azienda è inferiore alla media nazionale rilevata dallo studio di Assolombarda. Vi consigliamo, comunque, di indagare le cause del ricambio del personale per intervenire tempestivamente in caso di situazioni che possono minare l'immagine dell'azienda.

CRITERIO SODDISFATTO #7.14.4

La tabella salariale per i vostri dipendenti è caratterizzata da un compenso competitivo, oppure in linea con il mercato più l'aggiunta di benefit.



DREAMS TEAM S.R.L.

P.IVA 10933750969

Pag. 178/194

GRI 401-2

SDG 10

OECD 6

GRI 2-19

ISO 30415

SDG 10.4

WEF - 4P -P1-2

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Una tabella salariale o retributiva definisce lo stipendio per i dipendenti in relazione a diversi fattori, come il livello o l'anzianità, permettendo maggiore trasparenza e imparzialità nelle retribuzioni. Definendo una tabella salariale, un'azienda può attuare delle strategie di reclutamento competitivo, confrontando gli stipendi offerti con la media di mercato e valutando se effettuare delle variazioni. Sebbene negli ultimi anni l'importanza di benefit, sicurezza del posto di lavoro, clima positivo, solidità finanziaria, work-life balance e opportunità di carriera stiano guadagnando maggiore importanza, rendendo la retribuzione solo uno degli aspetti che può attrarre personale qualificato, è innegabile che il salario sia ancora uno dei driver più rilevanti nella scelta di un posto di lavoro.



Contesto normativo nazionale

Per definire una tabella salariale e verificare i limiti di legge, potrebbe essere necessario informarsi sui salari minimi. In Italia, i salari minimi non vengono definiti da leggi nazionali, bensì dalle contrattazioni fra parti sociali. Tuttavia, nel Jobs Act era stata prevista (poi non attuata) l'introduzione di un "compenso orario minimo" che andrebbe a riguardare soltanto i settori non coperti da contrattazione collettiva.



Contesto normativo europeo

L'Unione riconosce dei salari adeguati come fondamentali per garantire condizioni di lavoro eque e standard di vita dignitosi ai lavoratori europei. A giugno 2022, è stato raggiunto l'accordo tra il Parlamento europeo e gli Stati membri dell'UE riguardo alla direttiva relativa a salari minimi adeguati, proposta dalla Commissione nell'ottobre 2020. Tale direttiva istituisce un quadro per l'adeguatezza dei salari minimi legali, promuovendo la contrattazione collettiva sulla determinazione dei salari e migliorando l'accesso effettivo dei lavoratori alla tutela garantita dal salario minimo nell'UE.



Impatto sociale

Nonostante la moderata crescita dei salari negli ultimi decenni in alcuni Stati membri, le disparità salariali sono aumentate con un potere d'acquisto che si sta deteriorando. Circa un lavoratore su sei nell'UE guadagna un salario basso e questa quota è in aumento. Ogni azienda può contribuire a una maggiore equità di salario per i propri dipendenti.



Azioni di miglioramento

La vostra offerta per le risorse umane si posiziona al di sopra di quella della concorrenza. Potete sfruttare questo vantaggio per reclutare risorse innovative che diano un significativo contributivo nel creare il vostro vantaggio competitivo.

CRITERIO SODDISFATTO #7.17.3

State incoraggiando e organizzando iniziative di aggregazione e socializzazione tra i dipendenti.

GRI 407-1

OECD 6

UN GC 3

WORLD ECONOMIC

WEF - 4P - P3-1

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le iniziative di aggregazione e socializzazione rappresentano una parte fondamentale del team building. Consolidare il team è ormai considerato parte integrante della gestione delle performance di un'azienda. Tramite attività extra-professionali, culturali e ricreative, i dipendenti possono migliorare il proprio spirito di collaborazione e il senso di appartenenza. Queste attività possono essere organizzate dall'azienda stessa o da gruppi di lavoratori particolarmente socievoli e proattivi. E' importante che l'invito venga esteso a tutti, anche se alcuni dipendenti potrebbero non voler partecipare. Il compito dell'azienda è anche quello di incoraggiare lo sviluppo delle iniziative e la partecipazione di tutti, anche degli scettici. ESEMPIO: area ricreativa, cinema/teatro, gruppi amatoriali interni all'azienda (teatro, fotografia etc.), GAS (gruppi di acquisto solidale), altro...



Azioni di miglioramento

State dimostrando di essere un'azienda attenta al team building. Questo influirà positivamente sulle vostre performance.

CRITERIO SODDISFATTO #7.9.4

La vostra azienda adotta pratiche di consultazione dei propri lavoratori in modo sistematico all'interno di una procedura aziendale.

ISO 26000
 SDG 16
 OECD 6
 AA1000SES
 GRI 2-12
 GRI 2-29
 SDG 16.6
 SDG 16.7

WEF - 4P - P1-3

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le pratiche di consultazione dei lavoratori sono fondamentali nel momento in cui eventuali modifiche impattino le condizioni e/o le modalità di lavoro. Molti contratti aziendali prevedono dei tavoli di consultazione in occasioni specifiche.



Azioni di miglioramento

Con la consultazione sistematica dei vostri dipendenti, contribuite a creare un ambiente di lavoro più collaborativo e produttivo. State inoltre riducendo dispute e reclami.

CRITERIO SODDISFATTO #7.10.4

State mettendo in comunicazione management e dipendenti attraverso una comunicazione regolare.

ISO 26000
 SDG 16
 OECD 6
 AA1000SES
 GRI 3-3
 GRI 2-29
 SDG 16.6
 SDG 16.7

WEF - 4P - P1-3

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La comunicazione aziendale è la chiave del successo di una impresa. Per ogni azienda è fondamentale comunicare in maniera efficace la propria identità e i risultati raggiunti nei mercati sui quali opera. Ma il primo vero passo di una buona comunicazione è sempre la condivisione degli obiettivi e lo status del loro raggiungimento. Solo così si può collaborare attivamente al successo aziendale, attuando il necessario gioco di squadra di tutti gli attori.



Azioni di miglioramento

Avete una comunicazione aziendale efficace, che permette a tutti i vostri lavoratori e collaboratori di sentirsi coinvolti, aumentando così la produttività dell'impresa. Utilizzate diversi canali di comunicazione, state aperti al dialogo, dinamici e creativi.

CRITERIO SODDISFATTO #7.3.4

Più del 50% dei vostri dipendenti è di sesso femminile: la percentuale di quote rosa nella vostra azienda è in linea con gli obiettivi nazionali.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Equità e pari opportunità dovrebbero essere garantiti anche per quanto riguarda il genere (sia femminile che maschile). La domanda verde sul genere femminile in quanto, statisticamente è quello più penalizzato nel mondo del lavoro. La questione delle pari opportunità non si limita a un bilanciamento di genere relativamente al numero di dipendenti, ma deve riguardare anche l'innovazione dei modelli organizzativi. Infatti, per consentire le stesse opportunità alle donne, che spesso hanno maggiori responsabilità tra le mura domestiche, è necessario introdurre misure come l'aumento della flessibilità degli orari di lavoro, una maggiore disponibilità a concedere il part-time o il telelavoro, facilitazioni nella gestione dei servizi di cura, etc. Nota: Nel caso di dipendenti che preferiscono non identificarsi in nessuno dei due generi predefiniti (maschile e femminile), in linea con lo scopo del presente rating, questi sono stati inclusi nel conteggio dei soggetti di genere femminile.



Contesto normativo nazionale

Il Decreto Legislativo n° 5 del 25/10/2010 (G.U. n° 29 del 5/02/2010) e la Legge n° 162 del 05/11/2021 hanno modificato il D.lgs. 198/06 "Codice delle pari opportunità" rafforzando il principio della parità di trattamento e di opportunità fra donne e uomini, prevedendo inoltre sanzioni più severe in caso di violazione di tali principi. Inoltre, il Ministero delle pari opportunità ha redatto la "Strategia nazionale per la parità di genere 2021/2026" che si concentra sulle seguenti priorità: lavoro, reddito, competenze, tempo e potere. In particolare, in merito al numero di dipendenti di sesso femminile, tra le misure della Strategia, sono previsti: defiscalizzazione e incentivi per le imprese che assumono donne, sgravi fiscali per le imprese che convertono contratti a termine in contratti a tempo indeterminato e taglio percentuale al cuneo fiscale a carico del datore di lavoro qualora una dipendente venga promossa, con conseguente aumento di salario, entro i primi mesi dal rientro dal congedo di maternità. Per maggiori informazioni, consultare il seguente link: https://www.pariopportunita.gov.it/wp-content/uploads/2021/08/strategia-Parità_genere.pdf



Contesto normativo europeo

Per migliorare l'equità di genere nei Paesi Membri, la Commissione Europea ha sviluppato la Gender Equality Strategy 2020-2025 con gli obiettivi di porre fine alla violenza e agli stereotipi di genere; garantire pari partecipazione e opportunità nel mercato del lavoro, compresa la parità retributiva; e raggiungere l'equilibrio di genere nel processo decisionale e politico.



Impatto sociale

Come sottolineato dalle parole del presidente della Commissione europea, Ursula von der Leyen: "Negli affari, nella politica e nella società nel suo insieme, possiamo raggiungere il nostro pieno potenziale solo se utilizziamo tutto il nostro talento e la nostra diversità. Utilizzare solo metà della popolazione, metà delle idee o metà dell'energia non è abbastanza."



Azioni di miglioramento

Valutate l'introduzione di maggiore flessibilità sul lavoro, per dare la possibilità ai dipendenti con responsabilità familiari di gestire al meglio i loro impegni. Verificate di dare spazio alle donne anche nei ruoli di vertice.

CRITERIO SODDISFATTO #7.5.4

La vostra azienda ha più del 25% di dipendenti sotto i 35 anni.

State investendo sui giovani.

2000/78/EC GRI 405-1 SDG 8 SDG 10 UN GC 1 UN GC 6 ILO SA8000

UN-BHR SNSvS WEF - 4P - P3-1 SDG 8.5 SDG 10.2 EU ESRS - S1-9

EU LSME- ESRS - S1-10

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Nonostante sia spesso un fattore non preso in considerazione dalle strategie di Diversity & Inclusion delle aziende, la discriminazione dei lavoratori dovuta all'età è piuttosto comune. Questo tipo di discriminazione avviene sia nei confronti di chi è considerato "troppo vecchio" sia di chi è visto come "troppo giovane", e può manifestarsi sia nelle assunzioni che nel modo in cui l'azienda si relaziona con i dipendenti. Prestate attenzione anche alla discriminazione indiretta, che può avvenire quando i criteri di assunzione sono irraggiungibili per un determinato gruppo di lavoratori. Per esempio, la richiesta di un numero elevato di anni di esperienza esclude i più giovani, mentre la ricerca di "nativi digitali" potrebbe escludere i più anziani. Anche in questo caso, la domanda verde sulla fascia più giovane dei lavoratori in quanto statisticamente è quella più penalizzata nel mondo del lavoro nel nostro Paese. Si tratta di una questione culturale, per esempio negli Stati Uniti è più comune la discriminazione nei confronti di lavoratori più anziani.



Contesto normativo nazionale

Vengono spesso istituiti degli incentivi fiscali per agevolare l'inserimento dei lavoratori più giovani. Nel 2020, sono state rese disponibili le seguenti agevolazioni: l'incentivo IO Lavoro dell'Anpal e il Bonus Lavoro Giovani dell'INPS, rispettivamente per le assunzioni di giovanissimi (16-24 anni) e giovani (under 35).



Contesto normativo europeo

La Framework Equality Directive della Commissione Europea rappresenta un importante riconoscimento del problema della discriminazione basata sull'età. Riconosce il diritto di equità sia ai lavoratori più giovani che a quelli più anziani. Inoltre, non si occupa esclusivamente di garantire formale uguaglianza, ma anche della lotta alle discriminazioni basate sull'età e del rispetto dei diritti

fondamentali.



Impatto economico

Una forza lavoro troppo omogenea in termini anagrafici rischia di ostacolare l'innovazione e, di conseguenza, nel lungo termine potrebbe compromettere la competitività di un'azienda.



Azioni di miglioramento

Avete una buona percentuale di dipendenti giovani, che dimostra la vostra attenzione nei confronti di questa fascia di lavoratori. Se non lo avete ancora fatto, potreste prendere i considerazione anche un programma d'inserimento [se interessati, questo argomento viene trattato in maniera più approfondita in uno dei suggerimenti Ecomate successivi].



Responsabilità sociale

Il modulo copre diversi aspetti legati alla responsabilità sociale d'impresa, valutando l'applicazione del principio di inclusività a favore dei diversi portatori d'interesse ed eventuali iniziative a favore dello sviluppo sostenibile e/o a scopo compensativo.

69/100

Categoria: S	Tematiche: 9	Domande: 18	Compliance: 63
--------------	--------------	-------------	----------------

Risultati medi delle altre imprese che hanno compilato il questionario

Europa	43/100
Italia	43/100
Classe	43/100
Settore	34/100
Concorrenti	36/100

Il tuo punteggio nel tempo

01/04/2025 18:46:08

69/100

2

CRITICITA` E RISCHI

4

MIGLIORAMENTI ATTUABILI

8

CRITERI SODDISFATTI

CRITICITA` #10.9.1

L'azienda non ha ottenuto dei riconoscimenti per i suoi comportamenti virtuosi (articoli, premi, menzioni o altro).

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Sono diversi i riconoscimenti, sia a livello nazionale che internazionale, volti a valorizzare e premiare le aziende che adottano comportamenti responsabili. Alcuni esempi di premi e riconoscimenti assegnati alle aziende più attive nel campo della sostenibilità e della CSR a livello nazionale sono "Oscar di Bilancio", "Premio per lo Sviluppo Sostenibile"; a livello internazionale un esempio è "ABIS Sustainability Award".



Impatto economico

L'assegnazione di un riconoscimento (sia esso generico o specifico del settore) attesta il buon lavoro svolto dall'azienda ed è immediatamente associato al concetto di eccellenza. L'impegno costante e la ricerca continua della qualità a 360° portano l'impresa a migliorare la propria visibilità e la percezione qualitativa del brand, con ricadute immediatamente positive sul business.



Azioni di miglioramento

Cercate di impegnarvi nell'adozione di comportamenti virtuosi per ottenere riconoscimenti che avranno un impatto positivo sull'azienda. Per ottenere molti riconoscimenti è anche necessario candidarsi o essere segnalati da qualcuno, quindi verificate l'esistenza di eventuali procedure.

CRITICITA` #10.14.1

L'azienda non ha un sistema interno per prevenire violazioni all'antitrust.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La normativa antitrust ha l'obiettivo di tutelare il consumatore finale attraverso un controllo dei mercati, impedendo che le imprese, singolarmente o congiuntamente, pregiudichino la regolare competizione economica adottando condotte che, per esempio, conducano ad intese restrittive della concorrenza, abusi di posizione dominante, concentrazioni idonee a creare o rafforzare una posizione di monopolio o la violazione del Codice di Consumo.



Contesto normativo nazionale

L'antitrust italiano e europeo hanno il potere di infliggere sanzioni pecuniarie che possono arrivare fino al 10% del fatturato aziendale per ogni anno di violazione, e dunque dispongono di adeguati meccanismi sanzionatori. In particolare, in Italia, si fa riferimento al D.Lgs. 231/2001, recante la disciplina della responsabilità amministrativa degli enti (società, fondazioni, associazioni, etc.).



Contesto normativo europeo

Nel documento "Compliance matters. What companies can do better to respect EU competition rules", la Commissione Europea consiglia alle imprese di dotarsi di un programma di compliance antitrust al fine di prevenire la violazione delle regole di concorrenza fissate dall'Unione Europea.



Impatto economico

Finanziare una strategia continua e coerente volta a prevenire violazioni all'antitrust è fondamentale per l'azienda per individuare e gestire in modo efficace tutti i rischi aziendali rilevanti. I programmi di compliance antitrust possono essere onerosi in termini di risorse finanziarie e umane, ma aiutano le imprese a evitare le pesanti conseguenze degli illeciti antitrust e presentano ulteriori vantaggi. Per comprendere meglio questi aspetti potete fare riferimento alla guida di Confindustria: <http://www.osservatorioantitrust.eu/it/wp-content/uploads/2016/05/LG-Confindustria-compliance-antitrust.pdf>



Azioni di miglioramento

L'azienda dovrebbe dotarsi di un sistema interno per prevenire violazioni all'antitrust e migliorare la propria capacità di gestione dei rischi aziendali secondo le "Linee Guida sulla compliance antitrust" emanate dall'AGCM, disponibile al seguente link: https://www.agcm.it/dotcmsdoc/linee-guida-compliance/linee_guida_compliance_antitrust.pdf Fate riferimento anche alla guida di Confindustria pensata per le PMI: <http://www.osservatorioantitrust.eu/it/wp-content/uploads/2016/05/LG-Confindustria-compliance-antitrust.pdf>

MIGLIORAMENTO #10.11.1

L'azienda non sta offrendo una struttura adeguata al ricevimento delle persone diversamente abili.

Offrite una struttura idonea al ricevimento delle persone diversamente abili per migliorare il vostro impegno in ambito di responsabilità sociale.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Occorre tener presente che una corretta progettazione delle opere edilizie rappresenta non solo una necessaria attenzione al portatore di handicap, ma anche un'azione di prevenzione degli infortuni ed un maggior livello di supporto a tutti i fruitori delle vostre strutture.



Contesto normativo nazionale

La legge 13/89 prevede contributi a fondo perduto per la realizzazione di opere finalizzate al superamento ed eliminazione delle barriere architettoniche negli edifici (25% di incentivi fiscali per una spesa compresa tra i 3mila e 12mila euro, 30% per una spesa compresa tra i 12mila e i 50mila euro, con un tetto massimo di spesa previsto intorno ai 5 milioni di euro).



Contesto normativo europeo

La Direttiva (UE) 2019/882 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 aprile 2019 introduce definitivamente lo European Accessibility Act - «Atto Europeo sull'Accessibilità» - che mira a migliorare l'accessibilità a prodotti e servizi. L'UE, da un lato prevede delle esenzioni per le micro-imprese (meno di 10 impiegati e fatturato inferiore a ~ 2 milioni), per via della loro grandezza e delle loro limitate risorse, però dall'altro incoraggia le aziende a produrre e distribuire prodotti e a fornire servizi che siano compatibili con i requisiti stabiliti dalle nuove norme.



Impatto economico

L'adozione di misure idonee al ricevimento di persone diversamente abili porta benefici all'azienda in termini di sicurezza, comodità e adattabilità, favorendo un clima interno più disteso; inoltre, ne migliora l'immagine mostrandola attenta alle esigenze di ogni persona.



Impatto sociale

L'Agenda 2030 si impegna per l'emancipazione di chi è a rischio di vulnerabilità, ivi comprese le persone con disabilità. L'Agenda 2030 promuove il rispetto universale dei diritti umani, l'uguaglianza e la non-discriminazione. In particolare con l'obiettivo n.10 "Ridurre le disuguaglianze" che mira a ridurre le disegualanze e a promuovere l'inclusione sociale, economica e politica.



Azioni di miglioramento

Cercate di rendere accessibili le vostre strutture a persone con disabilità, usufruendo anche degli incentivi messi a disposizione dallo Stato: contribuirete, in questo modo, non solo al miglioramento dell'immagine e della sicurezza dell'azienda ma anche alla creazione di una società più inclusiva.

MIGLIORAMENTO #10.8.2

L'azienda sta supportando iniziative volte a promuovere la sostenibilità al di fuori dell'azienda. Avete però un ruolo passivo che consiste principalmente nel condividere articoli e/o partecipare ad eventi/programmi relativi alla sostenibilità.



SDG 16



OECD 1



UN GC 8



SNSVS



SDG 16.6



EU ESRS - S4-4

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Vari fattori (economici, sociali e ambientali) stanno portando ad un crescente interesse per la green economy con un incremento costante degli investimenti. Fra questi, la sensibilità delle stesse imprese, l'esigenza di adeguamento all'evoluzione normativa, la necessità di aumentare la qualità dei prodotti e la contemporanea riduzione dei costi necessari per la loro produzione, il miglioramento dell'immagine e della reputazione agli occhi di consumatori, sempre più sensibili all'evoluzione ambientale e, infine, le nuove opportunità di mercato.



Impatto economico

Saper comunicare efficacemente il vostro orientamento verso la sostenibilità può essere un'importante opportunità di business. Promuovere iniziative di sostenibilità aumenterà anche la visibilità e la credibilità della vostra azienda. Inoltre, coinvolgere altre aziende ad iniziare una trasformazione verso la sostenibilità favorisce la crescita e l'innovazione del paese, che possono apportare indirettamente conseguenze positive anche sulla vostra azienda.



Azioni di miglioramento

Potreste impegnarvi in prima persona nella creazione di contenuti, eventi o progetti che promuovono la sostenibilità. Sfruttate questa occasione anche per costruire un network di aziende che consenta di condividere conoscenze e competenze e stimolare processi di cambiamento e innovazione nell'ecosistema di business.

MIGLIORAMENTO #10.5.2

Siete in possesso di un codice etico: definisce l'impegno dell'azienda e dei subordinati nelle attività. Non state però chiedendo anche ai vostri fornitori di rispettarlo.



ISO 26000



SDG 16



OECD 7



OECD 12



D.Lgs. 231/2001



GRI 2-23



SDG 16.6



EU VSME - Informativa C 6

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Un codice etico e comportamentale è un documento che le aziende possono stilare e adottare su base volontaria, consentendo di definire un sistema di norme etiche e sociali a cui si devono allineare i dipendenti e collaboratori. Dichiare in modo esplicito i criteri secondo cui si vuole operare, bilanciando gli interessi degli stakeholder, offre la possibilità a coloro che interagiscono con l'organizzazione di verificare se i propri interessi sono stati presi in considerazione e se i principi dell'azienda sono in linea con i propri. Questo pone le basi per un rapporto di fiducia e una collaborazione vantaggiosa per tutte le parti coinvolte.



Contesto normativo nazionale

All'interno del quadro normativo italiano, il codice etico aziendale deve essere stilato dalle aziende che hanno adottato il Modello di organizzazione e gestione che viene regolato dal D. Lgs. 231/2001 e ha l'obiettivo di prevenire la responsabilità penale degli enti.



Impatto economico

Avendo stilato un codice etico e comportamentale, state limitando comportamenti opportunistici da parte dei vostri dipendenti e collaboratori, contribuendo a costruire per la vostra azienda una reputazione di affidabilità e moralità.

MIGLIORAMENTO #10.15.2

Avete una persona di riferimento per le questioni relative alla sostenibilità.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Le mansioni relative alle figure dedicate alla sostenibilità possono riguardare i seguenti aspetti: redazione della dichiarazione non finanziaria, redazione di report di impatto sociale e/o ambientale, definizione di obiettivi strategici relativi alla sostenibilità, gestione dei rischi legati allo sviluppo sostenibile e promozione delle tematiche ambientali e sociali all'interno dell'azienda.



Azioni di miglioramento

La presenza di una figura di riferimento per i temi riguardanti la sostenibilità è un indicatore importante per un'azienda che vuole adottare pratiche sostenibili e rispettare i criteri ESG, aspetti che stanno diventando sempre più rilevanti oggi. A seconda della dimensione della vostra azienda e della rilevanza della sostenibilità per il vostro business, potrete valutare la possibilità di introdurre una funzione dedicata.

CRITERIO SODDISFATTO #10.10.3

Avete contribuito a più di un'iniziativa a beneficio delle comunità locali.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La valorizzazione attiva del territorio deve essere inserita all'interno del proprio piano di marketing: l'85% degli italiani ritiene infatti che un'azienda deve intraprendere azioni specifiche che contribuiscono alla creazione di profitto e contemporaneamente migliorino le condizioni economiche e sociali della comunità in cui opera. Un'azienda socialmente responsabile è un'azienda che crea valore, non solo

per se stessa, ma anche per il contesto sociale e ambientale nel quale è inserita.



Impatto economico

Iniziative di questo tipo influiscono sulla crescita e la competitività dell'azienda. Infatti, la reputazione di un'azienda a livello locale, la sua immagine non solo in qualità di datore di lavoro e produttore di beni e servizi, ma anche di protagonista della vita locale, sono fattori che condizionano le scelte dei clienti. Il rapporto tra l'azienda ed il territorio in cui essa opera è un aspetto fondamentale per la crescita e lo sviluppo non solo dell'azienda stessa, ma anche dell'economia e della società civile.



Impatto sociale

Il territorio non è inteso solo come luogo geografico costituito dalla natura e dal paesaggio, ma è anche un insieme omogeneo di storia, tradizioni e culture, che si esprimono attraverso il patrimonio artistico, le tradizioni culturali, il folklore, i prodotti tipici locali ecc. Tra gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs), il n.11.4 propone la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio culturale e naturale. Sono diversi i benefici riconducibili al benessere collettivo che derivano dalla tutela del territorio: preservazione della memoria storica e dell'identità dei territori, creazione di ricchezza attraverso il turismo e la valorizzazione delle produzioni tipiche, protezione dell'ambiente e difesa del suolo. Inoltre, la tutela del patrimonio culturale e naturale è anche un importante fattore di aggregazione sociale e un tema strettamente connesso alla qualità della vita. In aggiunta, la partecipazione ad iniziative a beneficio della comunità locale risponde a numerosi obiettivi di sviluppo sostenibile. Quelli che ne risentono maggiormente sono il n.1 "ridurre la povertà", il n.2 "porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione", il n.8 "promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile", il n.11 "rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, flessibili e sostenibili".



Azioni di miglioramento

Continuate ad intraprendere azioni volte alla valorizzazione del territorio in cui operate. È importante definire e inserire tali azioni nel vostro piano di marketing per sviluppare una strategia che punti a creare valore nel lungo termine con ripercussioni positive per l'azienda.

CRITERIO SODDISFATTO #10.1.4

L'azienda sta raccogliendo recensioni, commenti e domande tramite canali privati che vengono integrati con i feedback ricevuti sui canali pubblici.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Saper presidiare il mondo digitale è oggi la necessità di ogni impresa. Tenere in considerazione recensioni e commenti online riguardo il vostro operato, la vostra azienda e i vostri prodotti, vi permette di gestire al meglio il business e di beneficiare della libera condivisione di idee e dello scambio di pareri. Il potenziale della Rete è infatti enorme ed esso spesso si concretizza in maniera esponenzialmente più ampia rispetto agli altri canali di distribuzione dell'informazione. Ricordate: è importante che vi assumiate la responsabilità delle esperienze dei vostri clienti e che rispondiate pubblicamente anche alle recensioni negative.



Impatto economico

Conoscere la propria base clienti in modo dettagliato e diretto attraverso strumenti di feedback, e dimostrare la propria presenza costante, sono elementi strategici per attivare la potenziale crescita del volume d'affari. Ciò ha un impatto anche in termini di brand reputation: una recensione positiva migliora l'immagine del brand; una recensione negativa, se gestita correttamente, può trasformarsi in un

«manifesto» che illustra la serietà dell'azienda.



Azioni di miglioramento

Continuate in questa direzione: tenere sotto controllo le commenti e recensioni è un fattore importante per garantire il successo dei propri prodotti/servizi. Inoltre, ricordate di rispondere alle recensioni negative le quali, se ben gestite, possono trasformarsi in un elemento che mostra la serietà dell'azienda.

CRITERIO SODDISFATTO #10.4.4

Rispetto ai 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, da realizzare entro il 2030 (contenuti nell'Agenda delle Nazioni Unite), state già dando un forte contributo.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG o Sustainable Development Goals) sono un insieme di obiettivi pensati per il futuro dello sviluppo internazionale. L'Organizzazione delle Nazioni Unite li ha creati e promossi come obiettivi globali di sviluppo sostenibile. Gli obiettivi di sviluppo sostenibile hanno sostituito gli obiettivi di sviluppo del Millennio, scaduti alla fine del 2015, e sono validi per il periodo 2015-2030. Sono previsti 17 obiettivi e 169 target specifici.



Contesto normativo nazionale

A livello nazionale, la realizzazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile ha il suo cardine nell'adozione di "strategie nazionali di sviluppo sostenibile" (SNSvS), approvata dal CIPE il 22 dicembre 2017. Essa definisce le linee diretrici delle politiche economiche, sociali e ambientali finalizzate a raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile entro il 2030.



Contesto normativo europeo

L'UE è pienamente impegnata nell'attuazione dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, insieme ai suoi Stati membri. L'Agenda rappresenta una tabella di marcia condivisa per un mondo pacifico e prospero.



Impatto ambientale

Impegnarsi nel perseguitamento dei Sustainable Development Goals corrisponde a un impegno per la sostenibilità ambientale nelle seguenti aree: risorse idriche, energia, consumo responsabile, lotta al cambiamento climatico, preservazione degli ecosistemi marini e terrestri.



Impatto economico

Quando le aziende perseguono degli obiettivi che sono in grado di creare uno "shared value", ovvero un valore per la collettività, possono aumentare la loro capacità di generare profitti e valore di mercato. Mostrare il proprio impegno nei SDG migliora anche la capacità di attrarre del capitale, sia da investimenti pubblici che privati. L'attenzione degli attori finanziari nei confronti delle aziende che perseguono questi obiettivi di sviluppo sostenibile è stata provata dal lancio di strumenti finanziari legati alle performance di aziende leader nel

contributo alla sostenibilità sociale e ambientale. Un esempio in questo senso sono le obbligazioni di BNP Paribas, il cui ritorno dipende dal Solactive Sustainable Development Goals World Index.



Impatto sociale

Tutti gli obiettivi dell'Agenda 2030 sono stati pensati per garantire all'attuale e alle future generazioni un futuro di maggior prosperità. L'impatto sociale in senso stretto è però correlato ai temi di povertà, denutrizione, salute e benessere, educazione, parità di genere, lavoro e sostenibilità delle città e comunità.



Azioni di miglioramento

Valutate la possibilità di espandere il vostro impegno in questa direzione, incrementando ulteriormente il numero di SDG perseguiti. Se alcuni di questi obiettivi non sono correlati al vostro business, potete comunque intraprendere dei progetti di responsabilità sociale. Per esempio, potreste partecipare ad un progetto a beneficio di una comunità con il supporto di un'organizzazione attiva nell'ambito di interesse. Tutti gli obiettivi dell'Agenda 2030 sono stati pensati per garantire all'attuale e alle future generazioni un futuro di maggior prosperità.

CRITERIO SODDISFATTO #10.6.4

Nell'ultimo anno, l'azienda ha fatto donazioni (in denaro o in altre forme) ad associazioni e fondazioni a scopo di ricerca scientifica, comunicando all'esterno la propria immagine solidale.



SDG 9



SNSvS



GRI 203-1



SDG 9.5



WEF - 4P - P4-1



WEF - 4P - P4-3

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

In base alle più recenti indagini, in Italia la quota delle donazioni sul fatturato è dello 0,12%, un dato inferiore allo 0,22% degli Stati Uniti, dove gli sgravi fiscali sono stati finora molto più importanti.



Contesto normativo nazionale

Le agevolazioni fiscali previste per chi effettua erogazioni liberali a favore delle ONLUS, si distinguono a seconda di chi le ha effettuate (persona fisica o impresa) e in base alla natura della donazione che può riguardare denaro, beni o costi di personale per servizi. Le imprese possono optare alternativamente tra: - la deducibilità, per le liberalità in denaro o in natura, nel limite del 10% del reddito complessivo dichiarato, e comunque nella misura massima di 70.000 € annui (art. 14 comma 1 D.L. n. 35/2005 e successive modificazioni (L. 80/2005) - la deduzione dal reddito imponibile Ires del 2% del reddito d'impresa dichiarato per un importo massimo di 30.000 euro (comma 2 lettera h, art 100 tuir). Le donazioni danno diritto ad agevolazioni fiscali non solo quando sono effettuate verso onlus, ma anche quando il soggetto che riceve il denaro è una organizzazione non iscritta all'anagrafe delle onlus, oppure un'associazione di promozione sociale, una società sportiva dilettantistica, un ente ecclesiastico, un'associazione culturale o una fondazione di ricerca scientifica. In questi casi la percentuale che si può portare in detrazione e i limiti per la detrazione o per la deduzione variano da caso a caso.



Impatto economico

Fare donazioni ad associazioni e fondazioni a scopo di ricerca scientifica porta beneficio all'azienda. Infatti, l'impatto positivo delle donazioni non è solo all'esterno dell'azienda (si dona anche per aumentare reputazione e brand value, oltre che per altri aspetti) ma anche al suo interno: le collaborazioni con associazioni no profit contribuiscono a sviluppare un senso di appartenenza verso l'impresa e a migliorare i rapporti interpersonali e il clima aziendale.



Azioni di miglioramento

Effettuare donazioni in denaro o in altre forme per la ricerca scientifica sta contribuendo in modo positivo all'immagine dell'azienda.

CRITERIO SODDISFATTO #10.7.4

L'azienda svolge annualmente opere di volontariato o effettuato donazioni (in denaro o in altre forme) a favore di organizzazioni no-profit.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Varie sono le tipologie di opere di volontariato che l'azienda può svolgere: può mettere a disposizione competenze specifiche e trasferimento di know-how (ad esempio, sistematizzazione di un bilancio di un' associazione di volontariato, dei metodi e procedure di archiviazione della corrispondenza e catalogazione materiali); può permettere un distacco temporaneo di personale a supporto di progetti delle organizzazioni no-profit (ad esempio, invio di personale nei territori vittime di catastrofi naturali o in contesti socialmente difficili a supporto di organizzazioni no-profit).



Contesto normativo nazionale

Per chi effettua erogazioni liberali in natura destinata agli enti del Terzo settore (non solo ONLUS, ma tutti gli enti previsti dall'art. 4, comma 1, del D. L. n. 117/2017) sono previste delle agevolazioni secondo il decreto interministeriale (Lavoro e politiche sociali "Economia e finanze") del 28 novembre 2019. La valorizzazione di tale erogazioni deve avvenire in base alle disposizioni di cui agli articoli 3 e 4. Inoltre, per le erogazioni effettuate nel 2020 dai titolari di reddito d'impresa - sia soggetti Irpef che Ires - a sostegno delle misure di contrasto all'emergenza epidemiologica è prevista l'applicazione dell'articolo 27 della legge n. 133/1999, che dispone agevolazioni fiscali per le erogazioni in denaro fatte in favore delle popolazioni colpite da calamità pubbliche o da altri eventi straordinari (anche se avvenuti in altri Stati) per il tramite di fondazioni, di associazioni, di comitati e di enti, come individuati dal Dpcm 20 giugno 2000. In virtù di tale richiamo: - le erogazioni liberali in denaro e in natura effettuate per il tramite dei soggetti ora ricordati sono deducibili dal reddito d'impresa (senza la previsione di alcun limite quantitativo) e non sono soggette all'imposta sulle donazioni - i beni ceduti gratuitamente per gli scopi su menzionati non si considerano destinati a finalità estranee all'esercizio dell'impresa né, pertanto, possono essere considerati ricavi (se beni merci - articolo 85, comma 1, lettere a) e b), del Tuir) o plusvalenze (se beni ammortizzabili - articolo 86, comma 1, lettera c), del Tuir).



Impatto economico

Dedicare tempo e risorse a progetti di responsabilità sociale, come il supporto di organizzazioni no-profit, è importante per l'azienda per ottenere benefici che contribuiranno ad accrescere forza e competitività dell'azienda, a migliorarne visibilità e reputazione tra clienti e stakeholder. Essa, dunque, risulterà più attraente sul mercato finanziario e accrescerà la sua reputazione all'interno della comunità imprenditoriale e nelle istituzioni. Inoltre, questo porta benefici anche internamente all'azienda: svolgere opere di volontariato contribuiscono a sviluppare un senso di appartenenza e migliorare il clima aziendale.



Azioni di miglioramento

Continuate in questa direzione, effettuare opere di volontariato o donazioni (in denaro o in altre forme) è importante per l'azienda sia da un punto di vista interno che esterno.

CRITERIO SODDISFATTO #10.13.2

L'azienda investe già in prodotti di investimento sostenibili e responsabili.



I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Il Forum per la Finanza Sostenibile definisce l'Investimento Sostenibile e Responsabile (SRI) come "una strategia di investimento orientata al medio-lungo periodo che, nella valutazione di imprese e istituzioni, integra l'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo, al fine di creare valore per l'investitore e per la società nel suo complesso". In questo modo vengono definiti contemporaneamente tre aspetti fondamentali dell'investimento: l'orizzonte temporale (medio-lungo periodo); le modalità di investimento (attraverso l'integrazione dell'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di governance) e le sue finalità (creare valore sia di natura economico-finanziaria sia di natura sociale). In particolare, è fondamentale per l'impresa investire in prodotti sostenibili e responsabili per migliorare la propria responsabilità sociale, contribuendo al tempo stesso alla creazione di modelli di crescita sostenibile.



Contesto normativo europeo

La Commissione Europea ha lasciato nel 2018 un Piano di Azione sulla finanza sostenibile che punta a: - orientare i flussi di capitale verso investimenti sostenibili; - gestire in modo più efficace i rischi finanziari che derivano dal cambiamento climatico, dal consumo di risorse, dal degrado ambientale e dalle disuguaglianze sociali; - migliorare la trasparenza e incoraggiare un approccio di lungo periodo delle attività economico-finanziarie. Più informazioni qui: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en#high-level-expert-group-on-sustainable-finance



Impatto economico

Gli investimenti responsabili sono uno strumento che mira a creare valore, non solo per l'investitore stesso, ma anche per la società. Infatti, se si pensa in termini di profitto, la performance di questi investimenti è uguale a quella degli altri veicoli finanziari. Negli ultimi anni, gli studi accademici hanno evidenziato che hanno le stesse performance degli altri prodotti finanziari, evidenziando anche che sono capaci di garantire un rendimento a lungo termine. Inoltre, investendo in prodotti di investimento sostenibile, l'azienda migliorerà la sua immagine dal punto di vista etico.



Impatto sociale

La maggior parte delle strategie di investimento SRI possono essere utili per raggiungere obiettivi in linea con gli SDGs.



Azioni di miglioramento

Scegliere investimenti finanziari nella sostenibilità permette all'investitore di trarre profitto, favorendo al contempo lo sviluppo sostenibile. Per scoprire di più sui prodotti SRI può essere utile consultare il portale del Forum per la Finanza Sostenibile dedicato all'educazione finanziaria in ottica di sostenibilità: <https://investiresponsabilmente.it/prodotti-di-investimento/>

CRITERIO SODDISFATTO #10.2.3

La media delle recensioni dell'azienda è superiore a 3/5.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

La media del punteggio associato alle recensioni online dipende da numerosi fattori e non può essere presa come indicatore in termini assoluti. Invece, il dato potrebbe essere usato per identificare dei trend, monitorando le variazioni in determinati intervalli di tempo, oppure per valutare il proprio posizionamento rispetto ai concorrenti.



Impatto economico

Le recensioni online possono avere un impatto diretto sulle vendite dell'azienda in quanto l'opinione degli altri consumatori, i loro consigli e le loro valutazioni sono oggi un driver fondamentale per indirizzare le scelte di potenziali clienti.



Azioni di miglioramento

Cercate di analizzare le recensioni in modo da comprendere le principali criticità riscontrate e agire di conseguenza. Infatti, intervenire in modo tempestivo nelle questioni e cercare di risolvere al meglio le problematiche è fondamentale per il successo dell'azienda.

CRITERIO SODDISFATTO #10.3.4

State integrando le informazioni dei vari feedback negativi per individuare problematiche generalizzate da risolvere e migliorare la gestione dei nostri processi.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI



Informazioni generali

Ricevere un feedback negativo non è un problema se gestito correttamente. Esso infatti, dopo averlo analizzato e aver individuato l'origine, potrebbe essere visto come un suggerimento per migliorare gli aspetti che hanno portato i clienti a lamentarsi. Inoltre, per l'azienda è importante essere tempestiva nella risposta, mantenere un atteggiamento professionale ma empatico e proporre una soluzione al problema.



Azioni di miglioramento

Perseverate in questa direzione. Ricordatevi che è anche fondamentale rispondere in modo chiaro, professionale ed educato ai commenti negativi, proponendo una compensazione (sia essa economica o di scuse) quando non è possibile riparare.